1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1245, Budapest 5. Pf. 1036
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/26/2019.
Iktatószám: VJ/26-71/2019.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a DLA Piper Posztl, Nemescsói, Győrfi-Tóth és Társai Ügyvédi Iroda (1124 Budapest, Csörsz u. 49-51., eljáró ügyvéd: Dr. N. A.) által képviselt **The Hut.com Limited** (Voyager House, Chicago Avenue, Manchester Airport, M90 3DQ, Egyesült-Királyság) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a The Hut.com Limited 2017. május 10-től kezdődően tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytat tekintettel arra, hogy

- az árfeltüntetési gyakorlata az értékesített termékekkel kapcsolatos árak, kedvezmények, akciók vonatkozásában megtévesztő és ezen gyakorlatával a fogyasztók ügyleti döntését befolyásolja,

- a fogyasztó azonnali döntéshozatalra késztetése céljából kereskedelmi gyakorlatában (pl.: *„Csak ma”, Kiárusítás”, „Utolsó lehetőség”, „Gyorsan fogynak a készletek”, „Már csak 48 óra…”, „Csökkentő kedvezmény! Fogy az idő …”, „Villámakció”, „CSAK MA! Visszaszámlálás elindult -50%, …49%”* stb.) valótlanul állítja, hogy a termékei bizonyos feltételek mellett (akciósan, kedvező áron) csak nagyon korlátozott ideig állnak rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztókat megfosztja a tájékozott döntéshez szükséges időtől.

Az eljáró versenytanács a fenti jogsértések miatt a The Hut.com Limited-et 100.000.000 Ft, azaz százmillió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezi, amely összeget a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú Versenyfelügyeleti Bírságszámlája javára köteles megfizetni a határozat közlésétől számított 30 napon belül.

Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság (és az esetleges késedelmi pótlék) meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

Az eljáró versenytanács a fentieken túl megtiltja, hogy a The Hut.com Limited a fenti jogsértő kereskedelmi gyakorlatát tovább folytassa és kötelezi, hogy az eltiltásnak való megfelelést a jelen határozat közlését követő 60 napon belül igazolja.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap[1] használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és

[1] http://www.gvh.hu//data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

Az eljáró versenytanács meghozta továbbá a következő

v é g z é s t.

Az eljáró versenytanács a Facebook-on közzétett kommunikáció vonatkozásában az eljárást megszünteti.

A végzés ellen a közlésétől számított nyolc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap[2] használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

I N D O K O L Á S

I.
A versenyfelügyeleti eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2019. június 28-án kelt, VJ/26/2019. számú, a versenyfelügyeleti eljárást megindító végzése indokolása szerint: *„észlelte, hogy a The Hut.com Limited vállalkozás 2017. november 1. napjától a www.myprotein.hu weboldalon elérhető termékekkel kapcsolatos árfeltüntetési gyakorlatával a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.*
A Gazdasági Versenyhivatal észlelte továbbá, hogy a The Hut.com Limited vállalkozás 2017. november 1. napjától a www.myprotein.hu weboldalon elérhető termékekkel összefüggésben az alábbi, és azokhoz hasonló tartalmú tájékoztatásokat tesz közzé:
- „Kiárusítás”
- „Utolsó lehetőség”
- „Gyorsan fogynak a készletek”.
Ezen állítások valószínűsíthetően alkalmasak arra, hogy a potenciális fogyasztók számára azt a látszatot keltsék, hogy a vállalkozás által kínált kedvezményes árak csak a kereskedelmi kommunikáció által határolt időszakban állnak a fogyasztók rendelkezésére, így az információ valószínűsíthetően arra ösztönzi az átlagos fogyasztót, hogy a boltot azonnal keresse fel, mivel az árukészlet vagy a kedvezmény igénybevételére nyitva álló idő korlátozott.
Az eljárás alá vont vállalkozás ezáltal az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
A The Hut.com Limited a www.myprotein.hu weboldalon elérhető termékek értékesítése kapcsán árbevételt realizál, illetve annak népszerűsítése keretében gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el.
A rendelkezésre álló információk alapján az eljárás alá vont az eljárás során vizsgált kereskedelmi kommunikációit weboldala, e-DM levelek valamint magas látogatottságú Facebook oldala útján népszerűsítette.”

[2] http://www.gvh.hu//data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

„A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed az eljárás alá vont vállalkozás 2017. november 1. napjától a jelen végzés indokolásának I. Tényállás részében ismertetett gyakorlata megvalósítása során alkalmazott, valamint az ott kifogásoltakkal egyező tartalmú és üzenetű valamennyi kereskedelmi kommunikációjára"

2. A GVH észlelte továbbá, hogy az eljárás alá vont a VJ/26/2019. számú végzésben megjelölt magatartásokat 2017. november 1-jét megelőzően is alkalmazta, tekintettel arra, hogy a www.myprotein.hu weboldal 2017. május 10. napjától kezdődően volt elérhető. Így kiterjesztette az eljárást az eljárás alá vont vállalkozás által 2017. május 10-től kezdődően alkalmazott, a www.myprotein.hu weboldallal összefüggő, VJ/26/2019. számú végzésben megjelölt kereskedelmi gyakorlatának vizsgálatára.
3. A vizsgálat 2020. július 7-én terjesztette a Versenytanács elé a vizsgálati jelentését[3], amelyet az eljáró versenytanács előadó tagja a Tpvt. 73. § (3) bekezdése alapján az eljárás alá vontnak észrevételezésre megküldött[4]. Ez alapján a The Hut.com Limited (a továbbiakban eljárás alá vont, vagy Myprotein) 2020. október 5-én terjesztette elő észrevételeit[5].
4. Az eljáró versenytanács 2020. október 22-én az iratokat a Tpvt. 72. § (1) bekezdése alapján visszaadta a vizsgálatnak[6]. A vizsgálat 2020. október 29-én kiterjesztette[7] az eljárást *„annak vizsgálatára, hogy a The Hut.com Limited vállalkozás a 2017. május 10-étől kezdődően a www.myprotein.hu weboldalon elérhető termékekkel összefüggésben alkalmazott kereskedelmi kommunikációja során megvalósította-e az Fttv. mellékletének 7. pontjában foglalt tényállást, és ezzel megsértette-e az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat."*
5. Ezt követően pedig a vizsgálat 2020. október 29-én előterjesztette kiegészítő vizsgálati jelentését[8], amely alapján a Tpvt. 73. § (1) bekezdése szerint az eljárás ismételten versenytanácsi szakaszba került.

II.
Az eljárás alá vont vállalkozás

6. A Myprotein egy Angliában és Walesben bejegyzett vállalkozás, amely 15 éve folytat kereskedelmi tevékenységet. 2011 májusa óta áll tulajdonában a *„MyProtein"* márka. A *„MyProtein"* márka alatt elsősorban sport táplálkozási étrendkiegészítő termékeket (az értékesítés többsége tejsavó fehérje), valamint kapcsolódó kiegészítőket és ruházatot értékesít. A *„MyProtein"* termékeket világszerte értékesíti számos, lokális *„Myprotein"* webhelyén keresztül, ideértve a www.myprotein.hu weboldalt, valamint kijelölt forgalmazókon keresztül kiskereskedelmi üzletekben és edzőtermekben is értékesít.[9]
7. Az eljárás alá vont 2019. évi nettó árbevétele £ 820.856.000 (több mint 318 milliárd Ft) volt[10]. A Myprotein a 2019-es évben a magyar weboldal által realizált árbevétele [üzleti titok] Ft volt.[11]
8. A www.myprotein.hu weboldal révén kizárólag termékértékesítésből származó bevételt realizált,[12] mely nettó árbevételi adatok havi bontásban az alábbiak szerint alakultak:[13]

[3] VJ/26-49/2019.
[4] VJ/26-51/2019.
[5] VJ/26-56/2019.
[6] VJ/26-59/2019.
[7] VJ/26-60/2019.
[8] VJ/26-62/2019.
[9] VJ/26-4/2019.
[10] VJ/26-63/2019. A Myprotein átváltása alapján a 2019. évi nettó árbevétele 318.344.373.920,- Ft volt.
[11] VJ/26-16/2019.
[12] VJ/26-16/2019.
[13] VJ/26-4/2019., VJ/26-16/2019., VJ/26-56/2019.

Hónap	Nettó árbevétel (HUF)
2017. május[14]	[üzleti titok]
2017. június	[üzleti titok]
2017. július	[üzleti titok]
2017. augusztus	[üzleti titok]
2017. szeptember	[üzleti titok]
2017. október	[üzleti titok]
2017. november	[üzleti titok]
2017. december	[üzleti titok]
2018. január	[üzleti titok]
2018. február	[üzleti titok]
2018. március	[üzleti titok]
2018. április	[üzleti titok]
2018. május	[üzleti titok]
2018. június	[üzleti titok]
2018. július	[üzleti titok]
2018. augusztus	[üzleti titok]
2018. szeptember	[üzleti titok]
2018. október	[üzleti titok]
2018. november	[üzleti titok]
2018. december	[üzleti titok]
2019. január	[üzleti titok]
2019. február	[üzleti titok]
2019. március	[üzleti titok]
2019. április	[üzleti titok]
2019. május	[üzleti titok]
2019. június	[üzleti titok]
2019. július	[üzleti titok]
2019. augusztus	[üzleti titok]
2019. szeptember	[üzleti titok]
2019. október	[üzleti titok]
2019. november	[üzleti titok]
2019. december	[üzleti titok]
2020. január	[üzleti titok]
2020. február	[üzleti titok]
2020. március	[üzleti titok]
2020. április	[üzleti titok]
2020. május	[üzleti titok]
2020. június	[üzleti titok]
2020. július	[üzleti titok]
2020. augusztus	[üzleti titok]
Összesen	[üzleti titok]

[14] VJ/26-20/2019

III.
Az érintett termékek

III.1. Az érintett termékkategóriák

9. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termékek a www.myprotein.hu weboldalon keresztül értékesített termékek köre, 2015. júniusi kezdetű tesztidőszakot követően a www.myprotein.hu webhely 2017. május 10-én vált elérhetővé. [15]
10. A legnépszerűbb termékkategóriái a tejsavó alapú fehérjék. A MyProtein termékpalettája viszonylag változatos a termékkategóriák számát tekintve. Ennek megfelelően az értékesítés alapján kevésbé kiemelkedő termékkategóriák időről időre törlésre kerülhetnek a termékpalettáról, továbbá például a ruházat is szezonális, így e termékek köre is változott a webhely elérhetővé válása óta.[16]
11. Az állandó termékkategóriái a következők: protein, tabletták és kapszulák, élelmiszer-szeletek és snackek, aminosavak, keverékek és formulák, ruházat, kreatin, kiegészítők, egészséges hozzávalók, szénhidrátok, több árut tartalmazó csomagok, minták, italok.[17]
12. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint 2017. május 10. napja, valamint 2017. november 1. napja között nem történt releváns változás a www.myprotein.hu weboldalon.[18]
13. A www.myprotein.hu weboldal látogatottsági adatai az alábbiak szerint alakultak.[19]

Hónap	Látogatottsági adat
2017/05	[üzleti titok]
2017/06	[üzleti titok]
2017/07	[üzleti titok]
2017/08	[üzleti titok]
2017/09	[üzleti titok]
2017/10	[üzleti titok]
2017/11	[üzleti titok]
2017/12	[üzleti titok]
2018/01	[üzleti titok]
2018/02	[üzleti titok]
2018/03	[üzleti titok]
2018/04	[üzleti titok]
2018/05	[üzleti titok]
2018/06	[üzleti titok]
2018/07	[üzleti titok]
2018/08	[üzleti titok]
2018/09	[üzleti titok]
2018/10	[üzleti titok]
2018/11	[üzleti titok]
2018/12	[üzleti titok]
2019/01	[üzleti titok]
2019/02	[üzleti titok]
2019/03	[üzleti titok]
2019/04	[üzleti titok]
2019/05	[üzleti titok]
2019/06	[üzleti titok]

[15] VJ/26-4/2019.
[16] VJ/26-4/2019.
[17] VJ/26-24/2019.
[18] VJ/26-10/2019.
[19] VJ/26-16/2019.

2019/07	[üzleti titok]
2019/08	[üzleti titok]
2019/09	[üzleti titok]
2019/10	[üzleti titok]
2019/11	[üzleti titok]
2019/12	[üzleti titok]
2020/01	[üzleti titok]

III.2. Alkalmazott kommunikációs eszközök

14. A rendelkezésre álló adatok alapján az eljárás alá vont az alábbi kommunikációs eszközökön népszerűsítette termékeit:
    - www.myprotein.hu weboldal;
    - Myprotein saját magyarországi Facebook oldala;
    - e-DM levelek.
15. Az eljárás alá vont nem gyűjti és tárolja az e-DM levelek címzettjeit megyék szerinti bontásban, így ezen adatok nem kinyerhetőek, így a vizsgálat mintavételt alkalmazott, amely alapján megállapította, hogy Magyarországon több, mint három megye fogyasztóit érintik a Myprotein által küldött e-DM levelek. [20]
16. A „Myprotein @MyproteinMagyarorszag" Facebook oldalt (a továbbiakban: Facebook oldal) az eljárás alá vont Myprotein üzletágért felelős munkavállalói üzemeltetik.[21] A Facebook oldal követőinek a száma folyamatosan emelkedett, jelenleg (2020. december 3.) 45.398 fő[22].
17. A 2019. áprilisi megjelenési és költség adatok az alábbiak[23]:

Kommunikációs eszköz	Megjelenés száma	Költségadatok	Elért fogyasztói szám
Saját weboldal	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
e-DM	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
Facebook márkaoldal	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

18. Az adatok alapján 2018. december 1. – 2018. december 31-ig a www.myprotein.hu weboldal esetén [üzleti titok] volt a megjelenés száma, ebben az időszakban a www.myprotein.hu weboldal látogatóinak száma [üzleti titok] volt. Emellett ebben az időszakban [üzleti titok] megjelenés volt azonosítható az e-DM levelek vonatkozásában.[24]
19. A Myprotein előadása szerint a [üzleti titok].[25]

III.3. Az eljárás alá vont árfeltüntetési gyakorlata

20. Az eljárás alá vont az általa alkalmazott, III.3.1. pontban ismertetett kommunikációs eszközökön (weboldal, Facebook, e-DM levelek) többféle árfeltüntetést alkalmaz, eltérő elnevezésekkel, melyek külön-külön az adott kommunikációs eszközök szerint kerülnek bemutatásra.

III.3.1.Weboldal

21. Az eljárás alá vont 2017. május óta, függetlenül a termékkategóriáktól, ugyanazt az árfeltüntetési gyakorlatot alkalmazza. Előadása szerint nem tárolja visszamenőlegesen a weboldal korábbi tartalmait, ebből kifolyólag a GVH felhívása ellenére sem állt módjában az árfeltüntetési

[20] VJ/26-31/2019.
[21] VJ/26-31/2019.
[22] VJ26-67/2019.
[23] VJ/26-4/2019. számú beadvány 1. számú melléklete
[24] VJ/26-31/2019.
[25] VJ/26-42/2019.

gyakorlatáról[26] adatot szolgáltatni a 2017 májusától kezdődő időszakra vonatkozóan. Az adatszolgáltatás időpontjában[27] elérhető árfeltüntetési gyakorlat megegyezik a 2019. október 16-án kelt beadványban foglaltakkal.[28]

III.3.1.1. Ajánlott fogyasztói ár

22. Az eljárás alá vont előadta, hogy a Myprotein egy saját márkás termék, így saját maga határozza meg az ajánlott fogyasztói árat és ehhez az árhoz viszonyítva határozza meg a kedvezmény mértékét.[29]
23. Előadta, hogy az „ajánlott fogyasztói ár" megjelölést a termékkategóriákra tekintet nélkül alkalmazza (vagyis a megjelölés módja valamennyi termék/kategória esetében azonos) a weboldal indulása óta. Az „Ajánlott fogyasztói ár" megfogalmazás az angol *„Recommended retail price"* kifejezés fordítása. Minden olyan termék esetében megjelenítésre kerül, ahol a termék már az árában tartalmaz kedvezményt, így két árat jelenítenek meg a weboldalon az alábbiak szerint: [30]
„Ajánlott fogyasztói ár: 1990 Ft
1692 Ft
Megtakarítás 298 Ft"
24. Hivatkozott arra, hogy az üzletek vagy edzőtermek ugyanolyan feltételekkel vásárolhatják meg a termékeiket a weboldalon, mint bármelyik másik vásárló. A Myprotein fő üzleti profilja a B2C (vállalkozástól fogyasztó felé történő) értékesítés, nem a B2B (vállalkozás-vállalkozás közötti).[31] Az *„Ajánlott fogyasztói ár"* jelölés számukra is megjelenítésre kerül, amennyiben az árat ebben a formában jelenítik meg a weboldalon. Ezen vásárlók továbbértékesítési tevékenysége nem áll a Myprotein ellenőrzése vagy befolyása alatt, ezért nem ajánlott részükre az *„Ajánlott fogyasztói ár"*-on történő termékértékesítés.[32]

III.3.1.2. Fogyasztói ár

25. A GVH internetes kutatás során észlelte továbbá, hogy a https://web.archive.org/ weboldalon elérhető információk alapján 2018. február 21. napján *„Ajánlott fogyasztói ár"* helyett *„Fogyasztói ár"* szerepelt a www.myprotein.hu weboldalon az alábbiak szerint:[33]



[26] VJ/26-33/2019. képernyőmentések
[27] 2020. március 17.
[28] VJ/26-30/2019.
[29] VJ/26-31/2019.
[30] VJ/26-16/2019., VJ/26-31/2019., VJ/26-30/2019.
[31] VJ/26-16/2019.
[32] VJ/26-16/2019.
[33] VJ/26--33./2019.

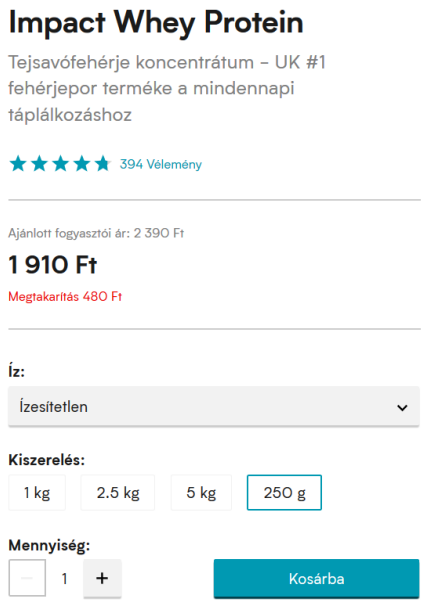
26. A Myprotein előadása szerint amennyiben a termék nem akciós (a termékek többsége ilyen), ebben az esetben nem jelenik meg a megfogalmazás, és csak egy ár kerül feltüntetésre a weboldalon az alábbiak szerint: [34]
„2190 Ft”

III.3.1.3. „Akár” ár

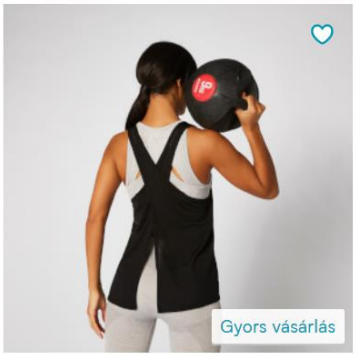
27. A GVH észlelte, hogy egyes olyan termékeknél, amelyeknél az eljárás alá vont ajánlott fogyasztói árat alkalmazott, a terméklistánál egy *„akár”* jelző is megjelent, más termékeknél viszont nem.[35]



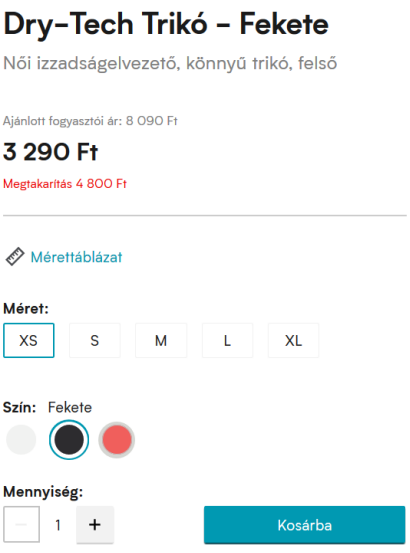
terméklistában „akár” jelzővel



termék kiválasztása után



terméklistában „akár” jelző nélkül



termék kiválasztása után

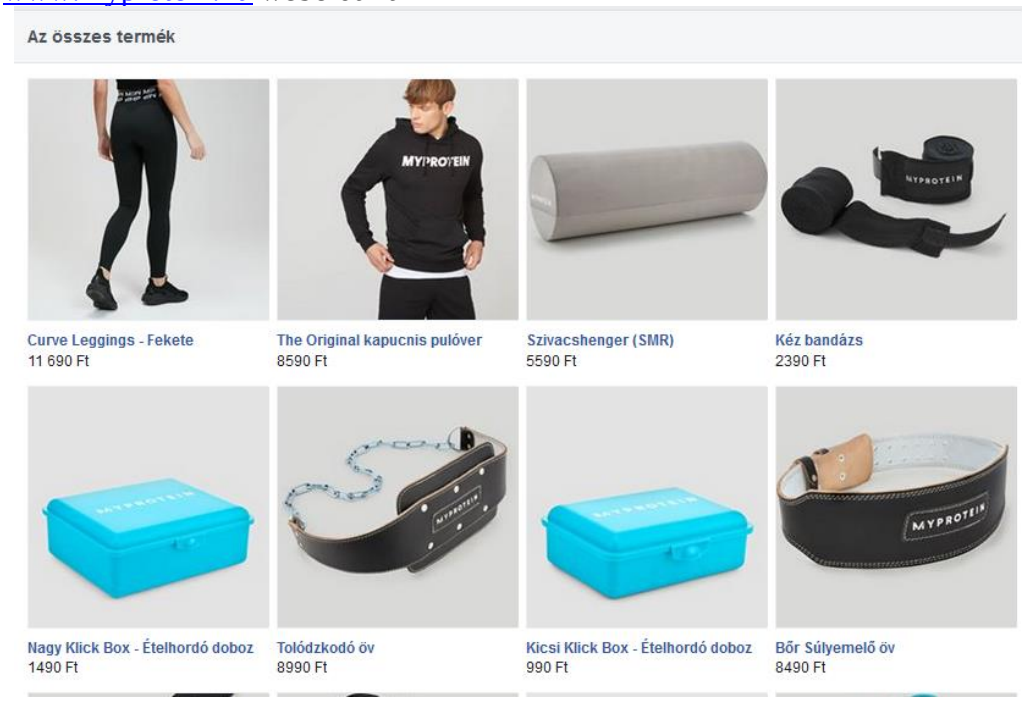
28. E körben arra hivatkozott, hogy az „akár” jelző azon termékek esetében jelenik meg, ahol több kiszerelés/méret is elérhető, ebből adódóan eltérő áron érhetők el a termékek. Ilyen esetben egy listaoldalon a legalacsonyabb elérhető ár jelenik meg, előtte az „akár” jelzővel, ezzel jelezve, hogy a

[34] VJ/26-16/2019.
[35] VJ/26-33/2019., VJ/26-15/2019.

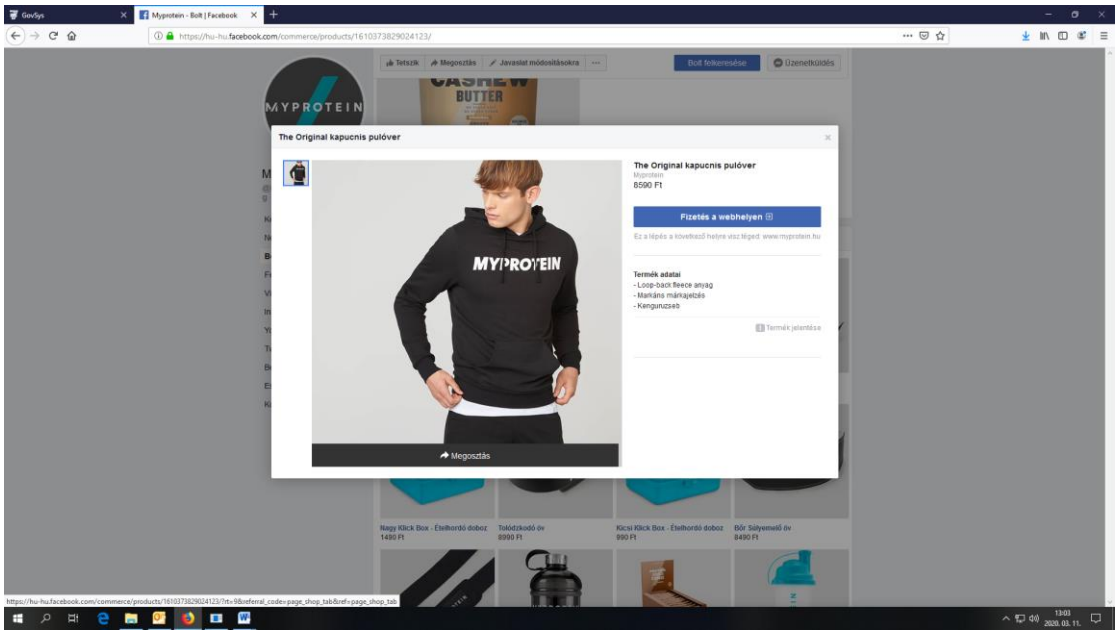
termék már ilyen áron megvásárolható. A termékre kattintva a vásárló a kiszerelés/méret függvényében látja a pontos árakat.[36]

III.3.2. Facebook

29. A GVH észlelte, hogy a Myprotein hivatalos magyarországi Facebook oldalán a *„Bolt”* fülön is elérhetőek egyes termékek, és azok árai. A Facebookon csak a tényleges árra való utalás azonosítható[37] és csak az egyetlen, valóban alkalmazott ár jelenik meg. A termékekre kattintva azonban a www.myprotein.hu weboldalra kerül át az érdeklődő.



Facebook oldal „Bolt” fül



Facebook oldal egyes termékek

[36] VJ/26-34/2019.
[37] VJ/26-33/2019.

