



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf.: 211.

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

Ügyszám: Vj/65/2016.

Iktatószám: Vj/65-60/2016.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa dr. V. T. ügyvéd¹ és a dr. Z. P. vállalati jogász (1033 Budapest, Szentendrei út 89-95. X. ép.)² által képviselt **Extreme Digital Zrt.** (1033 Budapest, Szentendrei út 89-95., X. épület) eljárás alá vont vállalkozással szemben fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban, nyilvános tárgyalást követően meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Extreme Digital Zrt. 2015. november 11-20. között, a 2015. november 20-i Black Friday akciója népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációja során rádióreklámban, televíziós reklámban, videobanner-en, banner-en, újsághirdetésben, hírlevélben, Várkonyi Balázs televíziós interjúja során és PR cikkeken keresztül tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott amikor annak ellenére, hogy az akcióban részt vevő termékeknek csak túlságosan szűk és atipikus termékkörében volt elérhető 50%-os vagy azt meghaladó mértékű kedvezmény, azt a benyomást keltette, hogy a fogyasztók jelentős mértékű, akár 50-70%-os kedvezményre tehetnek szert 2015. november 20-i vásárlás esetén.

E jogsértés miatt az eljáró versenytanács kötelezi az Extreme Digital Zrt.-t 20.000.000,- Ft, azaz húszmillió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére.

A határozat felülvizsgálatát az ügyfél a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérheti a Versenytanácsnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevélben terjesztheti elő.

INDOKOLÁS

I.

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a Vj/65/2016. számú végzésével 2016. augusztus 3-án versenyfelügyeleti eljárást indított az Extreme Digital Zrt.-vel (a továbbiakban: Extreme Digital vagy eljárás alá vont) szemben, mivel észlelte, hogy az Extreme Digital a 2015. november 20-án megtartott „Black Friday”³ akciója kapcsán az akció

¹ A meghatalmazást a Vj/65-2/2016. számú irat melléklete tartalmazza.

² A meghatalmazást a Vj/61-23/2016. számú irat melléklete tartalmazza.

³ <http://www.blackfriday.hu/> (letöltés: 2017.09.26.)

„A Black Friday vagy magyarul Fekete Péntek kifejezés az Egyesült Államokban, egész pontosan Philadelphia-ban született 1966-ban, és a hálaadást követő pénteki nap hatalmas autós és gyalogos forgalmát illeték vele a sok baleset és a kialakult forgalmi dugók miatt. A későbbiekben a Black Friday vagy Fekete Péntek fogalma átalakult, már nem a hálaadást követő nagy forgalom jelzőjeként, hanem a kereskedők kezdték el használni akik az üzletbe betérő vásárlókat hatalmas kedvezményekkel várták. Mára a Black Friday vagy Fekete Péntek napját már a karácsonyi

népszerűsítése során alkalmazott kereskedelmi gyakorlatának képi és szöveges megjelenítésével azt a benyomást kelthette a fogyasztókban, hogy az akcióval a fogyasztók nagyon jelentős mértékű, akár 50-70%-os kedvezményre tehetnek szert 2015. november 20-ai vásárlás esetén, holott valószínűsíthetően az akcióban részt vevő termékek csupán egy szűkebb köre volt elérhető 50% feletti kedvezménnyel.

2. Az ügyindító végzés szerint az eljárás alá vont vállalkozás ezen magatartásával valószínűsíthetően megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállást, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. A versenyfelügyeleti eljárás az Extreme Digital által a 2015. évi „Black Friday” kampány népszerűsítése érdekében 2015 novemberében alkalmazott, a fentiekben ismertetett vagy azzal azonos tartalmú kereskedelmi kommunikációkra terjedt ki.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

4. A 2001-ben alapított, 2008. január 15-én részvénytársaságként bejegyzett Extreme Digital cégjegyzék szerinti főtevékenysége egyéb máshova nem sorolt új áru kiskereskedelme.
5. Az Extreme Digital elsősorban elektronikai termékek kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozik. Ezek mellett korlátozott számban bútorokat, lakberendezési cikkeket, kerti termékeket, kozmetikai és babaápolási termékeket, játékokat, irodaszereket, könyveket, sport és szabadidős termékeket is forgalmaz. Az Extreme Digital 14 magyarországi szaküzletet tart fenn és online kiskereskedelmi tevékenységet is folytat. A webáruháza a magyar mellett szlovák, cseh, román, szlovén és horvát nyelven is elérhető, a szerb, bolgár és angol nyelvű változat pedig fejlesztés alatt áll.⁴
6. Az Extreme Digital saját bemutatkozása szerint egy webáruház, elsősorban műszaki termékek internetes kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozik.⁵
7. A GKI Gazdaságkutató Csoport tagja, a digitális világ változásának és fejlődésének kutatásáért felelős GKI Digital 2017. évben harmadik alkalommal publikálta a hazai online kiskereskedelem 10 legnagyobb szereplőjének rangsorát. Kutatása alapján 2014., 2015. és 2016 években is az Extreme Digital volt Magyarország legnagyobb forgalmú e-kereskedője.⁶
8. A GVH a Vj/103-15/2015. számú határozatával 2015. december 1-jén engedélyezte, hogy a Genesis Investments Alpha GmbH az Extreme Digital felett – annak addigi közvetlen egyedüli irányítójával, az ED Group Vagyonkezelő Kft.-vel - közös közvetlen irányítást szerezzen. A tranzakció nyomán 2015. december 14-i hatállyal a Genesis Investments Alpha GmbH megszerezte az Extreme Digital szavazati jogot biztosító részvényei 50,5 százalékát. Az Extreme Digital szavazati jogot biztosító részvényeinek fennmaradó 49,5 százaléka az ED Group Vagyonkezelő Zrt. tulajdonában maradt.
9. A 2016. évi éves beszámoló kiegészítő melléklete szerint a társaság részvényeinek tulajdoni hányadában a 2016-os üzleti évben nem következett be változás.
10. A kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény (a továbbiakban: KKV-törvény) 4. § (2) bekezdés b) pontja és a (3) bekezdés a) pontja alapján 2015. december 13-ig az ED Group Vagyonkezelő Kft. az Extreme Digital kapcsolódó vállalkozása volt; 2015. december 14-i hatállyal az ED Group Vagyonkezelő Kft. az Extreme

bevásárlás hivatalos kezdeteként tartják számon, és sok üzlet akár 24 órás nyitva tartással és óriási kedvezményekkel várja a tömött sorokban érkező vásárlókat.”

⁴ Vj/103-15/2015. számú határozat 10. pontja

⁵ Vj/65-3/2016. számú feljegyzéssel a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé átemelt P/1532-2/2015. és P/79-6/2016. számú iratok

⁶ Forrás: <http://www.gkidigital.hu/2017/06/15/etoplista2017/>, <http://www.gkidigital.hu/2016/06/02/etoplista2016/>, <http://www.gkidigital.hu/2015/07/08/e-top-lista-infografika/>

Digital vonatkozásában partnervállalkozásnak, a Genesis Investments Alpha GmbH kapcsolódó vállalkozásnak minősül.

11. Az Extreme Digital és az ED Group Vagyonkezelő Kft. vonatkozásában az e-beszamolo.hu honlapon közzétett éves beszámoló adatai, továbbá a Genesis Investments Alpha GmbH vonatkozásában a Vj/65-47/2016. sz. adatszolgáltatásban foglalt nyilatkozat alapján az érintett vállalkozások pénzügyi adatai és a foglalkoztatotti létszám-adatok az alábbi táblázatokban foglaltak szerint alakultak.⁷
12. Az Extreme Digital főbb pénzügyi mutatói és a foglalkoztatottjainak létszáma

| Extreme Digital | nettó árbevétel | mérlegfőösszeg | foglalkoztatotti létszám |
|------------------------|--|---|---------------------------------|
| 2013. év | 21 391 210 ezer Ft (72 046 108 EUR) | 6 505 695 ezer Ft (21 911 337 EUR) | 77 fő |
| 2014. év | 23 717 816 ezer Ft (75 320 957 EUR) | 7 385 938 ezer Ft (23 455 613 EUR) | 147 fő |
| 2015. év | 29 349 034 ezer Ft (93 730 947 EUR) | 13 144 474 ezer Ft (41 979 030 EUR) | 160 fő |
| 2016. év | 33 307 841 ezer Ft (107 092 280 EUR) | 16 008 630 ezer Ft (51 471 384 EUR) | 200 fő |

13. Az ED Group Vagyonkezelő Kft. főbb pénzügyi mutatói és a foglalkoztatottjainak létszáma

| ED Group | nettó árbevétel | mérlegfőösszeg | foglalkoztatotti létszám |
|-----------------|-------------------------------------|---|---------------------------------|
| 2013. év | 0 ezer Ft | 823 332 ezer Ft (2 773 002 EUR) | 0 fő |
| 2014. év | 0 ezer Ft | 866 558 ezer Ft (2 751 939 EUR) | 0 fő |
| 2015. év | 900 ezer Ft (2 874 EUR) | 1 169 793 ezer Ft (3 735 926 EUR) | 0 fő |
| 2016. év | 1 308 ezer Ft (4 206 EUR) | 932 444 ezer Ft (2 998 019 EUR) | 0 fő |

14. A Genesis Investments Alpha GmbH főbb pénzügyi mutatói és a foglalkoztatottjainak létszáma

| Genesis Investments Alpha GmbH | nettó árbevétel | mérlegfőösszeg | foglalkoztatotti létszám |
|---|------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| 2016. év (szept. 30-i fordulónappal) ⁸ | 0 ⁹ | 2 193 908 000 EUR | 0 fő |

⁷ Az MNB által közzétett adatok alapján (<http://www.mnb.hu/arfolyam-lekerdezes>), az Extreme Digital és az ED Group Vagyonkezelő Kft. üzleti évének lezárásakor (december 31.) az euró középárfolyama 2013. évben 296,91 Ft, 2014. évben 314,89 Ft, 2015. évben 313,12 Ft, 2016. évben 311,02 Ft volt.

⁸ A Vj/65-47/2016. sz. adatszolgáltatásban foglalt nyilatkozat alapján a Genesis Investments Alpha GmbH 2015. december 31-ét követően pénzügyi évfordulóként áttért szeptember 30-ra, ettől kezdve a pénzügyi beszámolója az október 1. és szeptember 30. közötti időszakot öleli fel, így a 2016-os adatok csak az év első kilenc hónapjának adatait tartalmazzák.

⁹ A Vj/65-47/2016. sz. adatszolgáltatásban foglalt nyilatkozat alapján a Genesis Investments Alpha GmbH pénzügyi befektetőről, aki értékesítést nem végez.

15. Az Extreme Digital valamint a kapcsolódó és partnervállalata összevont főbb pénzügyi mutatói és a foglalkoztatottjainak létszáma

| | nettó árbevétel | mérlegfőösszeg | foglalkoztatotti létszám |
|-----------------|------------------------|-----------------------|---------------------------------|
| 2013. év | 72 046 108 EUR | 24 684 339 EUR | 77 fő |
| 2014. év | 75 320 957 EUR | 26 207 552 EUR | 147 fő |
| 2015. év | 93 733 821 EUR | 45 714 956 EUR | 160 fő |
| 2016. év | 107 096 486 EUR | 2 248 337 404 EUR | 200 fő |

16. Tekintettel arra, hogy a KKV-törvény rendelkezései szerint
- közép vállalkozásnak az a vállalkozás minősül, amely legfeljebb 250 fő foglalkoztat, továbbá megfelel azon két kritérium legalább egyikének, miszerint éves nettó árbevétele legfeljebb 50 millió eurónak megfelelő forintösszeg vagy mérlegfőösszege legfeljebb 43 millió eurónak megfelelő forintösszeg (3. § (1) bekezdés),
 - azon vállalkozás esetében, amelynek partner- vagy kapcsolódó vállalkozásai vannak, a 3. §-ban meghatározott adatokat az összevont (konszolidált) éves beszámoló alapján, ennek hiányában a vállalkozás nyilvántartása alapján kell meghatározni (5. § (5) bekezdés),
 - amennyiben egy vállalkozás éves szinten túllépi a 3. §-ban meghatározott foglalkoztatotti létszám vagy pénzügyi határértékeket, vagy elmarad azoktól, akkor ennek eredményeként csak abban az esetben veszíti el, illetve nyeri el a közép vállalkozói minősítést, ha két egymást követő beszámolási időszakban túllépi az adott határértékeket vagy elmarad azoktól (5. § (3) bekezdés),
- a fenti adatok alapján megállapítható, hogy az Extreme Digital valamennyi vizsgált esztendőben átlépte a nettó árbevételre vonatkozó határértéket, valamint 2015. évben és 2016. évben – partner- és kapcsolódó vállalkozása révén – átlépte a mérlegfőösszegre vonatkozó határértéket is.
17. Az Extreme Digital tehát 2016. évig közép vállalkozásnak minősült, azonban 2017. évben már elveszítette a közép vállalkozói minősítést, mivel a KKV-besorolás két konjunktív feltétele közül a pénzügyi határértékre vonatkozót két egymást követő beszámolási időszakban nem teljesítette.

III. Az érintett termék

18. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban a vizsgált magatartás egy egynapos árkedvezményt kínáló kampányt, a Black Friday-t ismertető kommunikációs gyakorlat, így a kampány jellemzői miatt az érintett termék vagy piac nem egy meghatározott áru, hanem az adott vállalkozás (kiskereskedelmi) kínálata: az eljárás alá vont nem egy termék, hanem teljes kínálata népszerűsítésében, promotálásában érdekelt. Így a lehetséges tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat sem egy-egy áruhoz, hanem az eljárás alá vont kínálatához kapcsolódik.
19. Az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata az Extreme Digital www.edigital.hu honlapon elérhető webáruházakban megvásárolható valamennyi fogyasztási cikk mint áru fogyasztók általi megvásárlását célozza meg, így az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata az Extreme Digital által értékesíteni kívánt teljes árukészletnek a fogyasztók részére történő értékesítésével, eladása ösztönzésével áll közvetlen kapcsolatban.
20. A jelen ügyben szükséges kiemelni, hogy a különböző mértékű árkedvezményekkel érintett termékek köre igen széles, megtalálhatóak ebben a körben a műszaki cikkeken kívül például kozmetikumok, lakberendezési eszközök, játékok, irodaszerek, könyvek, fitnessbérlet, de még szállásajánlatok is.

IV. A vizsgált magatartás

IV.1. A kifogásolt kereskedelmi gyakorlat

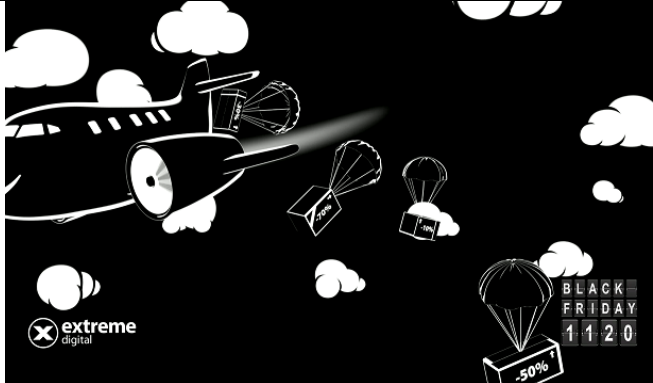
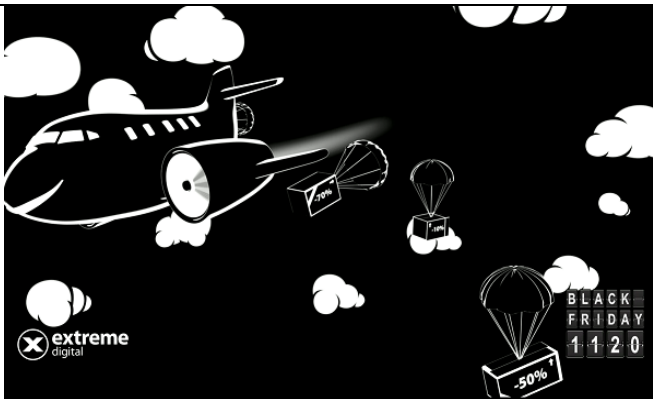
21. Az Extreme Digital a jelen eljárásban vizsgált, 2015. november 20-án megtartott Black Friday elnevezésű kampány népszerűsítésére az alábbi reklámeszközöket alkalmazta:
- 1) rádióreklám
 - 2) televíziós reklám
 - 3) videóbanner
 - 4) banner
 - 5) újsághirdetés
 - 6) óriásplakát
 - 7) kirakati matrica
 - 8) bolti belső plakát
 - 9) hírlevél
 - 10) sajtótájékoztató
 - 11) blogposztok
 - 12) PR cikkek
 - 13) televízió-interjú Várkonyi Balázssal
22. A kereskedelmi kommunikáció jelen eljárás vonatkozásában releváns tartalma az alábbi táblázatban található. (Az Extreme Digital Zrt. által közzétett és ismert kereskedelmi kommunikáció teljes tartalmát a vizsgálati jelentés¹⁰ 5. számú melléklete tartalmazza.)
23. Az eljáró versenytanács meg kívánja jegyezni, hogy azokat a reklámeszközöket ítélte relevánsnak az ügyindító végzéssel összhangban, amelyekben megjelenik az az üzenet, hogy „*az akcióval a fogyasztók nagyon jelentős mértékű, akár 50-70%-os kedvezményre tehetnek szert.*”¹¹

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|----------------------------------|--|---|------------------|
| rádióreklám ¹² | Class FM, Gazdasági Rádió, 15 mp hosszúságú spot, összesen [üzleti titok] alkalommal 2015. november 16. és 2015. november 20. napja között | „Black Friday November 20-án az Extreme Digitalnál. Ideje neked is beszállnod az év akciójába. Több száz termék landol akár féláron. Csak november 20-án. Le ne késd!” www.edigital.hu ” | nem értelmezhető |

¹⁰ Vj/65-44/2016.

¹¹ Lásd Vj/65/2016. számú ügyindító végzést.

¹² Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD mellékletén található „Reklámanyagok” elnevezésű mappa, „RADIO” almappában szereplő mp3 formátumú hangfájl, átemelve a VJ/65- 3/2016. számú iratban.