30. Az eljárás alá vont szerint a "Bolt" opció a táplálék-kiegészítő termékek esetében nem használható, mivel a Facebook ezen termékkategória feltöltését nem engedélyezi.[38]
31. Azt is előadta, a Myprotein, hogy termékek kedvezményes árára utaló posztokat nem tesz közzé a Facebook-on[39], ugyanakkor a vizsgálat során rögzítésre került néhány árközlést tartalmazó Facebook bejegyzés is.[40]

III.3.3. e-DM levelek

32. A rendelkezésre álló e-DM levelekben szinte kivétel nélkül azonosíthatóak olyan kommunikációk, amelyek ténylegesen a termékek árát tartalmazzák[41].
33. Megjegyezendő, hogy a rendelkezésre álló e-DM levelek alján az alábbi tájékoztatás jelenik meg: *„A megtakarítások az ajánlott fogyasztói árakon alapulnak. Az akció nem vonatkozik minden termékre.”*[42]
34. Az e-DM levelekben háromféle árfeltüntetés volt azonosítható:
    - A „normál ár” mellett a kedvezményes árat is megjeleníti az eljárás alá vont.
    - Számos esetben egy ár megjelenítése után „most” jelzővel egy alacsonyabb ár is megjelenik.
    - Egyes esetekben „volt” jelzővel ellátott áthúzott ár mellett „most” jelzővel egy alacsonyabb ár jelenik meg. [43]
35. Az eljáró versenytanács a példa kedvéért strukturáltan ismerteti néhány hónap (2018. november 22-től 2019. március 1-ig terjedő időszak) teljes e-DM leveleit[44].

Email dátuma	Email tárgya	E-mailben szereplő sürgető üzenet	E-mailben szereplő termék eredeti ára, akciós ára, üzenet
2018. november 22. 22:06	Black Friday – VIP hozzáférés		nem konkrét termékre vonatkozik, hanem kupon a teljes kínálatra: „KIÁRÚSÍTÁS + EXTRA 15% KEDVEZMÉNY” „35.000 Ft vásárlás felett ajándék 1 doboz Baked Cookie 8.690 Ft értékben, az első 150 vásárlónak.” „17.500Ft rendelés felett ajándék shaker
2018. november 23. 7:51	Black Friday kiárusítás extra kedvezménnyel!		nem konkrét termékre vonatkozik, hanem kupon a teljes kínálatra: „KIÁRÚSÍTÁS + EXTRA 15% KEDVEZMÉNY” „35.000 Ft vásárlás felett ajándék 1 doboz Baked Cookie 8.690 Ft értékben, az első 150 vásárlónak.” „17.500Ft rendelés felett ajándék shaker
2018. november 24. 11:01	Black Friday Afterparty	Gyorsan fogynak a készletek ..	nem konkrét termékre vonatkozik, hanem kupon a teljes kínálatra: „KIÁRÚSÍTÁS + EXTRA 15% KEDVEZMÉNY” „17.500Ft rendelés felett ajándék shaker” „Min. 40% kedvezmény minden ruhára
2018. november	Utolsó lehetőség –	„Gyorsan fogynak	nem konkrét termékre vonatkozik, hanem

[38] VJ/26-34/2019.
[39] VJ/26-24/2019.
[40] Lásd vizsgálati jelentés mellékletét képező kereskedelmi kommunikációs táblázatot (VJ/26-49/2019.)
[41] Ezek részletes tartalma a vizsgálati jelentés 3. számú mellékletében látható.
[42] VJ/26-31/2019. és VJ/26-33/2019.
[43] VJ/26-31/2019. ,VJ/26-33/2019., VJ/26-10/2019., VJ/26-15/2019.
[44] VJ/26-31/2019.

<table>
<tr><td>25. 9:01</td><td>Black Friday</td><td>a készletek..”</td><td>kupon a teljes kínálatra:
„KIÁRUSÍTÁS + EXTRA 15% KEDVEZMÉNY”
„17.500Ft rendelés felett ajándék shaker”
„Min. 40% kedvezmény minden ruhára”</td></tr>
<tr><td>2018. november 26. 11:01</td><td>Cyber Monday: Kiárusítás!</td><td></td><td>kuponkód a teljes kínálatra:
„35% kedvezmény mindenre”
„Óriási ruha kiárusítás”</td></tr>
<tr><td>2018. november 26. 18:02</td><td>Utolsó lehetőség ! Ne maradjon le! | Cyber Monday</td><td>Utolsó lehetőség!</td><td>kuponkód a teljes kínálatra:
„35% kedvezmény mindenre”
„Óriási ruha kiárusítás”</td></tr>
<tr><td>2018. november 27. 11:01</td><td>Rejtélyes kedvezmény + ajándék adventi naptár</td><td></td><td>kuponkód: nem lehet előre tudni mennyi kedvezményt biztosít (25-33% között)
„22.500 Ft rendelés felett ajándék adventi naptár”</td></tr>
<tr><td>2018. december 2. 11:02</td><td>Még gyorsan megszerezheti az ingyen adventi naptárat!</td><td>gyorsan megszerezheti</td><td>kuponkódok:
„30% kedvezmény bestseller termékeinkre”
„EXTRA 5% kedvezmény ha rendel egy teljes kiszerelésű pro terméket”
„17.500 Ft rendelés felett ajándék adventi naptár”</td></tr>
<tr><td>2018. december 3. 11:01</td><td>Fehérje kiárusítás! Itt vannak a mínuszok</td><td>kiárusítás</td><td>35% kedvezmény rengeteg termékre
és -25% szinte minden másra is!”
<table>
<tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr>
<tr><td>Impact Whey Protein 5 kg</td><td>24.990 Ft</td><td>(-35% után): 16.244 Ft</td></tr>
<tr><td>Weight Gainer Blend 5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-35% után): 11.694 Ft</td></tr>
<tr><td>Impact Diet Whey 2,5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-35% után): 11.694 Ft</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2018. december 6. 11:02</td><td>Vajon mit hozott a Myprotein mikulás?</td><td></td><td>„35% kedvezmény rengeteg termékre
és -25% szinte minden másra is!”</td></tr>
<tr><td>2018. december 9. 10:04</td><td>Karácsonyi bevásárlás otthonról is megy</td><td></td><td>„35% kedvezmény rengeteg termékre
és -25% szinte minden másra is!”
<table>
<tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr>
<tr><td>Impact Whey Protein 5 kg</td><td>24.990 Ft</td><td>(-35% után): 16.244 Ft</td></tr>
<tr><td>Weight Gainer Blend 5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-35% után): 11.694 Ft</td></tr>
<tr><td>Impact Diet Whey 2,5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-35% után): 11.694 Ft</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2018. december 10. 10:02</td><td>Utolsó lehetőség! 35% és 25% kedvezmények ma éjfélig</td><td>Utolsó lehetőség! ... ma éjfélig</td><td>„35% kedvezmény rengeteg termékre
és -25% szinte minden másra is!”
<table>
<tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr>
<tr><td>Impact Whey Protein 5 kg</td><td>24.990 Ft</td><td>(-35% után): 16.244 Ft</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td><table>
<tr><td>Weight Gainer Blend 5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-35% után): 11.694 Ft</td></tr>
<tr><td>Impact Diet Whey 2,5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-35% után): 11.694 Ft</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2018. december 11. 11:01</td><td>Emeltük a tétet! 40% kedvezmény rengeteg termékre!</td><td></td><td><table>
<tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr>
<tr><td>Impact Whey Protein 5 kg</td><td>24.990 Ft</td><td>(-40% után): 14.994 Ft</td></tr>
<tr><td>Weight Gainer Blend 5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-40% után): 10.794 Ft</td></tr>
<tr><td>Impact Diet Whey 2,5 kg</td><td>17.990 Ft</td><td>(-40% után): 10.794 Ft</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2018. december 12. 11:01</td><td>Csak ma! 40% kedvezményes villámakció!</td><td>Csak Ma! Rendeljen most, hogy ünnepek előtt megérkezhessen a csomag.</td><td>nincsenek konkrét termékek megjelölve
„40% kedvezmény termékeinkre”</td></tr>
<tr><td>2018. december 13. 11:01</td><td>Ruha shopping nap!</td><td>shopping nap</td><td>nincsenek konkrét termékek megjelölve - kupon
„Kiárusítás
- 40% kedvezmény ruhákra
35% kedvezmény minden másra”</td></tr>
<tr><td>2018. december 16. 11:01</td><td>Óriási ruha és kiegészítő kiárusítás!</td><td>kiárusítás</td><td>nincsenek konkrét termékek megjelölve - kupon
„Kiárusítás
- 40% kedvezmény ruhákra
35% kedvezmény minden másra”</td></tr>
<tr><td>2018. december 17. 10:31</td><td>Utolsó lehetőség! Ideje betárazni a télre..</td><td>Utolsó lehetőség!</td><td>nincsenek konkrét termékek megjelölve - kupon
„Kiárusítás
- 40% kedvezmény ruhákra
35% kedvezmény minden másra”</td></tr>
<tr><td>2018. december 21. 10:31</td><td>Akár 40% kedvezmény + extra 25% mindenre..</td><td></td><td>nincsenek konkrét termékek megjelölve - kupon
„Kiárusítás, plusz extra -25% mindenre.”
„Óriási ruházati kiárusítás.”</td></tr>
<tr><td>2018. december 26. 11:01</td><td>Nincs több bejgli – irány egyet edzeni!</td><td></td><td>nincsenek konkrét termékek megjelölve - kupon
„Kiárusítás, plusz extra -25% mindenre.”
„Óriási ruházati kiárusítás.”</td></tr>
<tr><td>2018. december 30. 11:02</td><td>Egy utolsó bevásárlás az évben?</td><td></td><td>nincsenek konkrét termékek megjelölve - kupon
„Kiárusítás, plusz extra -25% mindenre.”
„Óriási ruházati kiárusítás.”</td></tr>
<tr><td>2018. december 31. 11:01</td><td>2018 utolsó akciója!</td><td>utolsó</td><td><table>
<tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr>
<tr><td>Protein Cookie</td><td>7.690 Ft</td><td>4.999 Ft</td></tr>
<tr><td>Impact</td><td>13.490 Ft</td><td>8.769 Ft</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td><table><tr><td>Whey Protein (2,5kg)</td><td></td><td></td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 1. 11:01</td><td>Kezdje sikeresen az Új Évet!</td><td></td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>Protein Cookie</td><td>7.690 Ft</td><td>4.999 Ft</td></tr><tr><td>Impact Whey Protein (2,5kg)</td><td>13.490 Ft</td><td>8.769 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 3. 10:05</td><td>Nincs több kifogás! Kezdjen egy nagy kedvezménnyel</td><td></td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>5 kg Impact Whey Protein</td><td>27.790 Ft</td><td>16.674 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 4. 9:01.</td><td>Készen áll 2019-re? Új ruhák a szezonra</td><td></td><td>Csak új ruhakollekció bemutatása.</td></tr>
<tr><td>2019. január 6. 9:01</td><td>Utolsó lehetőség! 40 és 30% kedvezmény + ajándék</td><td>Utolsó lehetőség!</td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>5 kg Impact Whey Protein</td><td>27.790 Ft</td><td>16.674 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 7. 11:31</td><td>Folytatódik a januári kiárusítás!
Új év – új célok</td><td>kiárusítás</td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>Kezdő csomag</td><td>12.980 Ft</td><td>8.437 Ft</td></tr><tr><td>120 db-os Alpha Men</td><td>5.590 Ft</td><td>3.634 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 9. 10:31</td><td>45% kedvezmény rengeteg termékre</td><td></td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>The Whey</td><td>10.990 Ft</td><td>6.594 Ft</td></tr><tr><td>120 db-os Alpha Men</td><td>5.590 Ft</td><td>3.075 Ft</td></tr><tr><td>Esszenciális BCAA</td><td>5.490 Ft</td><td>3.020 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 13. 10:32</td><td>Utolsó lehetőség! 45-30% kedvezmények + shaker</td><td>Utolsó lehetőség!</td><td>-45% rengeteg termékre<table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>2,5 kg Impact Diet Whey</td><td>17.990 Ft</td><td>9.894 Ft</td></tr><tr><td>Baked Protein Cookie</td><td>7.990 Ft</td><td>4.394 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 14. 11:31</td><td>2 termék 1 áráért!</td><td>2 MOST 1 akció elindult</td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>Barrel bag</td><td>7.390 Ft</td><td>4.434 Ft</td></tr></table>Protein cookie – nincs ár csak tulajdonságok
Kreatin monohidrát – nincs ár csak tulajdonságok</td></tr>
<tr><td>2019. január 16.</td><td>Duplázzon a</td><td>2 MOST 1 akció</td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>10:01</td><td>kedvencein, plusz 35% kedvezmény</td><td>elindult</td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>Barrel bag</td><td>7.390 Ft</td><td>4.434 Ft</td></tr></table>Protein cookie – nincs ár csak tulajdonságok
Kreatin monohidrát – nincs ár csak tulajdonságok</td></tr>
<tr><td>2019. január 17. 11:01</td><td>A nyári forma télen készül</td><td>2 MOST 1 akció elindult</td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>Barrel bag</td><td>7.390 Ft</td><td>4.434 Ft</td></tr></table>Protein cookie – nincs ár csak tulajdonságok
Kreatin monohidrát – nincs ár csak tulajdonságok</td></tr>
<tr><td>2019. január 18. 9:01</td><td>Új kollekciók + 2 egyért kiárusítás !</td><td></td><td>„KIÁRUSÍTÁS – 2 TERMÉK 1 ÁRÁÉRT SZÁMOS RUHÁRA IS”</td></tr>
<tr><td>2019. január 20. 10:02</td><td>Már csak ma éjfélig! Többet most kevesebbért</td><td>Akció ma éjfélig</td><td>nincsen termék megjelölve
„2 MOST 1” – AKCIÓ MA ÉJFÉLIG</td></tr>
<tr><td>2019. január 21. 11:01</td><td>Villámakció! Csak ma extra kedvezmény</td><td>Csak ma</td><td>nincs konkrét termék megjelölve, általános kuponkód</td></tr>
<tr><td>2019. január 23. 9:31</td><td>Még ma éjfélig! - 45% és 30% rengeteg termékre</td><td>Még ma éjfélig!</td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>120 db-os Alpha Men</td><td>5.590 Ft</td><td>3.075 Ft</td></tr><tr><td>Esszenciális BCAA</td><td>5.490 Ft</td><td>3.020 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 24. 11:01</td><td>Protein nap! Csak ma 40% kedvezmény fehérjékre</td><td>Csak ma!</td><td><table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>5kg Impact Whey Protein</td><td>27.790 Ft</td><td>16.674 Ft</td></tr><tr><td>2,5 kg Impact Diet Whey</td><td>17.990 Ft</td><td>10.794 Ft</td></tr><tr><td>The Whey (10 kg tejcsokis)</td><td>19.990 Ft</td><td>11.994 Ft</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>2019. január 25. 12:14</td><td>Csökkenő kedvezmény! Fogy az idő …</td><td>De óránként csökken!
Fogy az idő</td><td>„Januári kiárusítás + EXTRA 15% kedvezmény” – nem vonatkozik minden termékre<table><tr><td>termék</td><td>eredeti ár</td><td>akciós ár</td></tr><tr><td>Impact Whey Protein (az ár az 1 kg-os ízesítetlen verzióra vonatkozik)</td><td>6.890 Ft</td><td>4.820 + az EXTRA kedvezmény</td></tr><tr><td>Protein Pancake MIX</td><td>3.990 Ft</td><td>2.990 + EXTRA kedvezmény</td></tr></table>(az extra kedvezményes ár nincs feltüntetve)</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>2019. január 27. 10:00</td>
<td>Kiárusítás + VIP kedvezmény</td>
<td>kiárusítás</td>
<td>„Januári kiárusítás + EXTRA 15% kedvezmény” – nem vonatkozik minden termékre
<table>
<tr><th>termék</th><th>eredeti ár</th><th>akciós ár</th></tr>
<tr><td>Impact Whey Protein (az ár az 1 kg-os ízesítetlen verzióra vonatkozik)</td><td>6.890 Ft</td><td>4.820 + az EXTRA kedvezmény</td></tr>
<tr><td>Protein Pancake MIX</td><td>3.990 Ft</td><td>2.990 + EXTRA kedvezmény</td></tr>
</table>
(az extra kedvezményes ár nincs feltüntetve)</td>
</tr>
<tr>
<td>2019. január 28. 11:01</td>
<td>Január végi kiárusítás extra kedvezménnyel</td>
<td>kiárusítás</td>
<td>„Januári kiárusítás + EXTRA 15% kedvezmény” – nem vonatkozik minden termékre
<table>
<tr><th>termék</th><th>eredeti ár</th><th>akciós ár</th></tr>
<tr><td>Impact Whey Protein (az ár az 1 kg-os ízesítetlen verzióra vonatkozik)</td><td>6.890 Ft</td><td>4.820 + az EXTRA kedvezmény</td></tr>
<tr><td>Protein Pancake MIX</td><td>3.990 Ft</td><td>2.990 + EXTRA kedvezmény</td></tr>
</table>
(az extra kedvezményes ár nincs feltüntetve)</td>
</tr>
<tr>
<td>2019. január 30. 10:30</td>
<td>Már csak 48 óra …</td>
<td>Már csak 48 óra …</td>
<td>„Januári kiárusítás + EXTRA 15% kedvezmény” – nem vonatkozik minden termékre
<table>
<tr><th>termék</th><th>eredeti ár</th><th>akciós ár</th></tr>
<tr><td>Impact Whey Protein (az ár az 1 kg-os ízesítetlen verzióra vonatkozik)</td><td>6.890 Ft</td><td>4.820 + az EXTRA kedvezmény</td></tr>
<tr><td>Protein Pancake MIX</td><td>3.990 Ft</td><td>2.990 + EXTRA kedvezmény</td></tr>
</table>
(az extra kedvezményes ár nincs feltüntetve)</td>
</tr>
<tr>
<td>2019. január 31. 10:02</td>
<td>Januári kiárusítás még ma éjféig Myprotein</td>
<td>ma éjféig kiárusítás</td>
<td>MA ÉJFÉLIG!
JANUÁRI KIÁRUSTÁS
+EXTRA 15% KEDVEZMÉNY
kuponkód: EXTRAMAIL</td>
</tr>
</table>

2019. február 1. 12:40	Villámakció! Csak ma - 50%	Csak ma	-45 % Rengeteg termékre, kuponkód: EDZÉS VÁSÁRLÁS feliratú link – más termékeinkre akár 30 % kedvezményt adunk
2019. február 3. 10:02	Már csak 4 hónap és itt a nyár … - 45% jöhet?		-45 % Rengeteg termékre, kuponkód: EDZÉS VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link – más termékeinkre akár 30 % kedvezményt adunk
2019. február 4. 10:31	45% kedvezménnyel segítjük céljait		-45 % Rengeteg termékre, kuponkód: EDZÉS VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link – más termékeinkre akár 30 % kedvezményt adunk
2019. február 6. 10:31	45% és 30% szinte mindenre		-45 % Rengeteg termékre, kuponkód: EDZÉS VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link Nem vonatkozik mindenre – más termékeinkre akár 30 % kedvezményt adunk
2019. február 10. 10:01	Utolsó lehetőség! Aki lemarad az kimarad…	Utolsó lehetőség! Aki lemarad az kimarad…	-45 % Rengeteg termékre, kuponkód: EDZÉS VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link Nem vonatkozik mindenre – más termékeinkre akár 30 % kedvezményt adunk
2019. február 13. 10:31	Szinte minden termékünk akciósan! Kár kihagyni…		35 % kedvezmény, kuponkód: MPHU VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link Nem vonatkozik mindenre *nem vonatkozik minden termékre, kivételek lehetnek
2019. február 14. 7:00	Email exkluzív - 40% kedvezmény		EMAIL EXKLUZÍV 40 % KEDVEZMÉNY Ha legalább 2 terméket vásárol kuponkód: balintnap VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link
2019. február 17. 10:30	Még ma éjfélig 35% kedvezmény!	Még ma éjfélig	35 % kedvezmény, kuponkód: MPHU VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link Nem vonatkozik mindenre *nem vonatkozik minden termékre, kivételek lehetnek
2019. február 18. 11:00	Többet rendel - többet spórol!		AKÁR 40 % KEDVEZMÉNY SZINTE MINDENRE kuponkód: celok VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link *Nem vonatkozik minden termékre – A kedvezmény fokozatok minimum rendeléshez kapcsolódnak
2019. február 20. 9:15	Csak a héten! Akár 40 % kedvezmény	Csak a héten!	AKÁR 40 % KEDVEZMÉNY SZINTE MINDENRE kuponkód: celok VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link *Nem vonatkozik minden termékre – A kedvezmény fokozatok minimum rendeléshez kapcsolódnak

2019. február 22. 10:31	2 X 1 kg Whey Protein akció		AKÁR 40 % KEDVEZMÉNY SZINTE MINDENRE kuponkód: celok VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link *Nem vonatkozik minden termékre – A kedvezmény fokozatok minimum rendeléshez kapcsolódnak HETI AKCIÓ 2 x 1 kg IMPACT WHEY PROTEIN Ár: 14.980 FT MOST CSAK: 9.390 Ft VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link
2019. február 24. 10:31	Utolsó lehetőség! Szerezze meg a – 40 %-ot	Utolsó lehetőség!	AKÁR 40 % KEDVEZMÉNY SZINTE MINDENRE kuponkód: celok VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link *Nem vonatkozik minden termékre – A kedvezmény fokozatok minimum rendeléshez kapcsolódnak HETI AKCIÓ 2 x 1 kg IMPACT WHEY PROTEIN Ár: 14.980 FT MOST CSAK: 9.390 Ft VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link
2019. február 25. 10:00	CSAK MA! Visszaszámlálás elindult -50%...49%	CSAK MA! Visszaszámlálás elindult - 50%...49%	VISSZASZÁMLÁLÁS – ÓRÁNKÉNT CSÖKKEN A KEDVEZMÉNY - 50 % … RENGETEG TERMÉKRE VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link *Nem vonatkozik minden termékre – A kedvezmény fokozatok minimum rendeléshez kapcsolódnak HETI AKCIÓ 2 x 1 kg IMPACT WHEY PROTEIN Ár: 14.980 FT MOST CSAK: 9.390 Ft VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link *Nem vonatkozik minden termékre – más termékeinkre akár 30 % kedvezményt adun
2019. február 27. 10:31	-40% és -30% kedvezmény oldalunkon plusz shaker		-40% ÉS -30% SZINTE MINDEN TERMÉKRE plusz ajándék shaker 23.000FT rendlelés felett kuponkód: most VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link
2019. március 1. 10:30	Még van 3 hónap formába lendülni! Segítünk…		-40% ÉS -30% SZINTE MINDEN TERMÉKRE plusz ajándék shaker 23.000FT rendlelés felett

			kuponkód: most VÁSÁRLÁS feliratú keretezett link

III.4. Árazási stratégia

36. A Myprotein [üzleti titok]. [45]
37. [üzleti titok] [46]
38. [üzleti titok][47] [48]
39. [üzleti titok]. [49] Az akciók mértéke ezen elvek és célok alapján kerül meghatározásra.[50]
40. A www.myprotein.hu weboldalon elérhető kedvezmények az érintett termékeket és a kedvezmény jellegét illetően időről-időre változnak. A kedvezmények általában nem a weboldalon elérhető valamennyi termékre érvényesek, és az egyes kedvezmények jellege/működése lényegesen eltérő (például vannak olyan kedvezmények, amelynek előfeltétele egy bizonyos összegű rendelés az adott termékből). Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a Myprotein által alkalmazott kedvezmények nem tekinthetőek folyamatosan elérhető kedvezményeknek, mivel azok feltételeiben, jellegében, és az akcióban elérhető termékek körét illetően lényegi eltérések mutatkoznak.[51] [üzleti titok][52]

III.5. Árkedvezmények alkalmazása

41. Megjegyezendő, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban kifogásolt árfeltüntetési gyakorlathoz kapcsolódóan szükséges volt annak tisztázása, hogy az eljárás alá vont értékesítette-e a weboldalon elérhető termékeket olyan áron, amelyhez képest a kedvezmény mértékét meghatározza, azaz ténylegesen érvényesült-e az ott feltüntetett (fogyasztói, ajánlott fogyasztói, alap- vagy lista) ár. Erre vonatkozóan az eljárás alá vont a következő fejezetben (III.5.1.) ismertetett információkat küldte meg annak bizonyítására, hogy alkalmazta a feltüntetett – kedvezményt nem tartalmazó – árat.
42. Szükséges volt továbbá értékesítési és rendelési adatok bekérése (III.6., III.7.), illetve az eljárás alá vont által alkalmazott kedvezmény (III.8.) tisztázása annak érdekében, hogy az eljárás alá vont árkedvezményekkel, akciókkal kapcsolatos gyakorlata teljeskörűen feltérképezésre kerüljön.

III.5.1.Kedvezmény nélküli vásárlás

43. Az eljárás alá vont szerint két olyan esetkör azonosítható, amikor nem akciós áron kerültek értékesítésre a termékek. Megjegyezendő ugyanakkor, hogy ezen esetekben is alkalmaz az eljárás alá vont kedvezményeket minimális körben[53].
44. A két esetkör:
    1. Exclusion lista
    2. Kuponkód nélküli vásárlás

III.5.1.1. Exclusion lista

45. A Myprotein előadta, hogy az ún. exclusion lista, egy folyamatosan változó, dinamikus lista (www.myprotein.hu/all-offers/exclusions-hu.list), amelyen szereplő termékekre csak kivételes esetben (kizárólag a készletkisöprés vagy termékmegszüntetés esetén) érhető el kedvezmény[54].[55] A listán szereplő termékkategóriák köre időről-időre változik, a kedvezményes termékek aránya nagyon alacsony, de ezen listán szereplő termékek esetében is előfordul.[56] Évközben általában több mint 600

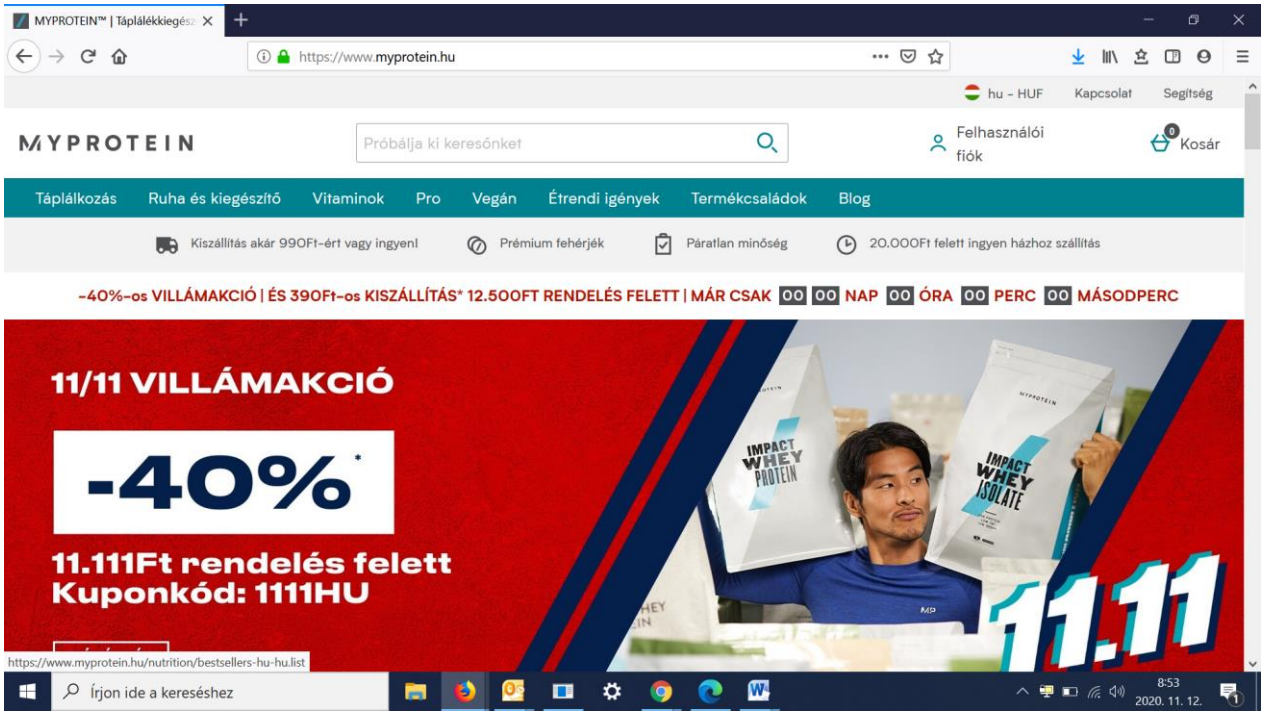
[45] VJ/26-16/2019.
[46] VJ/26-16/2019., VJ/26-30/2019.
[47] [üzleti titok].
[48] VJ/26-16/2019.
[49] VJ/26-16/2019.
[50] VJ/26-20/2019.
[51]VJ/26-30/2019.
[52] VJ/26-30/2019.
[53] VJ/26-34/2019.
[54] VJ/26-20/2019., VJ/26-31/2019., VJ/26-30/2019.
[55]VJ/26-31/2019.
[56] VJ/26-34/2019.

termék szerepel a listán.[57] Előadása szerint a lista szinte a weboldal indulása óta elérhető, azonban pontos dátumot az eljárás alá vont megadni nem tudott.[58]

46. Az eljárás alá vont összegyűjtött 10 olyan példaként szolgáló tranzakciót[59] az elmúlt évek eltérő hónapjaiból, ahol a tranzakciók során nem került kedvezmény biztosításra a vásárlók számára (azaz a termékek teljes áron kerültek értékesítésre), az adatokat manuálisan gyűjtötte le a tranzakciók közül.[60]
47. Az eljárás alá vont a 2019. április 18. napján kelt beadványában példaként említette, hogy [üzleti titok] olyan terméket (beleértve a [üzleti titok] változatot) kínál, amelyeknél a fogyasztók nem használhattak kedvezményre jogosító kódot a weboldalon található áron felül és ezen belül [üzleti titok] olyan terméket kínál ([üzleti titok] változatot beleértve), amely esetében a termékek teljes fogyasztói áron kerülnek értékesítésre.[61]

III.5.1.2. Kuponkód nélküli vásárlás

48. Myprotein előadta, hogy amennyiben az exclusion listán nem szereplő egyéb termékek esetén lehetőség van bizonyos időszakokban akciós kupon kódot felhasználni, az nem jelenti azt, hogy minden vásárló él is ezzel a lehetőséggel, következésképpen ebben az esetben az ilyen termékek is teljes áron kerülnek megvásárlásra. A kuponkódos kedvezmény csak bizonyos termékekre vonatkozik, de ha van egyéb teljes árú termék is a kosárban, az egész rendelés kupon kódos rendelésként lesz feltüntetve.[62]
49. A kuponkódok kapcsán az eljáró versenytanács megállapította, hogy a lentebb vizsgált időszakban (2017/05–2020/01) a fogyasztók [üzleti titok]%-a használt kuponkódot, tehát határozottan kijelenthető, hogy tipikusnak a kuponkódos vásárlás tekinthető, aminek oka, hogy a kuponkód valamennyi kommunikációs eszközön megjelent, még a weboldalon történő vásárlást megelőzően is.



[57] VJ/26-24/2019.
[58] VJ/26-34/2019.
[59] VJ/26-30/2019. 1. sz. Mellékleteként csatolt excel tábla második oldal
[60] VJ/26-30/2019. VJ/26-42/2019.
[61] VJ/26-31/2019.
[62] VJ/26-24/2019. VJ/26-20/2019. VJ/26-30/2019. VJ/26-16/2019.

III.5.2. Az eljárás alá vont által alkalmazott akciók

50. A versenyfelügyeleti eljárásban rendelkezésre áll a 2017. májustól kezdődően alkalmazott összes akció, kedvezmény.[63] Ezen adatoknak azért van jelentősége, mert így látható, hogy a fogyasztók folyamatosan találkoznak az eljárás alá vont árkommunikációjával.
51. A benyújtott adatokból megállapítható, hogy 2017. május 15-től kezdődően 2020. február 2-ig nem volt olyan időszak, vagy akár 1 nap, hogy ne kínáljon valamiféle akciót az eljárás alá vont. Ezen időszak alatt összesen [üzleti titok] féle akciót bonyolított le.
52. Amennyiben a kedvezmény az összes termékre vonatkozik, úgy az ténylegesen valamennyi termékre elérhető, beleértve az exclusion listán szereplő termékeket is.[64]
53. Az eljárás alá vont előadása szerint a [üzleti titok] elérése érdekében a raktárkészlet, a termékekre irányuló kereslet, valamint annak függvényében, hogy új vagy kifutó termékről van szó, dönt, hogy mely termékeket lehet megvásárolni akciósan. [üzleti titok].[65]

III.6. Értékesített termékek darabszáma

54. Az eljárás alá vont, az adatkérő végzés[66] ellenére, nem tudta megadni 2017 májusától kezdődően havi bontásban azon értékesített termékek darabszámát, melyek esetében a fogyasztó bármilyen kedvezményt kapott - kiárusítás, leértékelés, 33% stb., vagy kuponkód felhasználásával, bizonyos összeg feletti vásárlás után járó kedvezménnyel, mivel a rendszer csak akkor tárolja az akciós ügyletet, amennyiben ahhoz kuponkódot használt a vásárló. Az egyéb akciók, leárazások nem kerülnek *„esemény”*-ként eltárolásra a rendszerben.[67]
55. Havonta értékesített termék darabszámok:

Rendelési hónap	adott termék darabszám
2017.05.01	[üzleti titok]
2017.06.01	[üzleti titok]
2017.07.01	[üzleti titok]
2017.08.01	[üzleti titok]
2017.09.01	[üzleti titok]
2017.10.01	[üzleti titok]
2017.11.01	[üzleti titok]
2017.12.01	[üzleti titok]
2018.01.01	[üzleti titok]
2018.02.01	[üzleti titok]
2018.03.01	[üzleti titok]
2018.04.01	[üzleti titok]
2018.05.01	[üzleti titok]
2018.06.01	[üzleti titok]
2018.07.01	[üzleti titok]
2018.08.01	[üzleti titok]
2018.09.01	[üzleti titok]
2018.10.01	[üzleti titok]
2018.11.01	[üzleti titok]
2018.12.01	[üzleti titok]
2019.01.01	[üzleti titok]
2019.02.01	[üzleti titok]
2019.03.01	[üzleti titok]

[63] Az egyes alkalmazott akciós időszakokat az eljárás alá vont a VJ/26-31/2019. számú irat mellékleteként átemelt B/162-7/2019. számú iratban is megjelölt, ezeket azonban egységesen tartalmazza a VJ/26-16/2019. számú irat.
[64] VJ/26-30/2019.
[65] VJ/26-20/2019.
[66] VJ/26-2/2019., VJ/26-14/2019., VJ/26-23/2019.
[67] VJ/26-16/2019.

2019.04.01	[üzleti titok]
2019.05.01	[üzleti titok]
2019.06.01	[üzleti titok]
2019.07.01	[üzleti titok]
2019.08.01	[üzleti titok]
2019.09.01	[üzleti titok]
2019.10.01	[üzleti titok]
2019.11.01	[üzleti titok]
2019.12.01	[üzleti titok]
2020.01.01	[üzleti titok]

III.7. Rendelések száma

56. Az alábbi táblázat tartalmazza 2017 májusától kezdődően havi bontásban a rendelések számát, azt, hogy ezen rendelésekből mennyi esetben került sor kupon felhasználására[68] illetve a termékekből származó nettó árbevételt is. [69]

	Nettó árbevétel	**Összes megrendelés**	**Megrendelések kedvezménykóddal**	**Kuponos kedvezménnyel történő vásárlás aránya %**
2017/05	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017/06	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017/07	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017/08	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017/09	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017/10	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017/11	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017/12	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/01	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/02	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/03	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/04	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/05	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/06	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/07	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/08	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/09	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/10	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/11	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018/12	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/01	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/02	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/03	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/04	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/05	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/06	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/07	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

[68] VJ/26-16/2019., VJ/26-20/2019.
[69] VJ/26-30/2019.

2019/08	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/09	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/10	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/11	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019/12	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2020/01	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

57. A fentiek alapján az egyes hónapokban [üzleti titok] között mozgott azoknak a rendeléseknek az aránya, amelyek esetében sor került kupon felhasználásra, a majdnem három éves időtartamban (2017/05–2020/01) átlagosan a vásárlók [üzleti titok]%-a használt kupont.
58. A regisztrált felhasználók 2019. december 13-ig a megrendeléseik után 1%-nyi levásárolható jutalompontot kaptak. Továbbá, a regisztrált felhasználók saját döntésük alapján feliratkozhatnak az e-DM levelekre és nyomon követhetik az eddigi megrendeléseiket a profiljukban, valamint részt vehetnek az ajánlói programban is.[70]
59. A regisztrált és a vendég vásárlók száma az alábbiak szerint alakult havi bontásban.[71]

	Regisztrált vásárlók	**Vendég vásárlók**
017/05	[üzleti titok]	[üzleti titok]
017/06	[üzleti titok]	[üzleti titok]
017/07	[üzleti titok]	[üzleti titok]
017/08	[üzleti titok]	[üzleti titok]
017/09	[üzleti titok]	[üzleti titok]
017/10	[üzleti titok]	[üzleti titok]
017/11	[üzleti titok]	[üzleti titok]
017/12	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/01	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/02	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/03	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/04	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/05	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/06	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/07	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/08	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/09	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/10	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/11	[üzleti titok]	[üzleti titok]
018/12	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/01	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/02	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/03	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/04	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/05	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/06	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/07	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/08	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/09	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/10	[üzleti titok]	[üzleti titok]

[70] VJ/26-30/2019.
[71] VJ/26-30/2019.

019/11	[üzleti titok]	[üzleti titok]
019/12	[üzleti titok]	[üzleti titok]
020/01	[üzleti titok]	[üzleti titok]

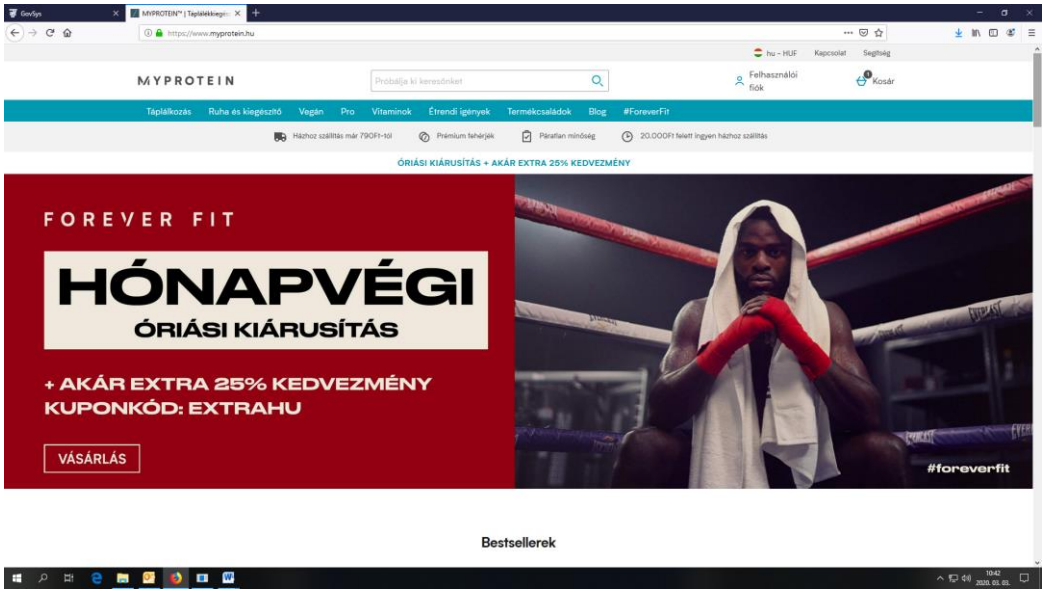
III.8. „Bestseller” termék

60. A myprotein.hu weboldalon külön megjelenik a „Bestsellerek” termékek listája[72]. „Bestsellerek” felirat alatt jelennek meg termékek, amelyek esetében is kedvezményt érhetnek el a fogyasztók.
61. A benyújtott adatok alapján rendelkezésre áll 15 bestseller termék ajánlott fogyasztói ára és a kiszámlázott átlagos ára havi bontásban. A kiszámlázott átlagos ár azzal az összeggel egyezik meg, amelyet a vásárlók az adott hónap során átlagosan a termékért fizettek. Következésképpen egy termék kiszámlázott átlagos ára az esetek döntő többségében alacsonyabb, mint az ajánlott fogyasztói ára, hiszen, ha az adott hónap során a termék akciós áron is megvásárlásra került, a termék kiszámlázott átlagos ára mindig alacsonyabb lesz, mint az ajánlott fogyasztói ár, abban az esetben is, ha a termék az adott hónapban teljes áron is megvásárlásra került.[73]
62. Kizárólag az adott termékből származó összes bevétel és az értékesített termékek mennyisége áll rendelkezésére havi bontásban. Az átlagos ár ezen két szám elosztásával került kiszámolásra.[74]

III.9. Árukészlet vagy kedvezmény korlátozottsága

III.9.1. Weboldal

63. A GVH a www.myprotein.hu weboldal kezdőoldalán azonosított „kiárusítás”-t tartalmazó tájékoztatásokat az alábbiak szerint.[75]

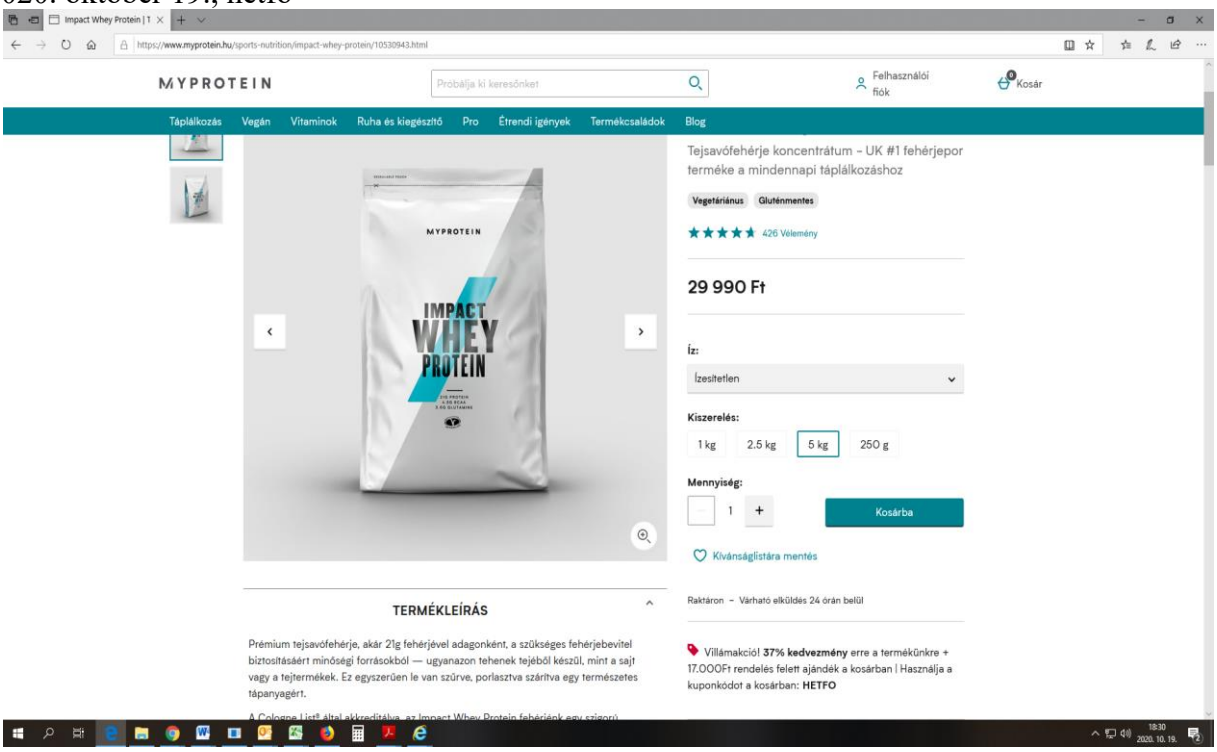


64. Az eljáró versenytanács feltárta, hogy bár a Myprotein weboldalán számos esetben időben korlátozottan elérhetőnek tünteti fel az árkedvezményt tartalmazó akcióit (és ennek tudatát visszaszámlálóval is erősíti a fogyasztókban), de az akciót követően ugyanazon termék vonatkozásában (pl. fehérjék) az akció lejártát követően újabb és újabb (sok esetben a már lejárt akciónál kedvezőbb) akciót hirdet meg. Azaz az akciót követően is érvényesül ugyanaz az akciós (vagy kedvezőbb) ár, a normál (akció nélküli) ár pedig így nem érvényesül a gyakorlatban és az akciós árak korlátozott elérhetősége sem valós. Emellett az alábbi példák között olyan is látható,

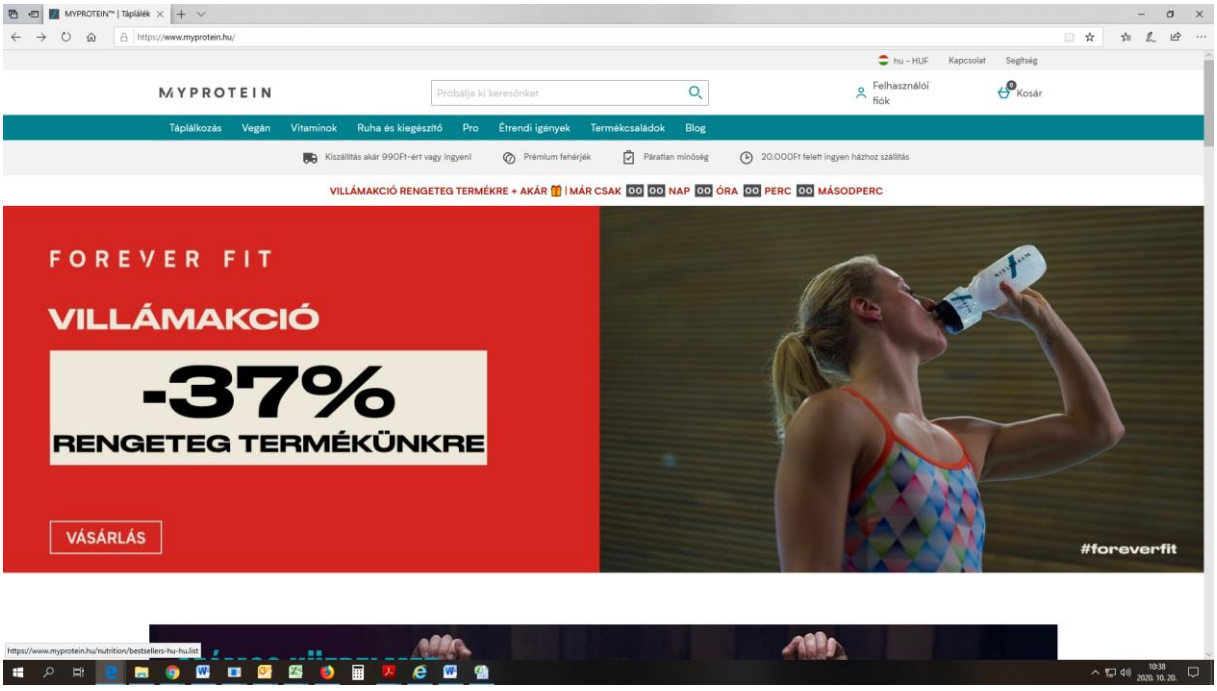
[72] VJ/26-46/2019.
[73] VJ/26-20/2019.
[74] VJ/26-30/2019.
[75] VJ/26-33/2019.

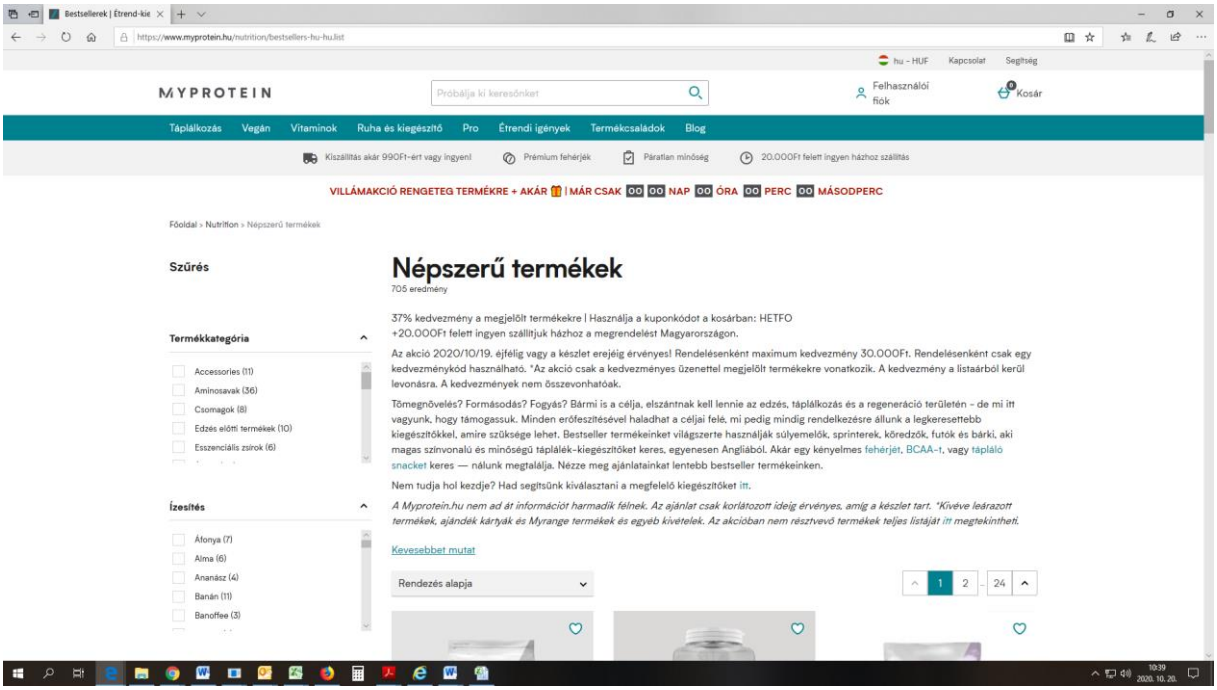
amely szerint az akciós időszak lejártát követően is érvényesíthető az akciós kód, és ugyanolyan feltételekkel lehet vásárolni, mint az akció időtartama alatt.