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|----------------------------------|--|--|--|
| televíziós reklám ¹³ | Atmedia ¹⁴ , [üzleti titok] alkalommal 2015. november 16. és 2015. november 20. napja között, 30 mp 2, eltérő terméket (Bosch, illetve LG) említő, de egyebekben azonos tartalmú reklámfilm | <p>Bosch „Black Friday november 20-án az Extreme Digitalnál. Szállj be az év akciójába! Több száz termék vár rád csak egy napon át akár 70% kedvezménnyel. A Bosch porszívó 5 év garanciával csak 14.990 Ft. Black Friday csak egy napon át.” „Mindent ingyen viszünk. Kapcsolj rá! Rendelj bármit online az Extreme Digitalnál a mobiltól egészen a mosógépig, mert december 31-ig nálunk tényleg minden házhoz szállítás ingyenes. www.edigital.hu” LG „Black Friday november 20-án az Extreme Digitalnál. Szállj be az év akciójába! Több száz termék vár rád csak egy napon át akár</p> |  <p>Közben képi: „Ingyen visszük.”</p> |
| televíziós reklám | SAP+ ¹⁵ , [üzleti titok] alkalommal 2015. november 16. és 2015. november 20. napja között, 30 mp | <p>„Black Friday november 20-án az Extreme Digitalnál. Szállj be az év akciójába! Több száz termék vár rád csak egy napon át akár</p> |  <p>Közben képi: „Ingyen visszük.”</p> |


¹³ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD mellékletén található „Reklámanyagok” elnevezésű mappa, „TELEVÍZIÓ” almappában szereplő mp4 formátumú videofájl, átemelve a VJ/65- 3/2016. számú iratban.

¹⁴ Atmedia: Cartoon Network, Comedy central, Doq, Film Café, Film Mánia, FOX, Minimax, Nat Geo Wild, National Geographic, Nickelodeon, Paramount, Spektrum, Spektrum



¹⁵ RTL Klub, RTL3

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|----------------------------------|---|--|-----------------|
| | | <p>70% kedvezményel. Az LG 3D Smart televízió most csak 79.990 Ft. Black Friday csak egy napon át.”</p> <p>„Mindent ingyen viszünk. Kapcsolj rá! Rendelj bármit online az Extreme Digitalnál a mobiltól egészen a mosógépig, mert december 31-ig nálunk tényleg minden házhoz szállítás ingyenes. www.edigital.hu”</p> | |
| videóbanner ¹⁶ | TEN Média, [üzleti titok] oldalon videóbanner, [üzleti titok] ADV 2015. november 11. és 2015. november 20. napja között | <p>Hang: „Black Friday November 20-án az Extreme Digitalnál. Szállj be az év akciójába! Több száz termék vár rád csak egy napon át, akár 70% kedvezményel. Az LG3D smart televízió 79.990 Ft. Black Friday csak egy napon át. Mindent ingyen viszünk. Kapcsolj rá, rendelj bármit online az Extreme Digitalnál a mobiltól egészen</p> | |

¹⁶ VJ/65-9/2016. számú beadvány CD mellékletén található „videobanner” elnevezésű mappában szereplő *.mov kiterjesztésű videofájl és a hozzá kapcsolódó *.m4a formátumú hangfelvétel

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|----------------------------------|---|---|--|
| | | <p>a mosógépig, mert december 31-ig nálunk tényleg minden házhozszállítás ingyenes. www.edigital.hu” Közben képi: „Black Friday 1120” „Aki kapja, marja! Ne maradj le!” -5%, -20% - 30%, -40%, - 45%, -50%, - 70% www.edigital.hu”</p> | |
| <p>banner¹⁷</p> | <p>index, origo, edigital.hu, árukereső.hu, árgép.hu 2015. november 11. és 2015. november 20. napja között</p> | <p>Több típusú banner: 1. „BLACK FRIDAY 1120 1 nap, több mint 4000 féle termék, akár 70% kedvezménnyel! www.edigital.hu” 2. BLACK FRIDAY 1120 „CSAK MA több mint 4000 féle termék, ingyenes kiszállítással és akár 70% kedvezménnyel! www.edigital.hu” 3. BLACK FRIDAY 1120 „1 nap, több mint 4000 féle termék, ingyenes kiszállítással és</p> |  |

¹⁷ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD mellékletén található „Reklámanyagok” elnevezésű mappa, „ONLINE HIRDETÉS” almappában szereplő jpg fájlok, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként, nyomtatott formában a VJ/65-13/2016. számú irat 2/G. számú mellékleteként.

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|-----------------------------------|--|---|---|
| | | <p>akár 70% kedvezménnyel! Nálunk keresd a jó árakat! www.edigital.hu”</p> | |
| <p>újsághirdetés¹⁸</p> | <p>Metropol Magazin, [üzleti titok] példány 2015. november 19.</p> | <p>„BLACK FRIDAY HOLNAP Akár 70% kedvezmény csak egy napon át! www.edigital.hu”</p> |  |
| <p>hírlevél¹⁹</p> | <p>Edigital Hírlevél, kb. [üzleti titok] címzett 2015. november 12. napja és 2015. november 20. napja között</p> | <p>„BLACK FRIDAY 1120 1 nap, több mint 4000 féle termék, ingyenes kiszállítással, akár 70% kedvezménnyel! Iratkozz fel hírlevelünkre most, hogy elsőként értesülj a Black Friday pontos indulásáról, ráadásul idén korai örömként a hírlevél feliratkozói az akció előtt megkapják a legjobb 50 ajánlatunk részleteit emailben! Iratkozz fel Te is már most!</p> |  |

¹⁸ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD mellékletén található „Reklámanyagok” elnevezésű mappa, „SAJTÓHIRDETÉS” almappában szereplő pdf fájl, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként, nyomtatott formában a VJ/65-13/2016. számú irat 2/I. számú mellékleteként.

¹⁹ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD mellékletén található „Reklámanyagok” elnevezésű mappa, „EDM” almappában szereplő jpg fájlok, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként, nyomtatott formában a VJ/65-13/2016. számú irat 2/B. számú mellékleteként.

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|----------------------------------|---|--|------------------|
| | | <p>BLACK FRIDAY 1120 Kívánságlista ajándékba! Állítsd össze kívánságlistádat 500.000 Ft értékben a Black Friday akciónkra és nyerd meg! Könnyedén megoszthatod szeretteiddel, barátaiddal is, hogy lássák milyen ajándéknak örülnél!”</p> | |
| sajtótájékoztató ²⁰ | rendezvény, 40 újságíró ²¹ 2015. november 11. | <p>Sajtótájékoztató témája: ²² Milyen trendek jellemezik az online vásárlást és milyen lényeges változások alakítják az iparág jövőjét, továbbá tájékoztató a Black Friday akcióról. Fogyasztók közvetlenül nem vettek rajta részt, így csak közvetetten, a sajtóhírekből kaptak erről információt.</p> | nem értelmezhető |

²⁰ VJ/65-2/2016. számú beadvány CD mellékletén található „Sajtótájékoztató” elnevezésű mappában található pdf és exel fájl

²¹ Résztvevők: Népszabadság, 24.hu, Népszava, Player.hu, MTI, Wall Street Journal, Figyelő, Geeks.hu, Digitális Otthon, Divány.hu, Világgazdaság, HírTV, Origo.hu, Metropol, Gazdasági Rádió, Joy, Gamechannel.hu, Sg.hu, Pénzcentrum.hu, Manager Magazin, CHIP Magazin, Női hírek.hu, bitport.hu, Itextreme.hu, hvg.hu, vs.hu, faktor.hu, ITCafé.hu

²² VJ/65-2/2016. számú beadvány 3. pontja

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|----------------------------------|--|--|-----------------|
| | | [A cikkek teljes tartalma a vizsgálati jelentés 5.7. számú mellékletében került ismertetésre.] | |
| blogposztok ²³ | appleblog.hu, Festy in Style, Otthonkomm andó, vous.hu, player.hu, burzsuj, Furdancs Blog, Színes Ötletek Blog 2015. november 12. napja és 2015. november 19. napja között | [A blogszpotok elsősorban a játéokra hívták fel a fogyasztók figyelmét, egy-egy bejegyzés (pl.: Furdancs) elvétve utal az elérhető 70%-os kedvezményre.] [A blogposztok teljes tartalma a vizsgálati jelentés 5.8. számú mellékletében került ismertetésre.] | |
| PR cikk ²⁴ | Nők lapja, Dívány, origo.hu, 444.hu, hvg.hu, 2015. november 12. napja és 2015. november 19. napja között | [A PR cikkek teljes tartalma a vizsgálati jelentés 5.10. számú mellékletében került ismertetésre.] Példa: „ Ezek négyezer fajta terméket érintenek majd, és akár 70 százalékos árcsökkenést jelentenek. ” (444.hu) „... november 20-án akár 70 százalékot is | |

²³ VJ/65-2/2016. számú beadvány CD mellékletén található word fájlok

²⁴ VJ/65-16/2016. számú adatszolgáltatás mellékletei.

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenési jellemzők | Kereskedelmi kommunikáció szövege | Képi megjelenés |
|---|--------------------------------------|---|-----------------|
| | | <p>spórolhat, ha rendel az internetről...” (Dívány) „Mások előtt értesülhet az Extreme Digital 70 százalékos árengedményeiről.” (HVG)</p> | |
| <p>televízió-interjú Várkonyi Balázssal</p> | <p>MOKKA, TV2, 2015. november 6.</p> | <p>„ (...) - Hát a novemberi szezonban indul. Tavaly azt gondolom, hogy bátran mi vezettünk be egy úgynevezett Black Friday akciót, ez a Fekete péntek, ez november utolsó heteiben szokott lenni Amerikában és most már Európa is kezdi átvenni, itt indul az, hogy nagyon nyomott árakon, nagyon kedvező, akár 50, 70% kedvezményekkel jövünk elő, jönnek elő a többi web áruházak és így sarkalljuk arra az embereket, hogy az online vásárlást válasszák.</p> <p>- És ennek van egy fix napja egyébként ennek a Black Friday-nak? Vagy ezt mindenki saját maga dönti el éppen ezt?</p> <p>- Hát általában november utolsó hetében szokott lenni, van fix napja, de ezt az utolsó pillanatokig titokban tartjuk mi is, úgyhogy sajnos most egyelőre nem tudok mondani. Az emberek várják, mert tényleg például mi ezen az egy napon több mint 500 millió forint kedvezményt adunk a termékeinkből, tehát abból a kínálatból körülbelül 50.000 terméket kívánunk eladni ezen a napon, úgyhogy jelentős kedvezmények és jelentős akciók várhatók.</p> <p>- Amúgy ezen a napon kívül, ezzel egy időben, feltételezem körülbelül megkezdődik az az időszak is, amikor az emberek elkezdnek mondjuk így karácsonyra készülődni, tehát vásárolni.</p> <p>- Így van, tehát ez azért a főpróbája a karácsonynak, nálunk is az ügyfélszolgálatnak, a web oldalnak, a raktárnak, egy olyan leterhelés, ami biztosítja azt, hogy a karácsonyt bírjuk, azért itt rengeteg csomagot kell feladni, tehát azért naponta több ezer, akár tízezer darab csomagot is kézbesítünk csak mi, illetve az összes online shop ugyanezzel a dologgal szembesül. (...)”</p> | |

IV.2. A 2015. november 20-i Black Friday akcióban részt vevő termékek köre

24. A Black Friday kampány keretében az akcióban részt vevő, kedvezménnyel elérhető termékek száma [üzleti titok] db volt.²⁵
25. A „Black Friday” akció során kedvezményesen kínált termékek részletes listáját a Vj/65-13/2016. számú irat 7. számú melléklete tartalmazza.²⁶

²⁵ P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 5. pontja, az irat átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként.

²⁶ Részletes lista az Extreme Digital Zrt. P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD-mellékletén található „7. melléklet” elnevezésű excel táblázat alapján, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként, nyomtatott formában a VJ/65-13/2016. számú irat 3/B. számú mellékleteként.

26. Az alábbi táblázat a Black Friday kampány során az Extreme Digital által biztosított kedvezmények mértékét és az adott kedvezménysávhoz tartozó termékek fajtájának számát jelöli.²⁷

| Kedvezmény mértéke (%) | A kedvezményes termékek száma | A kedvezményes termékek aránya |
|--|-------------------------------|--------------------------------|
| 0-9,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 10-19,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 20-29,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 30-39,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 40-49,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 50-50,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 60-69,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 70-79,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| 80-89,99 | [üzleti titok] | [üzleti titok] |
| Összes kedvezményesen elérhető termék | [üzleti titok] | [üzleti titok] |

27. A fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a legtöbb termék 10-19,99% kedvezménnyel volt megvásárolható, ez összesen [üzleti titok] féle terméket jelent, amely az akciós termékkör [üzleti titok] %-a. Ezen túlmenően jelentős mennyiségű, [üzleti titok] féle termék volt 20-29,99% kedvezménnyel volt elérhető, ez az akciós termékkör [üzleti titok] %-a.
28. Jelentős, 50% vagy azt meghaladó kedvezménnyel mindösszesen [üzleti titok] féle termék volt elérhető, ez az akciós termékkör [üzleti titok] %-a. Különösen magas, 70%-os mértékű vagy azt meghaladó kedvezmény az akciós termékkör [üzleti titok] %-a esetén volt elérhető, amely elérhetőség értelemszerűen az 50% vagy azt meghaladó kedvezménnyel érintett termékek körén belül értelmezendő.
29. Az 50% vagy azt meghaladó kedvezménnyel az alábbi típusú termékek voltak elérhetőek: webkamera, biztonságtechnikai kamera, notebook táskák, játék szoftverek, mobil- és tablet tokok, mobil-és tablet védőfóliák, mobiltöltők, headsetek, vezeték nélküli optikai egerek, selfie bot, fülhallgatók, kéziszerszám készlet, távolságmérő, lámpák, vezeték nélküli mobil töltő állvány, játék járművek (gyermek játék), karórák, porszívók, mikroszkóp szett, autóponyva, alumínium serpenyők, sütőtálak, edényszárító, vízszűrő kancsó, kerti lapát, orrfülszűrőzet vágó, elemlámpa, elektromos fogkefe, valamint wellness és fitness szolgáltatások. Ez összesen [üzleti titok] típusú termék a vállalkozásnál elérhető [üzleti titok] típusú termékből.
30. A [üzleti titok] típusú terméken belül 70% vagy azt meghaladó kedvezménnyel mindösszesen [üzleti titok] féle termék volt elérhető. Ezek a termékek a következők voltak:

²⁷ P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 6. pontja, az irat átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként.

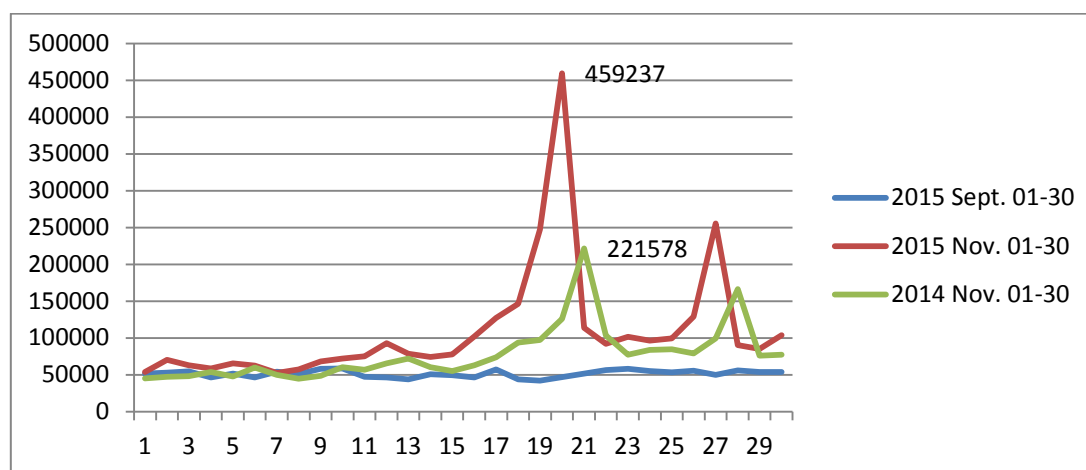
| Termék megnevezése | Termék eredeti ára (Ft) | Termék kedvezményes ára (Ft) | Kedvezmény (%) |
|---|--------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|
| NOTEBOOK TÁSKA Hama Universal, 10,2" | 1 990 | 499 | 74,92 |
| VILÁGÍTÁS FÉNYFORRÁS Panasonic LDAHV5L27CFE14EP Candle opál búrás LED gyertya égő | 3 990 | 1 190 | 70,18 |
| VILÁGÍTÁS FÉNYFORRÁS Panasonic LDRHV7L27WG10EP energiatakarékos led lámpa | 5 990 | 1 390 | 76,79 |
| JÁTÉK VEZÉRLŐ GAMING Hama USB HUB 5 Port, PS4 játékkonzolhoz | 3 990 | 990 | 75,19 |
| JÁTÉK VEZÉRLŐ GAMING Hama "Play and Charge" játék közbeni töltő készlet Xbox One | 3 790 | 990 | 73,88 |
| JÁTÉK VEZÉRLŐ GAMING Hama USB HUB 4 részes Xbox One konzolhoz | 3 990 | 990 | 75,19 |
| JÁTÉK KREATÍV Moon Loom Gumikarkötő készlet, kicsi | 2 990 | 790 | 73,58 |
| JÁTÉK KREATÍV Moon Loom Gumikarkötő készlet, nagy | 3 990 | 1 190 | 70,18 |
| JÁTÉK SZOFTVER Skylanders Trap Team Starter Tablet játék | 18 990 | 3 990 | 78,99 |
| LAKÁSDEKOR VILÁGÍTÁS Rábalux Solarin glass kültéri napelemes lámpa (8502) | 2 250 | 590 | 73,78 |
| LAKÁSDEKOR VILÁGÍTÁS Rábalux Zeus LED lámpa (2399) | 10 700 | 3 190 | 70,19 |
| LAKÁSDEKOR VILÁGÍTÁS Rábalux Spot beépíthető lámpa (1118) | 10 700 | 3 190 | 70,19 |
| LAKÁSDEKOR VILÁGÍTÁS Rábalux Spot beépíthető lámpa (1112) | 10 450 | 3 090 | 70,43 |
| LAKÁSDEKOR VILÁGÍTÁS Globo Azot falikar (56442-3) | 17 680 | 3 590 | 79,69 |
| LAKÁSDEKOR VILÁGÍTÁS Globo Amoena falilámpa (56444-3) | 19 550 | 4 690 | 76,01 |
| SOFTWARE McAfee Internet Security | 6 990 | 1 990 | 71,53 |
| MOBIL TOK Acme SC02 iPhone 5/5S tok, fekete | 1 990 | 490 | 75,38 |
| MOBIL TOK Acme SC02 iPhone 5/5S tok, átlátszó | 1 990 | 490 | 75,38 |
| LAKÁSDEKOR VILÁGÍTÁS Globo Amoena mennyezeti lámpa (56444-4) | 23 320 | 6 890 | 70,45 |
| JÁTÉK ELEKTRONIKUS Zibits távírányítós robotok, Atomikopter | 2 990 | 890 | 70,23 |
| JÁTÉK ELEKTRONIKUS Zibits távírányítós robotok, Katapult | 2 990 | 890 | 70,23 |
| JÁTÉK ELEKTRONIKUS Zibits | 2 990 | 890 | 70,23 |

| Termék megnevezése | Termék eredeti ára (Ft) | Termék kedvezményes ára (Ft) | Kedvezmény (%) |
|---|-------------------------|------------------------------|----------------|
| távírányítós robotok, Rakétakilövő | | | |
| MOBIL TOK Dicota iPhone 4S mintás hátlap, fehér | 1 990 | 490 | 75,38 |
| MOBIL TOK Dicota iPhone 4S mintás hátlap, fekete | 1 990 | 490 | 75,38 |
| MOBIL TOK Venom iPhone 4S flip tok védőfóliával, fekete | 1 990 | 490 | 75,38 |
| MOBIL TOK Venom iPhone 4S flip tok védőfóliával, piros | 1 990 | 490 | 75,38 |
| MÉDIA LEJÁTSZÓ Elonex iGame V60 játékkonzol, 10 játék | 39 990 | 7 990 | 80,02 |

IV.3. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat hatása

IV.3.1. A weboldal látogatottsága a kampány idején

31. Az Extreme Digital nyilatkozata szerint az akció napján, 2015. november 20-án Google Analytics adatok alapján az oldal megtekintések száma a megszokott 87-szeresére növekedett. A weboldalra érkező felhasználók száma pedig az átlagos mintegy nyolcszorosa volt. A megrendelések száma az Extreme Digital ügyviteli rendszere szerint 50 673 db volt, amely a normál átlag 12,5-szerese.²⁸
32. A stabil kiszolgálás érdekében a vállalkozás bevezetett egy forgalomszabályozó rendszert, melynek következtében egyszerre csak meghatározott számú fogyasztó tartózkodhatott a webshopban, így elkerülve a rendszer összeomlását.²⁹
33. A weboldal látogatottságát, és az akció ismertségét, keresettségét az alábbi ábra szemlélteti.³⁰



²⁸ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 3. pontja szerint, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként.