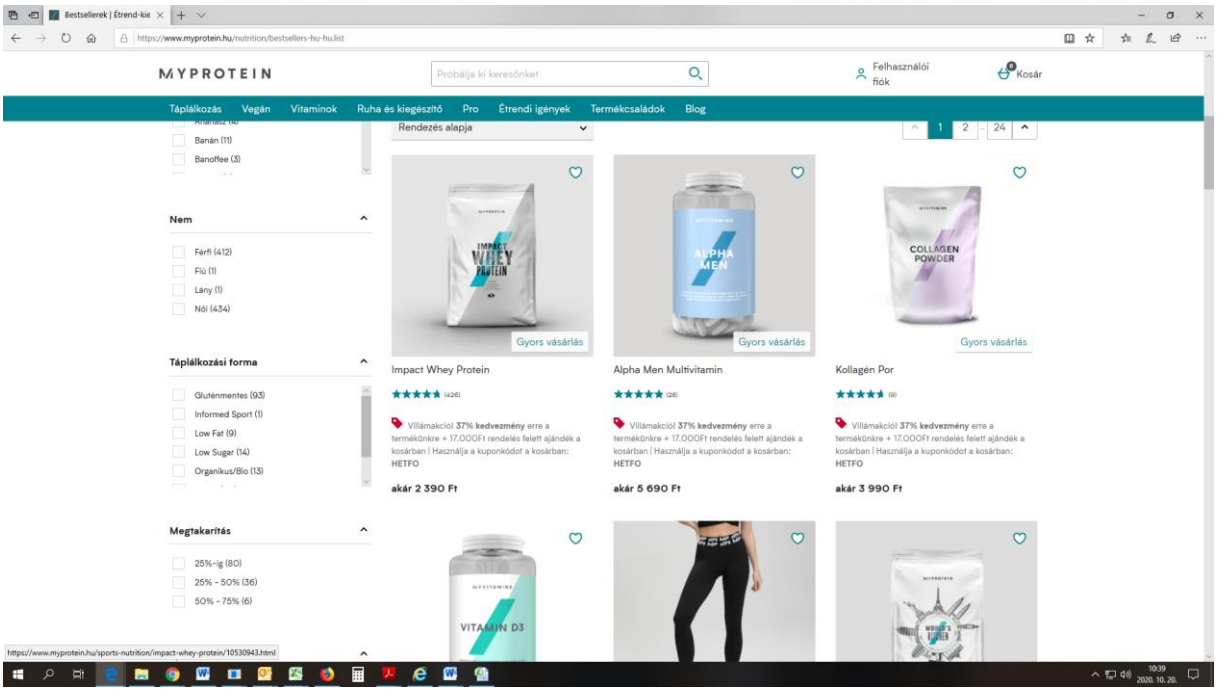
2020. október 19., hétfő

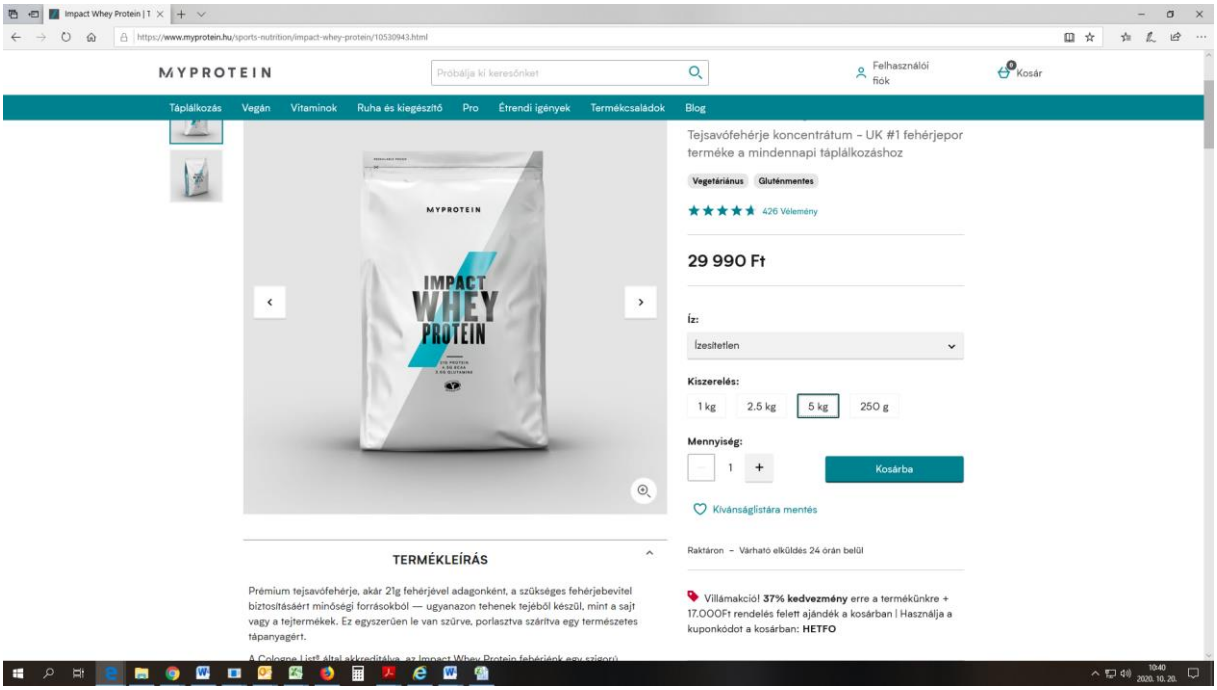


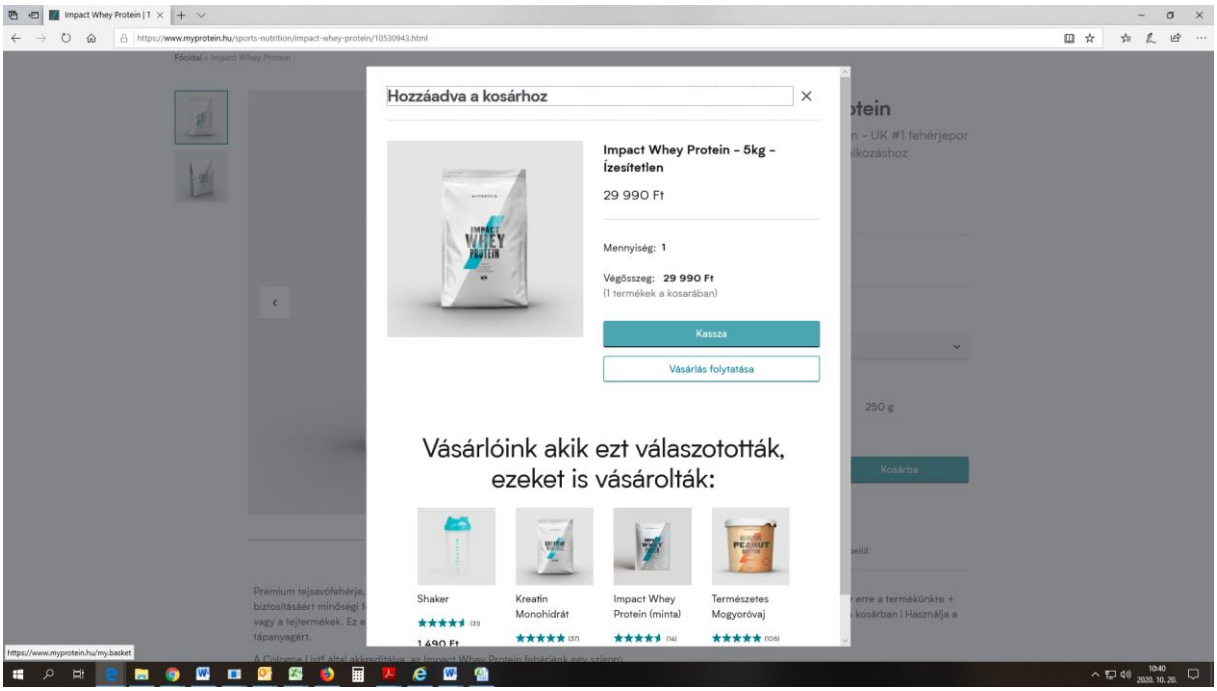
2020. október 20.

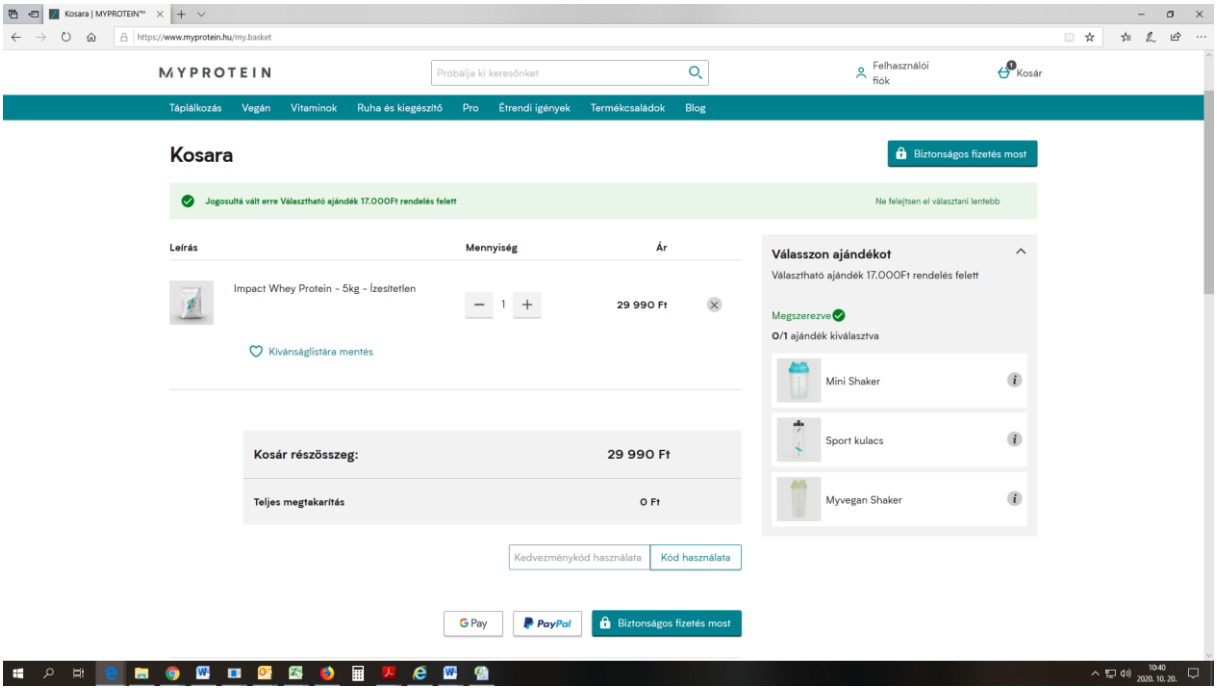


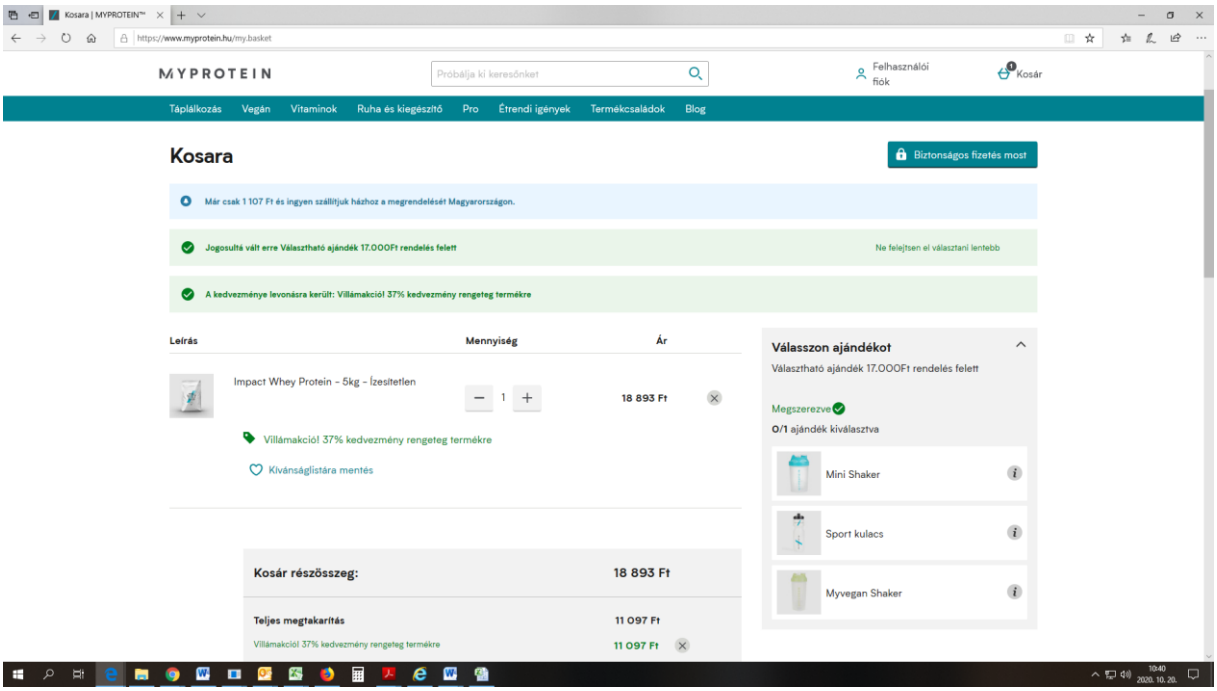

Bestsellerek | Étrend-kie
https://www.myprotein.hu/nutrition/bestsellers-hu-hu.list
MYPROTEIN
Próbálja ki keresőnket
Felhasználói fiók
Kosár
Táplálkozás
Vegán
Vitaminok
Ruha és kiegészítő
Pro
Étrendi igények
Termékcsaládok
Blog
VILLÁMAKCIÓ RENGETEG TERMÉKRE + AKÁR | MÁR CSAK NAP ÓRA PERC MÁSODPERC
Főoldal › Nutrition › Népszerű termékek
Szűrés
Népszerű termékek
705 eredmény
Termékkategória
Accessories (11)
Aminosavak (36)
Csomagok (8)
Edzés előtti termékek (10)
Esszenciális zsírok (6)
Ízesítés
Áfonya (7)
Alma (6)
Ananász (4)
Banán (11)
Banoffee (3)
Kevesebbet mutat
Rendezés alapja

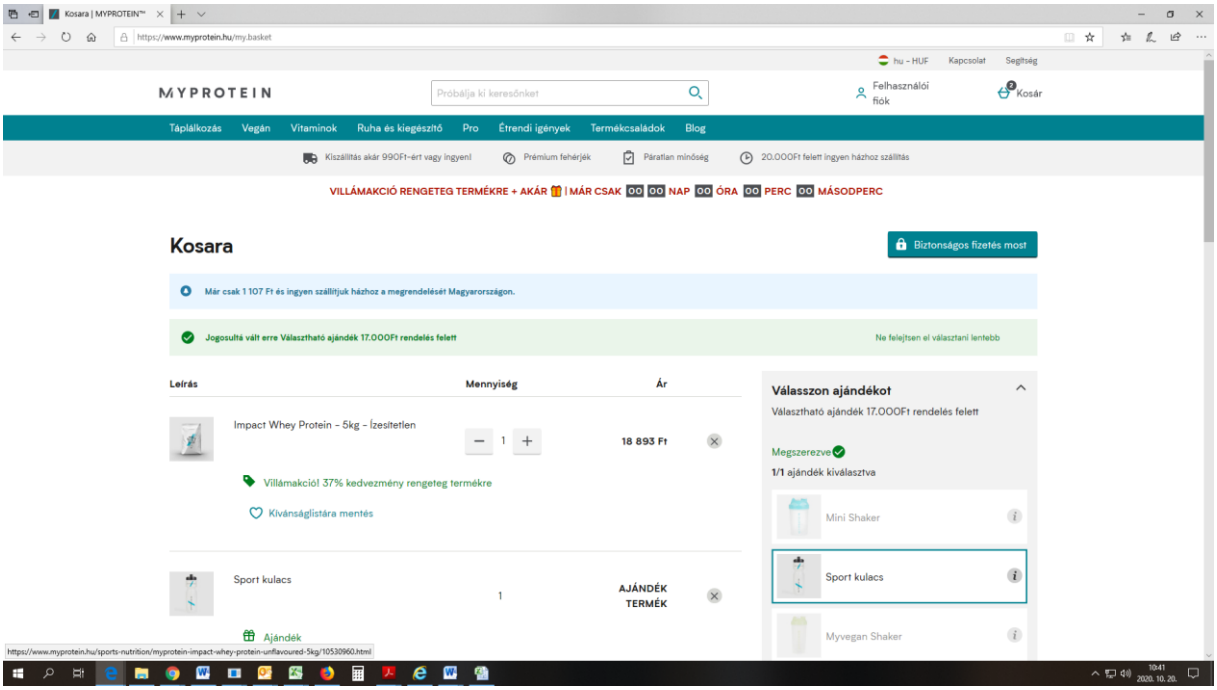

MYPROTEIN
Táplálkozás
Vegán
Vitaminok
Ruha és kiegészítő
Pro
Étrendi igények
Termékcsaládok
Blog
Rendezés alapja
Nem
Férfi (412)
Fiú (1)
Lány (1)
Női (434)
Táplálkozási forma
Gluténmentes (93)
Informed Sport (1)
Low Fat (9)
Low Sugar (14)
Organikus/Bio (13)
Megtakarítás
25%-ig (80)
25% - 50% (36)
50% - 75% (6)
Gyors vásárlás
Impact Whey Protein
Alpha Men Multivitamin
Kollagén Por
akár 2 390 Ft
akár 5 690 Ft
akár 3 990 Ft


MYPROTEIN
Táplálkozás
Vegán
Vitaminok
Ruha és kiegészítő
Pro
Étrendi igények
Termékcsaládok
Blog
Tejsavófehérje koncentrátum - UK #1 fehérjepor terméke a mindennapi táplálkozáshoz
Vegetáriánus
Gluténmentes
426 Vélemény
29 990 Ft
Íz:
Ízesítetlen
Kiszerelés:
1 kg
2.5 kg
5 kg
250 g
Mennyiség:
Kosárba
Kívánságlistára mentés
Raktáron – Várható elküldés 24 órán belül
TERMÉKLEÍRÁS
Prémium tejsavófehérje, akár 21g fehérjével adagonként, a szükséges fehérjebevitel biztosításáért minőségi forrásokból — ugyanazon tehenek tejéből készül, mint a sajt vagy a tejtermékek. Ez egyszerűen le van szűrve, porlasztva szárítva egy természetes tápanyagért.
HETFO

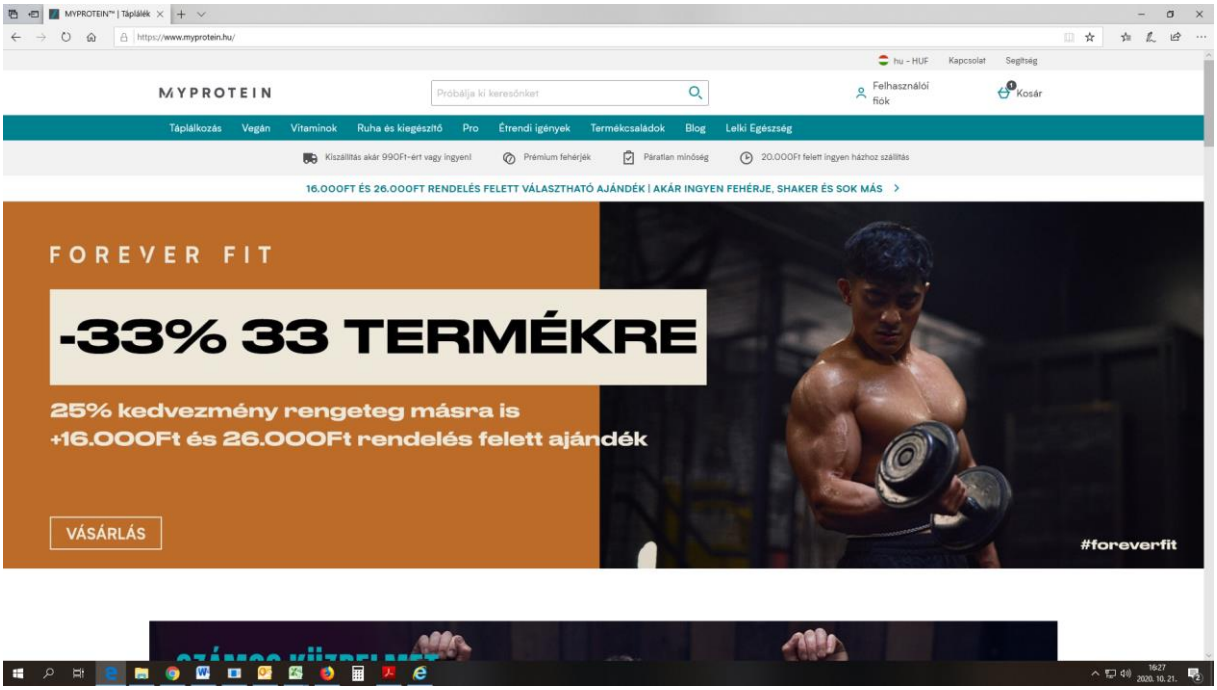

Hozzáadva a kosárhoz
Impact Whey Protein – 5kg – Ízesítetlen
29 990 Ft
Mennyiség: 1
Végösszeg: 29 990 Ft
(1 termékek a kosárában)
Kassza
Vásárlás folytatása
Vásárlóink akik ezt választották, ezeket is vásárolták:
Shaker
Kreatin Monohidrát
Impact Whey Protein (minta)
Természetes Mogyoróvaj

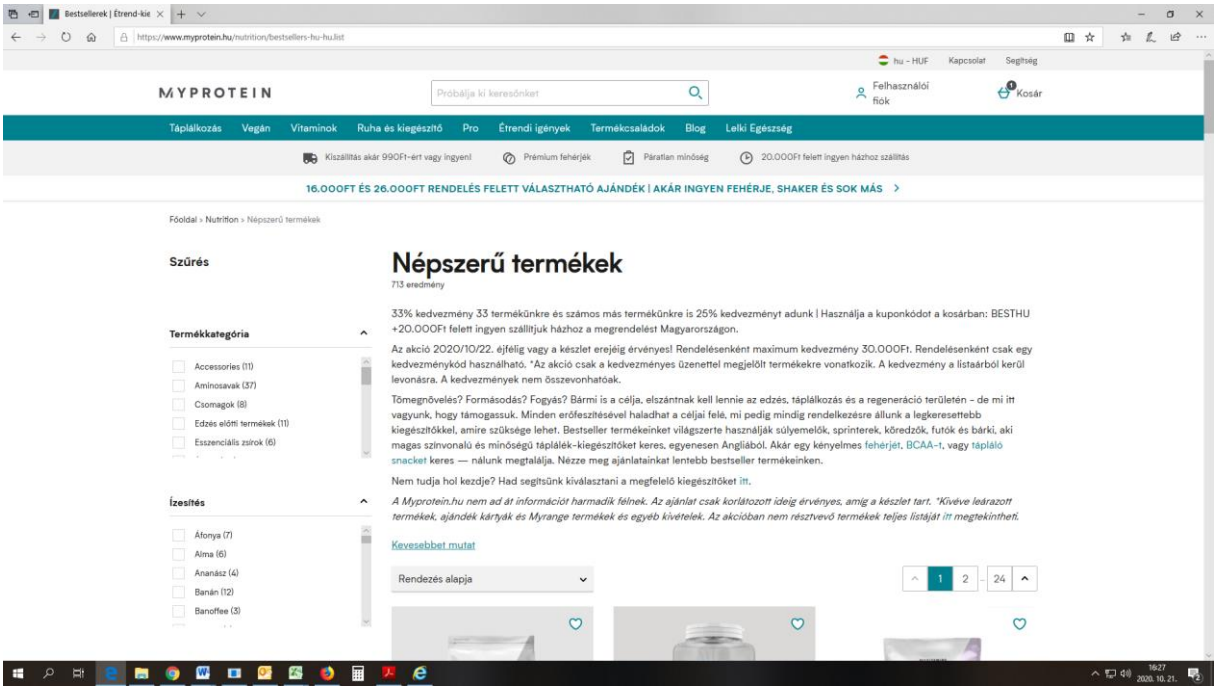

MYPROTEIN
Próbálja ki keresőnket
Felhasználói fiók
Kosár
Táplálkozás Vegán Vitaminok Ruha és kiegészítő Pro Étrendi igények Termékcsaládok Blog
Kosara
Biztonságos fizetés most
Jogosulttá vált erre Választható ajándék 17.000Ft rendelés felett
Ne felejtsen el választani lentebb
Leírás
Mennyiség
Ár
Impact Whey Protein - 5kg - Ízesítetlen
1
29 990 Ft
Kívánságlistára mentés
Válasszon ajándékot
Választható ajándék 17.000Ft rendelés felett
Megszerezve
0/1 ajándék kiválasztva
Mini Shaker
Sport kulacs
Myvegan Shaker
Kosár részösszeg:
29 990 Ft
Teljes megtakarítás
0 Ft
Kedvezménykód használata
Kód használata
G Pay
PayPal
Biztonságos fizetés most

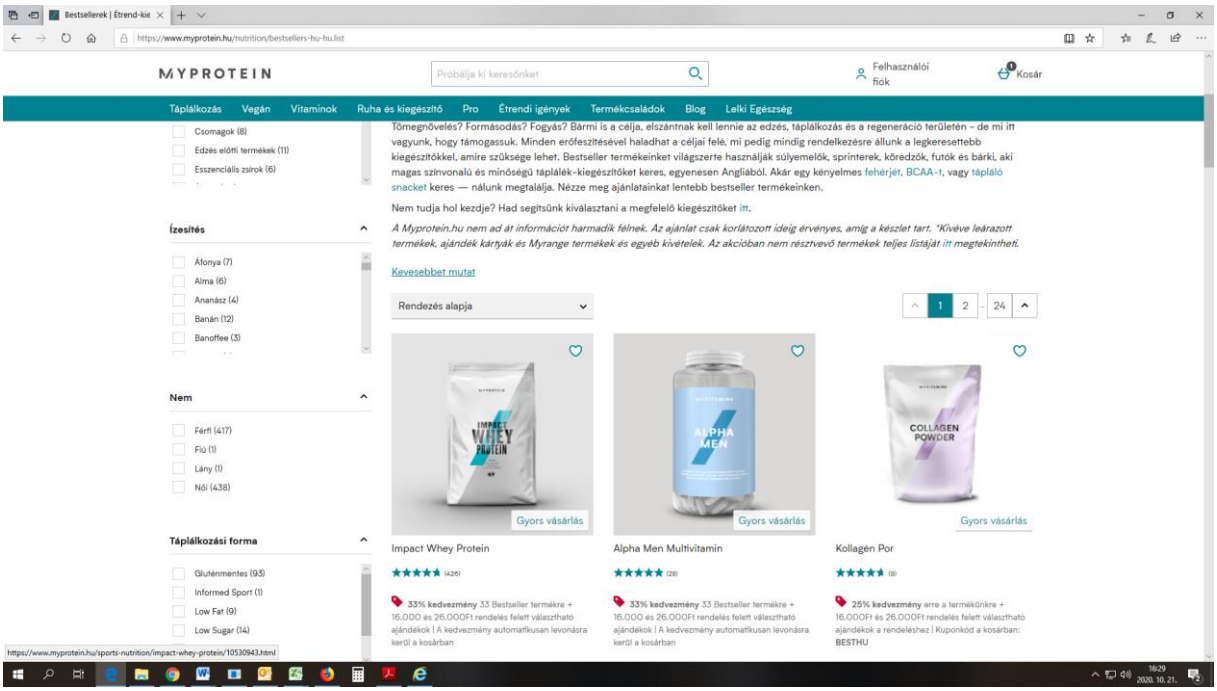

MYPROTEIN
Próbálja ki keresőnket
Felhasználói fiók
Kosár
Táplálkozás Vegán Vitaminok Ruha és kiegészítő Pro Étrendi igények Termékcsaládok Blog
Kosara
Biztonságos fizetés most
Már csak 1 107 Ft és ingyen szállítjuk házhoz a megrendelését Magyarországon.
Jogosulttá vált erre Választható ajándék 17.000Ft rendelés felett
Ne felejtsen el választani lentebb
A kedvezménye levonásra került: Villámakciól 37% kedvezmény rengeteg termékre
Leírás
Mennyiség
Ár
Impact Whey Protein - 5kg - Ízesítetlen
1
18 893 Ft
Villámakciól 37% kedvezmény rengeteg termékre
Kívánságlistára mentés
Válasszon ajándékot
Választható ajándék 17.000Ft rendelés felett
Megszerezve
0/1 ajándék kiválasztva
Mini Shaker
Sport kulacs
Myvegan Shaker
Kosár részösszeg:
18 893 Ft
Teljes megtakarítás
11 097 Ft
Villámakciól 37% kedvezmény rengeteg termékre
11 097 Ft

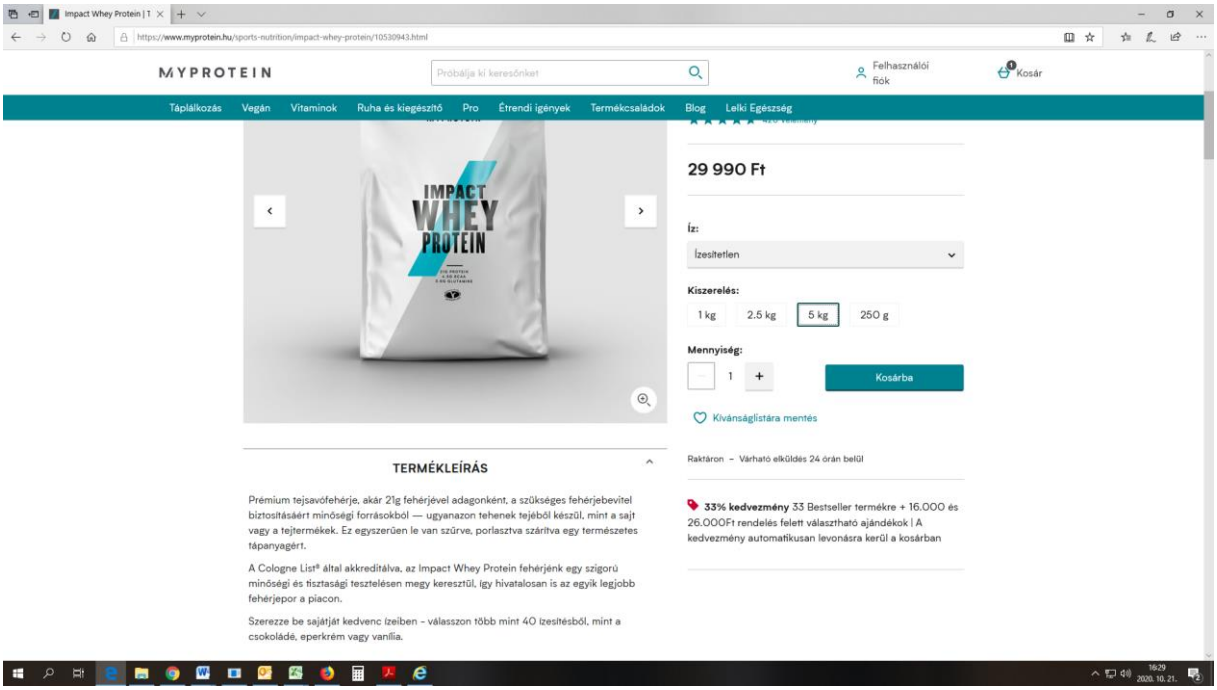


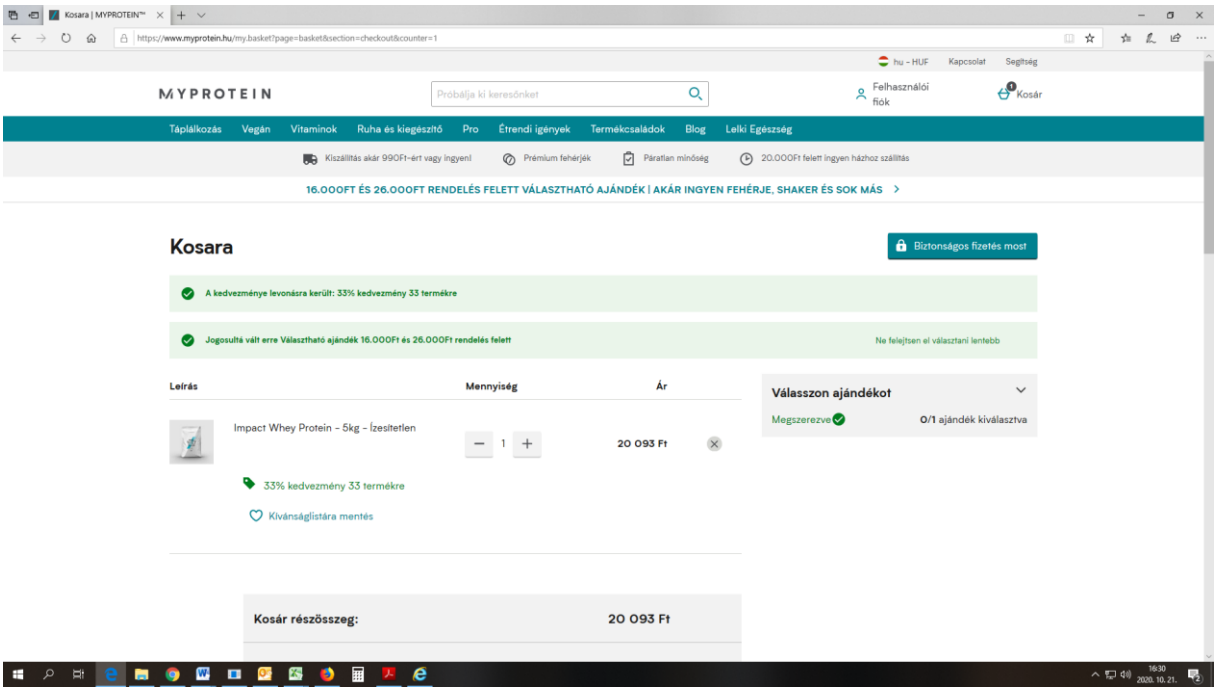
2020. október 21.



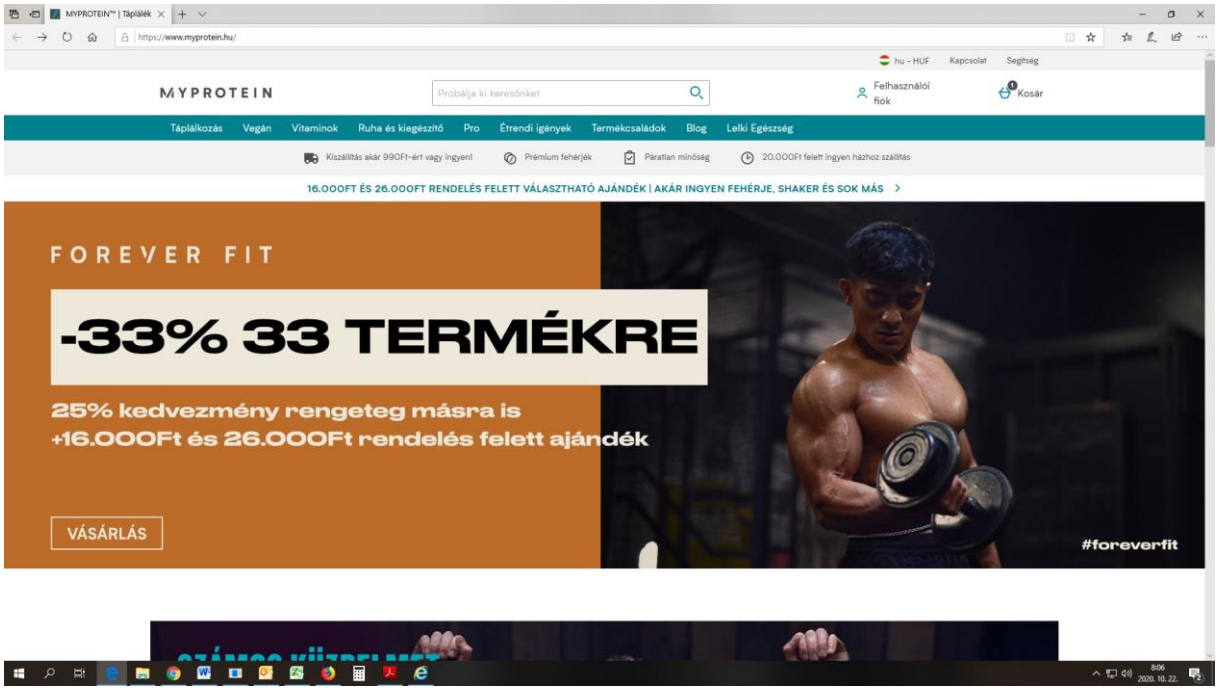

Bestsellerek | Étrend-kie
https://www.myprotein.hu/nutrition/bestsellers-hu-hu.list
MYPROTEIN
Próbálja ki keresőnket
Felhasználói fiók
Kosár
Táplálkozás
Vegán
Vitaminok
Ruha és kiegészítő
Pro
Étrendi igények
Termékcsaládok
Blog
Lelki Egészség
16.000FT ÉS 26.000FT RENDELÉS FELETT VÁLASZTHATÓ AJÁNDÉK | AKÁR INGYEN FEHÉRJE, SHAKER ÉS SOK MÁS
Főoldal › Nutrition › Népszerű termékek
Szűrés
Népszerű termékek
713 eredmény
Termékkategória
Accessories (11)
Aminosavak (37)
Csomagok (8)
Edzés előtti termékek (11)
Esszenciális zsírok (6)
Ízesítés
Áfonya (7)
Alma (6)
Ananász (4)
Banán (12)
Banoffee (3)
Kevesebbet mutat
Rendezés alapja

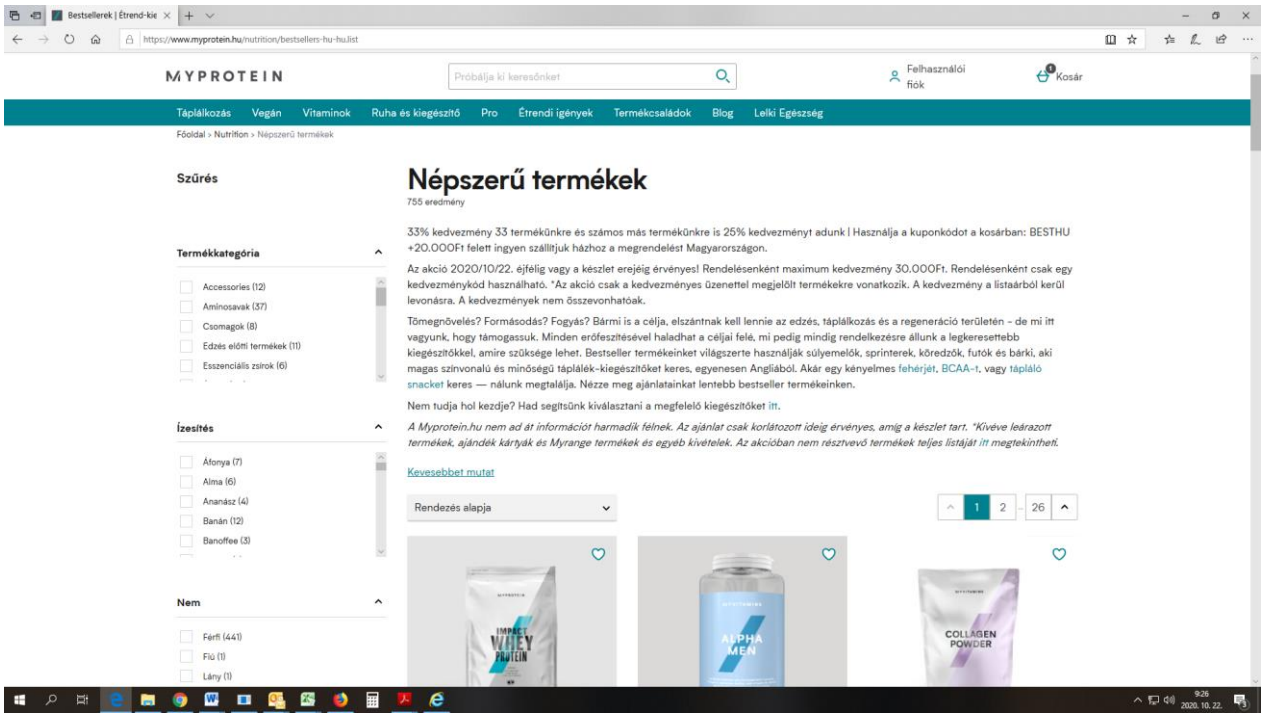

Bestsellerek | Étrend-kie
https://www.myprotein.hu/nutrition/bestsellers-hu-hu.list
MYPROTEIN
Próbálja ki keresőnket
Felhasználói fiók
Kosár
Táplálkozás
Vegán
Vitaminok
Ruha és kiegészítő
Pro
Étrendi igények
Termékcsaládok
Blog
Lelki Egészség
Ízesítés
Áfonya (7)
Alma (6)
Ananász (4)
Banán (12)
Banoffee (3)
Nem
Férfi (417)
Fiú (1)
Lány (1)
Női (438)
Táplálkozási forma
Gluténmentes (93)
Informed Sport (1)
Low Fat (9)
Low Sugar (14)
Kevesebbet mutat
Rendezés alapja
Gyors vásárlás
Impact Whey Protein
Alpha Men Multivitamin
Kollagén Por
33% kedvezmény 33 Bestseller termékre + 16.000 és 26.000Ft rendelés felett választható ajándékok | A kedvezmény automatikusan levonásra kerül a kosárban
25% kedvezmény erre a termékünkre + 16.000Ft és 26.000Ft rendelés felett választható ajándékok a rendeléshez | Kuponkod a kosárban: BESTHU

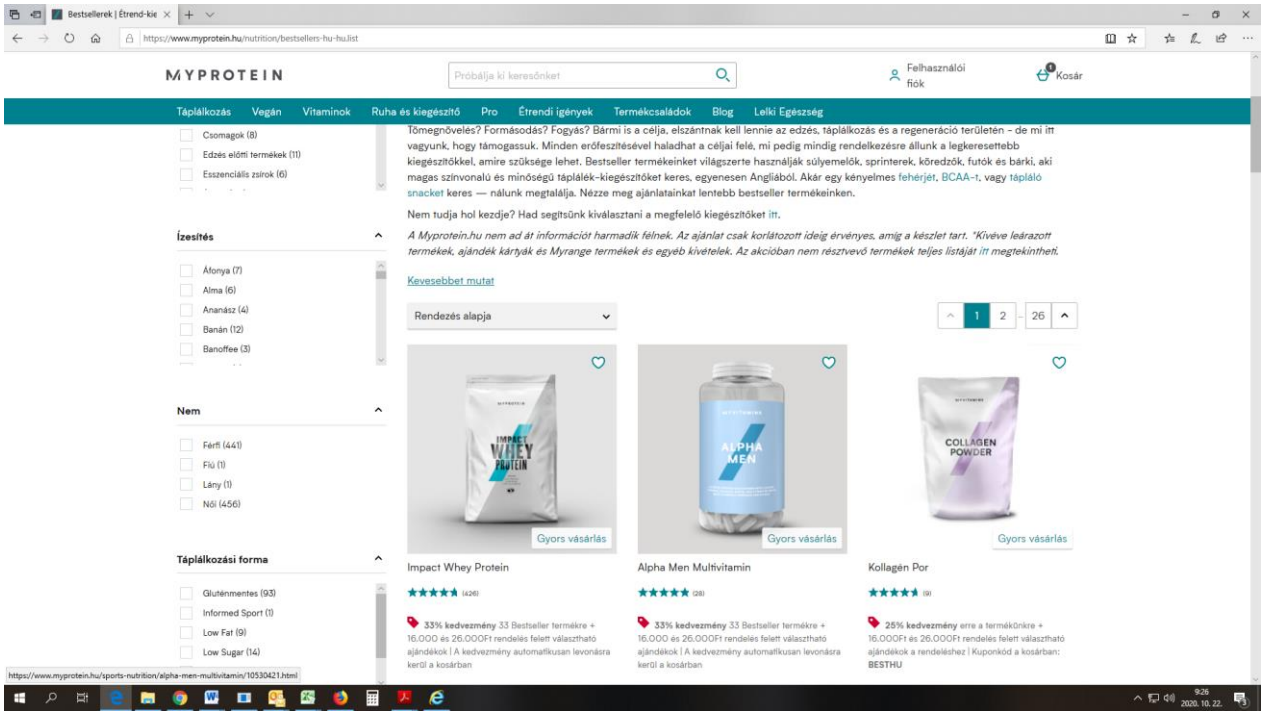


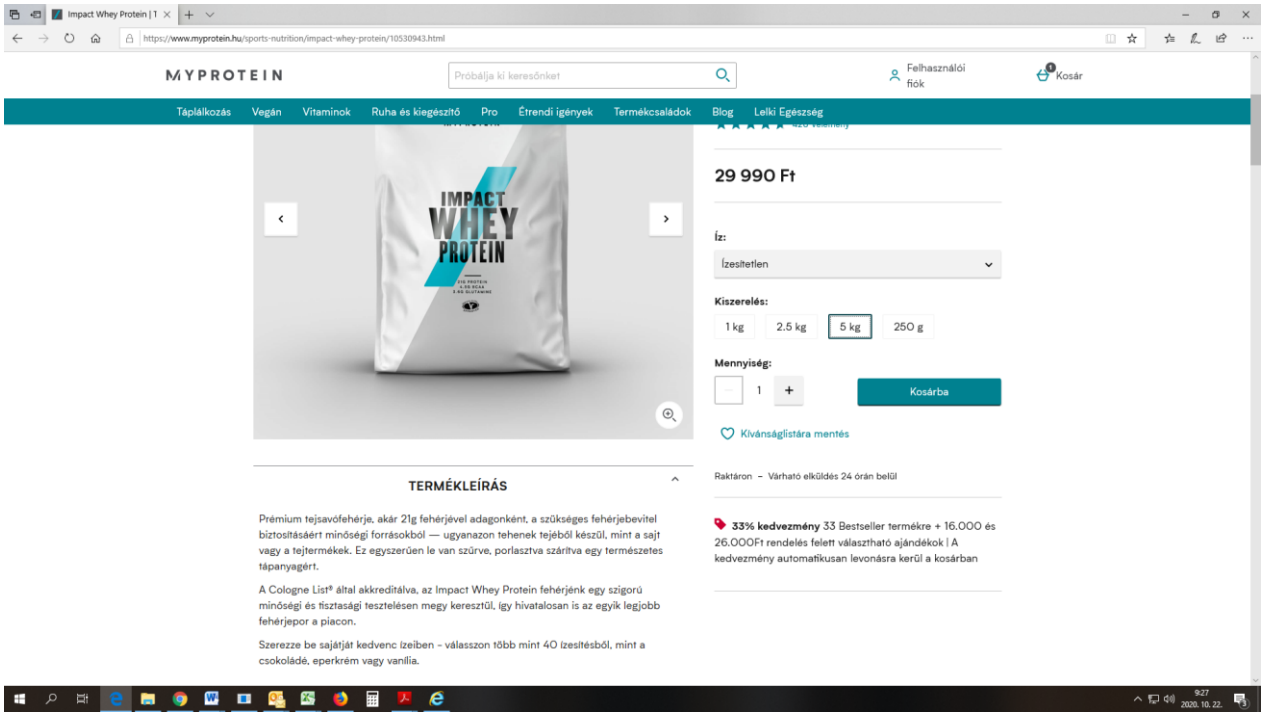


2020. október 22.


MYPROTEIN™ | Táplálék
https://www.myprotein.hu/
MYPROTEIN
Próbálja ki keresőnket
Felhasználói fiók
Kosár
Táplálkozás
Vegán
Vitaminok
Ruha és kiegészítő
Pro
Étrendi igények
Termékcsaládok
Blog
Lelki Egészség
16.000FT ÉS 26.000FT RENDELÉS FELETT VÁLASZTHATÓ AJÁNDÉK | AKÁR INGYEN FEHÉRJE, SHAKER ÉS SOK MÁS
FOREVER FIT
-33% 33 TERMÉKRE
25% kedvezmény rengeteg másra is
+16.000Ft és 26.000Ft rendelés felett ajándék
VÁSÁRLÁS
#foreverfit


Bestsellerek | Étrend-kie
https://www.myprotein.hu/nutrition/bestsellers-hu-hu.list
MYPROTEIN
Próbálja ki keresőnket
Felhasználói fiók
Kosár
Táplálkozás
Vegán
Vitaminok
Ruha és kiegészítő
Pro
Étrendi igények
Termékcsaládok
Blog
Lelki Egészség
Főoldal > Nutrition > Népszerű termékek
Szűrés
Népszerű termékek
755 eredmény
Termékkategória
Accessories (12)
Aminosavak (37)
Csomagok (8)
Edzés előtti termékek (11)
Esszenciális zsírok (6)
Ízesítés
Áfonya (7)
Alma (6)
Ananász (4)
Banán (12)
Banoffee (3)
Nem
Férfi (441)
Fiú (1)
Lány (1)
Kevesebbet mutat
Rendezés alapja
1
2
26
IMPACT WHEY PROTEIN
ALPHA MEN
COLLAGEN POWDER





III.9.2. e-DM levelek

65. Az eljáró versenytanács az e-DM leveleket a jelen előzetes álláspont III.3.3. fejezetében a 2018. november 22. és 2019. március 1-je közötti időszakra táblázatos formában bemutatta, ami alapján látható, hogy az e-DM levelekben is számos alkalommal hirdetett korlátozott ideig tartó akciókat az eljárás alá vont, amelyeket követően újabb és újabb akciók indultak, jellemzően legalább részben átfedő termékkörökre vonatkozóan, sokszor azonos vagy akár még nagyobb kedvezményekkel, azaz az árkedvezmények korlátozott elérhetősége itt is valótlanul került állításra.

IV.
Eljárás alá vont álláspontja

IV.1. Az eljárás alá vont álláspontja a vizsgálati szakaszban

66. Az eljárás alá vont álláspontja szerint magatartása megfelel valamennyi irányadó jogszabálynak és szabályozásnak, különös tekintettel a magyar Fttv.-re, így nem ért egyet az eljárás 2017. május 10-től kezdődő időszakra való kiterjesztésével sem.[76]
67. Az eljárás alá vont kiemelte, hogy az ajánlott fogyasztói ár nem egy fiktív ár, hiszen sok termék teljes ajánlott fogyasztói áron került értékesítésre.[77]
68. Az eljárás alá vont rögzítette, hogy az általa biztosított valamennyi kedvezménynek speciális célja van és meghatározott időszakban érvényes, azaz nem létezik *„alap 25% kedvezmény”*.[78]
69. Az eljárás alá vont szerint már önmagában az exclusion lista léte is azt bizonyítja, hogy a Myprotein kínálatában vannak olyan termékek, amelyek csak teljes áron vásárolhatók meg. Az exclusion listán szereplő termékekre a kupon kódos akciók egyáltalán nem érhetők el.
70. Az eljárás alá vont szerint nem használ olyan kommunikációs eszközöket, amelyek *„a kedvezményes ár korlátozott elérhetőségére”* utalnak. A www.myprotein.hu weboldalon az adott kedvezmény érvényességi ideje minden esetben egyértelműen jelölve van, és a weboldalon nincsenek utalások a kedvezményes ár korlátozott elérhetőségére. Az egyetlen eset, amikor bármilyen formában is korlátozott elérhetőségre utal, amikor a vásárlókat a részükre a kedvezményes időszak utolsó napján megküldött emlékeztető e-mail útján az adott kedvezményes időszak végéről tájékoztatja.
71. Az eljárás alá vont nem tud felidézni olyan levelet, amely a „Gyorsan fogynak a készletek” kifejezést tartalmazta volna.[79]
72. Álláspontja szerint a fogyasztóknak kiküldött kommunikációk (e-DM) csak az eljárás alá vont érvényes kedvezményeire vonatkozó általános és tényszerű információkat tartalmazzák, és nem sürgetik, siettetik az áruval kapcsolatos döntés meghozatalát, ennélfogva az eljárás alá vont e-DM levelei nem értékelhetők agresszív magatartásként.[80]
73. Az eljárás alá vont reméli, hogy az általa felhozott érvek és a rendelkezésre bocsátott bizonyítékok alapján a GVH arra a megállapításra jut, hogy nem történt jogsértés, és az eljárást ennek okán megszünteti.[81]

IV.2. Az eljárás alá vont észrevételei[82] a számára megküldött vizsgálati jelentés[83] kapcsán

74. A Myprotein álláspontja szerint nem követett el semmilyen jogsértést, ezért azt kérte a Versenytanácstól, hogy ne kövesse a vizsgáló jogsértés megállapítására és bírság kiszabására vonatkozó indítványát, hanem bármely jogkövetkezmény alkalmazása nélkül szüntesse meg a versenyfelügyeleti eljárást.
75. Előadta, hogy az általa alkalmazott összes árfeltüntetési gyakorlat tényleges és valós árat tükröz. Hivatkozott arra, hogy a vizsgálati jelentés bemutatja a Myprotein.com különböző árfeltüntetési gyakorlatait (pl. az „ajánlott fogyasztói ár”, „volt” - „most” ár, „akár” ár), és bevezeti a „tényleges ár” megjelölést, amely a Myprotein.com által használt megjelölésektől való megkülönböztetést szolgálja. Ez szerinte téves értelmezés, ugyanis azt a hamis látszatot kelti, hogy a Myprotein.com által alkalmazott árak nem „tényleges árak”. Ezzel szemben a valóság az, hogy a Myprotein.com által alkalmazott valamennyi árfeltüntetési gyakorlat tényleges és valós árakra vonatkozik, és csak az adott eset speciális körülményei befolyásolják, hogy melyik kerül ezek közül alkalmazásra. Általánosságban „az ajánlott fogyasztói ár” kerül feltüntetésre, azonban árkedvezmények alkalmazása esetén előfordul, hogy az árkülönbséget a korábbi és az új árak megjelenítésével mutatja

[76] VJ/26-4/2019., VJ/26-31/2019., VJ/26-30/2019.
[77] VJ/26-31/2019.
[78] VJ/26-31/2019.
[79] VJ/26-24/2019.
[80] VJ/26-31/2019.
[81] VJ/26-30/2019.
[82] VJ/26-53/2019.
[83] VJ/26-49/2019.

be (azaz „volt”, illetve „most” ár feltüntetésével), valamint olyan termékek esetében, ahol több méret/csomagolás érhető el, véleménye szerint nyilvánvalóan a vonatkozó árak eltérőek lehetnek, a főoldalon a legalacsonyabb ár kerül feltüntetésre az „akár” megjelöléssel, amely azt jelzi, hogy az adott termék már ezen az áron elérhető (a termékre kattintva a fogyasztó természetesen láthatja az egyes méretekre/csomagolásra vonatkozó árakat is).