²⁹ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 3. pontja szerint, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként.

³⁰ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD-mellékletén található „1 számú melléklet” elnevezésű excel fájl „Összefoglaló” elnevezésű fül szerint, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként, nyomtatott formában a VJ/65-13/2016. számú irat 3/A. számú mellékleteként.

IV.3.2. Fogyasztói kosár jellemzői a kampány idején

34. Az eljárás alá vont úgy nyilatkozott, hogy egy vásárlói kosár megközelítőleges értéke a 2015-ös „Black Friday” kampány során [üzleti titok] Ft volt, és egy vásárlói kosárban [üzleti titok] db termék volt.³¹
35. Az adatokat az eljárás alá vont Analytics méréssel határozta meg, így annak pontossága előadása szerint kérdéses.

IV.3.3. Az érintett termékekből származó bevétel és egyéb forgalmi adatok

36. Az Extreme Digital értékesítésének nettó forgalma adatszolgáltatás keretében tett előadása szerint 2015. november 20-án [üzleti titok] Ft volt.³²
37. Itt kívánja megjegyezni az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont adatszolgáltatás keretében csatolt³³ egy excel fájlt, amely többek között tartalmazza a Black Friday akció keretében értékesített mind a [üzleti titok] terméket a korábbi és a Black Friday napján (2015. november 20.) érvényes termékárát, a megrendelt és a ténylegesen eladott termékszámokat. Az eljáró versenytanács ezen excel fájl alapján valamennyi termék esetében a Black Friday akciós árat és a ténylegesen eladott darabszámot összeszorozta, majd az egyes termékek esetében kapott ténylegesen elért árbevételt összeadta és ez alapján [üzleti titok] Ft összegű árbevételt állapított meg.
38. Az eljárás alá vont a kampányt követően valószínűsíthetően kiadott egy sajtóközleményt a Black Friday-kampány statisztikai adataival. Ez az Extreme Digital honlapján az archív iratok között jelen dokumentum írásakor nem található meg, azonban több internetes portál³⁴ közzétette az alábbi információkat:
- i. „Eladási csúcsot döntött az Extreme Digital a Black Friday-en.”
 - ii. „A vállalat november 20-ára időzített akciós napjára 1,3 millió ember volt kíváncsi, akik mintegy 80 ezer terméket vásároltak meg.”
 - iii. „2001-es megalapítása óta még sosem kereste fel egyidejűleg annyi érdeklődő az Extreme Digital üzleteit, mint az idén november 20-ára meghirdetett Black Friday napján. Nem csak a cég üzleteiben volt tömeg, az érdeklődők reggel 7 óra előtt nem sokkal megrohmozták a www.edigital.hu oldalt is.”
 - iv. „A Black Friday napján az Extreme Digital minden korábbi eladási rekordját megdöntötte, egy átlagos munkanap forgalmának sokszorosát – 50 ezer tranzakciót, ezen belül pedig összesen 80 ezer darab termék eladását – bonyolította le éjfélig.”
 - v. „A cég összesen bruttó 498 millió forintnyi kedvezményt osztott szét az akciós áron elérhető termékek vásárlói között.”
 - vi. „A vásárlók 40 százaléka újonnan regisztrált az Extreme Digital oldalára, az okostelefonok és táblagépek térhódítását pedig jól jelzi, hogy az érdeklődők 30 százaléka ilyen eszközről kereste fel a webáruházat.”
 - vii. „Az összes termék közül a legtöbb a Kingston DataTraveler márkájú pendrive 8 gigabájtos, fémházaz változatából fogyott a Black Friday-en, de egy sor jóval nagyobb értékű termékkategória is hatalmas eladásokat produkált.”
 - viii. „Az Extreme Digital Black Friday-ének legnagyobb eladási számai:
 - 6000 darab okostelefon
 - 2500 darab porszívó

³¹ Vj/65-27/2016. számú irat 6. pontja

³² Vj/65-19/2016. számú irat 2. pontja

³³ Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 3. pontja szerint, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 7. számú mellékleteként.

³⁴ Forrás: <http://www.uzletresz.hu/vallalkozas/20151123-black-friday-fekete-pentek-extreme-digital-eladasi-csucs.html>, <http://pdfanclub.hu/eladasi-csucsot-dontott-az-extreme-digital-a-black-friday-en/>, <http://markamonitor.hu/piac/Eladasi-csucsot-dontott-az-Extreme-Digital-a-Black-Friday-en/1217/>, <http://tech2.hu/eladasi-csucsot-dontott-a-black-friday-2015-az-extreme-digitalnal/>, letöltés: 2017. szeptember 22.

- 2500 darab táblagép
- 2000 darab televízió
- 2000 darab lakberendezési termék a KIKA-tól
- 1000 darab Bosch porszívó 50% árkedvezménnyel
- 1000 darab játékkonzol
- 1000 darab notebook
- 800 darab fényképezőgép
- 600 pár Converse edzőcipő
- 500 darab autógumi
- 100 darab kerékpár
- 100 darab utazás”

V.

Az eljárás alá vont vállalkozás előadása

V.1. Black Friday kampány eljárás alá vont általi ismertetése

39. A „Black Friday” hazai ismertségével kapcsolatban úgy nyilatkozott, hogy tudomással bír arról ugyan, hogy a „Black Friday” jelenséggel különböző hazai fórumok foglalkoznak, azonban e körben elvégzett fogyasztói kutatási eredményekről nincs tudomása, azzal maga sem rendelkezik.³⁵
40. Az Extreme Digital szerint általánosságban elmondható, hogy a Black Friday kampányok célja nem az azonnali profit realizálás, ugyanis szinte minden esetben veszteséggel zárul az akció, annak rövid távú megtérülése nem várható. A fő cél és a fő üzenet, legalábbis az online értékesítéssel foglalkozó cégek számára, hogy Magyarországon az elektronikus kereskedelem minél elterjedtebb legyen, és az emberek merjenek rendelni elsődlegesen a magyar vállalkozásoktól, épüljön a bizalom és létrejöhessen egy hosszabb távú együttműködés, elősegítve az egységes digitális hazai piac létrejöttét. Az Extreme Digital által forgalmazott és a Black Friday kampány idejében népszerű termékek haszonkulcsa alacsony, ami azt mutatja, hogy a kampányok célja nem a profitszerzés, hanem az elektronikus kereskedelem népszerűségének növelése. Az USA-ból kiinduló kampányok célja sem az azonnali profit realizálás volt, hanem a karácsonyi szezon indítása, a további kapcsolatok megalapozása.³⁶
41. Az eljárás alá vont tapasztalatai szerint a fogyasztói észlelés szempontjából a „Black Friday” kampány Magyarországon jelentős mértékben az elektronikus kereskedelemhez köthető. Az Amerikai Egyesült Államokban tapasztaltakhoz képest itthon kevésbé a boltokban egymással versengő vásárlók tömege a jellemző, hanem, hogy a fogyasztók azt észlelik, hogy az eddig kevésbé vagy ritkán használt felületen/vásárlási módon (elektronikus kereskedelem) jelentős mértékű akcióhoz juthatnak.³⁷
42. A kampány hatása tekintetében az Extreme Digital azt nyilatkozta, hogy feltehetően az elektronikus kereskedelem évről évre népszerűbb a webáruházak által hirdetett kampányok miatt. Ahogy a látogatottsági adatokból is látszik, ezen időszakban a weboldal látogatottsága magasabb volt, mint a kampánnyal nem érintett időszakban, így az Extreme Digital ismertsége feltehetően szélesebb lett a magyar internet használók körében. És a rengeteg elégedett vásárló miatt feltételezhetően a felhasználói bizalmat is sikerült építeni az elektronikus kereskedelemmel kapcsolatban.³⁸
43. Az Extreme Digital álláspontja szerint a kampány sikeressége ilyen rövidtávon nem érzékelhető, ugyanis annak hosszútávú hatásai azok, amelyek a sikerességet igazolhatják.

³⁵ Vj/65-2/2016. számú irat 5. pontja

³⁶ Vj/65-2/2016. számú irat 5. pontja

³⁷ Vj/65-2/2016. számú irat 5. pontja

³⁸ Vj/65-2/2016. számú irat 6. pontja

Gazdaságilag az Extreme Digital-nál a 2015. évben végrehajtott akció nem volt nyereséges, úgy gondolják azonban, hogy a cég folyamatos fejlődéséhez, az online értékesítések számának, értékének folyamatos növekedéséhez az akció mindenképpen hozzájárult.³⁹

44. Az Extreme Digital az alábbi vállalkozásokat tekinti főbb versenytársainak: S.C. DANTE INTERNATIONAL S.A. (emag.hu), MS E-Commerce Kft. (Media Markt), Vöröskő Kft. (euronics.hu), Internet Mall Hungary Kft. (mall.hu), Ramiris Europe Kft. (bestbye.hu)⁴⁰

V.2. Az Extreme Digital jogi álláspontja a vizsgált kereskedelmi kommunikációval kapcsolatosan

45. Az Extreme Digital álláspontja szerint az akció keretében megfelelően kommunikálta a kedvezmény mértékeket, és a termékei széles körére volt alkalmazható ezen állítás. Az általa csatolt dokumentumokból is kiderül véleménye szerint, hogy több mint 250 termék esetében teljesült az az állítás, hogy a termék legalább 50% feletti kedvezménnyel megvásárolható.⁴¹
46. Az Extreme Digital fenti állítása alátámasztására hivatkozott a Versenyhivatal elvi jelentőségű döntéseire, amelyek szerint:
- „az „akár” szó tájékoztatásokban való alkalmazása nem szükségszerűen megvalósuló lehetőséget jelent, azonban a tájékoztatásban megfogalmazott ígéret szempontjából nem egy elméleti, hanem egy reális lehetőséget kell, hogy jelentsen”,
 - „[...] Nem versenyjogi elvárás tehát, hogy az „akár” szóval felvezetett reklámígéret minden esetben megvalósuljon”,
 - az „akár” fordulatot használó reklám megtévesztőnek minősülhet abban az esetben, ha a tájékoztatást közzétevő vállalkozásnak nincs olyan terméke, melyre a hirdetett mérték jellemző”. (I.6.48. pont)⁴²
47. Álláspontja szerint az Extreme Digital megfelelt a fenti feltételeknek, amikor a tájékoztatásában az „akár 50-70%-os” kedvezményt esetlegesen megígérte, ugyanis a vásárlóknak reális lehetősége volt arra, hogy több mint 250 terméket ezen kedvezménysáv kategóriában vásárolhasson meg. A fenti kedvezmény nem egy elméleti kategória volt, hanem ténylegesen elérhetőek voltak termékek ezekben a kedvezmény sávokban. Hozzáteszi még, hogy a tájékoztatásaiban nem állította, hogy csak ebben a sávban nyújt kedvezményeket.⁴³
48. Az Extreme Digital álláspontja szerint – amelyet a GVH gyakorlata által is megerősítettnek tekint – az akár szó alkalmazása azt üzeni a fogyasztóknak, hogy van reális lehetőségük arra, hogy bizonyos termékek esetében realizálódjon ez a kedvezmény, de ez a kedvezmény sáv nem minden esetben érhető el.⁴⁴
49. Az Extreme Digital szerint tehát nem terhelte olyan kötelezettség a fenti esetben, hogy minden terméket 50-70%-os kedvezménnyel értékesítsen, ezt nem is állította. E vonatkozásban tehát, a fogyasztókat nem tévesztette meg, a fogyasztóknak lehetőségük volt ezen sávban is termékeket vásárolni.⁴⁵
50. Az Extreme Digital álláspontja szerint megtévesztés nem állapítható meg, ugyanis bizonyítottan több száz terméke volt elérhető az adott kedvezmény sávban.⁴⁶ Az „akár” kifejezéssel nem sértették a fogyasztói érdekeket, ugyanis a meghirdetett termékek mintegy 5%-át meg lehetett vásárolni a legnagyobb kedvezményekkel.⁴⁷

³⁹ Vj/65-2/2016. számú irat 7. pontja

⁴⁰ Vj/65-9/2016. számú irat 5. pontja

⁴¹ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁴² Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁴³ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁴⁴ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁴⁵ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁴⁶ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁴⁷ Vj/65-28/2016. számú irat 2. pontja

51. Véleménye szerint a fenti állítását igazolja az a videóbanner is, amellyel a Black Friday kampányt hirdette meg, ugyanis a banner előterében a 30%-os kedvezmény kap kiemelt jelentőséget, nem pedig az 50-70% közötti kedvezmény sáv.⁴⁸
52. Az Extreme Digital hivatkozott arra a versenyhivatali elvárára is, miszerint a fogyasztókat a döntés meghozatala előtt reálisan tájékoztatni kell az „akár” ígérettel elérhető termékek köréről. Mivel a társaság webáruházként bonyolította le a Black Friday kampányt, így a fogyasztóknak a weboldalon történő böngészése egyértelműen lehetővé tette annak megismerését, hogy mely termékek érhetők el 10/20/50/70%-os kedvezménnyel. Az Extreme Digital rámutatott, hogy sehol, semmilyen körülmények között nem állította azt, hogy minden terméke elérhető az 50-70%-os kedvezmény sávban, azonban a fogyasztóknak meg volt a reális lehetősége arra, hogy ezen kedvezményekkel vásároljanak termékeket.⁴⁹
53. Az Extreme Digital szerint - körülnézve a hazai reklám kommunikációkban - megállapítható, hogy naponta fordulnak elő hasonló, illetve ugyanilyen reklámakciók, a fogyasztók jól ismerik azok jelzéseit, tisztába vannak azzal, hogy a „reklámfogások” mit tartalmaznak. Álláspontja szerint tehát nem követett el jogsértést, a fogyasztók nagyon is tudták, hogy mit jelent reklámkampány, és jónéhányan igen jelentős megtakarítást értek el a Black Friday idején eszközölt vásárlásukkal.⁵⁰
54. Összességében jogi álláspontjának zárásaként kiemelte, hogy az Extreme Digital úgy járt el, ahogy az az adott helyzetben elvárható, illetve lehetséges volt. A versenyszabályokat nem sértette meg, a fogyasztók hátrányára sem szándékosan, sem gondatlanul nem követett el jogsértést, nem követett el megtévesztést, különösen olyan megtévesztést, ami számára előnyöket, a fogyasztók számára hátrányokat okozott volna.⁵¹
55. Álláspontja szerint különösen alátámasztja ezt, hogy a fogyasztók nem reklamáltak amiatt, hogy nem 70%-os kedvezménnyel jutottak a termékekhez, ennek ellenére a kínálat túlnyomó része elkelt, s az akció sikerét az is bizonyítja, hogy rá egy évre, a 2016. évi Black Friday akció idején még nőtt is az érdeklődés, s továbbá nőtt a hasonló akciót hirdető kereskedelmi egységek száma.⁵²
56. Mindezek alapján a versenyszabályok megsértésére vonatkozó felelőssége megállapításának mellőzését kéri a GVH-tól. Kéri, hogy amennyiben felelőssége a fenti tények ellenére mégis megállapításra kerülne, a GVH vegye figyelembe a KKV-törvény 12/A. § (1) bekezdésének rendelkezéseit⁵³, tehát kéri a kógens szabályozás alapján bírság kiszabását mellőzését és figyelmeztetés alkalmazását.⁵⁴
57. Az Extreme Digital úgy gondolja, hogy a 2015. évi Black Friday akció során nem sértette meg a versenyszabályokat, ettől függetlenül kész egy kötelezettségvállalás alkalmazására.⁵⁵ Az eljárás alá vont ennek apropóján személyes meghallgatását kérte, amelyre 2017. május 3-án lehetőséget kapott. A megbeszélésen a kötelezettségvállalással kapcsolatosan kért iránymutatást a vizsgálótól.⁵⁶ Az Extreme Digital ezt követően tájékoztatta GVH-t, hogy előkészített egy fogyasztók részére indítandó oktató-nevelő célzatú televíziós programot, amely a tudatos vásárlói magatartás kialakítását segítené. Kéri, hogy az eset összes körülményei alapján ezt a lehetőséget még akkor is biztosítsa számára a Versenytanács, ha felelősségét megállapítaná.⁵⁷

⁴⁸ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁴⁹ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja, Vj/65-51/2016. számú irat III. része

⁵⁰ Vj/65-51/2016. számú irat II. része

⁵¹ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja, Vj/65-51/2016. számú irat III. része

⁵² Vj/65-51/2016. számú irat III. része

⁵³ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3 pontja

⁵⁴ Vj/65-51/2016. számú irat III. része

⁵⁵ Vj/65-28/2016. számú irat 3. pontja, Vj/65-51/2016. számú irat III. része

⁵⁶ Vj/65-24/2016. számú jegyzőkönyv

⁵⁷ Vj/65-51/2016. számú irat III. része

58. Az Extreme Digital hangsúlyozta, hogy a társasággal szemben egyetlen egy alkalommal sem indult versenyfelügyeleti eljárás, illetve nem kapott marasztaló szankciót. Álláspontja szerint ez a tizenöt éves működést figyelembe véve - és a piacvezetői státuszt is beleértve - sikernek tekinthető. Hosszú évek munkája alapján érte el, hogy a piacon jelen van, az online értékesítést végző cégek közül a fogyasztók számolnak velük.⁵⁸