76. A Myprotein.com Facebook oldalával kapcsolatosan előadta, hogy a vizsgálati jelentés nem tesz említést arról, hogy a Myprotein.com a „Bolt” opciót jelenleg nem használja, és csupán a véletlenszerűen két évvel ezelőtt feltöltött nem táplálkozáskiegészítő termékek szerepelnek rajta, amelyek az utóbbi időben nem kerültek frissítésre.
77. Hivatkozott arra, hogy a vizsgálati jelentés tévesen állítja, hogy a fogyasztók kedvezmények nélkül csak két módon vásárolhatnak termékeket (i) az exclusion listán szereplő termékek esetében vagy (ii) vásárolhatnak termékeket kuponkódok használata nélkül, azonban mindkét lehetőségnél bizonyos kedvezményeket a Myprotein.com továbbra is alkalmaz. Hivatkozott arra is, hogy az exclusion lista egy dinamikusan változó lista, amelyen szereplő termékekre kedvezmények csak nagyon kivételes esetben érhetők el, csupán akkor, amikor a Myprotein.com által alkalmazott akció minden termékre vonatkozik (az 1-2 napig érvényes villámkedvezmények esetében), tehát ezen termékek aránya nagyon alacsony. Ezen túlmenően, amikor kuponkód áll rendelkezésre, de azokat a fogyasztók nem használják fel, úgy a fogyasztók semmilyen kedvezményt nem kapnak, és teljes áron vásárolják meg a termékeket.
78. Előadta, hogy az eljárás során benyújtott 10 minta tranzakciót az elmúlt évek eltérő időszakaiból, amelyek teljes mértékben alátámasztják, hogy a fogyasztók ezekben az esetekben nem részesültek kedvezményben (azaz a termékeket teljes áron értékesítette). Fontosnak tartotta megjegyezni, hogy ezek a termékek nem feltétlenül szerepeltek az exclusion listán, mivel a Myprotein.com által alkalmazott kedvezmények (pl. kuponkód kedvezmények) nem vonatkoznak minden a honlapon található termékre, valamint a kedvezmények működési mechanizmusa is lényegesen eltérő. Ez azt jelenti, hogy ha egy adott terméket nem érintett a kedvezmény, azt következésképpen csak teljes áron lehetett megvásárolni, amint azt a 10 minta tranzakció is alátámasztja.
79. Álláspontja szerint a kedvezmények számának nincsen jelentősége a Myprotein.com kereskedelmi gyakorlatának jogi értékelése szempontjából, tekintettel arra, hogy a Myprotein.com honlapján elérhető kedvezmények, azok működési mechanizmusa és az érintett termékek köre időről-időre változik; ahogy arra a vizsgálati jelentés 59. pontja is helyesen utal, a Myprotein.com által alkalmazott kedvezmények általában nem vonatkoznak a honlapon elérhető összes termékre, és az egyes kedvezmények működési mechanizmusa lényegében különböző (pl. vannak kedvezmények azzal a feltétellel, hogy az adott termékből bizonyos összeget vásárolnak.), ez azt is jelenti, hogy ezeket a kedvezményeket nem lehel folyamatosan alkalmazott kedvezményeknek tekinteni.
80. A fentieken túlmenően megjegyezte, hogy a napi szintű kedvezmények biztosítása az online és offline kiskereskedelemben bevett gyakorlatnak tekinthető (közismert pl., hogy van olyan magyarországi kiskereskedelmi lánc, amely a „Mindig akció” szlogennel népszerűsíti termékeit), ezen akciók azonban egyrészről a fogyasztók érdekeit szolgálják, másrészről erősítik a versenytársak között a fogyasztók kegyeiért folyó versenyt.
81. Hivatkozott arra is, hogy a www.myprotein.hu weboldalon a vonatkozó kedvezmények lejárata mindig egyértelműen fel van tüntetve, és nincs utalás a kedvezményes árak korlátozott elérhetőségére. A vizsgálati jelentés is csupán a „kiárusítás” kifejezést idézte a weboldalról, amely egy objektív jellegű információ, és jellemzően a szezonális (tavaszi, nyári, őszi) vagy a hónap végi kiárusítás során megjelenő akciókra utal.
82. Előadta, hogy a vizsgálati jelentés nem említi, hogy a Myprotein.com a Facebook-ot általánosságban márkaépítés (branding) céljából használja termékeinek bemutatására, ezért a promócióknak a Facebook-on való közzététele nem tekinthető a Myprotein.com általános gyakorlatának, a Myprotein.com-nak ebben az évben egyáltalán nem volt ilyen jellegű posztja. Ezenkívül a vizsgálati jelentés mesterségesen összemossa a Myprotein.com által az e-DM levelekben használt kifejezéseket a kedvezmények elérhetősége és a rendelkezésre álló készletek vonatkozásában.

83. A vizsgálati jelentés 97-98. pontjában említett kifejezések túlnyomó többsége a *kedvezmények elérhetőségére* utal, amely kifejezések célja az e-DM-ekben az volt, hogy tájékoztassa a fogyasztókat a kedvezmények közelgő lejártáról.
84. Álláspontja szerint összesen csak három általa használt kifejezést lehet a *készletek elérhetőségéhez* társítani. A *„fogynak a készletek*" állítást mindösszesen egy alkalommal használta a vizsgált időszak során a Myprotein.com egy email üzenet címében 2019. március 3-án, a vizsgálói jelentés 3. sz. melléklete szerint. A „*gyorsan fogynak a készletek"* állítást 2 (kettő), 2018. november 24-25-én kelt e-mail törzsszövegében alkalmazta (az akcióra a Black Friday promóciót követően került sor, korlátozott készletekkel), a „*gyorsan figyelmeztetjük mielőtt elfogyna a készletünk"* állítást pedig 2 (kettő) alkalommal használta az e-mailek törzsszövegében, a vizsgálati jelentés 3. sz. melléklete szerint. Ezen esetek száma marginálisak tekinthető a vizsgálati jelentésben ismertetettekhez képest (azaz 40 e-mail tárgymezője és 25 e-mail törzsszövegéhez képest).
85. A Myprotein.com által az árukészlet elérhetőségével kapcsolatosan alkalmazott kifejezések kapcsán előadta, hogy azok indokoltak és igazak voltak, mivel az adott akciókban az árukészletek a speciális körülmények miatt korlátozottak voltak (pl. a Black Friday-t követő promóciók), és a weboldal teljes élettartama alatt mindössze 1-2 alkalommal került erre sor, ezért ez semmiképp sem tekinthető a Myprotein.com szokásos, bevett gyakorlatának.
86. Megjegyezte, hogy a vizsgálati jelentés számos olyan cikk figyelembevételével állapítja meg az ügy tényállását, amelyek nem minősülnek jogi bizonyítékot képező dokumentumoknak, és ezért azokat nem lehetett volna figyelembe venni a tényállás meghatározása során, különös tekintettel arra, hogy tartalmuk nem kapcsolódik közvetlenül a jelen ügyhöz (lásd a vizsgálati jelentés 95-96. pontját); vagyis bizonyítékokkal nem alátámasztott tényeket vett figyelembe a Myprotein.com hátrányára.
87. Álláspontja szerint semmilyen bizonyítékot (pl. tanulmányokat, cikkeket stb.) nem lehet figyelembe venni a tényállás meghatározásakor, ha a bizonyítékok nem tartalmaznak konkrét megállapítást és következtetést a Myprotein.com-mal kapcsolatban. Emellett fontosnak tartotta hangsúlyozni, hogy ellentétben azzal, amit a vizsgálati jelentés sugall, az e-DM levelek megnyitási aránya teljes mértékben átlagosnak tekinthető (lásd a vizsgálati jelentés 93. pontját).
88. Álláspontja szerint a vizsgálati jelentés a jogi értékelés körében számos esetben spekulációkra hagyatkozik, és téves következtetést von le, amikor megállapítja, hogy a Myprotein.com megsértette az Fttv. 6. § (1) bekezdését és 8. §-át azáltal, hogy (i) az árfeltüntetési gyakorlatával megtévesztette a fogyasztókat és (ii) az árukészlet vagy kedvezmények elérhetőségéről szóló kommunikációjával agresszív kereskedelmi gyakorlatot folytatott. Álláspontja szerint a vizsgálati jelentés tartalmával ellentétben megállapítható, hogy a Myprotein.com kereskedelmi gyakorlata összhangban volt valamennyi alkalmazandó jogszabályi rendelkezéssel, különös tekintettel az Fttv. rendelkezéseire, és a Myprotein.com kereskedelmi gyakorlata nem volt sem megtévesztő, sem pedig agresszív a fogyasztókkal szemben.
89. Álláspontja szerint nem került megfelelő hangsúllyal figyelembe vételre, hogy a Myprotein.com-hoz egyáltalán nem érkezett fogyasztói panasz a GVH által vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban, ezért az eljárás megszüntetése indokolt és e körben fontosnak tartotta megjegyezni, hogy a bejelentés (közvetlenül vagy közvetve) a Myprotein.com bármely versenytársától is érkezhetett. A GVH-nak a Myprotein.com-mal szembeni, a versenytársak érdekében tett fellépése ellentétes lenne azzal a kikristályosodott alapelvvel és gyakorlattal, miszerint a GVH a versenyt védi, és nem a versenytársakat. A Myprotein.com a fogyasztók visszajelzéseit tekinti a legfontosabb tényezőnek bármely kereskedelmi gyakorlat megítélésekor. Mivel a jelen esetben egyetlen fogyasztó sem fejezte ki elégedetlenségét a Myprotein.com szolgáltatásával kapcsolatban, arra a következtetésre jut, hogy a Myprotein.com ügyfelei elégedettek a Myprotein.com szolgáltatásának színvonalával, ami nyilvánvalóan kizárja a megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlat fennállásának lehetőségét.
90. Amint azt fentebb is jelezte, az általa alkalmazott valamennyi árfeltüntetés tényleges és valós árakat jelenít meg, amelyek a megfelelő angol kifejezések fordításai. Kizárólag az eset speciális körülményei befolyásolják, hogy melyik árfeltüntetés kerül alkalmazásra. Meggyőződése, hogy az árfeltüntetési gyakorlata következetes, és e tekintetben nem kapott olyan fogyasztói panaszt, amely

azt jelezné, hogy fogyasztói számára az ne lenne követhető. Véleménye szerint a vizsgálati jelentés sem szolgáltat ennek ellenkezőjére semmilyen bizonyítékot, csupán spekulatív jellegű megállapításokat tartalmaz az árfeltüntetési gyakorlat követhetősége vonatkozásában. Ezentúl a vizsgálati jelentés alapján az sem állapítható meg, hogy a különböző árfeltüntetési gyakorlatok használata milyen szerepet játszik az állítólagos jogsértésben.

91. Előadta, hogy a vizsgálati jelentés a különféle típusú árkedvezmények gyakoriságát is a Myprotein.com hátrányára kívánja figyelembe venni. Mint már azt fentebb kifejtette, álláspontja szerint az árkedvezmények száma nem releváns a Myprotein.com kereskedelmi gyakorlatának jogi értékelése szempontjából, ugyanis a Myprotein.com weboldalán elérhető kedvezmények időről-időre változnak az érintett termékek körét (azaz a Myprotein.com kedvezményei általában nem vonatkoznak a weboldalon található összes termékre) és annak mechanizmusát illetően, ezért azok nem tekinthetők folyamatosan alkalmazott kedvezményeknek.
92. Meggyőződése, hogy a kedvezmények mértékének és gyakoriságának meghatározása a kizárólagos hatáskörébe tartozik, amely a fogyasztók javát szolgálja, és erősíti a versenytársak közötti versenyt. Nem ismer olyan jogszabályi rendelkezést, amely e tekintetben korlátozná a gazdasági erőfölényben nem lévő piaci szereplők árazási szabadságát. Előadta, hogy ez tükröződik az online és offline kiskereskedelmi piac gyakorlatában is, ahol a napi jellegű kedvezmények biztosítása bizonyos, vagy akár az összes termék vonatkozásában bevett gyakorlatnak számít, azért alkalmaz kedvezményeket, hogy kedvezőbb ajánlatokat nyújtson a fogyasztók számára, és versenyképessé váljon a magyar táplálék-kiegészítő piacon tapasztalható erős versenyben.
93. Mindazonáltal a termékek teljes eredeti (azaz ajánlott fogyasztói) áron történő eladása az általános gyakorlatának számít, mivel főszabály szerint a kedvezményei nem vonatkoznak minden termékre a honlapon, és a kedvezmények mechanizmusa lényegesen eltérő.
94. Megismételte, hogy az exclusion lista létezése önmagában bizonyítja, hogy vannak olyan termékek, amelyek teljes áron kerülnek értékesítésre, mivel az abban szereplő termékekre a kedvezmények csak kivételes esetekben vonatkoznak. Továbbá, ha a termékekhez kuponkódok állnak rendelkezésre, a fogyasztók nem minden esetben használják fel a kuponkódokat (amit, álláspontja szerint, teljes mértékben alátámaszt a GVH-nak benyújtott kuponkód használatra vonatkozó kimutatás), így a termékeket ez esetben a fogyasztók árkedvezmény nélkül, az ajánlott fogyasztói áron vásárolják meg, szemben a vizsgálati jelentés megállapításával, amely tévesen azt a következtetést vonja le, hogy ilyen esetekben is alkalmazott bizonyos kedvezményeket (lásd a vizsgálati jelentés 64. pontját).
95. Előadta, hogy a GVH-nak az eljárás során megküldött 10 minta tranzakciót, amely teljes mértékben alátámasztja, hogy a vonatkozó vásárlásokat teljes áron hajtották végre, és a fogyasztók nem részesültek semmilyen kedvezményben. Erre tekintettel a vizsgálati jelentés téved, amikor arra a következtetésre jut, hogy a fogyasztók nem részesülnek valós kedvezményekben, mivel az eredeti alapárakat jellemzően nem alkalmazta. Meglátása szerint a vizsgálati jelentés nyilvánvalóan tévesen utal a „kuponkódos kedvezményes árra" is mint jellemzően alkalmazott árra. Mint kifejtette, általános szabályként a kuponkódok nem vonatkoznak minden termékre a honlapon, és a kedvezmények mechanizmusa lényegesen eltérő (pl. azzal a feltétellel biztosít kedvezményt, ha az adott termékből bizonyos összeget vásárolnak), ezért az egyes termékeknek nincsen „kuponkódos kedvezményes ára", ez az árkategória a gyakorlatában nem létezik. Ellentétben azzal, amit a vizsgálati jelentés állít, az egyes termékek főszabály szerint alapáron kerülnek értékesítésre (azaz ajánlott fogyasztói áron), kivéve az általa alkalmazott különféle (azaz időszak és működési mechanizmus szempontjából eltérő) árengedményeket.
96. Megjegyezte, hogy ugyan a vizsgálati jelentés nem hasonlítja össze az árait a főbb versenytársak hasonló termékeinek áraival, azonban biztos benne, hogy egy ilyen elemzés is azt igazolná, hogy az eredeti/alapárai nem magasabbak (valójában egyenlőek vagy még olcsóbbak, mint a versenytársak nyilvánosan elérhető értékesítési árai), ezért a fogyasztóknak nyújtott kedvezmények valós árelőnyt tartalmaznak, és a kedvezményes termékek jobb ajánlatok, mint a piacon elérhető hasonló termékek.
97. A fentiekre tekintettel úgy gondolja, hogy a vizsgálati jelentés spekulatív és téves következtetéseket von le állításainak alátámasztására, és meg van győződve arról, hogy az árfeltüntetési gyakorlata nem

tekinthető megtévesztőnek, ezért a jelen versenyfelügyeleti eljárást a GVH-nak meg kellene szüntetnie.

98. Előadta, hogy a vizsgáló álláspontja szerint a honlapján, a Facebook-on és az e-DM-ekben használt, a kedvezmények elérhetőségére utaló kifejezések alkalmasak voltak arra, hogy pszichés nyomást gyakoroljanak a fogyasztókra, amelyek befolyásolhatták ügyleti döntésüket, azonban álláspontja szerint a vizsgálati jelentés ezen következtetése az ügy tényállásának teljes félreértelmezésén alapul. Ugyanis nem használja kommunikációs eszközként a kedvezményes ár korlátozott elérhetőségére való hivatkozást. A www.myprotein.hu weboldalon mindig a vonatkozó kedvezmények lejárata van feltüntetve, és nem utal a kedvezményes árak korlátozott elérhetőségére. Hivatkozott arra, hogy a vizsgálati jelentés is csupán a „kiárusítás" kifejezést tudta megjelölni a weboldalról, mint megtévesztő üzenetet, amely ezzel szemben csak objektív információt közöl a jellemzően szezonális (tavaszi, nyári, őszi) vagy a hónap végi akciókra vonatkozóan. Álláspontja szerint ez a megfogalmazás nagyon távol áll attól, hogy pszichés nyomást gyakoroljon a fogyasztókra, vagy korlátozza a választási szabadságot, ezért az biztosan nem tekinthető agresszív kereskedelmi gyakorlatnak.
99. Ismét előadta, hogy a Facebook-ot általánosságban márkaépítés céljából termékeinek bemutatására használja, ezért a promóciókról való posztolás nem tekinthető az általános gyakorlatának (ebben az évben nem is volt ilyen jellegű posztja), sem agresszív kereskedelmi gyakorlatnak. Az egyetlen eset, amikor valamilyen formában közli a *kedvezmények korlátozott elérhetőségét* (és nem a kedvezményes árat, ahogy azt a vizsgálati jelentés 156. pontja tévesen állítja), amikor a vonatkozó kedvezményes időszak végéről tájékoztatja a fogyasztókat egy emlékeztető e-mail (e-DM) formájában, amelyet a fogyasztóknak küld a vonatkozó kedvezményes időszak utolsó napján. Ezen e-mailek általános jellegű levelek, amelyek tájékoztatják a fogyasztókat az elérhető kedvezmény feltételeiről, és ezen e-mailekben csakis az e-mail tárgymezője utal az árkedvezmény közelgő lejártára. Az *árukészlet korlátozott elérhetőségére* való utalás csak egy e-mail tárgyában került említésre, ami azt mutatja, hogy nem tekinthető szokásos gyakorlatának, ezért úgy gondolja, hogy a vizsgálati jelentés mesterséges módon összemossa az általa használt két kifejezést, és a jogi értékelésében sem különíti el ezeket egymástól. Mindazonáltal meggyőződése, hogy egyetlen e-DM-ekben szereplő, a kedvezmények vagy az árukészletek rendelkezésre állására vonatkozó állítás sem gyakorol semmilyen pszichés nyomást a fogyasztókra, és ezek nem alkalmasak arra, hogy befolyásolják az ügyleti döntésüket.
100. Kiemelten fontosnak tartja e körben hangsúlyozni, hogy a fogyasztók szabadon feliratkozhatnak, vagy leiratkozhatnak az e-DM levelekről, ezért csakis a feliratkozott, a szolgáltatást igénylő fogyasztók kapnak emlékeztető e-maileket. Ha a fogyasztók úgy gondolnák, hogy az e-mailek száma vagy megfogalmazása zavaró, vagy terhes számukra, egyszerűen leiratkozhatnak a szolgáltatásról, azonban az e-DM szolgáltatásról ezidáig csak a fogyasztók nem jelentős része iratkozott le. Ezen túlmenően fontos megemlíteni, hogy ellentétben azzal, amit a vizsgálati jelentés sugall, az e-DM-ek megnyitási aránya is teljes mértékben átlagosnak tekinthető (lásd a vizsgálati jelentés 93. pontját), és az e-DM-ek révén realizált árbevétel szintén marginális a honlapján való közvetlen vásárlásokból elért árbevételhez képest (az e-DM-ek révén realizált árbevétel [üzleti titok] % és [üzleti titok] % között mozgott a teljes bevételéből a vizsgált időszak során). Véleménye szerint ezen adatok azt is alátámasztják, hogy a vizsgálati jelentés következtetése téves, amikor kijelenti, hogy az e-DM-ekben használt kifejezések célja a weboldalon történő, a kedvezményes termékeken túli vásárlás ösztönzése (lásd a vizsgálati jelentés 164. pont), ezen állítását nem támasztja alá semmilyen tény vagy bizonyíték, ezért azt a hátrányára nem lehet figyelembe venni.
101. Előadta, hogy a vizsgálati jelentés szerint nemcsak ezek az állítások, hanem a *„Gyors vásárlás*" funkció is a fogyasztók sürgetését szolgálja (lásd a vizsgálati jelentés 166. pontját). Ellentétben azzal, amit a vizsgálati jelentés állít, a *„Gyors vásárlás"* funkció az online kereskedelem területén egy bevett gyakorlatnak tekinthető, amely valójában segíti a fogyasztókat a kiválasztott termékek egyszerűbb megvásárlásában a termékoldal megnyitása nélkül. Így a vizsgálati jelentés állítása a tények teljesen téves értelmezésén alapul, és spekulatív következtetést von le ezen funkció jogszerűségéről.

102. A vizsgálati jelentés többek között hivatkozik a *„Többel ésszel”* „betelefonálós” műsor (játék) ügyre (VJ/154/2009.) és a közelmúltban lezárt Booking.com ügyre (VJ/17/2018.), mint precedensekre és olyan döntésekre, amelyek elvi jellegű megállapításai a jelen ügyre is alkalmazhatók. A vizsgáló megközelítésével szemben az eljárás alá vont úgy véli, hogy jelentős ténybeli különbségek azonosíthatók a jelenlegi és a hivatkozott esetek között, ezért azokból semmilyen következtetés nem vonható le a jelen ügyre.
103. A betárcsázós játékok teljesen más környezetet és valós idejű élményt nyújtanak, ami valóban frusztráló lehet a műsor vizuális megjelenítése és a műsorvezető kommunikációja miatt. A Booking.com ügyben a vizsgálatot kiváltó kérdés többek között az a valós idejű kommunikáció volt, amelyet a fogyasztók a tranzakciós folyamat során kaptak (pl. „Még X felhasználó nézi”; „Egyvalaki épp azt fontolgatja, hogy ezen a szálláson foglal”), amely azt a benyomást kelthette a fogyasztókban, hogy a megtekintett szálláshelyre nagy igény van és az csak korlátozottan áll rendelkezésre. A fentiekkel ellentétben a jelen esetben ilyen valós idejű kommunikációra nem került sor, és a felhasználóknak továbbított információ tartalma objektíven igazolható volt.
104. A fentiek alapján határozott álláspontja szerint a jelentés spekulatív és téves következtetéseket von le állításainak alátámasztására, és meggyőződése, hogy a kereskedelmi gyakorlata (figyelembe véve annak célját és hatását) nem volt alkalmas arra, hogy agresszív kereskedelmi gyakorlatnak tekinthető pszichés nyomást gyakoroljon a fogyasztókra, ezért véleménye szerint a jelen eljárásnak a GVH által történő megszüntetése indokolt. Előadta, hogy a vizsgáló állal indítványozott szankció alkalmazása nem indokolt, ennélfogva, és a fenti észrevételek fényében meg van győződve arról, hogy nem valósított meg tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, ezért vele szemben a pénzbírság kiszabására vonatkozó vizsgálói indítvány nem megalapozott. Erre tekintettel ismételten kérte a GVH-t, hogy a jelen versenyfelügyeleti eljárást szüntesse meg.

IV.3. A Myprotein észrevétele[84] az eljárás kiterjesztését követően

105. Az eljárás alá vont ismételten hangsúlyozta, hogy mindenkor a hatályos jogszabályoknak és vonatkozó előírásoknak megfelelően járt el, a fogyasztókkal folytatott kommunikáció során mindig valós és tényszerű módon adott tájékoztatást, és soha nem nyújtott olyan információt a fogyasztók számára, amely bármilyen módon valótlan lett volna. Ebből következően nyilvánvalóan nem valósított meg semmilyen, az Fttv. mellékletében foglalt magatartást, különös tekintettel a melléklet 7. pontjára. Erre tekintettel, álláspontja szerint a vizsgálat jogalapjának kiterjesztése nem csak szükségtelen, hanem megalapozatlan is, mivel a tevékenységével nem sértett semmilyen jogi vagy más vonatkozó szabályozást.

IV.4. Az eljárás alá vont előadása[85] az előzetes álláspontra és a tárgyaláson[86]

106. A Myprotein ismét megerősítette, hogy álláspontja szerint nem követett el semmilyen jogsértést és erre tekintettel nem ért egyet az előzetes állásponttal, ezért kérte a GVH-tól bármely jogkövetkezmény alkalmazása nélkül a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését. Amennyiben erre mégsem kerülne sor, úgy kérte kötelezettségvállalásának elfogadását.
107. Előadta, hogy célja vásárlói számára a lehető legjobb ár-érték arány biztosítása, ennek elérése érdekében közvetlenül a fogyasztóknak értékesíti a termékeit, úgynevezett B2C vagyis business to consumer üzletpolitikát folytat, a kereskedői kör árrésének kihagyásával a fogyasztóknak jobb árakat, szélesebb fogyasztói köri elérhetőséget tud biztosítani, ami magasabb fogyasztói jólétet jelent.
108. Hangsúlyozta, hogy a versenyjog célja magának a versenynek a védelme, és nem a versenytársaké, valamint nem tekinthető jogsértőnek az, ha egy piaci szereplő alacsonyabb árakat alkalmaz versenytársainál, kivéve néhány erőfölénnyel való visszaéléssel kapcsolatos esetben, ami a jelen ügyben nyilvánvalóan fel sem merül.
109. A Facebook oldalával kapcsolatosan előadta, hogy az előzetes álláspont nem tesz említést arról, hogy a Myprotein a „Bolt” opciót jelenleg nem használja, mint működő felületet, ahol a fogyasztók

[84] VJ/26-64/2019.
[85] VJ/26-67/2019.
[86] VJ/26-69/2019.

vásárolhatnának és a Myprotein szeretné kiemelni, hogy soha nem is használta ezt a funkciót. A Facebook „Bolt" csak azért található meg a Myprotein Facebook oldalán, mivel ez egy beépített funkció, amelynek Myprotein általi törlése lehetetlenné tenné a Myprotein számára a Facebook „tag" és Facebook hirdetés funkciók használatát. Ezért, a Facebook „Bolt" felületen található termékekre történő kattintás esetén a fogyasztókat egy link a Myprotein www.myprotein.hu weboldalára irányítja. Továbbá a táplálékkiegészítő termékek feltüntetése korábban nem is volt lehetséges a Facebook „Bolt" felületen a Facebook ezirányú politikája közelmúltbeli megváltozásáig. A véletlenszerűen, két évvel ezelőtt erre a felületre feltöltött nem-táplálékkiegészítő termékek az utóbbi időben nem kerültek frissítésre. A Myprotein a Facebook-ot általánosságban csupán márkaépítés és termékek bemutatása céljából használja.

110. Álláspontja szerint már az exclusion lista létezése is önmagában bizonyítja, hogy vannak olyan termékek, amelyek teljes áron kerülnek értékesítésre, mivel az abban szereplő termékekre a kedvezmények csak kivételes esetekben vonatkoznak. Ennek ellenére, annak érdekében, hogy további kétséget kizáró bizonyítékot szolgáltasson a GVH számára előadta, hogy az eljárás során benyújtott 10 minta tranzakciót az elmúlt évek eltérő időszakaiból, amelyek teljes mértékben alátámasztják, hogy a fogyasztók ezekben az esetekben nem részesültek kedvezményben, azaz a termékeket teljes áron értékesítette, tehát az előzetes álláspont 157. pontjában teljes mértékben megalapozatlan az az állítás, hogy a Myprotein nem tudta igazolni, hogy valaha is sor került volna az eredeti ár alkalmazására.

111. Fontosnak tartotta megjegyezni, hogy főszabályként a Myprotein által alkalmazott kedvezmények (pl. kuponkód kedvezmények) nem vonatkoznak minden, a honlapon található termékre, valamint a különböző típusú kedvezmények működési mechanizmusai is lényegesen eltérőek. Ez azt jelenti, hogy ha egy adott terméket nem érintett a kuponkód kedvezmény, azt következésképpen csak teljes áron lehetett megvásárolni, amint azt a tíz minta-tranzakció is alátámasztja.

112. Véleménye szerint az előzetes álláspont helytelenül állítja továbbá, hogy nem volt egyetlen nap sem 2017. május 15. és 2020. február 2. között, amikor ne lett volna elérhető valamilyen jellegű kedvezmény. Ellenkezőleg, voltak olyan napok, amikor semmilyen kedvezményt sem alkalmazott, azonban a Myprotein azon az álláspontón van, hogy a kedvezmények száma irreleváns a gyakorlatának jogi értékelése körében, tekintettel arra, hogy a weboldalán elérhető kedvezmények időről időre változnak az érintett termékek körét és a kedvezmények mechanizmusát illetően egyaránt.

113. Hivatkozott arra, hogy az előzetes álláspont 40. pontja helyesen utal arra, hogy az általa alkalmazott kedvezmények általában nem vonatkoznak a honlapon elérhető összes termékre, és az egyes kedvezmények működési mechanizmusai lényegükben különböznek egymástól. Vannak például kedvezmények azzal a feltétellel, hogy az adott termékből bizonyos összeget vásárolnak (általános, mennyiségen vagy értéken alapuló kedvezmények) (lásd pl. „30% kedvezmény és plusz 1 iwp iyb a listából 20 000 forintért" kedvezményt 2018. május 10-től 2018. május 14-ig alkalmazott, ahol a minimális rendelési összeg 20.000 Ft volt bizonyos listázott termékekből). Ez azt is jelenti, hogy ezeket a promóciókat - beleértve az általános, mennyiségen vagy értéken alapuló promóciókat, azokat a kedvezményeket, amelyek a vásárlás mellé történő ajándék adására vonatkoznak, továbbá a hármat kettő áráért vagy kettőt egy áráért promóciókat - nem lehet figyelembe venni annak vizsgálata során, hogy folyamatosan alkalmazott-e kedvezményeket, mivel azok lényegileg különbözőek tárgyukat, működési mechanizmusukat és az alkalmazásukhoz vezető mögöttes megfontolásokat tekintve.

114. Véleménye szerint tehát a GVH hibás következtetést von le akkor, amikor megállapítja, hogy a kedvezmények folyamatosan alkalmazott kedvezményeknek tekintendőek, mivel minden promóciót és kedvezményt alapul vesz ennek megállapításakor. A GVH-nak ki kellene zárnia ezen alapul vett bizonyítékok köréből legalább az általános, mennyiségen vagy értéken alapuló promóciókat, azokat, amelyek a vásárlás mellé történő ajándék adására vonatkoznak, továbbá a hármat kettő áráért vagy kettőt egy áráért promóciókat. Ezen kedvezmények és promóciók alkalmazása során ugyanis nem csak a [üzleti titok]. Álláspontja szerint amennyiben a GVH ezen promóciókat és kedvezményeket kizárná a vizsgálata köréből, a kedvezménnyel érintett napok száma alacsonyabb lenne, ennek

bizonyítékaként csatolta az általa alkalmazott kedvezményeket és promóciókat tartalmazó táblázatot, amelyben megjelölte ezen kedvezmények és promóciók típusát.

115. A fentieken túl azonban fontosnak tartotta megjegyezni, hogy a napi szintű kedvezmények biztosítása az online és offline kiskereskedelemben bevett gyakorlatnak tekinthető (közismert pl., hogy van olyan magyarországi kiskereskedelmi lánc, amely a „Mindig akció" szlogennel népszerűsíti termékeit), ezen akciók azonban egyrészről a fogyasztók érdekeit szolgálják, másrészről erősítik a versenytársak között a fogyasztók kegyeiért folyó versenyt.

116. Az előzetes álláspont hivatkozik továbbá arra a tényre, hogy néhány esetben a kedvezményes árak elérhetőek voltak a megjelölt kedvezményes időszak lejártát követően is, ennek kapcsán hangsúlyozta, hogy csak alkalomszerűen fordulhatott elő technikai okok miatt, hogy a kedvezményes árak elérhetőek maradtak a kedvezmény lejártát követő nap reggeli óráiban, ahogyan azt a GVH által készített képernyőmentések is mutatják, ugyanis azok minden esetben déli 12:00 előtt készültek.

117. Előadta, hogy az előzetes álláspont nem említi, hogy a Facebook-ot általánosságban márkaépítés (branding) céljából használja termékeinek bemutatására, ezért a promócióknak a Facebook-on való közzététele nem tekinthető általános gyakorlatának, hangsúlyozta, hogy Facebook bejegyzései termék és nem ajánlat alapúak.

118. Véleménye szerint az előzetes álláspont szándékosan összemossa a különböző felületeken használt kommunikációit, amikor a 168. pontban példákat sorol fel, ugyanis azt állítja, hogy a példaként hivatkozott kommunikációkat minden felületen alkalmazta (Facebook oldal, weboldal és e-DM-ek). Erre figyelemmel előadta, hogy az egyetlen eset, amikor valamely formában a kedvezmény korlátozott elérhetőségére utal, amikor a fogyasztók számára az utolsó napon küldött emlékeztető e-mailben (e-DM) értesíti az e-DM szolgáltatásra feliratkozott fogyasztókat a vonatkozó kedvezményes időszak végéről.

119. Hivatkozott arra is, hogy az előzetes álláspont 168. pontjában említett kifejezések túlnyomó többsége a kedvezmények elérhetőségére utal, ezen kifejezések célja az e-DM-ekben az volt, hogy tárgyilagosan, tényszerűen tájékoztassa a fogyasztókat a kedvezmények közelgő lejártáról. Továbbá, ezek a kifejezések csupán az e-DM üzenetekben kerültek feltüntetésre, a weboldaldalán és a Facebook oldalon azonban nem. Véleménye szerint a GVH azért nem különíti el a különböző felületeken alkalmazott kommunikációját, hogy ezáltal is növelje ezen állítások jelentőségét és súlyosbítsa azok megítélését.

120. Továbbá, álláspontja szerint a GVH nem megfelelően értelmezi a kommunikációt és olyan jelentéstartalmat tulajdonít neki, amelynek közvetítése soha nem állt a szándékában. Hangsúlyozta, hogy az előzetes álláspont 168. pontjában alkalmazott kommunikációt csak nagyon ritkán alkalmazta, és az árukészlet elérhetőségével kapcsolatosan alkalmazott kifejezések indokoltak és igazak voltak, mivel az adott akciókban az árukészletek a speciális körülmények miatt korlátozottak voltak (pl. a Black Friday-t követő promóciók), valamint a weboldal teljes élettartama alatt mindössze 1-2 alkalommal került erre sor, ezért ez semmiképp sem tekinthető a szokásos, bevett gyakorlatának.

121. Megjegyezte, hogy az előzetes álláspont számos olyan cikk figyelembevételével állapítja meg az ügy tényállását, amelyek nem minősülnek jogi bizonyítéknak, és ezért azokat nem lehetett volna figyelembe venni a tényállás meghatározása során, különös tekintettel arra, hogy tartalmuk nem kapcsolódik közvetlenül a jelen ügyhöz (lásd az előzetes álláspont 171. pontját), vagyis a GVH bizonyítékokkal nem alátámasztott tényeket vett figyelembe a hátrányára. Ugyanis álláspontja szerint semmilyen bizonyítékot (pl. tanulmányokat, cikkeket stb.) nem lehet figyelembe venni a tényállás meghatározásakor, ha a bizonyítékok nem tartalmaznak konkrét megállapítást és következtetést vele szemben.

122. Kiemelte, hogy az eljáró versenytanács jogi értékelésének egyik jogalapja a közelmúltban megváltozott. A GVH a vizsgálati jelentésében ugyanis az Fttv. 8. §-ra hivatkozott, mely az agresszív kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos, azonban megváltoztatta értékelésének alapját 2020.október 29-én VJ/26-60/2019. számú végzésében és kiterjesztette jogi értékelésének alapját az Fttv. mellékletének 7. pontjára. Azon az álláspontón van, hogy a jogi alap megváltoztatásának oka a GVH oldalán felmerülő egyszerűbb bizonyítási kötelezettség, ugyanis az Fttv. mellékletében felsorolt gyakorlatok tisztességtelennek minősülnek a fogyasztók magatartására gyakorolt hatásnak az esetről-

esetre történő értékeléstől függetlenül. Az agresszív kereskedelmi gyakorlatok és az Fttv. mellékletének 7. pontjában szereplő feketelistás kereskedelmi gyakorlat két teljesen eltérő tényállást és jogi koncepciót fed le, így azok nem felcserélhetőek csupán azon az alapon, ha a GVH oldalán felmerülő bizonyítékhiány miatt erre merült volna fel igény.

123. Álláspontja szerint nem került megfelelő hangsúllyal figyelembe vételre, hogy egyáltalán nem érkezett hozzá fogyasztói panasz a GVH által vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban, ráadásul véleménye szerint a vizsgálat sem tudott azonosítani az általa lefolytatott internetes keresés alapján olyan panaszt, amely az eljárás tárgyához kapcsolódott volna.

124. Előadta, hogy a bejelentés (közvetlenül vagy közvetve) bármely versenytársától is érkezhetett, így a GVH-nak vele szembeni, a versenytársak érdekében tett fellépése ellentétes lenne azzal a kikristályosodott alapelvvel és gyakorlattal, miszerint a GVH a versenyt védi, és nem a versenytársakat; a fogyasztók visszajelzéseit tekinti a legfontosabb tényezőnek bármely kereskedelmi gyakorlat megítélésekor, mivel a jelen esetben egyetlen fogyasztó sem fejezte ki elégedetlenségét a szolgáltatásával kapcsolatban, arra a következtetésre jutott, hogy ügyfelei elégedettek a szolgáltatásának színvonalával, ami véleménye szerint nyilvánvalóan kizárja a megtévesztő vagy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat fennállásának lehetőségét.

125. Hangsúlyozta, hogy jelenleg nincsenek a magyar jogrendszerben olyan alkalmazandó szabályok, amelyek szabályoznák azon időszak hosszát, amely alatt egy társaságnak az eredeti árat (vagy korábbi árat) kellene alkalmazni annak érdekében, hogy kedvezményeket vezethessen be, továbbá, korábban a GVH sem határozta meg azt a pontos időtartamot, amennyi időn keresztül történő alkalmazás esetén egy ár jellemző árnak tekinthető. Ezért, véleménye szerint sem kikristályosodott joggyakorlat, sem alkalmazandó jogszabályok nem állnak rendelkezésre ezen kérdés tisztázása érdekében, következésképpen álláspontja szerint az ár- feltüntetési gyakorlata semmilyen formában sem sérti meg az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontját. Véleménye szerint bármilyen más értelmezés a GVH részéről ellentétes lenne a UCP Irányelvre vonatkozó Iránymutatással és az Európai Unió Bíróságának (a továbbiakban: EUB) joggyakorlatával is, mivel a UCP Irányelv a teljes harmonizáció elvén nyugszik. A teljes harmonizáció elve alapján pedig a tagállamok nem fogadhatnak el szigorúbb szabályokat annál, mint ami a UCP Irányelvben szerepel, még a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása érdekében sem.

126. Hivatkozott arra, hogy a UCP Irányelv több, promóciós gyakorlatra vonatkozó rendelkezést is tartalmaz (pl. 6. cikk d) pont különleges árkedvezmény meglétéről). Az EUB több esetben is megállapította korábban, hogy azok a szabályok, amelyek referenciaárra történő hivatkozást követelnek meg és követelményeket fogalmaznak meg a promóció hosszára vonatkozóan, ellentétesek a UCP Irányelvvel; továbbá nem követeli meg az árak sajátos megjelenítését, és azt, hogy egy kereskedő a UCP Irányelvvel ellentétesen jár-e el, egyedileg kell vizsgálni. Így a fentiek értelmében álláspontja szerint amennyiben a GVH a UCP Irányelvben foglaltaknál szigorúbb értelmezést követve jogsértést állapítana meg, döntése ellentétes lenne az Európai Unió jogával és a jogbiztonság elvével egyaránt.

127. Előadta, hogy egy új 6a. cikk került bevezetésre az Európai Parlament és a Tanács a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló 98/6/EK irányelvben (továbbiakban: Árak Feltüntetéséről szóló Irányelv) az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítéséről szóló 2019/2161 (EU) Irányelv által (továbbiakban: Hatékonyabb Végrehajtásról szóló Irányelv). E körben előadta, hogy az Árak Feltüntetéséről szóló Irányelvre vonatkozóan az EUB már korábban megállapította, hogy annak nem célja a fogyasztók az árak feltüntetésével kapcsolatban általában vagy a leárazások bejelentésének gazdasági realitásának tekintetében történő védelme, célja ugyanis a fogyasztók termékek árának különböző mennyiségi egységekre hivatkozással történő feltüntetésével összefüggésben történő védelme. Az újonnan meghatározott szabályoknak megfelelően, árcsökkentés esetén a kereskedő által az árcsökkentés alkalmazása előtt egy meghatározott ideig alkalmazott korábbi árat is fel kell tüntetni. A korábbi ár az árengedmény alkalmazása előtt a kereskedő által egy 30 napnál nem rövidebb időtartamig alkalmazott legalacsonyabb árat jelent. Azonban a Hatékonyabb Végrehajtásról szóló Irányelv szabályait a tagállamokban 2021. november 28-ig kell átültetni, és azok csupán 2022.

május 28-tól válnak alkalmazandóvá, így véleménye szerint amennyiben a GVH jogsértést állapítana meg a jelen ügyben, akkor nem jogalkalmazóként, hanem jogalkotóként járna el, megsértve ezáltal a hatalmi ágak szétválasztásának elvét. Ugyanis álláspontja szerint a GVH, mint a piaci verseny szabadságán és tisztaságán őrködő autonóm államigazgatási szerv csupán egyes magyar, illetve bizonyos, közvetlenül alkalmazandó jogszabályok esetén Európai Uniós jogszabályok végrehajtására jogosult, azonban nem jogosult jogalkotásra olyan döntések útján, amelyek minden jogalapot nélkülöznek.

128. Hangsúlyozta, hogy az alkalmazott promóciók és kedvezmények valósak, és lehetővé teszik a fogyasztók számára, hogy a termékeit alacsonyabb áron vásárolhassák meg, ezáltal emelve a fogyasztói jólétet, melyet vásárlásaik során élveznek.

129. Az előzetes álláspont 147. pontjában tett azon állítással kapcsolatban, hogy az ajánlott fogyasztói árak önmagukban valótlan állítások, mivel nem rendelkezik forgalmazókkal, hangsúlyozta, hogy habár nem köt forgalmazói megállapodásokat, honlapján néhány edzőterem megvásárolja és tovább-értékesíti termékeit, így azon fogyasztók számára, akik ezekben az edzőtermekben vásárolnak, hasznos indikációt jelentenek az ajánlott fogyasztói árak, mivel azokat összehasonlítási alapként használhatják a Myprotein és az edzőterem által alkalmazott fogyasztói árakkal kapcsolatban.

130. Továbbá, ha a termékekhez kuponkódok állnak rendelkezésre, a fogyasztók nem minden esetben használják fel a kuponkódokat (amit teljes mértékben alátámaszt a GVH-nak benyújtott kuponkód használatra vonatkozó kimutatása, így a termékeket ez esetben a fogyasztók árkedvezmény nélkül, az ajánlott fogyasztói áron vásárolják meg.

131. Véleménye szerint az előzetes álláspont elmulasztja összehasonlítani árait a főbb versenytársak hasonló termékeinek áraival. Márpedig, ahogyan az az általa becsatolt összehasonlító táblázatból és diagrammokból is nyilvánvalóan látszik, az eredeti/alapárai jellemzően nem magasabbak (valójában egyenlőek vagy még alacsonyabbak, mint a versenytársak nyilvánosan elérhető értékesítési árai), ezért a fogyasztóknak nyújtott kedvezmények valós árelőnyt tartalmaznak, és a kedvezményes termékek jobb ajánlatok, mint a piacon elérhető hasonló termékek. Ehhez kapcsolódóan kérte, hogy a GVH a benyújtott bizonyítékot vegye figyelembe, mivel a UCP Irányelvről szóló Iránymutatás szerint egy tagállami hatóság már megállapította, hogy egy kereskedő, ha az árát a javasolt kiskereskedelmi árhoz hasonlítja, nem megtévesztő, ha ez az ár megfelel más kiskereskedők által ugyanezért a termékért általában és ténylegesen felszámolt árnak.

132. Előadta, hogy a GVH által hivatkozott jogesetek több mint 10 évesek és nem az online kereskedelmet érintik, továbbá, a jelen ügy tényállása egyáltalán nem hasonlítható össze a hivatkozott ügyekkel. Véleménye szerint a VJ/133/2008. sz. Penny-ügy, és a jelen eljárás között nem vonható párhuzam, mivel jelen ügyben fel sem merült, hogy a meghirdetett áraihoz képest magasabb árat alkalmazott volna, éppen ellenkezőleg jelen ügyben véleménye szerint a GVH azt kifogásolja, hogy túl gyakran alkalmaz a fogyasztóknak kedvező kedvezményes árakat.

133. A VJ/162/2008. sz., Jysk-ügy kapcsán előadta, hogy a GVH megállapította, hogy a Jysk jogsértést követett el azáltal, hogy az általa alkalmazott nem-kedvezményes ár már nem minősült a termék jellemző árának, mivel nem alkalmazta azt elegendő ideig. Véleménye szerint habár a GVH nem határozta meg, hogy mi a jellemző ár (vagyis, hogy mennyi ideig kell egy bizonyos árat alkalmazni egy kedvezményes időszak megkezdése előtt ahhoz, hogy a termék jellemző árává váljon); azoban a Jysk-ügyben a GVH egyedi termékek alapján végezte el az elemzését, és nem a társaság összes terméke vonatkozásában, így azon az álláspónton van, hogy a jelen ügyben azért, hogy a GVH konzisztens legyen a korábbi joggyakorlatával, a GVH-nak egyedileg, termékenként kellett volna megvizsgálnia az alkalmazott árakat annak érdekében, hogy bizonyítsa az állítólagos jogsértést.

134. Álláspontja szerint az Fttv. melléklete 7. pontjának nem célja, hogy a GVH-t mentesítse a bizonyítási teher alól és lehetővé tegye számára, hogy könnyebben állapíthasson meg állítólagos jogsértéseket; ezzel ellentétben, az Fttv. mellékletének célja, hogy nagyobb jogbiztonságot hozzon létre azáltal, hogy felsorolja azon magatartásokat, amelyek minden esetben jogsértőnek minősülnek. További előadása szeirnt még ezen gyakorlatok esetében is, ahogyan azt a GVH is helyesen hivatkozza az előzetes álláspont 165. pontjában, a GVH-nak bizonyítania kell, hogy az említett magatartás megvalósult, tehát a GVH csak annak bizonyítása alól mentesül, hogy a magatartás alkalmas az

átlagfogyasztó üzleti döntésének torzítására, ennek megfelelően azon az álláspontón van, hogy a GVH-nak meg kell szüntetnie az eljárást többek között azért is, mert a GVH elmulasztotta bebizonyítani a feketelistás kereskedelmi gyakorlat megvalósulását.

135. Véleménye szerint kommunikációja nem készteti a fogyasztókat azonnali döntés meghozatalára, mert nem használja kommunikációs eszközként a "kedvezményes ár korlátozott elérhetőségére" való hivatkozást, weboldalán mindig a vonatkozó kedvezmények lejárata van feltüntetve, és nem utal a kedvezményes árak korlátozott elérhetőségére. E körben az előzetes álláspont is csupán a „kiárusítás" kifejezést tudta megjelölni a weboldalról, mint megtévesztő üzenetet, amely ezzel szemben csak objektív információt közöl a jellemzően szezonális (tavaszi, nyári, őszi) vagy a hónap végi akciókra vonatkozóan. Álláspontja szerint ez a megfogalmazás nagyon távol áll attól, hogy a fogyasztót azonnali döntéshozatalra késztesse, ezért az biztosan nem tekinthető feketelistás, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak.

136. Előadta, hogy az egyetlen eset, amikor valamilyen formában közli a kedvezmények korlátozott elérhetőségét (és nem a kedvezményes árat, ahogy azt az előzetes álláspont 168. pontja meglátása szerint tévesen állítja), amikor a vonatkozó kedvezményes időszak végéről tájékoztatja a fogyasztókat egy emlékeztető e-mail (e-DM) formájában, amelyet a fogyasztóknak küld a vonatkozó kedvezményes időszak utolsó napján. Ezen e-mailek általános jellegű levelek, amelyek tájékoztatják a fogyasztókat az elérhető kedvezmény feltételeiről, és ezen e-DM levelekben csakis az e-mail tárgymezője utal az árkedvezmény közelgő lejártára. Az árukészlet korlátozott elérhetőségére való utalás csak egy e-mail tárgyában került említésre, ami azt mutatja, hogy nem tekinthető szokásos gyakorlatának, ezért úgy gondolja, hogy az előzetes álláspont mesterséges módon összemossa az általa használt két kifejezést, és a jogi értékelésében sem különíti el ezeket egymástól. Mindazonáltal meggyőződése, hogy egyetlen e-DM-ekben szereplő, a kedvezmények vagy az árukészletek rendelkezésre állására vonatkozó állítás nem készteti a fogyasztókat azonnali döntés meghozatalára.

137. E körben hangsúlyozta, hogy a fogyasztók szabadon feliratkozhatnak, vagy leiratkozhatnak az e-DM levelekről, ezért csakis a feliratkozott, a szolgáltatást igénylő fogyasztók kapnak emlékeztető e-maileket. Ezek tehát nem úgynevezett „spam" üzenetek, melyeket véletlenszerűen kiválasztott e-mail címekre küld ki.

138. Hangsúlyozta, hogy a GVH nem vizsgálta meg és nem is bizonyította megfelelően az Fttv. melléklete 7. pontjának az előzetes álláspont 166. pontjában említett második elemét sem; ugyanis a GVH-nak bizonyítania kellett volna, hogy valótlanul állította, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett (kedvezményes áron) csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre. Azonban, a GVH ahelyett, hogy megvizsgálta volna a törvényi tényállási második részében foglalt fogalmi elemek teljesülését, az előzetes álláspont 176. pontjában csupán visszautalt a korábbi, az előzetes álláspont VI.5.4. részében található megállapításaira az állítólagosan valótlan árfeltüntetési gyakorlatára vonatkozóan. Továbbá előadta, hogy az előzetes álláspont 177. pontjában a GVH ismételten azt állítja, hogy nem bizonyította az eredeti árainak alkalmazását, ez az állítás véleménye szerint nem igaz, és azt bizonyítékok sem támasztják alá. Ellenkezőleg, az exclusion lista létezése, a kupon kódok használatának mellőzése és a 10 minta tranzakció is bizonyítja ennek az állításnak a megalapozatlanságát. Álláspontja tehát az, hogy a GVH nem bizonyította az Fttv. melléklete 7. pontja második részének egyik elemét sem, így a törvényi tényállás megsértését megalapozatlanul kívánja a Myprotein terhére róni. Ugyanis amennyiben az e-DM leveleiben egy kedvezmény korlátozott elérhetőségére utal, az minden esetben a valóságot tükrözi, nevezetesen, hogy az adott kedvezmény „csak ma' vagy pl. „már csak 48 óráig" érhető el. Ezen teljesen objektív és valóságos információközlésekkel teljes mértékben jogszerűen kerültek a fogyasztók tájékoztatásra, hogy az adott akció keretében a termék csak korlátozott ideig érhető el. Figyelemmel arra, hogy álláspontja szerint a GVH egyáltalán nem bizonyította ennek ellenkezőjét, azaz, hogy állításai valótlanok lennének, szükségképpen a törvényi tényállás megsértésére sem kerülhetett sor.

139. Kiemelte, hogy, ahogyan azt az Előzetes Álláspont 59. pontja is mutatja, a legtöbb tranzakciót regisztrált fogyasztók végzik, ez a tény arra engedi következtetni, hogy ezen regisztrált fogyasztók által végzett vásárlások nem tekinthetőek azonnali döntéseknek, melyekre kommunikációja késztette volna őket. Véleménye szerint, ha ezek a fogyasztók veszik a fáradságot, hogy regisztráljanak a

weboldalán és nem csak vendég felhasználóként vásároljanak, nem érezhetik magukat siettetve a vásárlásban a kedvezmények állítólagos korlátozottsága miatt. Továbbá, ezek a regisztrált fogyasztók nem csupán egyszer, hanem több alkalommal is vásárolnak a weboldalán, ezért arra következtek, hogy ezek, a regisztráló majd regisztrációjukat követően is visszatérő fogyasztók által meghozott ügyleti döntések nem tekinthetőek azonnali döntéseknek, mivel két vásárlás között is rendelkezésükre áll a megfelelő idő arra, hogy tudatos fogyasztói döntést hozzanak meg (pl. összehasonlítsák a Myprotein árait annak versenytársai áraival).

140. Hangsúlyozta, hogy a jelen ügy az online kereskedelmet érinti, ami azzal is együtt jár, hogy a fogyasztónak lehetősége van összehasonlítani a különböző eladók árait néhány másodperc alatt (tudniillik egy egyszerű internetes keresés útján vagy ár-összehasonlító oldalak, pl. a www.arukereso.hu segítségével), tehát, azon kedvezmények, amelyek egy vagy akár több napig is tartanak, nem tekinthetőek a fogyasztókat a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól megfosztónak, mivel a fogyasztók képesek másodpercek alatt keresést lefolytatni a termékek különböző eladók által alkalmazott árai tekintetében.

141. A fentiek alapján azon az álláspontón van az eljárás alá vont, hogy a fogyasztók rendelkeztek a tájékozott döntés meghozatalához szükséges idővel, és az ahhoz szükséges lehetőséggel egyaránt.