V.3. Az Extreme Digital jogi álláspontja a KKV-besorolás vonatkozásában

59. Az Extreme Digital álláspontja szerint a vállalkozás besorolása 2015. évben a KKV-törvény alapján kétséget kizáróan kis- és középvállalkozás (a továbbiakban: KKV) volt. A jogi szabályozás szerint két feltétel szükséges, az egyik a foglalkoztatotti létszám, a másik az éves nettó árbevétel vagy a mérlegfőösszeg. Ez utóbbinál vagylagos előírásról van szó, tehát a vállalkozásnak a vagylagos feltételek egyike alatt kell maradnia. Az Extreme Digital hivatkozik arra, hogy a szakirodalomban több elemzés is található ezzel kapcsolatban, különösen arra kívánja a figyelmet felhívni, hogy a mérlegfőösszeg alkalmazása azért lehetséges, mert a kereskedelmi vállalkozásoknál nem reális képet mutat az árbevétel.⁵⁹
60. Az Extreme Digital előadta, hogy a KKV-törvény 5. § (3) bekezdése alapján a 2015-ös év besorolásánál a 2013. és 2014. év adatait kell figyelembe venni, ez egyértelműen alátámasztja azon állítását, hogy a vizsgált időszakban az Extreme Digital KKV-nak minősült.⁶⁰
61. Az eljárás alá vont képviselője a 2017. május 3-i személyes meghallgatáson előadta, hogy álláspontja szerint a KKV-kénti minősülés megállapításához nem kizárólag a nettó árbevétel, hanem vagylagosan a mérlegfőösszeg veendő figyelembe. E körben jelezte, hogy véleménye szerint a fogyasztóvédelmi hatóság több alkalommal is elfogadta már ezen álláspontjukat, és KKV-nak tekintette őket, mivel mérlegfőösszegük a 43 millió eurót nem haladta meg.⁶¹
62. Az Extreme Digital előadta továbbá, hogy a társaság KKV-ként történő megítélése kérdésében szakmai álláspontot kérése céljából egy elismert szakmai céghez fordult, a PENSUM-AUDIT Kft.-hez, amit azért tart fontosnak, mert álláspontja szerint a GVH által vizsgált időszakban, 2015. november hónapban az Extreme Digital KKV-nak minősült, ami versenyfelügyeleti szempontból más megítélés alá esik, mint egy nagyvállalt. A PENSUM-AUDIT Kft. 15 éves szakmai tapasztalattal rendelkezik, tagja a Magyar Könyvvizsgálói Kamarának, jól felkészült szakembereket foglalkoztat. Kéri, hogy a PENSUM-AUDIT Kft. szakmai állásfoglalást a GVH szíveskedjenek álláspontja kialakításánál figyelembe venni.⁶²
63. A PENSUM-AUDIT Kft. szakmai álláspontjának ismertetése során az alábbiakat fejtette ki (a kis- és középvállalkozások meghatározása résztől az eljáró versenytanács eltekint, mert a módszertan kérdésében nem különbözik álláspontja az eljárás alá vontétól).⁶³
- „A [Extreme Digital Zrt. pénzügyi adatait] figyelembe véve minden kétséget kizáróan megállapítható, hogy az Extreme Digital Zrt. 2015-ben KKV-nak minősült, ugyanis a foglalkoztatotti létszáma sem 2013-ban, sem 2014-ben nem érte el a 250 főt, valamint a mérlegfőösszege sem érte el egyetlen alkalommal sem a törvényben meghatározott 43 millió eurónak megfelelő forint összeget.*
- Ahogy fentebb is kifejtésre került, az érintett vállalkozás adatainak legalább két alkalommal túl kell lépnie vagy el kell maradnia a határértékektől. Az Extreme Digital Zrt. egyetlen egy alkalommal sem lépte túl a törvényben megállapított határértékeket.*
- 2016 vonatkozásában [...] megállapítható, hogy az Extreme Digital Zrt. 2016. évben is KKV-nak minősült, ugyanis egyetlen olyan beszámoló sem áll még rendelkezésre, amely alapján más besorolást kellene elvégezni.*

⁵⁸ Vj/65-2/2016. számú irat 9. pontja

⁵⁹ Vj/65-28/2016. számú irat 1. pontja

⁶⁰ Vj/65-28/2016. számú irat 1. pontja

⁶¹ Vj/65-24/2016. számú jegyzőkönyv

⁶² Vj/65-48/2016. számú irat

⁶³ Vj/65-48/2016. számú irat melléklete

Egyebek mellett megjegyezzük, hogy az Extreme Digital Zrt. álláspontunk szerint 2017-ben is KKV-nak minősül, ugyanis ezen év vonatkozásában sem állt rendelkezésre két olyan beszámoló, amely alapján másik besorolást kellett volna alkalmazni.

4. A kapcsolt vállalkozásokra vonatkozó előírások

Az előzőekben rögzített állásfoglalásunkat befolyásolná a kapcsolt vállalkozásokra vonatkozó előírások. A KKV. tv. 4.§ (4) bek. szabályozza ezt, ami lényegébe véve azt jelenti, hogy a kapcsolt vállalkozások létszám és árbevétel (vagy mérlegfőösszeg) adatait hozzá kell adni a vizsgált vállalkozás adataihoz, ezzel együtt kell a minősítést elvégezni.

2015. december 14-én tulajdoni részesedést szerzett az Extreme Digital Zrt-ben az ausztriai székhelyű Genesis Investments Alpha GmbH.

Álláspontunk szerint az Alpha Genesis részvényszerzése 2015 és 2016-os évek vonatkozásában irreleváns. A Gazdasági Versenyhivatal 2015. december 1. napján hozott határozatot az irányításszerzés engedélyezése tárgyában.

A nyilvános adatok alapján megállapítható, hogy az Alpha Genesis tulajdonszerzése az Extreme Digital Zrt.-ben 2015. december 14. napján hatályosult. A KKV. törvény értelmében, ahogy korábban is kifejtésre került az adott év vonatkozásában az érintett vállalkozás, akkor veszíti el a KKV minősítést, ha a két rendelkezésre álló beszámoló adatai alapján az értékek meghaladják a KKV. törvényben foglalt értékeket. Az Alpha Genesis tulajdonszerzése így a vállalkozás minősítése alapján csak 2016-ban és 2017-ben bír relevanciával, ugyanis ha figyelembe kell venni mint partner vagy kapcsolt vállalkozást a besorolást, akkor is csak két év múlva kell elvégezni. Így még 2016-ban sem veszítette el KKV besorolását az Extreme Digital Zrt., ugyanis akkor még nem volt olyan beszámoló (2015 az utolsó), amelyben figyelembe kellene venni az Alpha Genesist, mint részvényest.

Összefoglalva tehát szakmai álláspontunk a következő:

Az Extreme Digital Zrt. 2015-ben és 2016-ban is KKV-nak minősült.”

64. Az Extreme Digital álláspontja szerint a társaság KKV-státuszának a versenyfelügyeleti eljárásra egyértelmű hatása van.⁶⁴
65. Az eljárás alá vont kiemelten hivatkozik a Kúria közigazgatási-munkaügyi jogegységi tanácsa 2/2013. jogegységi határozatára, különösen annak III. pontja első mondataira, miszerint „[a] kis- és középvállalkozásokra vonatkozó Kkv. tv. hatályra vonatkozó rendelkezéseiből, és az érintett 12/A. §-ra vonatkozó alcím tartalmából kitűnik, hogy a 12/A. § - az ebben a szakaszban nevesített kivételek figyelembevételével - valamennyi közigazgatási eljárásban alkalmazandó, amennyiben a vállalkozás megfelel a Kkv. tv. 3.§-ában rögzített kritériumoknak.”⁶⁵
66. Szintén kiemelten hivatkozik a Kúria Kfv.II.37.886/2015/7. számú határozatának [31] pontjára, amely az adott ügyben megállapítja, hogy „az alperesnek [Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóságnak] kötelessége lett volna vizsgálni a Kkv. tv. 12/A. §-ban foglalt feltételek fennállását, s amennyiben azok megállapíthatók, a bírság kiszabása helyett figyelmeztetést kellett volna alkalmaznia.”⁶⁶
67. Az Extreme Digital szerint azért van kiemelt jelentősége a jelen versenyfelügyeleti ügyben ennek, mert abban az esetben, ha az Extreme Digital KKV-nek minősül, vele szemben nem lehet bírságot kiszabni, hanem legfeljebb figyelmeztetést lehet alkalmazni.⁶⁷
68. Az Extreme Digital álláspontja szerint az a tény, hogy bizonyos vonatkozásban (online kiskereskedelem) piacvezető, nem releváns a KKV minősítés szempontjából, illetve ez a minősítés nem jelenti azt, hogy a társaságot a jelen eljárásban nem KKV-nek kell tekinteni és a figyelmeztetésen túl lehetőség van bírság kiszabására.⁶⁸

⁶⁴ Vj/65-51/2016. számú irat I. része

⁶⁵ <http://www.kuria-birosag.hu/hu/joghat/22013-szamu-kmje-hatarozat>

⁶⁶ <https://www.naih.hu/files/kfv-ii-37-886-215-7-kuria-itelet.pdf>

⁶⁷ Vj/65-51/2016. számú irat I. része

⁶⁸ Vj/65-51/2016. számú irat I. része

69. Az Extreme Digital előadta, hogy fontos kérdés az, mikor kell a KKV-nek minősülésnek fennállnia. Álláspontja szerint a társaság a vizsgált esemény idején (azaz a Black Friday időpontjában, 2015. november 20-án) KKV-nak minősült, sőt az úgynevezett kétéves szabály szerint még 2017-ben is annak minősül, lévén hogy a KKV-törvény 5. § (3) bekezdése szerint egy vállalkozás csak abban az esetben veszíti el, illetve nyeri el a KKV-minősítést, ha két egymást követő beszámolási időszakban túllépi az adott határértékeket vagy elmarad azoktól.⁶⁹
70. A vizsgálati jelentésre tett észrevételében az eljárás alá vont jelezte, hogy a vizsgálati jelentés szerint az Extreme Digital és a jelenlegi többségi tulajdonos, a Genesis Investments Alpha GmbH kapcsolt vállalkozásnak minősül, s erre való tekintettel nem áll meg a KKV minősítés. Ezzel kapcsolatban az Extreme Digital előadta, hogy az iratok között fellelhető cégmásolat (Vj/65-30/2016.) szerint a Genesis Investments Alpha GmbH 2015. december 14-én szerzett tulajdonrészét az Extreme Digital-ban, tehát a Black Friday időpontjában nem volt kapcsolat a cégek között, a már jelzett ún. kétéves szabály szerint pedig ennek hatását először 2018-ban kell vizsgálni.⁷⁰
71. Az Extreme Digital véleménye szerint a fentiekben kifejtettekkel és a vonatkozó beadványaival egyértelműen bizonyította, hogy az Extreme Digital a 2015. évi Black Friday időpontjában és jelenleg is KKV-nak minősült, illetve minősül.⁷¹

V.4. Az Extrem Digital észrevételei⁷² az előzetes álláspontra

72. Észrevételének I. részében a 2015. évi Black Friday akcióval kapcsolatos tevékenységét mutatta be. Ennek keretében előadta, hogy véleménye szerint a GVH azért tartja a versenyszabályokat sértőnek a 70%-os kedvezményre történő utalást, mert termékeinek nem túl jelentős részét kínálta ilyen kedvezménnyel.
73. Ekörben előadta, hogy a számokkal, a jelzett kedvezménnyel történő értékesítések arányaival nem ért egyet, a reklámjai egyáltalán nem fókuszáltak a 70%-os kedvezményre.
74. Az eljárás alá vont határozottan állította, hogy hirdetéseit nem tévesztették meg a fogyasztókat. Álláspontja szerint „jól tudták azok, akikhez reklámjaink eljutottak, hogy mit jelent az, hiszen hasonló vagy ezzel egyenlő reklámok tucatjai jelennek meg a hazai tömegkommunikációkban”.
75. Szakmai álláspontja szerint „a fogyasztók túlnyomó része azt szűrte le a kapott információból, hogy az akció idején jelentős kedvezmények vannak, s azok az áruk, amelyek a fogyasztók számára jelentősek, alacsonyabb áron elérhetőek, ezért következményekben megjelenő megtévesztést egyáltalán nem jelentettek ezek a reklámok”.
76. Ugyanis álláspontja szerint „a fogyasztók igenis nagyon jól tudták, hogy mit akar kifejezni, hiszen igen jelentős 30-50%-os és akár 70%-os megtakarítást is eredményező vásárlásokat eszközöltek, nem csalódtak az akciónkban”. Előadta, hogy a vásárlók nagy többsége jelentős kedvezményhez jutott ezen a napon, tehát a nagy tömegben fel sem merült a megtévesztés, hisz ezen a napon tényleg jól jártak.
77. Kiemelten kívánt hivatkozni a 2016. augusztus 25-i beadványára⁷³, ahol részletesen kifejtette az „akár” szó használatával kapcsolatos álláspontját, utalva a GVH elvi jelentőségű döntéseire. Nem tekinti relevánsnak az előzetes álláspont 122-123. pontjaiban megfogalmazott megállapításokat, ugyanis véleménye szerint az teljesen eltérő a hivatkozott GVH saját döntéseitől. Véleménye szerint a hivatkozott Advertising Standards Authority (a

⁶⁹ Vj/65-51/2016. számú irat I. része

⁷⁰ Vj/65-51/2016. számú irat I. része

⁷¹ Vj/65-51/2016. számú irat I. része

⁷² Lásd a Vj/65-56/2016. szám alatti írásbeli észrevételeket és a 2017. október 25-én megtartott tárgyaláson, a Vj/65-57/2017. számú jegyzőkönyvben rögzített előadásokat.

⁷³ Vj/65-51/2016.

továbbiakban: ASA)⁷⁴ döntés nem jogforrás, azt a magyar versenyfelügyeleti eljárásban aggályos alkalmazni.

78. A reklámköltségeken belül vitatta a jogsértőnek tartott részek arányát, véleménye szerint „nem fogadható el ugyanis, hogy a 30 milliós nagyságrendű reklámköltségből 24 milliós nagyságrendű a jogsértő, hiszen vannak köztük olyan tv-rádió anyagok, amelyek meg sem említik a 70 százalékot”.
79. Álláspontja szerint helytelen megítélés az, „amikor egy olyan reklámot, amiben utalás van vagy egyszer elhangzik az „akár 70%-os kedvezménnyel is lehet vásárolni” kifejezés, akkor az egész jogsértő, holott annak túlnyomóan jelentős hányada meg sem említi azt”. Ezek alapján vitatja az előzetes álláspont 1. számú mellékletében szereplő reklámköltséget.
80. Hozzátette, hogy amennyiben jogsértő a reklámokban elhangzó állítás, akkor az ahhoz kapcsolódó reklámköltséget egzakt mérhető módon nem lehet megállapítani, csak becsléssel.
81. Ez azonban az előzetes álláspontban eltúlzott, „az Önök által jogsértésnek tartott reklám kijelentés nagyságrendileg kevesebb költséget jelentő megítélést eredményezhet csak, tehát semmi szín alatt nem az összes reklámköltség mintegy 80 százaléka, álláspontunk szerint legfeljebb 10-20 százaléka”.
82. Hivatkozott arra is, hogy a reklámok jelentős része egy konkrét terméket hirdet, így azokkal kapcsolatban abszolút nem lehet a megtévesztést feltételezni.
83. Utalva a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 2/2015. számú közleményére vitatta a bírság kiinduló összegét, és kérte, hogy az jóval alacsonyabb mértékben kerüljön megállapításra.
84. Előadta, hogy az előzetes álláspont három közepes mértékű súlyosító körülményt tervez figyelembe venni. Ennek kapcsán vitatta, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat jelentős számú fogyasztót ért el, mivel „semmilyen módon nem lehet azt bizonyítani, hogy hány fogyasztóhoz ért el a kereskedelmi kommunikáció. Ugyanis a honlap látogatottsága nem azt jelenti, hogy a látogatókat megtévesztette, ez a megállapítás tehát megalapozatlan”.
85. Ugyanezt mondta el arról a megállapításról, hogy „a jogsértő üzenet erőteljes” volt. Előadta, hogy a közlemény a kereskedelmi gyakorlat intenzitását tartja minősítőnek, álláspontja szerint az erőteljes szó nem szinonim ezzel. Bár szubjektív megállapításról van szó, azonban úgy gondolja, hogy annak tényeken kellene alapulnia, ez pedig egyáltalán nincs így. Sehol semmi nem támasztja alá véleménye szerint azt, hogy bármilyen reklámkampánya erőteljes lett volna az érintett időszakban. Ekörben előadta, hogy az semmiben nem emelkedett ki más reklámokhoz viszonyítva, versenytársai is hasonló intenzitással reklámozták saját akcióikat.
86. A harmadik súlyosító körülményt kapcsán előadta, hogy a bevételei egyáltalán nem növekedtek, annak köszönhetően, hogy 70%-os árengedményt helyezett kilátásba. Úgy gondolja, hogy ez is teljesen szubjektív megítélés, nem felel meg a valóságnak.
87. Mindezek alapján kérte a tervezett súlyosító körülményeket kivétel nélkül figyelmen kívül hagyni.
88. Előadta, hogy az előzetes álláspont enyhítő körülményt nem említ. „Ugyanis azt, hogy cégünk ellen még soha nem folyt versenyfelügyeleti eljárás, azt, hogy úttörő módon szerveztük meg az azóta már országos jelentőségű akcióvá váló Black Fridayt, nem tartják enyhítő körülménynek. Mint ahogy azt sem tartják enyhítő körülménynek, hogy az akcióval vásárlók, fogyasztók nagy száma jutott kedvezményes vásárlási lehetőséghez”.
89. Előadta azt is, hogy „beszámolóikban jelezték, hogy az akció nem járt értékelhető eredménnyel, a Black Friday idején nem tudta eredményét növelni.”
90. A fentieket kérte a bírságkiszabás során pozitívumként figyelembe venni.
91. Az Extrémé Digital észrevételének II. részében a KKV besorolás kapcsán fejtette ki álláspontját, amely szerint a vizsgált esemény idején, tehát 2015. november 20-án a KKV-törvény alapján KKV-nak minősült.

⁷⁴ Az Egyesült Királyságban tevékenykedő független szabályozó szervezet.

92. Előadta, hogy az erre vonatkozó nyilatkozatát⁷⁵ 2017. július 5. napján előterjesztette, csatolta hozzá az állítását alátámasztó független könyvvizsgáló cég szakmai álláspontját. Nem tartotta szükségesnek, hogy a korábban előterjesztett nyilatkozatát megismételje, azonban kiemelte, hogy álláspontja szerint a KKV. törvény 3.§ (1) bekezdésében foglalt feltételeknek mind létszámi, mint mérlegfőösszegi tekintetben megfeleltek.
93. Hivatkozott arra, hogy a vizsgálati időszakban tudomására hozták, hogy a vizsgálat nem fogadja el a KKV minősítésüket. Ekörben leírta, hogy először az árbevétel volt kétségbe, melyet a mérlegfőösszeg vagylagos szabályával cáfolta meg. Később kapcsolt vállalkozásként vették számításba az Extrem Digitalt, ezt is visszautasította, ugyanis a cégbe új tulajdonosként, így kapcsolt vállalkozásként számításba vehetőként 2015. december 12. napján került a Steinhoff csoporthoz tartozó Alpha Genesis GmbH; tehát azt megelőzően nem minősülhetett ez kapcsolt vállalkozásnak.
94. Véleménye szerint a vizsgálat során közölt versenyhivatali megállapítások azt a látszatot keltik, hogy mindenképpen el kívánják marasztalni, nem részesülhet abban a kedvezményben, abban az előnyben, amit a hasonló vállalkozások megsegítésére, fejlődésének előmozdítására az Állam bevezetett. Pedig a 2015. decemberi, a GVH által is jóváhagyott, fent már jelzett fúzióig az Extreme Digital KKV-nak minősült, sőt álláspontja szerint utalva a KKV-törvény két éves szabályára, még az azt követő két évben is, így jelenleg is annak minősül.
95. Előadta, hogy az eljáró versenytanács úgy látszik elfogadta korábbi érvelésüket, de mivel valamiért mindenáron marasztalni akar, ezért új szempontokat keresett annak alátámasztására, hogy ne kelljen a KKV kedvezményt alkalmazni a jelen eljárásban; ezért állítja véleménye szerint az eljáró versenytanács azt, hogy az értékelést nem a cselekmény idején, hanem a vizsgálat idején kell elvégezni.
96. Álláspontja szerint ez ellentmond minden jogelvnek, ugyanis akkor kell a minősítést elvégezni, amikor a cselekményt elkövetik, így az esetében a 2015. november 20-i állapot a releváns. Úgy gondolja, hogy amennyiben nem így történik, azt a GVH-nak jogszabállyal kell alátámasztania.
97. Álláspontja szerint tehát „jogellenes és igazságtalan lenne, ha nem a cselekmény idején fennálló állapot szerint vizsgálnák a cég besorolását. Azt is figyelembe kell venni, hogy egy vizsgált társaság nem tudja befolyásolni azt, hogy az értékelt cselekményt követően mikor történik a vizsgálat, és így a valószínűleg kedvezőbb vagy kedvezőtlenebb is lehetne a megítélés”.
98. Véleménye szerint az újonnan felhozott „a GVH eljárása nem minősül hatósági ellenőrzésnek” szempont is aggályos. Véleménye szerint ez az új szempont „egyrészt bizonyítja, hogy mindenképpen marasztalni kívánnak bennünket hiszen, ha az előző nem áll meg, akkor helyette alkalmazható ez a szempont”.
99. Álláspontja szerint hivatkozott Kúria állásfoglalást az előzetes álláspontban rosszul értékeli, ugyanis a Kúria ebben egyértelműen kimondta, hogy „a piacfelügyeleti eljárás során az ügyfél engedély és/vagy bejelentés nélkül végzi az adott tevékenységét, és az MNB ezt teszi vizsgálat tárgyává, míg a hatósági ellenőrzésnél az engedéllyel vagy bejelentéssel végzett tevékenység jogszerűségét ellenőrzi”.
100. Előadta, hogy „a hivatkozott példában tehát az MNB is végez hatósági ellenőrzést, ugyanúgy, mint ahogy a GVH is megteszi ezt, ugyanis a versenyfelügyeleti eljárás során a vállalkozás által végzett tevékenység jogszerűségét vizsgálja a GVH”. Így álláspontja szerint a versenyfelügyeleti eljárás kvázi hatósági eljárás, kötelezés, bírságolás születik, az eljárás nagyrészt a közigazgatási hatósági eljárás szabályairól szóló törvény alapján történik.
101. Hivatkozott arra is, hogy a KKV-törvény kedvezményeinek alkalmazásával kifejeződik a jogalkotó azon szándéka, hogy a KKV-k szabálytalanságaik első alkalommal ne jelentsenek anyagi marasztalást.

⁷⁵ Vj/65-48/2016.

102. Álláspontja szerint tehát a vizsgált esemény vonatkozásában KKV-nek minősült, ezért amennyiben a versenyszabályok alapján felelőssége megállapításra kerül kérte a bírság kiszabásának mellőzését.
103. Az eljárás alá vont észrevételének III. részében edukációs kötelezettségvállalását mutatta be, illetve mellékletként csatolta is annak tervezetét.
104. Ennek keretében leírta, hogy a vállalkozás jóhírnvének és imázsának megtartása érdekében fontosnak tartja azt, hogy ne kerüljön sor elmarasztalására, ezért kíván ismételten előterjeszteni kötelezettségvállalást.
105. Előadta, hogy a vállalkozás üzletpolitikájával összefüggő kötelezettségvállalást kíván tenni, így előadta, hogy erre alapozva előkészített egy fogyasztók részére indítandó oktató-nevelő célzatú sajtó, illetve televíziós programot, amely a tudatos vásárlói magatartás kialakítását segítené.
106. Hivatkozott arra, hogy a „médiákban egy olyan sorozatot indítanánk, amely a vásárlás különböző fázisaiban elemzi a vásárlói magatartásokat, közérthető formában bemutatja a fogyasztók érdekeinek megfelelő előírásokat, azt akarjuk elérni, hogy a fogyasztók közreműködése tudatos és aktív legyen”
107. A fentiekre figyelemmel kérte, hogy „marasztalási szándékuk esetén, az eset összes körülményei alapján ezt a lehetőséget biztosítsák számunkra”.
108. Előadta továbbá, hogy „a kötelezettségvállalás alapján végrehajtott programok költségét és a megvalósítás időpontját az Önök által elvárt igény alapján kívánjuk biztosítani”.
109. A tárgyaláson az eljárás alá vont jogi képviselője ismertette az előzetes álláspontra tett észrevételeit, illetve hangsúlyozta, az Extreme Digital ügyvezetőjével együttesen, hogy magyar tulajdonú vállalkozásként versenyhátrányban van a külföldi vállalkozásokkal szemben, mert azokkal szemben nem feltétlen indulnak fogyasztóvédelmi eljárások.
110. Az eljárás alá vont végezetül elsődlegesen kérte az eljárás megszüntetését, másodlagosan a figyelmeztetés alkalmazását, harmadlagosan a kötelezettségvállalás elfogadását és nyegledgesen a bírságkiszabás körében előadottak figyelembe vételét.

VI. Jogsabályi háttér

VI.1. Az Fttv. releváns rendelkezései

111. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
112. Az Fttv. 2. §-ának
 - a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) pontja rögzíti, hogy a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
 - d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

- e) pontja alapján kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszköztől,
- h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.
113. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.
114. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.
115. Az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdése kimondja, hogy a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
116. Az Fttv. 6. §-ának (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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
117. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.
118. Az Fttv. 4. §-ának (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszeikenyességük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.
119. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
120. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
121. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.

VI.2. A Tpvt. releváns rendelkezései

122. A Tpvt. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tpvt. eltérő rendelkezése hiányában - a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni meghatározott kivételekkel. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tpvt. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.
123. A Tpvt. 76. §-a (1) bekezdésének e) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a jogsértés tényét, illetve a k) pont szerint bírságot szabhat ki. Ugyanezen jogszabályhely l) pontja szerint az eljáró versenytanács határozatában a 78. § (8) bekezdése szerinti figyelmeztetést alkalmazhatja arra vonatkozó kötelezettség előírása mellett, hogy az ügyfél alakítson ki a versenyjogi előírásoknak megfelelést és jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet.
124. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. §-a (1) bekezdésének a) pontja értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés értelmében a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.
125. A Tpvt. 78. §-ának (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevétel a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Ha a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hiteles adat, az utolsó hitelesen lezárt üzleti év nettó árbevétele az irányadó. A nettó árbevétel számítására egyebekben megfelelően alkalmazni kell a 24. § (3) bekezdését és a 27. § (7) bekezdését. A Tpvt. 27. § (7) bekezdése szerint a külföldi devizában meghatározott összegek forintba történő átszámításakor a Magyar Nemzeti Bank által közzétett, az adott vállalkozás üzleti évének lezárásakor érvényes deviza-középárfolyamot kell alkalmazni.
126. A Tpvt. 78. §-ának (3) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
127. A Tpvt. 78. §-ának (8) bekezdése szerint kis- és középvállalkozásokkal szemben az első esetben előforduló jogsértés esetén - kivéve az Európai Unió jogába való ütközés esetét - bírság kiszabása helyett az eljáró versenytanács figyelmeztetést is alkalmazhat.
128. A Tpvt. 78. §-ának (9) bekezdése alapján nincs lehetőség a (8) bekezdés alapján a bírságtól való eltekintésre, ha
- a) a jogsértés közbeszerzési eljárás során árak rögzítésére vagy a piac felosztására irányuló megállapodás kötésében, vagy összehangolt magatartás tanúsításában nyilvánul meg, vagy
 - b) a jogsértésre a személyeknek koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportjához tartozó személlyel szemben került sor.

VI.3. A KKV-törvény releváns rendelkezései

129. A KKV-törvény 3. § (1) bekezdése értelmében mikro-, kis- és középvállalkozásnak KKV-nak minősül az a vállalkozás, amelynek
- a) összes foglalkoztatotti létszáma 250 főnél kevesebb, és
 - b) éves nettó árbevétele legfeljebb 50 millió eurónak megfelelő forintösszeg, vagy mérlegfőösszege legfeljebb 43 millió eurónak megfelelő forintösszeg.

130. A KKV-törvény 4. § (1) bekezdése szerint önálló vállalkozás az a vállalkozás, amely nem minősül a (2) bekezdésben foglaltak alapján partnervállalkozásnak, illetve a (3)-(6) bekezdésben foglaltak alapján kapcsolódó vállalkozásnak.
131. A KKV-törvény 4. § (2) bekezdés szerint partnervállalkozás az,
- a) amely a (3)-(6) bekezdésben foglaltak alapján nem minősül kapcsolódó vállalkozásnak, és
 - b) amelyben más vállalkozásnak kizárólagosan vagy több kapcsolódó vállalkozásnak együttesen, illetve amelynek más vállalkozásban kizárólagosan vagy több kapcsolódó vállalkozással együttesen a tulajdoni részesedése - jegyzett tőkéje vagy szavazati joga alapján - legalább 25%.
132. A KKV-törvény 4. § (3) bekezdése szerint kapcsolódó vállalkozások azok, amelyek egymással az alábbiakban felsorolt valamely kapcsolatban állnak:
- a) egy vállalkozás egy másik vállalkozás tulajdoni részesedésének (részvényeinek) vagy a szavazatának a többségével rendelkezik, vagy
 - b) egy vállalkozás egy másik vállalkozásban jogosult arra, hogy a vezető tisztségviselők vagy a felügyelő bizottság tagjai többségét megválassza vagy visszahívja, vagy
 - c) egy vállalkozás egy másik vállalkozás felett a tulajdonosokkal (részvényesekkel) kötött szerződés vagy a létesítő okirat rendelkezése alapján - függetlenül a tulajdoni hányadtól, a szavazati aránytól, a megválasztási és visszahívási jogtól - döntő irányítást, ellenőrzést gyakorol, vagy
 - d) egy vállalkozás egy másik vállalkozásban - más tulajdonosokkal (részvényesekkel) kötött megállapodás alapján - a szavazatok többségét egyedül birtokolja.
133. A KKV-törvény 5. § (1) bekezdése értelmében a 3. §-ban megjelölt mutatókat az utolsó összevont (konszolidált) beszámoló, ennek hiányában éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló szerinti foglalkoztatotti létszám és nettó árbevétel vagy mérlegfőösszeg alapján kell meghatározni.
134. A KKV-törvény 5. § (3) bekezdése szerint amennyiben egy vállalkozás éves szinten túllépi a 3. §-ban meghatározott foglalkoztatotti létszám vagy pénzügyi határértékeket, vagy elmarad azoktól, akkor ennek eredményeként csak abban az esetben veszíti el, illetve nyeri el a közép-, kis- vagy mikrovállalkozói minősítést, ha két egymást követő beszámolási időszakban túllépi az adott határértékeket vagy elmarad azoktól.
135. A KKV-törvény 5. § (5) bekezdése szerint azon vállalkozás esetében, amelynek partner- vagy kapcsolódó vállalkozásai vannak, a 3. §-ban meghatározott adatokat az összevont (konszolidált) éves beszámoló alapján, ennek hiányában a vállalkozás nyilvántartása alapján kell meghatározni.
136. A KKV-törvény 5. § (6) bekezdése szerint az (5) bekezdésben említett adatokhoz hozzá kell adni a vállalkozással partnervállalkozási kapcsolatban lévő vállalkozások adatait, amelyek közvetlenül tulajdonosai az adott vállalkozásnak, vagy közvetlenül az adott vállalkozás tulajdonában vannak. Az összesítés során az adatokat a tőkeérdekeltségi, illetve a szavazati arányok közül a nagyobbak megfelelő arányban kell figyelembe venni. Keresztrészesedés esetén a magasabb százalékot kell alkalmazni.
137. A KKV-törvény 5. § (7) bekezdése szerint az (5) és (6) bekezdésben említett adatokhoz teljes mértékben hozzá kell adni a vállalkozáshoz közvetlenül vagy közvetve kapcsolódó vállalkozások adatait, ha az adatok összevont (konszolidált) éves beszámolóban nem szerepelnek.
138. A KKV-törvény 5. § (8) bekezdése szerint az (5) és (6) bekezdés alkalmazásában az adott vállalkozással partnervállalkozási kapcsolatban lévő vállalkozások adatait a vállalkozások összevont (konszolidált) éves beszámolója alapján, ennek hiányában a vállalkozások nyilvántartásai alapján kell meghatározni. A partnervállalkozások adatainak meghatározása során a partnervállalkozások adataihoz teljes mértékben hozzá kell adni a partnervállalkozásokhoz közvetlenül vagy közvetve kapcsolódó vállalkozások adatait is, ha

ezek az adatok a partnervállalkozások összevont (konszolidált) éves beszámolóiban nem szerepelnek.

139. A KKV-törvény 5. § (9) bekezdése szerint az (5) és (7) bekezdés alkalmazásában, az adott vállalkozáshoz kapcsolódó vállalkozások adatait a vállalkozások összevont (konszolidált) éves beszámolója alapján, ennek hiányában a vállalkozások nyilvántartásai alapján kell meghatározni. A kapcsolódó vállalkozások adatainak meghatározása során a kapcsolódó vállalkozások adataihoz arányosan hozzá kell adni a kapcsolódó vállalkozással olyan partnervállalkozási kapcsolatban lévő vállalkozások adatait, amelyek közvetlenül tulajdonosai a kapcsolódó vállalkozásnak, vagy közvetlenül a kapcsolódó vállalkozás tulajdonában vannak, kivéve, ha ezek az adatok az összevont (konszolidált) beszámolóban legalább a (6) bekezdésben megjelölt százalékkal arányosan már szerepelnek.
140. A KKV-törvény 12/A. § (1) bekezdése úgy rendelkezik, hogy a hatósági ellenőrzést végző szervek kis- és középvállalkozásokkal szemben az első esetben előforduló jogsértés esetén - az adó- és vámhatósági eljárást és a felnőttképzési tevékenységet folytató intézmények ellenőrzésére irányuló eljárást kivéve - bírság kiszabása helyett figyelmeztetést alkalmaznak, illetve kötelesek megvizsgálni a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény 94. § (1) bekezdés a) pontjában szabályozott eljárás alkalmazásának lehetőségét.

VII. Jogi értékelés

VII.1. A jogi értékelés keretei

141. A jelen eljárás tárgya annak elbírálása, hogy az Extreme Digital 2015. november 20-i Black Friday akciója népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikáció során az eljárás alá vont vállalkozás
- keltette-e azt a benyomást a fogyasztókban, hogy a fogyasztók nagyon jelentős mértékű, akár 50-70%-os kedvezményre tehetnek szert 2015. november 20-i vásárlás esetén,
 - megállapítható-e az, hogy az akcióban részt vevő termékeknek túlságosan szűk köre volt elérhető 50% feletti kedvezménnyel,
- azaz ezen magatartásával az eljárás alá vont megvalósította-e az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállást.
142. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy kizárólag az eljárást megindító végzésben meghatározott körben értékeli a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot.
143. A vizsgált időszak a 2015. november 11-20. közötti időtartam a feltárt kereskedelmi gyakorlatra tekintettel.

VII.2. Érintett fogyasztói kör és az ügyleti döntés

144. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése szerinti ésszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartását kell alapul venni tekintettel arra a tényre, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi kommunikációja valamennyi fogyasztóhoz eljuthatott, függetlenül attól, hogy a fogyasztó az Extreme Digital egy korábbi vásárlója, vagy csak a reklám hatására vásárol a kedvezmény megszerzése érdekében (is) az Extreme Digital webáruházában.
145. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtévesztő, ha az nem pusztán valótlan (igazolatlan tartalmú), hanem egyben alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására.
146. Kiemelendő (összhangban az Fttv. indoklásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a

szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást, terméket, márkát választja szükséglete kielégítésére.

147. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.
148. Az eljáró versenytanács utal ebben a körben az Európai Bíróság egy előzetes döntéshozatal iránti kérelem kapcsán 2013. december 19-én hozott ítéletére, melynek megállapítása szerint az ügyleti döntés fogalma alá tartozik nem csupán az arra vonatkozó döntés, hogy a fogyasztó megvásároljon-e vagy sem egy terméket, hanem „*az ilyen döntéssel közvetlen kapcsolatot mutató döntésre is, például arra vonatkozólag, hogy a fogyasztó belépjen-e az üzletbe.*”⁷⁶
149. A fentiek alapján alaptalan az eljárás alá vont azon érvelése, hogy „*Mivel a társaság webáruházként bonyolította le a Black Friday kampányt, így a fogyasztóknak a weboldalon történő böngészése egyértelműen lehetővé tette annak megismerését, hogy mely termékek érhetők el 10/20/50/70%-os kedvezménnyel*”⁷⁷, tekintettel arra, hogy a fogyasztók a fent ismertetett joggyakorlat alapján azzal már, hogy a Extreme Digital honlapját felkeresik meghozták fogyasztói döntésüket.
150. A fogyasztók felé irányuló reklámmal szemben egyértelmű követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról), a vállalkozásról, a tájékoztatás tartalmáról. A versenyhelyzetben lévő vállalkozással szemben fokozottan elvárható követelmény, hogy a vállalkozások vevőbecsalogató reklámjai pontosak, tényszerűek legyenek.
151. A fogyasztó befolyásolásában az adott vállalkozás által kínált kedvezmény nyújtásáról való tájékoztatás a fogyasztó érdemi választását befolyásoló tényezőnek tekintendő. A magatartás kétségtelenül hatást gyakorol a fogyasztóra, mely hatást fokozza az, hogy az ilyen információk alkalmasak a fogyasztók (web)áruházba történő „becsábítására”, s a (web)áruházba ily módon betért fogyasztók vásárlása kedvezően hat a (web)áruházakban forgalmazott valamennyi áru értékesítésére is. Az akciók, kedvezmények tehát nemcsak egy adott akciós áru iránti keresletet növelik, hanem kedvezően hatnak az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is, építve az árkedvezmény átmeneti jellegéből és a kedvezmény érvényesíthetőségének korlátozott idejéből eredő fogyasztói döntés meghozatalának szükségességére, a kedvezménynek a valamennyi áru iránti kelendőségét fokozó szerepére.
152. Az eljáró versenytanács hozzáteszi továbbá, hogy egy reklám a versenyjogilag értékelendő hatását több vonatkozásban fejtí ki, így egy adott termék, illetve a vállalkozás más termékei iránti kereslet fokozása mellett – a vállalkozás nem rövid távú piaci helyzetére is kihatva – a vállalkozás általános közmegejtélésére is hatással lehet.⁷⁸
153. Egy tájékoztatás jogsértő jellegét a fogyasztó esetleges utólagos (pl. a webáruház felkeresése után a konkrét termékekhez kapcsolódó kedvezmények tényleges mértékéről adott tájékoztatás) tájékozódási lehetősége sem szünteti meg, mivel a jogsértés már a tájékoztatások közzétételével megvalósult. A jogsértő tájékoztatás közzététele már önmagában a fogyasztói döntési folyamat torzulását eredményezheti, az adott vállalkozás, illetve adott termék iránt a

⁷⁶ Az Európai Bíróság ítélete a C-281/12. számú ügyben

⁷⁷ Vj/65-2/2016. számú irat 12.3. pontja, Vj/65-51/2016. számú irat III. része

⁷⁸ Vj/6/2004. számú ügyben hozott versenytanácsi határozat

döntési folyamatban vitathatatlanul szerepet játszó fogyasztói érdeklődést tisztességtelen módon kelti fel, a vállalkozás, a termék fogyasztói preferenciarendszerben elfoglalt helyének módosítására alkalmasan.

154. A kialakult vásárlói szokások alapján az eljárás alá vont áruházaiában forgalmazott termékek akciói keretében történő megvásárlása kapcsán több üzleti döntés bír versenyjogi relevanciával, így pl.
- annak fogyasztói megválasztása, hogy a fogyasztó vásárlásait a www.edigital.hu linken elérhető webáruházban vagy egyéb, az eljárás alá vont versenytársának (online vagy offline) áruházában kívánja lebonyolítani,
 - annak elhatározása, hogy a fogyasztó
 - o mely termékeket vásárolja meg,
 - o milyen értékhatárban vásárol.
155. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a versenyjog nem tiltja az akciók, árkedvezmények megtartását és az ezekről való tájékoztatást, azonban jogsértő, ha ahhoz a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas elemek társulnak, amit az Fttv. tilt.

VII.3. Az Extreme Digital 2015. november 20-i Black Friday akciója népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikáció értékelése

VII.3.1. Az akár állítások jogi tesztje

156. A Versenytanács a Vj-147/2007. számú versenyfelügyeleti eljárásban meghozott döntésében elvi élel mondta ki, hogy az ár a fogyasztó számára a versenyző áruk közötti választás során az eligazodást jelentő legfontosabb mérce. Ehhez közvetlenül kötődik az is, hogy a fogyasztók orientálódása során nemcsak adott áru tényleges fogyasztói ára, hanem a számukra biztosított megtakarítás mértéke – azaz valamely árkedvezmény feltüntetése – is jelentős befolyásoló tényező lehet.⁷⁹
157. Az „akár” kifejezéssel felvezetett reklámígérettel kapcsolatosan a Versenytanács számos, szintén elvi jellegű megállapítást fogalmazott meg - melyek egy részére az eljárás alá vont is hivatkozott -, így azt, hogy
- az „akár” szó tájékoztatásokban való alkalmazása nem szükségszerűen megvalósuló lehetőséget jelent, azonban a tájékoztatásban megfogalmazott ígéret szempontjából nem egy elméleti, hanem egy reális lehetőséget kell, hogy jelentsen;
 - a tájékoztatásban használt „akár” szó azt üzeni a fogyasztóknak, hogy az „akár” szóval megjelenő ajánlat nem minden esetben, azaz nem automatikusan érhető el, hanem csak bizonyos korlátozásokkal, feltételek megvalósulása esetén. Nem versenyjogi elvárás tehát, hogy az „akár” szóval felvezetett reklámígéret minden esetben megvalósuljon;
 - a feltételek megismerhetősége és a feltételek teljesülésének realitása alapján ítéhető meg az „akár” tájékoztatás jogszerűsége;
 - az a reklámállítás, amely az „akár” fordulatot a fogyasztó számára jól észlelhetően, a kiemelt terméktulajdonsághoz kapcsolódóan tartalmazza, alkalmas a feltételek közvetett módon történő megjelenítésére. A tájékoztatás üzenetének ugyanis kimondatlanul része, hogy az nem valósul meg minden esetben, azaz annak feltételei vannak;
 - az „akár” fordulatot használó reklám megtevesztőnek minősülhet például azokban az esetekben, ha
 - a tájékoztatást közlétező vállalkozásnak nincs olyan terméke, melyre a hirdetett mérték jellemző,
 - a reklámban kiemelten megjelenő – elsősorban ár/árjellegű - főüzenetet a kevésbé hangsúlyosan, elszakítottan megjelenített feltételek lényegesen módosítják,

⁷⁹ A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, a Tptv. III. fejezetével, a Grt.-vel, az Éltv.-vel és a Gyftv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései, 2016. I.6.28. pont

- a feltüntetett mérték csak szélsőséges esetben, a vizsgált terméktulajdonság tekintetében atipikus fogyasztói kör számára elérhetően érvényesül.⁸⁰
158. Az ismerteteknek megfelelően a Versenytanács az akár állítások értékelése kapcsán nem várja el, hogy az állítás mindig megvalósuljon, de elvárja, hogy az ígért előny reálisan, életszerűen elérhető legyen az átlagos fogyasztó számára. Az eljáró versenytanács véleménye szerint ennek ellenőrzésének jogi tesztje az alábbiak szerint valósítható meg.
159. Ha egy vállalkozás kereskedelmi gyakorlatában az általa kínált termék valamely tulajdonsága [pl.: ténylegesen elérhető termék(kör), szolgáltatás(kör) árkedvezménye, visszatérítés maximális mértéke, egyéb előny] kapcsán akár állítást fogalmaz meg, akkor:
1. az „akár” típusú kedvezménnyel érintett termék(ek), szolgáltatások kínálatának
 - a. vagy a vállalkozás által kínált valamennyi termékhez, szolgáltatáshoz,
 - b. vagy abban az esetben, ha a kedvezménnyel érintett termékkör, szolgáltatáskör megjelölésre kerül a kereskedelmi kampányban akkor a megjelölt termékkörhöz, szolgáltatáskörhöz

kell kapcsolódnia, annak vonatkozásában tipikusnak (pl.: kínált termékkör, átlagár alapján) kell minősülnie, és
 2. az akár ígérettel ténylegesen megvásárolható, megszerezhető, tipikus termékeknek el kell érnie az összes a reklámmal érintett termék legalább 10%-át.
 3. Amennyiben a fentieknek megfelelt a kereskedelmi gyakorlat, akkor végezetül az egyéb, a kereskedelmi gyakorlatot módosító körülmények vizsgálatát kell elvégezni.
160. A fentiek alapján egy akár állítást tartalmazó kereskedelmi kampány esetében elsőként azt kell vizsgálni, hogy az adott termék tipikusnak tekinthető-e, majd ezt követően azt kell ellenőrizni, hogy a tipikusnak tekinthető termékek aránya a teljes reklámozott termék portfoliót tekintve elérte-e a 10%-ot.
161. Ugyanis az eljáró versenytanács szerint, egy kereskedelmi kommunikáció kapcsán akkor alkalmazható elsődlegesen, főüzenetként egy „akár” állítás, ha a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék-, szolgáltatás csoport tipikusnak minősül és legalább 10%-ot elérő aránya vonatkozásában ténylegesen elérhető a meghirdetett kedvezmény. Azonban ez a megállapítás nem jelenti azt, hogy nem valósíthat meg egy, a 10%-os küszöböt elérő vagy azt meghaladó „akár” állítás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, ugyanis számos olyan körülmény merülhet fel (így pl. az akár kikötés, illetve a feltételrendszer fogyasztó általi észlelhetősége, reális megismerhetősége, a kedvezménnyel érintett termékek mesterséges felduzzasztása annak érdekében, hogy azok mértéke elérje a 10%-t, készlethiány, a kedvezmények tényleges elérhetőségét korlátozó feltételrendszer), amely befolyásolja a meghirdetett kedvezmény tényleges elérhetőségét és így a kereskedelmi gyakorlat végső értékelését, így ezeket a jogi teszt harmadik lépcsőjében szintén vizsgálni kell.
162. Az eljáró versenytanács a Versenytanács fent ismertetett korábbi elvi jellegű döntésétől jelen eljárásban sem tért el, csupán kifejezetten a jogkövető magatartás elősegítése érdekében, százalékos arányban is konkrétan meghatározta azt a mértéket, amelyet – az egyéb feltételek teljesülése mellett – a vállalkozásnak teljesítenie kell annak érdekében, hogy jogszerűen alkalmazza kedvezményes ár vagy előny reklámozása során az „akár” állítást.

⁸⁰ A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, a Tptv. III. fejezetével, a Grt.-vel, az Éltv.-vel és a Gyftv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései, 2016, I.6.48. pontja

163. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy álláspontja szerint a 10%-os korlát nem egy mesterséges benchmark, hanem egy olyan mérték, amelynek teljesülése esetén (ha az egyéb körülmények alapján sem vitatható a reális elérhetősége a kereskedelmi gyakorlatban ígért előnyöknek) az feltételezhető, hogy a fogyasztóknak egy nem elhanyagolható köre potenciálisan és életszerűen el is érhetette az ajánlatot.
164. Az eljáró versenytanácshoz hasonlóan az ASA döntéséhez is a 10%-os mértékben látta megállapíthatónak azt a korlátot, amely mellett (további tényezők vizsgálata mellett) jogszerűen tehető akár állítás („az ASA elvárása az „akár” állítással kapcsolatban, hogy a fogyasztók 10%-a képes legyen elérni az ígért maximális megtakarítást”⁸¹).
165. Az eljáró versenytanács, szemben az eljárás alá vont érvelésével nem látja aggályosnak azt, hogy a joggyakorlatának kialakítása során más, azonos típusú ügyben eljáró nemzetközi hatóság joggyakorlatát is figyelembe vegye saját megállapításainak nagyobb mértékű alátámasztása érdekében, hiszen ez egyrésztől nemzetközi trendnek tekinthető, másrésztől (figyelemmel arra, hogy számos multinacionális vállalkozás vesz részt a piacon) kifejezetten elősegíti az egységes joggyakorlat kialakulását.

VII.3.2. A kedvezménnyel elérhető termékek atipikus volta

166. A reklámeszközök vizsgálata során az eljáró versenytanács azt is megállapítja, hogy az egyes reklámeszközök példálózó jelleggel megneveztek az akció keretében elérhető termékeket is, konkrétan az alábbi három esetben került erre sor:
- televíziós reklám: „*A Bosch porszívó 5 év garanciával csak 14.990 Ft. Black Friday csak egy napon át.*”
 - televíziós reklám, videóbanner: „*Az LG 3D Smart televízió most csak 79.990 Ft. Black Friday csak egy napon át.*”
 - televíziós reklám, videóbanner: „*Rendelj bármit online az Extreme Digitalnál a mobiltól egészen a mosógépig*”.
167. Elsőként az eljáró versenytanács azt kívánja megjegyezni, hogy az eljárás alá vont által adatszolgáltatás keretében csatolt, az akcióban résztvevő [üzleti titok] terméket tartalmazó excel fájlban a fenti Bosch porszívó és az LG 3D Smart televízió nem volt megtalálható.
168. Másodjára azt kívánja megjegyezni, hogy bár a fentiekben megjelölt termékek esetében nem hangzott el, hogy azokat az Extreme Digital az 50%-os vagy azt meghaladó kedvezménnyel kínált áruk körében kínálná, azonban tekintettel arra, hogy ezen termékek a reklámban közvetlenül a kedvezmények rögzítése után jelennek meg akként, hogy ármegjelölésük és elérhetőségük a „csak” határozószóval együtt történik meg, mindenféleképpen a reklám főüzenetéhez, a kedvezménnyel elérhető árukhoz kapcsolja.
169. Az, hogy az eljárás alá vont ezen termékeket emeli ki, jelzi, hogy mit tart a fogyasztók által elsődlegesen preferált, azaz olyan termékeknek („húzótermékek”), amelyek becsalogatják a vásárlókat a webáruházába. Az eljárás alá vont azzal, hogy ezen termékeket a reklámokban kiemeli, a fogyasztók számára közvetíti azt is, hogy mely termékek érhetőek el elsődlegesen kedvezménnyel.
170. Ezt nemcsak a reklámokban megjelenő termékek (3D televízió, porszívó), hanem a televízió reklámban és a videóbannerben megjelenő termékskála „mobiltól egészen a mosógépig” meghatározás, valamint a fogyasztók tényleges, a Black Friday akciós napon történt vásárlásai⁸² is alátámasztják.

⁸¹ <https://www.asa.org.uk/rulings/shell-uk-ltd-a11-154707.html>

⁸² E vonatkozásban lásd az Extreme Digital sajtóközleményét, 37. viii. pont: viii. „Az Extreme Digital Black Friday-ének legnagyobb eladási számai:

- 6000 darab okostelefon
- 2500 darab porszívó
- 2500 darab táblagép
- 2000 darab televízió

171. Az eljáró versenytanács azt is megállapította, hogy a reklámokban szereplő termékek árához, illetve a reklámokban meghatározott termékkör árához képest, az 50-70%-os kedvezménnyel érintett termékek átlagára [üzleti titok],- Ft, míg a 70% kedvezményt elérő vagy azt meghaladó termékek átlagára [üzleti titok],- Ft. Ez szintén azt jelenti, hogy az Extreme Digital által a reklámjaiban közölt termékek értékéhez (3D televízió, porszívó, „mobiltól egészen a mosógépig”) képest a kedvezménnyel érintett termékek értéke atipikus volt, a reklámokban sugalltakkhoz képest egy jóval olcsóbb, elsősorban kiegészítő termék kategóriát jelentettek.
172. Szintén erre utal az eljárás alá vont azon nyilatkozata is, hogy egy vásárlói kosár értéke kb. [üzleti titok] Ft volt a 2015-ös Black Friday kampány során⁸³ – ami nyilvánvalóan jóval magasabb összeg a fenti átlagoknál.⁸⁴
173. Ezenkívül az eljáró versenytanács azt is megállapította, hogy az Extreme Digital saját bemutatkozása szerint egy olyan webáruház, amely elsősorban műszaki termékek internetes kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozik. A 7. pontban hivatkozott GKI Digital 2015. évi publikációja is a műszaki szektor szereplőjeként jelenítette meg az Extreme Digitalt (2016 és 2017. években webplázaként hivatkozott rá). Az eljáró versenytanács szerint ez a kép, a fentebb bemutatott fogyasztói vásárlások által is megerősítetten, megfelel az átlagfogyasztók preconcepciójának is, a fogyasztók főként műszaki termékek vásárlása céljából keresik fel az Extreme Digital weboldalát, még abban az esetben is, ha tisztában vannak azzal, hogy a kínálat nem korlátozódik csupán műszaki termékekre.
174. A versenyfelügyeleti eljárásban beszerzett adatok alapján az is látszik, hogy az 50%-os kedvezménnyel kínált áruk körében kevés műszaki cikk volt elérhető (pl. ekörben kínáltak webkamerát, biztonságtechnikai kamerát, játék szoftvereket, mobiltöltőket, headseteket, vezeték nélküli optikai egereket, selfie botot, fülhallgatókat, vezeték nélküli mobil töltő állványt, porszívókat, elektromos fogkefét); 70% vagy ennél magasabb kedvezményszinttel kínált termékek körében pedig csupán egy játékkonzol, néhány szoftver, USB Port és töltőkészlet volt elérhető. A 70% és vagy ennél magasabb kedvezményszinttel kínált termékek többsége lámpa, mobiltok és játék volt.
175. A 2015. évi Black Friday keretében ugyanakkor az Extreme Digital a reklámokban ígért 50%-os és 70%-os kedvezményeket főként olyan termékek vonatkozásában érvényesítette, amelyek az Extreme Digital elsődleges profilját adó, illetve a kampány által tételesen kiemelt termékek körébe nem tartoznak (pl., notebook táskák, kéziszerszám készlet, karórák, lámpák, gumikarkötő készlet, mobiltokok, mikroszkóp szett, autóponyva, alumínium serpenyők, sütőtálak, edényszárító, vízszűrő kancsó, kerti lapát, orr-fülszűrőzet vágó, elemlámpa, valamint wellness és fitness szolgáltatások).
176. A fentiek alapján egyértelműen megállapítható, hogy az Extreme Digital a vizsgált kereskedelmi gyakorlatával a kedvezménnyel érintett termékek körére vonatkozóan azt a benyomást keltette a fogyasztókban, hogy a kedvezménnyel érintett termékkör a nagyobb értékű háztartási és műszaki elektronikai termékek. Ezzel szemben az 50-70%-os kedvezménnyel érintett termékek körében ezen termékek nem voltak jellemzőek.

-
- 2000 darab lakberendezési termék a KIKA-tól
 - 1000 darab Bosch porszívó 50% árkedvezménnyel
 - 1000 darab játékkonzol
 - 1000 darab notebook
 - 800 darab fényképezőgép
 - 600 pár Converse edzőcipő
 - 500 darab autógumi
 - 100 darab kerékpár
 - 100 darab utazás”

⁸³ Lásd a 34. pontot.

⁸⁴ Vj/65-27/2016. számú irat 6. pontja

VII.3.3. Az eljárás alá vont által kínált kedvezményes termékek aránya

177. A fentieknek megfelelően, bár az eljáró versenytanács úgy találta, hogy az eljárás alá vont által kínált kedvezményes termékek nem tekinthetők termékkínálatának tipikus termékeinek, de ettől függetlenül elvégezte annak elemzését is, hogy az eljárás alá vont milyen arányban kínált a reklámjaiban megjelölt kedvezményes termékeket.
178. Az eljáró versenytanács elsőként azt rögzíti, hogy az eljárás alá vont az általa reklámozott kedvezményt a Black Friday akció keretében elérhető termékekhez kötötte, így jelen pontban az vizsgálendő, hogy az akcióban meghirdetett termékek hány százaléka volt az, amely a kedvezménnyel ténylegesen elérhető volt.
179. A jelen ügyben vizsgált kereskedelmi kommunikáció során az eljáró versenytanács az alábbiakat állapította meg:
- az 50%-os kedvezményre a rádióreklám és Várkonyi Balázs utalt a televíziós interjúban („Több száz termék landol akár féláron”, „nagyon nyomott árakon, nagyon kedvező, akár 50, 70% kedvezményekkel jövünk elő”);
 - a televíziós reklám, a videobanner, a banner, az újsághirdetés, a hírlevél, Várkonyi Balázs televíziós interjúja és a PR cikkek tartalmaztak tájékoztatást az akár 70%-os kedvezményről („Több száz termék vár rád csak egy napon át akár 70% kedvezménnyel.”, „több mint 4000 féle termék, akár 70% kedvezménnyel!”, „több mint 4000 féle termék, ingyenes kiszállítással és akár 70% kedvezménnyel!”, „Akár 70% kedvezmény csak egy napon át!”, „nagyon nyomott árakon, nagyon kedvező, akár 50, 70% kedvezményekkel jövünk elő”);
 - a videobanner, az óriásplakát, a kirakati matrica és a bolti belső plakát képi eszközökkel tüntette fel az elérhető kedvezmények mértékét („BLACK FRIDAY 1120 www.edigital.hu -5%, -20% -30%, -40%, -45%, -50%, -70%”, „BLACK FRIDAY 1120 www.edigital.hu -5%, -15%, -20% -30%, -35%, -40%, -45%, -50%, -60%, -70%”);
180. A versenyfelügyeleti eljárásban beszerzett adatok alapján megállapítható, hogy a legtöbb akciós termék 10-29,99% kedvezménnyel volt megvásárolható, ez a kedvezményes termékkörbe bevont árak [üzleti titok] %-át érintette. Jelentős, 50% vagy azt meghaladó kedvezménnyel mindösszesen [üzleti titok] féle termék volt elérhető (az akciós termékkör [üzleti titok] %-a); ezen belül 70%-os mértékű vagy azt meghaladó kedvezmény [üzleti titok] féle termék esetében (az akciós termékkör [üzleti titok] %-a esetén) volt elérhető.
181. A fentiek alapján megállapítható, hogy sem az 50%-t meghaladó, sem a 70%-t meghaladó kedvezményígéret esetében nem teljesül azaz a fent bővebben kifejtett elvárás, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlatban hivatkozott⁸⁵ termékfélék számának legalább 10 %-át elérje a kedvezménnyel érintett termékfélék száma.
182. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ezek az arányszámok nem biztosítják az ésszerűen eljáró átlagfogyasztó számára az 50%-os vagy annál magasabb kedvezmény szintre való elérésének lehetőségét, így az annak állítása jogsértőnek tekintendő.

VII.3.4. A fogyasztói panaszok

183. Az Extreme Digital előadásában hivatkozott arra, hogy a jogsértés hiányát támasztja alá különösen „az, hogy a fogyasztók nem reklamáltak amiatt, hogy nem 70%-os kedvezménnyel jutottak a termékekhez, ennek ellenére a kínálat túlnyomó része elkelt”.⁸⁶
184. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az egységes és évtizedek óta töretlen bírói gyakorlat szerint „a jogsértés megállapíthatósága kapcsán a fogyasztói panaszok létének, vagy hiányának nincs jelentősége, mivel fogyasztói panaszok hiányában is tanúsítható a fogyasztók megtevesztésére alkalmas magatartás”.⁸⁷

⁸⁵ „1 nap, több mint 4000 féle termék, akár 70% kedvezménnyel! www.edigital.hu”

⁸⁶ Vj/65-51/2016. számú irat III. része

⁸⁷ Lásd pl.: Föv. Bír. 16.K. 33.654/2006/7., Vj-202/2005., vagy Föv. Bír. 11.K. 32.11312007/4., Vj-170/2006. vagy Föv. Bír. 11.K. 31.9801200715., Vj-149/2007.

185. Azonban függetlenül attól, hogy a panaszok hiányának nincs jelentősége egy magatartás jogsértő megállapítása kapcsán, az eljáró versenytanács a rendelkezésre álló iratok alapján megállapította, hogy az eljárás alá vont által reklámozott 50-70%-os kedvezménnyel kapcsolatban jelentős számú panasz érkezett, pl.: az eljárás alá vont Facebook oldalán.⁸⁸

VII.4. Felelősség a kereskedelmi gyakorlatért

186. A vállalkozások gyakorta élnek a vásárlásösztönzés, vagyis a vásárlók érdeklődésének adott vállalkozás, illetve termék irányában történő felkeltését szolgáló marketingtevékenység lehetőségével. A vásárlásösztönzés eszközeinek segítségével a vállalkozások különböző hatást képesek gyakorolni a fogyasztók magatartására. Az ilyen eszközök fogyasztói döntéseket tisztességtelenül befolyásoló módon történő alkalmazásáért a vállalkozás az érdekeltsége alapján felel.⁸⁹
187. Az eljárás alá vontnak a vizsgált kereskedelmi kommunikációja révén árbevétele származott, mert a meghirdetett, különböző mértékű kedvezmények vásárlásra ösztönözték a fogyasztókat, így a Black Friday elnevezésű akciós nap reklámozása az eljárás alá vont közvetlen érdekében állt, azért az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdésére, az abban megjelenített érdek-elve figyelemmel felelősséggel tartozik.
188. Az eljáró versenytanács figyelmeztet arra, hogy a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése vonatkozásában fennálló közvetlen érdekeltséget nemcsak az áru(k) azonnali eladása alapozza meg, hanem a fogyasztókra vonatkozó – a későbbi értékesítést lehetővé tevő, illetve megkönnyítő – adatokhoz való hozzájutás, illetőleg az ugyancsak ezt szolgáló kedvező image megteremtése, fenntartása, megerősítése is.⁹⁰
189. Az eljáró versenytanács megjegyzi továbbá, hogy a felelősség kérdésének megítélését nem befolyásolja, hogy Extreme Digital által forgalmazott és a Black Friday kampány idejében népszerű termékek haszonkulcsa alacsony volt. Az termékértékesítésből származó árbevétel (vagy esetlegesen veszteség) ténye csak azt igazolja, hogy maga a kereskedelmi kommunikáció mennyire volt hatékony rövid távon, miközben egyébként racionális üzletpolitikai megfontolásnak tekinthető az is, ha egy vállalkozás akár image-ének erősítése, akár más hosszabb távú megfontolás miatt időbeli keresztfinanszírozással rövidebb távon veszteséget tervez.⁹¹

VII.5. Az eljáró versenytanács megállapításai az eljárás alá vont előzetes álláspontra tett észrevételei kapcsán

190. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy „a számokkal, a jelzett kedvezménnyel történő értékesítések arányaival nem ért egyet, a reklámjai egyáltalán nem fókuszáltak a 70 százalékos kedvezményre”.
191. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vont adatszolgáltatása⁹² alapján határozta meg az eljárás alá vont által vitatott kedvezményeket, termékszámokat és értékesítési adatokat, egyéb adatokat nem használt fel, kizárólag átvette a szolgáltatott adatokat. Így megalapozatlan az Extreme Digital előadása és megjegyzendő, hogy minden konkrétum nélkül, pusztán az adatok vitatása alapján nem kérdőjelezhető meg az eljárás alá vont maga által szolgáltatott adatok hitelessége.

⁸⁸ Lásd Vj/65-3/2016. számú feljegyzéssel a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé átemelt P/1532-1/2015. számú irat 7-8. oldalát.

⁸⁹ Vj/55/2003. számú ügyben hozott versenytanácsi határozat

⁹⁰ Vj/93/2011. (A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, a Tpv. III. fejezetével, a Grt.-vel, az Éltv.-vel és a Gyftv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései, 2016, I.9.4. pont)

⁹¹ Vj/36/2012. számú versenytanácsi határozat

⁹² Vj/65-3/2016. számú feljegyzéssel a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé átemelt P/1532-2/2015. és P/79-6/2016. számú iratok

192. Az eljárás alá vont hivatkozott arra is, hogy „a reklámjai egyáltalán nem fókuszáltak a 70 százalékos kedvezményre”. Ekörben az eljáró versenytanács vissza kíván utalni jelen határozatának IV.1. fejezetében ismertetett kereskedelmi gyakorlatra. Ezek alapján megállapítható, hogy az akár 70%-os kedvezményre vonatkozó állítások mindenhol központi helyet foglaltak el a reklámokban, általában valamilyen kiemeléssel (vastagított, eltérő színű betűk, mozgó képi megjelenés) megjelenítve.
193. Megjegyezendő az is, hogy a magyar átlagfogyasztók vonatkozásában kiemelt jelentősége van a kedvező árakra és az árkedvezményekre vonatkozó reklámoknak, hiszen a magyar piac különösen érzékeny⁹³, az egyik elsődleges választási tényezőt az adott termék ára jelenti. De megjegyezendő az is, hogy egy rendkívül magas kedvezményre vonatkozó reklám, még abban az esetben is felkelti a fogyasztó érdeklődését (még egy nem érzékeny fogyasztót is), ha nem a kampány központi eleme az erre vonatkozó állítás, hiszen ilyen mértékű kedvezmény nem szokásos mértékű, nagyon ritka alkalmakhoz kötött egyedi kedvezmény és igen jelentős mértékben csökkenti a termék árát. Így önmagában egy ilyen mértékű kedvezmény megjelenítése olyan hívószó, ami bevonzza a fogyasztó figyelmét az adott vásárlói térbe.
194. Az Extreme Digital hivatkozott arra is, hogy más versenytárs is hasonló kereskedelmi gyakorlatot folytat. E körben az eljáró versenytárs megjegyzi, hogy egy esetleges, hasonló vagy akár azonos jogsértő magatartás sem mentesít egyetlen egy vállalkozást sem az általa elkövetett jogsértő magatartás következményei alól.
195. Végezetül az eljáró versenytanács megjegyzeni kívánja, hogy az eljárás alá vont akár állítás, bírságalap, enyhítő és súlyosító körülmények, KKV besorolás és kötelezettségvállalása kapcsán tett előadásait az adott témakörnél értékelte.

VII.6. Annak vizsgálata, hogy KKV-nak minősül-e az eljárás alá vont

196. Az Extreme Digital KKV-besorolásának kérdésében az eljáró versenytanács az alábbiakra hívja fel a figyelmet.
197. Amint az a II. fejezetben bemutatásra került, az Extreme Digital 2016. évig középvállalkozásnak minősült, ekörben az eljáró versenytanács osztotta az eljárás alá vont álláspontját. Mivel azonban valamennyi vizsgált esztendőben átlépte a nettó árbevételre vonatkozó határértéket, valamint 2015. évben és 2016. évben – partner- és kapcsolódó vállalkozásai révén – átlépte a mérlegfőösszegre vonatkozó határértéket is, tehát a KKV-besorolás két konjunktív feltétele közül a pénzügyi határértékre vonatkozót két egymást követő beszámolási időszakban nem teljesítette, 2017. évben már elveszítette a középvállalkozói minősítést.
198. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint (ellentétben az eljárás alá vont véleményével) a KKV-státusz vizsgálatát nem a vizsgált magatartás megvalósításának időpontjában, hanem a versenytanácsai döntés meghozatalakor kell elvégezni. Ennek oka egyrészt az, hogy a KKV-törvény 5. § (1) bekezdése szerint a 3. §-ban megjelölt mutatókat az **utolsó** éves beszámoló szerinti foglalkoztatotti létszám és nettó árbevétel vagy mérlegfőösszeg alapján kell meghatározni. Másrészt a Tptv. 78. § (1b) szakasza kimondja, hogy a bírság összege legfeljebb a vállalkozás **a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben** elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. Tekintettel arra, hogy ennek a bírságnak az alternatívája KKV-k esetében a figyelmeztetés, a KKV-státusz vizsgálatát is ugyanezen időponthoz viszonyítottan szükséges figyelembe venni: mindig az aktuális gazdasági helyzet (teljesítőképesség) vizsgálandó a szankciók meghatározása, illetve azok korlátai körében.
199. Az eljáró versenytanács a PENSUM-AUDIT Kft. állásfoglalását figyelmen kívül hagyta, mert az a kapcsolódó vállalkozások elemzésénél nem tér ki az ED Group ED Group Vagyonkezelő

⁹³ Lásd a Vj/147/2007. számú versenyfelügyeleti eljárásban tett megállapításokat.

Kft. gazdasági mutatóira, holott az 2015. december 13-ig az Extreme Digital közvetlen egyedüli irányítója volt, de 2015. december 14-től kezdődően is az eljárás alá vont szavazati jogot biztosító részvényeinek 49,5 százalékát birtokolja. Egyebekben a vállalkozás a vizsgált kereskedelmi gyakorlat idejére állapította meg a KKV-státuszt.

200. Az eljáró versenytanács itt hívja fel a figyelmet arra is, hogy a Tptv. 78. § (8) bekezdése a GVH számára lehetőséget ad a bírság kiszabása helyett a figyelmeztetés alkalmazására („*az eljáró versenytanács figyelmeztetést is alkalmazhat*”), azonban ez nem kógens rendelkezés, a figyelmeztetés alkalmazása az eljáró versenytanács mérlegelési jogkörébe tartozik. Az eljáró versenytanács ezen érvét támasztja alá a vonatkozó bírói joggyakorlat⁹⁴ is.
201. A KKV-törvény 12/A. §-a – amely hatósági ellenőrzést végző szervek számára fogalmaz meg rendelkezést – versenyfelügyeleti eljárásban nem alkalmazható, mivel a GVH a versenyfelügyeleti eljárása során nem hatósági ellenőrzést folytat. A Tptv. indokolása értelmében „[a] *kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény (a továbbiakban: Kkv. törvény) 12/A. § (1) bekezdése szerint a hatósági ellenőrzést végző szervek kis- és középvállalkozásokkal szemben az első esetben előforduló jogsértés esetén - az adó- és vámhatósági eljárást és a felnőttképzési tevékenységet folytató intézmények ellenőrzésére irányuló eljárást kivéve - bírság kiszabása helyett figyelmeztetést alkalmaznak, illetve kötelesek megvizsgálni a Ket. 94. § (1) bekezdés a) pontjában szabályozott eljárás alkalmazásának lehetőségét. [...] A bíróság gyakorlata szerint (Fővárosi Közigazgatási és Munkügyi Bíróság 5.K.29.645/2013/10.) a versenyfelügyeleti eljárásban nem alkalmazható a Kkv. törvény 12/A. § (1) bekezdése, mert a GVH a versenyfelügyeleti eljárása során nem hatósági ellenőrzést folytat. A törvény célja, hogy a Kkv. törvénnyel összhangban a Tptv. biztosítsa az eljáró versenytanács számára is annak lehetőségét, hogy kis- és középvállalkozásokkal szemben az első esetben előforduló jogsértés esetén - kivéve az Európai Unió jogába való ütközés esetét, illetve a törvényben meghatározott eseteket - bírság kiszabása helyett figyelmeztetés kerülhessen alkalmazásra.*”
202. Ezenkívül az eljáró versenytanács a Kúria, az eljárás alá vont által hivatkozott jogegységi határozatának további értelmezését jelentő, friss döntésére⁹⁵ is kíván hivatkozni. E szerint konkrét jogsértés (pl. az előírt engedély nélkül vagy bejelentés hiányában végzett tevékenység) gyanúja miatt indult hatósági eljárás esetében, nincs szó hatósági ellenőrzésről (az MNB esetén fogyasztóvédelmi ellenőrzésről). Az MNB tv.-ben szabályozott két jogintézmény közötti eltérés lényege az, hogy a piacfelügyeleti eljárás során az ügyfél engedély és/vagy bejelentés nélkül végzi az adott tevékenységét, és az MNB ezt teszi vizsgálat tárgyává, míg a hatósági ellenőrzésnél az engedéllyel vagy bejelentéssel végzett tevékenység jogszerűségét ellenőrzi.
203. Ezen Kúriai jogértelmezés pedig értelemszerűen alkalmazandó a GVH versenyfelügyeleti eljárásaira is, ami azt jelenti, hogy a GVH, hasonlóan a pénzügyi piacfelügyeleti eljárást

⁹⁴ Lásd pl.: „A Kkv. tv. 12/A.§-a és a Tptv. 78.§ (8) bekezdése vonatkozásában alaptalannak bizonyult azon felperesi előadás, amely szerint a bírság kiszabása jogszabálysértő módon történt volna a szükségesen alkalmazandó figyelmeztetés helyett. Ezt támasztja alá, hogy utóbbi jogszabály éppen azért született, hogy az egyébként nem hatósági ellenőrzési eljárást folytató alperes is alkalmazhassa a Kkv. tv. 12/A.§-a szerinti kedvezményt. Az alperes alappal hivatkozott arra is, hogy a 2015 szeptembere előtt indult eljárásban nem volt alkalmazható a Tptv. 78.§ (8) bekezdése annak hatálybalépési rendelkezései alapján, és még alkalmazhatósága esetén is csak lehetőséget adott alperesnek a figyelmeztetés alkalmazására bírság helyett, azonban alperes továbbra is mérlegelési körében dönthetett a szankció fajtájáról és mértékéről.” (FKMB 12.K.30.242/2016/4., Vj/73/2011.), vagy

A versenyfelügyeleti eljárásokban a Kkv törvény szerinti figyelmeztetést a Tptv. 78. § (8) bekezdését a 2015. június 19-én, vagy azt követően induló ügyekben alkalmazandóan beiktató 2015. évi LXXVIII. törvénynek az indokolásából is következően a jogalkotó bevezette a versenyfelügyeleti eljárásokban a figyelmeztetés jogintézményét, *mivel a Kkv törvény szerint az nem volt az alperesi eljárásokban alkalmazható.* Ugyanakkor a Tptv. 78. § (8) bekezdésében írtak szerint a figyelmeztetés *egy lehetőség, egy lehetséges szankció az alperesi döntéshozatal során,* amely a tárgyi ügyszóhoz tartozóan az alperes a bírság kiszabására vonatkozó szankció alkalmazását indokolta, így ez okból a bírság kiszabása nem tekinthető jogsértőnek.” (16.K.32.239/2016/21., Vj/11/2014.)

⁹⁵ BH 2017.248, [23]-[26] pontok (Kfv.VI.35.761/2015.)

folytató MNB-hez nem végez hatósági ellenőrzést, minek következtében rá sem vonatkozik a KKV tv. 12/A. §-a.

VII.7. Az eljárás alá vont által tett kötelezettségvállalás értékelése

204. Az eljárás alá vont a vizsgálati szakasz⁹⁶ végén jelezte, hogy a későbbiekben kötelezettségvállalást kíván benyújtani, az eljárás alá vont ennek apropóján személyes meghallgatását kérte, amelyre 2017. május 3-án lehetőséget kapott. A megbeszélésen a kötelezettségvállalással kapcsolatosan kért iránymutatást a vizsgálótól⁹⁷, amit meg is kapott, azonban konkrét kötelezettségvállalást nem terjesztett elő. Ezt követően a vizsgálati jelentésre tett észrevételének III.3. részében ismételt, minden konkrétum nélkül megismételte ebbéli szándékát⁹⁸.
205. Az Extreme Digital az előzetes álláspontra tett észrevételeiben⁹⁹ előadta, hogy jóhírnevének, imázsának megőrzése végett kíván a fogyasztói jogok (elsősorban online vásártérhez kötött) és annak gyakorlásáról szóló edukációs kampányt folytatni.
206. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Tpv. 75. §-a és a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 6/2014. számú, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról szóló közleménye (a továbbiakban: Kötelezettségvállalási Közlemény) értelmében a kötelezettségvállalás tételének lehetősége jelen versenyfelügyeleti eljárásban is fennáll és az eljárás alá vont erre vonatkozó indítványt terjesztett elő.
207. Azonban eljáró versenytanács szerint a kötelezettségvállalást az alábbiakra tekintettel nem fogadhatja el:
- a kötelezettségvállalás elfogadásával elérhető várható előnyöknél nagyobb súllyal bír a tényállás teljes körű tisztázásához és az adott kereskedelmi gyakorlat jogi minősítéséhez fűződő közérdek (Kötelezettségvállalási Közlemény 35.d. pontja);
 - a kereskedelmi gyakorlat, a korábban ismerttetnek megfelelően jelentős súlyúnak minősül (Kötelezettségvállalási Közlemény 35.d. pontja);
 - az eljárás alá vont a kötelezettségvállalási nyilatkozatot az eljárás késői szakaszában nyújtotta be, amikor már a tényállásnak szinte teljeskörű tisztázása megtörtént;
 - a kötelezettségvállalási nyilatkozat tervezete nem kellően kidolgozott, teljes mértékben általános, konkrétumokat nem tartalmaz;
 - a kötelezettségvállalás egy olyan edukációs kampány lenne (fogyasztói jogok ismertetése), amely már számos esetben megtörtént a médiában és jelenleg is elérhetőek ilyen tartalmú kampányok¹⁰⁰.

⁹⁶ Vj/65-28/2016. számú irat 3. pontja (2017. május 16-án érkezett adatszolgáltatás) 3. pontja:

„Társaságunk úgy gondolja, hogy a 2015. évi Black Friday akció során nem sértettük meg a versenyszabályokat. Ettől függetlenül tervezzük egy kötelezettségvállalás alkalmazását. Elképzelésünk szerint vásárlóink részére oktató-nevelő céllal televíziós és online programokat állítanánk össze, amelyek a tudatos vásárlói magatartás kialakítását, a jogi lehetőségek bemutatását és alkalmazását segítenék. A későbbiek során lehetőségeink figyelembevételével alkalmazni és erről tájékoztatni fogjuk Önöket”.

⁹⁷ Vj/65-24/2016. számú jegyzőkönyv

⁹⁸ Vj/65-51/2016. III.3. pont:

„Amennyiben a T. Versenytanács nem osztaná KKV minősítésünkkel kapcsolatos álláspontunkat és felelőségünk megállapítását mondaná ki, abban az esetben - mint ahogy azt a már hivatkozott 2017. május 09-én kelt beadványunkban jeleztük - készek vagyunk egy kötelezettségvállalás alkalmazására. Előkészítettünk egy fogyasztók részére indítandó oktató-nevelő célzatú televíziós programot, amely a tudatos vásárlói magatartás kialakítását segítené. Kérjük, hogy az eset összes körülményei alapján ezt a lehetőséget még akkor is biztosítsa számunkra a Versenytanács, ha felelőségünket megállapítaná.”

⁹⁹ Vj/65-51/2016. számú irat III. része

¹⁰⁰ http://gvh.hu/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadnan

<http://kamaronline.hu/cikk/ne-legyen-konnyu-preda>

<http://fogyasztovedelem.kormany.hu/taxonomy/term/165> (online vásárláshoz kapcsolódó fogyasztóvédelem)

208. Az eljáró versenytanács itt kívánja megjegyezni azt is, hogy az eljárás alá vont igazán konkrét, a felvetéseken túlmutató kötelezettségvállalási nyilatkozatot nem fogalmazott meg, az eljáró versenytanács pedig nem ítélte szükségesnek egy esetleges kötelezettségvállalási nyilatkozat tartalmának meghatározásával kapcsolatos egyeztetés lefolytatását. [Amint azt a Kötelezettségvállalási Közlemény 10. pontja is kiemeli, a bírói gyakorlat szerint a GVH-nak nem kötelezettsége az eljárás alá vont vállalkozás kötelezettségvállalásának elfogadása (lásd a Fővárosi Törvényszék 2.K. 30.044/2008/18. és 3.K. 30.200/2011/4. ítéletét). Konkrét jogszabályi kötelezettség hiányában a GVH-t nem terheli a kötelezettségvállalás tartalmának meghatározására vonatkozó egyeztetések lefolytatásának kötelezettsége sem.]

VII.8. Összefoglalás

209. Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy az Extreme Digital 2015. november 11-20. között, a 2015. november 20-i Black Friday akciója népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációja során televíziós reklámban, videobanner-en, banner-en, újsághirdetésben, hírlevélben, Várkonyi Balázs televíziós interjúja során és PR cikkeken keresztül, annak ellenére, hogy az akcióban részt vevő termékeknek túlságosan szűk és atipikus termékkörében volt elérhető 50%-os vagy azt meghaladó mértékű kedvezmény, azt a benyomást keltette, hogy a fogyasztók jelentős mértékű, akár 50-70%-os kedvezményre tehetnek szert 2015. november 20-i vásárlás esetén.
210. Ez a kereskedelmi gyakorlat pedig alkalmas volt arra, hogy megtévessze a fogyasztókat az áru ára, illetve különleges árkedvezménye tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítette, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
211. Így az eljáró versenytanács megállapította, hogy az Extreme Digital a fenti magatartásával az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése c) pontjának megvalósításával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VII.9. Jogkövetkezmények

212. Az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdés a) pontja alapján bírságot szabott ki az eljárás alá vont vállalkozással szemben.
213. Az eljáró versenytanács a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 2/2015. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsai gyakorlatot rögzítő közleményben (a továbbiakban: Közlemény) foglaltaknak megfelelően határozta meg.
214. A kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően négy, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét. Ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, végül figyelemmel van a bírság maximális összegére, mint korlátra.
215. A jelen ügyben a bírság összegének megállapításakor az eljáró versenytanács a vizsgált, jogsértő információt tartalmazó kereskedelmi kommunikációk előállításának és terjesztésének ismert költségeiből indulni ki ([üzleti titok] Ft)¹⁰¹, azonban ennek számítása során figyelemmel kívül hagyta az „akár féláron” reklámszlogenrel érintett reklámköltséget, mivel annak esetében az eljárás alá vont nem ismerhette az eljáró versenytanács által megkövetelt 10 %-os termékarányt, így a [üzleti titok] %-os termékkínálata alapján még jogszerűnek is gondolhatta az erre vonatkozó kereskedelmi gyakorlatát (ha annak vonatkozásában a tipikusság követelménye is teljesült volna).

216. A bírságalap számítás vonatkozásában az Extreme Digital hivatkozott arra, hogy a teljes reklámköltség 80%-a nem tekinthető bírságalapnak, hiszen a jogsértőnek vélt állítás „egzakt módon nem mérhető”, „a reklámok jelentős része egy konkrét terméket hirdet”, ezért a becsléssel történő megállapítást indítványozta akként, hogy álláspontja szerint legfeljebb az csak a teljes reklámköltség 10-20%-t érheti el.
217. Az eljáró versenytanács ekörben is a fentebb kifejtett azon gyakorlatára kíván hivatkozni, hogy az ár és kedvezmény kommunikáció, figyelembe véve az árérzékeny magyar átlagfogyasztót olyan kommunikáció, amely üzenetével teljes egészében áthatja az adott reklámot és önmagában felkelti a fogyasztó érdeklődését.
218. Az eljáró versenytanács megjegyzeni kívánja, hogy nem véletlen, hogy világszerte a árkedvezményekre építik a vállalkozások a reklámjaikat és ennek megfelelően a vizsgált Black Friday is egy ilyen árkommunikációra felépített kereskedelmi gyakorlat.
219. Az eljáró versenytanács súlyosító körülményként az alábbiakat vette figyelembe
- a kereskedelmi gyakorlat az alkalmazott reklám jellegét; tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által is elismerten¹⁰² jelentős számú fogyasztót ért el (közepes mértékű súlyosító körülmény)¹⁰³;
 - a kereskedelmi gyakorlat jogsértő üzenetének erőteljes voltát; tekintettel az üzenet egyszerűsége, egyértelműsége, hangsúlyossága és árra vonatkozó volt miatt (közepes mértékű súlyosító körülmény)¹⁰⁴;
 - az eljárás alá vont megrendelése és így bevétele, általa is elismerten jelentősen nőttek (közepes mértékű súlyosító körülmény)¹⁰⁵.
220. Az eljárás alá vont vitatta a fenti három súlyosító körülményt is. Ezek közül azt, hogy a reklám jelentős számú fogyasztót ért el¹⁰⁶, illetve azt, hogy az eljárás alá vont megrendelése¹⁰⁷ és bevétele jelentősen nőttek¹⁰⁸ az eljáró versenytanács az Extreme Digital által szolgáltatott adatok alapján állapította meg. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ezek a számok bizonyítják a Közlemény szerinti súlyosító tényezők megvalósulását, és önmagában az, hogy az eljárás alá vont minden tény nélkül megkérdőjelezi azokat nem cáfolja ezen eljárás alá vont által benyújtott bizonyítékokat.
221. Az eljárás alá vont a kereskedelmi gyakorlat jogsértő üzenetének erőteljes voltát is megkérdőjelezte, ennek kapcsán az eljáró versenytanács csak utalni kíván a fentebb kifejtett azon érveire, miszerint az árkedvezmény közlés önmagában erőteljes üzenetnek minősül, ráadásul jelen esetben ezen üzenet egyértelműen és egyszerűen értelmezhetően került megfogalmazásra, egy olyan kereskedelmi akcióhoz (Black Friday) kötve, amelyről köztudott, hogy árkedvezmény köthető.

¹⁰² Nyilatkozata szerint „az akció napján, 2015. november 20-án Google Analytics adatok alapján az oldal megtekintések száma a megszokott 87-szeresére növekedett. A weboldalra érkező felhasználók száma pedig az átlagos mintegy nyolcszorosa volt. A megrendelések száma az Extreme Digital ügyviteli rendszere szerint 50 673 db volt, amely a normál átlag 12,5-szerese”. (Eredetileg P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 3. pontja szerint, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként.)

¹⁰³ Közlemény 37. pont

¹⁰⁴ Közlemény 39. pont

¹⁰⁵ Közlemény 40. pont

¹⁰⁶ „Az akció napján, 2015. november 20-án Google Analytics adatok alapján az oldal megtekintések száma a megszokott 87-szeresére növekedett. A weboldalra érkező felhasználók száma pedig az átlagos mintegy nyolcszorosa volt.” P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 3. pontja szerint, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként

¹⁰⁷ A megrendelések száma az Extreme Digital ügyviteli rendszere szerint 50 673 db volt, amely a normál átlag 12,5-szerese.” P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás 3. pontja szerint, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként

¹⁰⁸ Az Extreme Digital értékesítésének nettó forgalma 2015. november 20-án adatszolgáltatása alapján [üzleti titok] Ft volt. (Vj/65-19/2016. számú adatszolgáltatás 2. pontja). Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy az Extreme Digital adatszolgáltatása alapján saját maga által elvégzett számítása szerint a bevétele [üzleti titok] Ft volt.

222. Az eljáró versenytanács – kivételesen – a jelen ügyben érintett speciális helyzetben kiemelkedő enyhítő körülményként azonosította azt, hogy a jogsértés elkövetésekor az eljárás alá vont KKV volt. Tette ezt azért, mert ugyan a fentebb levezetett jogszabályi előírás és a bírói gyakorlat alapján is a döntés meghozatali állapotot kell figyelembe venni, de értékelendőnek találta azt, hogy a jogsértés elkövetésekor az eljárás alá vont KKV-ként nem rendelkezett azzal a pénzügyi és humán erőforrás háttérrel, mint egy KKV-nál nagyobb vállalkozás, így erre tekintettel kevesebb eszköze is volt arra, hogy magatartása következményeit átlássa.
223. Az eljárás alá vont kérte enyhítő körülményként figyelembe venni, hogy vele szemben korábban nem volt versenyfelügyeleti eljárás folyamatban. Az eljáró versenytanács rá kíván mutatni, hogy önmagában az, hogy egy vállalkozással szemben nem volt folyamatban versenyfelügyeleti eljárás nem minősülhet enyhítő körülménynek, egyrészt azért mert ez nem jelenti automatikusan azt is, hogy minden esetben jogszerűen járt el, másrészt azért mert a jogkövető magatartás tekintendő társadalmilag elvárhatónak, így önmagában ezen magatartásért előnyök, külön jogszabályi felhatalmazás alapján nem köthetőek.
224. Enyhítő körülményként kérte figyelembe venni azt is, hogy a Black Friday kampány bevezetésével a fogyasztók jelentős megtakarításhoz jutottak. Az eljáró versenytanács ezt sem tudta elfogadni, hiszen mint minden profit orientált vállalkozásnak, az Extreme Digitalnak is az (volt) a célja, hogy nagyobb összegű bevételhez jusson, vagy más milyen formában (marketing) részesüljön tevékenységéből. Az elképzelhető, hogy ebből a fogyasztóknak előnye származhat, de az semmiképp sem állítható, hogy az eljárás alá vont magatartása önzetlen volt, amit az ügyvezető sajtótájékoztatóján közzé tett bevételi és marketing számai is alá támasztanak.
225. Végezetül az eljáró versenytanács a fentieknek megfelelően kalkulált bírságösszeget meg vizsgálta abból a szempontból is, hogy a speciális és generális prevenció elveit figyelembe véve az – figyelemmel az ügy összes körülményeire – kellő mértékű elrettentő erőt képvisel-e, valamint, hogy nem haladja-e meg a törvényi maximumot. Ezen vizsgálat keretében az eljáró versenytanács arra a megállapításra jutott, hogy a kalkulált bírságösszeget nem szükséges a speciális és a generális prevencióra figyelemmel eltéríteni és a bírságösszeg nem haladja meg a törvényi maximumot. Az eljáró versenytanács a bírságösszeg végső meghatározása során a kalkulált bírságösszeget az eljárás alá vont javára lefelé kerekítette.

VIII. Egyéb kérdések

VIII.1. Hatáskör és illetékesség

226. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
227. Az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a) pontja alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg.
228. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, mivel az Extreme Digital 2015. november 20-i Black Friday akcióját népszerűsítő reklámtól számos országos médiaszolgáltatást végző televíziós csatorna (pl. RTL Klub, Viasat3, TV Paprika, Spektrum, Comedy Central, National Geographic, Sport1, stb.) és rádióadó (Class FM, Gazdasági rádió) is közzétette, így az Fttv. 11. § (2) bekezdés a) pontja alapján a magatartás elbírálása a GVH hatáskörébe tartozik.
229. A GVH illetékessége a Tptv. 46. §-a alapján az ország egész területére kiterjed.

VIII.2. Jogorvoslat és egyebek

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

231. A Tpv. 89. §-ának (1) bekezdése értelmében a GVH hivatalból vizsgálja a végrehajtható döntésben meghatározott, a 77. § (1) és (2) bekezdésében nem szabályozott kötelezettség teljesítését. A (2) bekezdés értelmében az eljáró versenytanács hivatalból haladéktalanul, külön végzéssel megindítja a versenyfelügyeleti eljárás során hozott döntésének végrehajtását, ha a rendelkezésére álló adatok alapján megállapítja, hogy a végrehajtható döntésben elrendelt kötelezettség teljesítése határidőre nem vagy csak részben, vagy nem az előírtaknak megfelelően történt. A végrehajtási eljárás a végrehajtás megindításáról szóló végzésnek a kötelezettel való közlésével indul meg.

232. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-ának (2) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

233. 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.

234. A Ket. 132. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része.

235. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. Az eljáró versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a Tpv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a GVH által kiszabott, teljesítési határidőben meg nem fizetett bírság (valamint a meg nem fizetett bírság után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék) behajtása iránt az állami adóhatóság intézkedik.

Budapest, 2017. november 15.

dr. Kőhalmi Attila s.k.
előadó versenytanácsstag

Dudra Attila s.k.
versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
versenytanácsstag

1. számú melléklet: Kommunikációs eszközök költségei

A „Black Friday” kampány során alkalmazott kereskedelmi kommunikációk költségét az alábbi táblázat ismerteti. ¹⁰⁹ A jogsértő tájékoztatást tartalmazó, így a bírságszámításnál figyelembe venni kívánt reklámeszközöket az eljáró versenytanács félkövér betűtípussal jelölte.

| Kommunikációs eszköz megnevezése | Megjelenés ideje | Megjelenés helye/száma | Költség |
|--|----------------------------|---|--------------------------|
| rádióreklám | 2015. nov. 16 – 20. | Class FM, Gazdasági rádió [üzleti titok] alkalom | [üzleti titok] Ft |
| televíziós reklám | 2015. nov. 16 – 20. | Atmedia, [üzleti titok] alkalom SAP+, [üzleti titok] alkalom | [üzleti titok] Ft |
| videóbanner | 2015. nov. 11 – 20. | TEN Média, [üzleti titok] oldalon [üzleti titok] ADV | [üzleti titok] Ft |
| banner | 2015. nov. 11 – 20. | index, origo, edigital.hu, arukereső.hu, árgép.hu | [üzleti titok] Ft |
| újsághirdetés | 2015. nov. 19. | Metropol Magazin, [üzleti titok] példány | [üzleti titok] Ft |
| óriásplakát | 2015. nov. 15 – 30. | Budapest, [üzleti titok] plakáthely | [üzleti titok] Ft |
| kirakati matrica | 2015. nov. 16 – 20. | Szaküzletekben [üzleti titok] db | [üzleti titok] Ft |
| bolti belső plakát | 2015. nov. 16 – 20. | Szaküzletekben [üzleti titok] db | [üzleti titok] Ft |
| hírlevél | 2015. nov. 12 – 20. | kb. [üzleti titok] címzett | [üzleti titok] Ft |
| sajtótájékoztató | 2015. nov. 11. | rendezvény, [üzleti titok] újságíró | [üzleti titok] Ft |
| blogposztok | 2015. nov. 12 – 19. | Otthonkommandó, vous.hu, player.hu, burzsuj, Furdancs Blog, Színes Ötletek Blog | [üzleti titok] Ft |
| PR cikk | 2015. nov. 12 – 19. | Nők lapja, Dívány,origo.hu, 444.hu, hvg.hu | [üzleti titok] Ft |
| Reklámköltség összesen: | | | [üzleti titok] Ft |
| Jogsértő tartalmú reklámeszközök költsége összesen: | | | [üzleti titok] Ft |

¹⁰⁹Extreme Digital Zrt. P/1532-6/2015. számú adatszolgáltatás CD-mellékletén található „Reklámanyagok” elnevezésű mappa, „mrk-blackfriday” című excel táblázat alapján, átemelve a VJ/65-3/2016. számú irat 3. számú mellékleteként, nyomtatott formában a VJ/65-13/2016. számú irat 2/K. számú mellékleteként.