142. A GVH által az Fttv. melléklet 7. pontjával kapcsolatosan hivatkozott jogesetek kapcsán előadta, hogy azon az álláspontón van, hogy azok irrelevánsak. A VJ/53/2013. sz. Magyar Éremkibocsátó Intézet üggyel a GVH hibásan von párhuzamot, mivel abban az ügyben a termékek, nevezetesen az érmék, azért bírtak nagyobb értékkel az eljárás alá vont társaság állítása szerint, mert azok korlátozottan voltak elérhetőek (pl. csak kevés került belőlük kibocsátásra), azonban, a jelen ügyben nyilvánvalóan nem tüntette fel termékeit értékesebbnek korlátozott elérhetőségre utaló állítás alkalmazása útján. Hivatkozott arra, hogy a VJ/13/2014. sz. Varosetta-ügy termékbemutató előadásokat érintett, melyek során az eljárás alá vont társaság egy konkrét termék esetében egy eredeti, és egy sokkal alacsonyabb, kedvezményes árat ajánlott a termékbemutató résztvevőinek, mely kedvezményes ár csak a termékbemutató ideje alatt érhető el, ezt követően pedig a kedvezményes ár lehetőségét a fogyasztó elveszíti, így véleménye szerint ennek az ügynek a tényállása teljes mértékben eltér a jelen ügytől. A Manna ügy (VJ/140/2015.) kapcsán előadta, hogy habár az online kereskedelmet érinti, tényállását tekintve nem hasonló a jelen ügyhöz, mivel abban az ügyben a biztosított kedvezmények személyes, egyedi kedvezményként, és csak nagyon rövid ideig, nevezetesen két percig elérhetőként kerültek feltüntetésre. Ezen tényálláshoz viszonyítva a kommunikációja nem tekinthető olyannak, amely azonnali döntéshozatalra készteti a fogyasztókat, mivel soha nem használt sem személyes, egyedi kedvezményeket, sem csupán percekig elérhető kedvezményeket.

143. Véleménye szerint a GVH-nak enyhítő körülményként kellett volna figyelembe vennie, hogy
- korábban soha nem sértette meg az Fttv. rendelkezéseit,
- az alkalmazott kommunikációs eszközök (Facebook, e-DM üzenetek, weboldal) hangsúlyosan nem olyan kommunikációkat tartalmaztak, amelyek állítólagosan jogsértőek, hanem olyan kommunikációkat amelyek a fogyasztókat a Myprotein termékeiről tájékoztatták és más, nem kedvezményekkel kapcsolatos tartalmat közvetítettek,
- a kedvezményekhez és nem kedvezményekhez kapcsolódó kommunikáció arányát; tekintve, hogy a kommunikáció hangsúlya nem minden kommunikációs felületen (pl. Facebook oldal, weboldal) a kedvezményeken volt,
- a jellemző árakat vagy a korábbi árakat illető joggyakorlat bizonytalanságát és az irányadó jogszabályok hiányát.

144. Továbbá, álláspontja szerint a GVH által figyelembe vett körülmények nem tekinthetőek súlyosító körülményeknek, mivel az Előzetes Álláspont 201. pontja által a Bírságközleményben[87] hivatkozott pontok nem felelnek meg a jelen ügy tényeinek. Felhívta a GVH figyelmét, hogy az előzetes álláspont 201. pontjában hivatkozottak nem felelnek meg a Bírságközlemény hivatkozott pontjainak,

[87] A fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, a GVH elnökének és a GVH Versenytanácsa elnökének 12/2017. számú közleménye (a továbbiakban: Bírságközlemény).

mivel, a Myprotein véleménye szerint, azok az előző, 2/2015. számú bírságközleményre utalnak. Ennek ellenére előadta, hogy

- vizsgált kereskedelmi gyakorlata nem tekinthető intenzívnek, mivel az csupán azt az általános gyakorlatot követte, amit minden, online kereskedelemben aktív szereplő, ez alapján pedig a direkt marketing egy általános gyakorlat, és nem tekinthető súlyosító körülménynek,
- az e-DM levelekről pedig a feliratkozók bármikor leiratkozhatnak (opt-out lehetősége) egy egyszerű kattintással az e-DM üzenetekben megtalálható linkre,
- a kommunikáció állítólagosan jogsértő üzenete nem tekinthető erőteljesnek, mivel az objektív információt tartalmaz a kedvezményekkel és azok elérhetőségével kapcsolatban,
- tevékenysége nem az állítólagos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlaton alapszik, mivel a Myprotein semmilyen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot nem folytat,
- a tény, hogy a GVH két jogalapon akarja megállapítani az állítólagos jogsértést, egyszerűen nem tekinthető súlyosító körülménynek.

145. Álláspontja szerint az enyhítő körülmények megléte és a súlyosító körülmények teljes hiánya miatt a GVH által kiszabni tervezett bírságösszeg eltúlzott, továbbá, azon az állásponton van, hogy nem lenne jogszerű és tisztességes vele szemben a teljes nettó árbevételét figyelembe venni mint a bírságmaximum alapját, mivel ez nagyrészt nem a magyar fogyasztókkal kapcsolatos ügyletekből származik, ellenkezőleg, a magyar fogyasztókkal kapcsolatos ügyletekből származó bevételek csak töredékét teszik ki. Így véleménye szerint a figyelembe veendő összeg mint a maximálisan kiszabható bírság alapja a magyar fogyasztókkal kapcsolatos, wvvw.myprotein.hu weboldal által generált előző évi nettó árbevétel.
146. Előadta, hogy a GVH a bírság kiszabása mellett meg kívánja tiltani a kifogásolt kereskedelmi gyakorlatok további folytatását számára, azonban a tervezett tiltó döntés (az állítólagosan tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok folytatásának tilalma) túlságosan általános és nem részletezi kellőképpen a pontos, állítólagosan problémás magatartásának mibenlétét, melyet a jövőben meg kíván tiltani, így véleménye szerint ez a tiltó döntés nem hajtható végre megfelelően és annak végrehajtása sem ellenőrizhető a jövőben.
147. A fenti indokok és az eljárásban eddig tett nyilatkozatai alapján, továbbá ellenkező tartalmú bizonyítékok hiányában a fenntartotta azt az álláspontját, hogy nem követett el jogsértést, így kérte az eljárást jogkövetkezmények alkalmazása nélküli megszüntetését.
148. Végezetül arra az esetre, ha az eljáró versenytanács nem látna lehetőséget az eljárás megszüntetésére a Tpvt. 75. §-a alapján kötelezettségvállalást terjesztett elő. Kötelezettségvállalása négy részből tevődött össze:
    1. Árpolitika megváltoztatása,
    2. Kommunikációs politika megváltoztatása,
    3. Fogyasztói tájékoztató kampány (a továbbiakban: Kampány),
    4. Megfelelőségi program
149. Elsőként a GVH döntésétől számított 90 napon belül vállalná, hogy megváltoztatja az árcsökkentés megjelenítésével kapcsolatos gyakorlatait a honlapján, mivel jelenleg nincsenek az árcsökkentés megjelenítésének gyakorlatát rendező magyar jogszabályok, ezért vállalná az önkorlátozást és az Európai Parlament és a Tanács a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló 98/6/EK irányelv ("Árak Feltüntetéséről szóló Irányelv") által újonnan megállapított követelményeknek való megfelelést, azok tagállami átültetését és alkalmazandóságát megelőzően.
150. Vállalná, hogy a korábbi árat mindig feltünteti árcsökkentés közzétételekor, a feltüntetett korábbi ár minden esetben az árcsökkentést megelőző 30 napban alkalmazott legkisebb ár lesz, amennyiben az ajánlat nem felel meg ezen követelménynek, a termék bármilyen árcsökkentés közzététele nélkül lesz az adott kommunikációs platformon elérhető. Mindezek mellett addicionálisan vállalná, hogy nem alkalmaz árcsökkentéseket hosszabb ideig, mint ameddig a korábbi árat alkalmazta, mely azt jelenti, hogy egy árcsökkentés nem fog hosszabb ideig tartani, mint amennyi ideig a korábbi ár alkalmazásra

került, így ez a korábbi ár lesz a termék jellemző ára, valamint azt is vállalná, hogy folyamatosan növekvő árcsökkentések esetében jelezni fogja az első árcsökkentés előtti árat, mint a korábbi árat.

151. Azt is vállalná, hogy nem fog különböző ár megjelenítési módszereket alkalmazni (pl.: "ajánlott fogyasztói ár", "-ból ár", "volt ár", "most ár"), hanem egységesen a "korábbi ár" megnevezést fogja használni; továbbá vállalná, hogy információt tesz közzé a weboldalán a korábbi ár jelentéséről annak érdekében, hogy a fogyasztók a weboldalon történő vásárlás során tudatos döntést tudjanak hozni.

152. Általános mennyiségen vagy értéken alapuló kedvezményekre, és más, nem árazással kapcsolatos marketing stratégiákra (mint például ajándék adása a vásárolt termék mellé, ingyenes szállítási ajánlatok, hármat kettő áráért promóciók, kettőt egy áráért promóciók stb.), továbbá, azon termékek kedvezményesen történő eladására, melyek egyébként romlandóak vagy minőségüket rövid ideig őrzik meg, nem vonatkoznának a fenti szabályok.

153. Előadta, hogy a korábbi árak feltüntetése mindig az Árak Feltüntetéséről szóló Irányelv szabályait fogja követni, illetve az árak feltüntetéséről szóló új szabályok magyar jogrendszerbe történő átültetéstől és alkalmazandóságától kezdve vállalná a gyakorlatának a jövőbeli alkalmazandó magyar szabályokhoz történő igazítását abban az esetben, ha azok bármiben is különböznének az Árfeltüntetésről szóló Irányelv 6a cikkének rendelkezéseitől.

154. A fentiek igazolására vállalná a weboldalán kínált termékek áráról és árcsökkentéseiről szóló statisztikák elkészítését, beleértve az árcsökkentések közzétételének napját és idejét, illetve a feltüntetett korábbi árat.

155. A Kötelezettségvállalás második pontja keretében vállalná, hogy kommunikációs politikáját felülvizsgálja minden platformon annak érdekében, hogy tovább növelje az Fttv.-nek való megfelelést, ennek keretében vállalná a sürgető kommunikációk elkerülését (pl.: utolsó esély, fogy az idő) minden platformján, de fenntartaná a jogot, hogy kommunikálja a korlátozott elérhetőséget, amennyiben ez a készletbeli, illetve időbeli korlátozottság alapján objektíven igazolható (erre a GVH kérésére, pl.: készletadatokon alapuló bizonyítékokat csatolna be). Ezenkívül azt is vállalná, hogy heti kettőre korlátozná a feliratkozóknak kiküldött általános marketing e-DM-ek számát, és, hogy ezen a maximum két e-DM üzeneten kívül nem küld több, mint három emlékeztető e-DM üzenetet egy adott kedvezmény vagy promóciós időszak végével kapcsolatban, továbbra is tartaná magát azon korábbi gyakorlatához, hogy a feliratkozók szabadon leiratkozhatnak a minden e-DM üzenetben szereplő linkre történő kattintás útján (opt-in opt-out politika) vagy a „Kommunikációs Preferenciák” menüpontban a weboldal felhasználói részén. [Az automatikusan generált rendszer üzenetekre (mint pl. az úgynevezett "elhagyott kosár’ üzenetek) nem alkalmazandóak a fenti szabályok.]

156. A Myprotein a döntést követő 90 nap után vállalná a Kampány lefolytatását, amely a fogyasztókat tájékoztatná arról, hogy miként tudják észszerűen kihasználni a promóciós időszakok nyújtotta lehetőségeket és milyen tényezőkre kell figyelniük egy online vásárlás alkalmával.

157. A Kampányban egy évig vállalná egy érkező oldal (landing page) létrehozását, amely tartalmazná a Kampánnyal kapcsolatos minden lényeges információt; ezenkívül vállalná, hogy e-DM üzenet küldése útján értesíti a fogyasztókat az érkező oldal létezéséről. Előadása szerint az érkező oldalon biztosított információ növelni fogja a fogyasztói tudatosságot az online vásárlással kapcsolatban, és az ott szereplő információk általánosak, objektívek és pártatlanok lennének. Kijelentette, hogy az érkező oldal semmilyen formában nem szolgálná weboldalának, saját magának, vagy a Társaság termékeinek a promócióját.

158. A kötelezettségvállalás negyedik pontjaként azt vetette fel, hogy a GVH döntésétől számított 90 napon belül egy megfelelőségi programot indít el, amelynek keretein belül egy vagy több független szakértővel vagy jogásszal konzultálni fog a tervezett éves magyar fogyasztókat érintő promóciós terveivel; azok végrehajtását pedig konzultáció előtt nem hajtja végre, illetve a konzultáció eredményét figyelembe veszi, kifejezett elutasítás esetén nem hajtja végre. Felajánlotta, hogy a GVH ezirányú kérése esetén az egy vagy több független szakértővel vagy jogásszal folytatott kommunikációt a rendelkezésre bocsájtja.

159. A kötelezettségvállalás elfogadásának indokaként felhozta, hogy

- az valamennyi magyar fogyasztónak szólna, így jelentősen szolgálná a közérdeket,

- a megállapítani tervezett jogsértésnek nincs joggyakorlata,
- korábban nem volt vele szemben versenyfelügyeleti eljárás,
- vállalása jelentősen csökkentetné az állítólagos jogsértés újbóli bekövetkezésének kockázatát,
- vállalásai túlmutatnak az állítólagos jogsértésen.

V.
Jogszabályi háttér

V.1. Fttv. hatálya és vonatkozó rendelkezései

160. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint 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 szakasz (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.

161. Az Fttv. 2. §

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 alapján *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 értelmében *kereskedelmi kommunikáció* a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő *információközlés*, függetlenül annak megjelenési módjától,

h) pontja szerint *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.

162. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés 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 alapelvének megfelelően elvárható gondossággal jár el *(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 fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

163. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése értelmében 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.

164. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tényt - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtévessze 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.
165. Az Fttv. mellékletének 7. pontja szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat: a fogyasztó azonnali döntéshozatalra késztetése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.
166. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
167. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
168. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése alapján a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak:

a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy

b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

A (2) bekezdés c) pontja szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul.

V.2. Eljárási kérdések

169. Az Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás − az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
170. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpvt. rendelkezéseit kell alkalmazni.
171. A Tpvt. 46. § (1) bekezdése értelmében versenyfelügyeleti eljárásra az e törvényben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt e törvény kifejezetten előírja.
172. A Tpvt. 45. §-a alapján a GVH illetékessége az ország egész területére kiterjed.
173. A Tpvt. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti, ha az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.
174. A Tpvt. 76. § (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács határozatában

f) megállapítja a jogsértés tényét,

h) megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását,

k) bírságot szab ki.

175. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. § (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. A Tpvt. 78. § (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni.

176. A Tpvt. 78. § (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.

VI.
Jogi értékelés

VI.1. Hatály

177. A fentebb ismertetett tényállásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások természetes személy fogyasztóknak szólnak.

VI.2. Hatáskör, illetékesség

178. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

179. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége és így a GVH hatásköre többszörösen fennáll az Fttv. 11. § (2) bekezdés c) pontja alapján azért, mert a kifogásolt kommunikáció az e-DM levelek alapján több, mint három megye fogyasztóit érinti.

180. A GVH illetékességét a Tpvt. 45. §-a állapítja meg.

VI.3. A felelősség megállapításának jogszabályi alapja és értékelése

181. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

182. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy a vizsgálattal érintett termékeket értékesíti közvetlenül a fogyasztók részére, emellett a kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat is a Myprotein hozta létre és teszi közzé, és ezzel összefüggésben a termékek megvételének az ösztönzése közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

VI.4. Az érintett fogyasztói célcsoport

183. Jelen versenyfelügyeleti eljárás érintett fogyasztói, akik a www.myprotein.hu weboldalon vásárolnak termékeket, illetve akik a teljesítményfokozó, sport célú táplálék-kiegészítők iránt érdeklődnek, és e célból az eljárás alá vont honlapját felkeresik, hírlevelére regisztrálnak.

184. Az érintett fogyasztók magatartásának értékelése során az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartását kell alapul venni, tekintettel arra, hogy széleskörű, általános jellemzőkkel bíró fogyasztói csoportnak szóltak a tájékoztatások, így nem azonosítható olyan csoport, amelynek tagjai az adott kereskedelmi gyakorlat vagy annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

VI.5. Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja szerinti értékelés

VI.5.1. Az árfeltüntetési gyakorlat

VI.5.1.1. UCP Iránymutatás[88]

185. Az Fttv. által átültetett irányelvhez készült UCP Iránymutatás szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében az árra vonatkozó információ nem lehet megtévesztő. Az ajánlott kiskereskedelmi ár és az előző árakra való hivatkozások ellentétesek lehetnek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontjával. Ez érvényes lehet azokra az esetekre, amikor egy kereskedő indokolatlanul magas vagy egyébként félrevezető javasolt kiskereskedelmi árat vagy referenciaárat alkalmaz ár-összehasonlítás céljából, amellyel a fogyasztókban azt a benyomást kelti, hogy a ténylegesnél jelentősebb árengedményt kapnak.

VI.5.1.2. Az Fttv. Nagykommentár[89]

186. Az Fttv. 6. §-ának alkalmazása körében (eltérően az Fttv. 7. §-tól) valamilyen információ közlésre kerül a kereskedelmi gyakorlatot folytató vállalkozástól, ugyanakkor ez az információ valótlan vagy valós, de oly módon kerül megjelenítésre, hogy megtéveszti, megtévesztheti a fogyasztót.

187. Az adott vállalkozás által közvetve vagy közvetlenül közölt ár az áru olyan lényeges jellemzője, alapvető tulajdonsága, amely általában kétségtelenül befolyásolja a fogyasztói döntési folyamatot.

VI.5.1.3. A Versenytanács gyakorlata

188. Általánosságban elmondható, hogy két lényeges, adott esetben a kereskedelmi kommunikációban is megjelenített (egyébként is szorosan összefüggő) körülményt a kereskedelmi kommunikáció vonatkozásában összekapcsolja az a vállalkozás (a jelen eljárásban a Myprotein) által követett gyakorlat, amikor a fogyasztóval ismertetésre kerül az akciós ár és a nem akciós (*„régi”*) ár, amely révén a fogyasztó tájékoztatást kap
- egyrészt az adott termékért az akció időtartama alatt fizetendő árról,
- másrészt az adott termék akció időtartama alatt történő megvásárlásával a nem akciós árhoz képesti megtakarításról. [90]

189. A kereskedelmi gyakorlat jogsértő vagy jogszerű jellege azon elv mentén ítélhető meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott kommunikációs eszköz tartalma alkalmas lehet-e arra, hogy a fogyasztói döntési folyamatot megzavarja, torzítsa. A nem akciós árat, illetőleg az elérhető kedvezmény mértékét is közlő kereskedelmi kommunikáció alkalmas lehet ilyen zavar kiváltására, ha például a kereskedelmi kommunikációban megjelenített nem akciós ár ténylegesen nem érvényesül, vagy időszakonként érvényesül, de oly módon, hogy már nem tekinthető jellemző, elsősorban érvényesített árnak, s így nem ad megfelelő képet a vásárlással elérhető kedvezmény mértékéről.[91]

VI.5.2. A kommunikáció üzenete

190. Jelen tényállás esetén a III.2. pontban megjelölt kommunikációs eszközökön – weboldal, esetenként Facebook oldalon megjelenő posztokban és e-DM levelek – a kommunikáció üzenete az volt a fogyasztók számára, hogy az *„eredeti ár”*-nál, vagy az *„ajánlott fogyasztói ár”*-nál kedvezményesebb áron juthatnak hozzá a termékekhez.

---

[88] Iránymutatás a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló 2005/29/EK irányelv végrehajtásához/alkalmazásához, a továbbiakban: UCP Iránymutatás https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016SC0163&from=EN. 3.3.1. pont

[89] Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez, az Fttv. 6. § (1) bekezdéséhez 9. pont

[90] A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpvt. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2019) I.6.1. pont.

[91] A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpvt. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2018) I.6.4. pont.

191. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont a vizsgálati szakaszban az adatszolgáltatásában arra hivatkozott, hogy a weboldalát nem menti, így a vizsgálat és az eljáró versenytanács tette meg ezt, illetve vélelmezi, hogy az e-DM levelekben foglalt árközléseknek megfelelően, azzal azonosan tartalmazta[92] a weboldal is az árközléseket.
192. A e-DM levelek alapján megállapítható, hogy azokkal két naponta, de nagyon sok esetben naponta valósított meg újabb és újabb akciós árközlést a Myprotein. Az e-DM levelek akciós árközlései az eljárás alá vont weboldalára vezetik a fogyasztót, ahol az e-DM levelekben közölt, akciósnak feltüntetett árak szintén megjelennek.
193. Ezek az akciós árközlések jellemzően tartalmazták az akció keretében elérhető kedvezmény %-os mértékét és/vagy egyes termékek eredeti és akciós árát. Továbbá, nagyon sok esetben[93] határidőhöz voltak kötöttek és gyakran valamennyi termékre vonatkoztak[94] vagy egy jól körülhatárolható termékkör, pl.: a „bestseller" termékek (pl. Whey Protein) köré voltak csoportosíthatóak[95].
194. A Myprotein hivatkozott arra, hogy a Facebook „Bolt" funkciót nem használja és soha nem is használta, arra is hivatkozott, hogy a Facebook „Bolt" felületen a táplálékkiegészítő termékek feltüntetése korábban nem is volt lehetséges a Facebook ezirányú politikájának közelmúltbeli megváltoztatásáig.
195. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet arra, hogy értékelésében nem is a Facebook „Bolt"-jában megjelenő termékek vonatkozásában tett megállapításokat, hanem azon bejegyzéseire, amelyekben valamely akciós termékét népszerűsítette akként, hogy az hyperlink útján a weboldalára vezetette a fogyasztót, így tehát a Facebook „Bolt" vonatkozásában tett megállapításának nincs jelentősége, a kereskedelmi kommunikáció ugyanis a bejegyzések révén valósult meg.
196. Ugyanakkor az eljáró versenytanács a rendelkezésre álló iratok alapján megállapította, hogy a Facebook-on csak igen kis számban (lásd a vizsgálati jelentés mellékletét képező kommunikáció táblázatot[96]), elvétve, régebbi és nem összefüggő időpontokban fordultak elő akciós árközlések, így azok gyakorisága vagy folytonossága sem állapítható meg és tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont előadása alapján nem került sor a részéről adatmentésre és tekintettel arra, hogy a Facebook bejegyzések módosíthatók vagy akár törölhetőek is, így az eljárás folytatásától, esetleges további bizonyítékok beszerzésétől sem várható eredmény.

VI.5.3. A fogyasztó ügyleti döntése, annak befolyásolására való alkalmasság

197. A GVH elvi jelentőségű döntéseivel összhangban megállapítható, hogy egy terméknek lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága az érte fizetendő ár. A fogyasztói döntési folyamatban ugyancsak lényeges körülménynek minősül, hogy a fogyasztókkal (reklámok révén vagy más módon) közölt akciós áron történő vásárlás esetén a fogyasztó részesül-e árkedvezményben, s ha igen, akkor az akció időtartama alatti vásárlás milyen mértékű megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest.[97]
198. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban ügyleti döntésnek a weboldal felkeresése, valamint a weboldalon történő vásárlás minősül, a kedvezményes árak ígérete az e-DM levekben a fogyasztókat arra ösztönzi, hogy felkeressék az eljárás alá vont honlapját, az azon található ígéretek pedig arra késztetik a fogyasztókat, hogy vásároljanak az adott webáruházban (akár időben előrehozva, vagy értékben/mennyiségben növelve a vásárlást).

[92] Azokban az esetekben, amikor a vizsgálat vagy az eljáró versenytanács weboldal mentést hajtott végre akkor az e-DM levelekben szereplő árközléssel azonos tartalmú árközlés volt a weboldalon is.
[93] Pl.:Csak ma! (2018.12.12., 2019.01.21., 2019.01.24., 2019.02.01., 2019.02.25.), Ma éjfélig! (2018.12.10., 2019.01.20., 2019.01.23., 2019.01.31., 2019.02.17.), Már csak 48 óra (2019.01.30.), Csak a héten! (2019.02.20.),
[94] 2018.11.22., 2018.11.23., 2018.11.24.,
[95] Például az Impact Whey Protein 5 kg-os kiszerelése esetén az látjuk, hogy az e-DM levelében 2018. december 3-tól eredeti árként 24.990,- Ft szerepelt, amelyből 35% kedvezmény volt elérhető, majd 2019. január 3-ától 27.790,- Ft szerepelt, amelyből 40% kedvezmény volt elérhető.
[96] VJ/26-49/2019.
[97] A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpvt. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2019) I.6.1. pont.

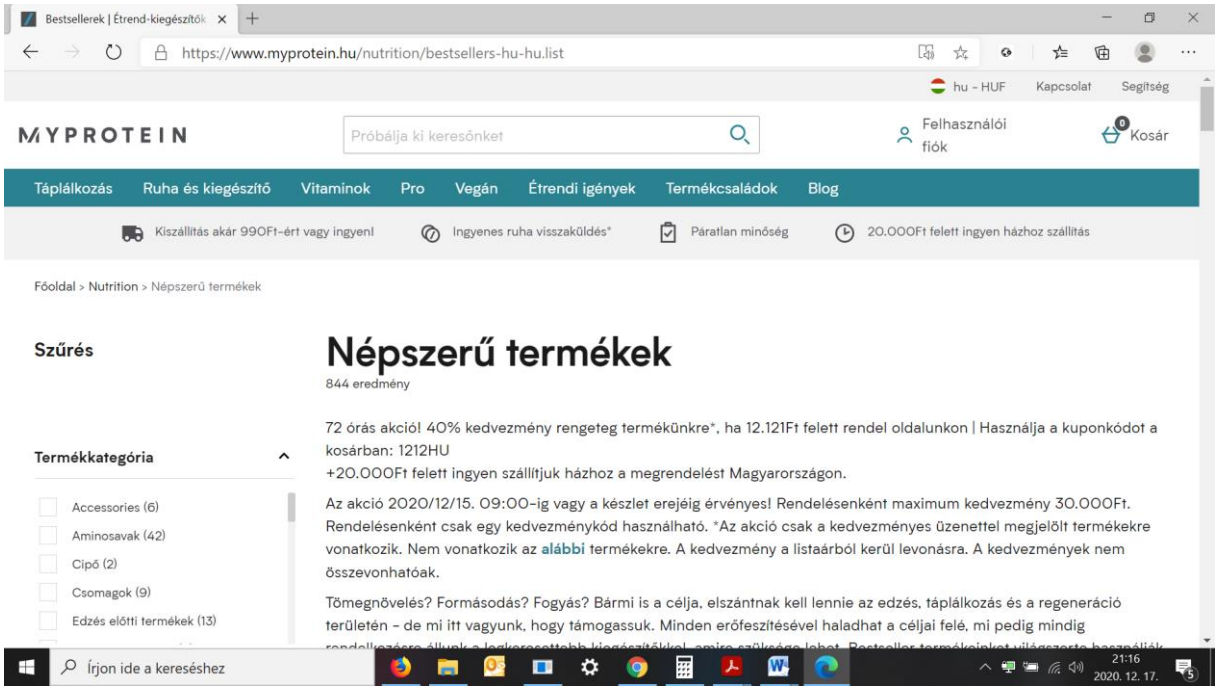
199. Így jelen esetben ügyleti döntés befolyásolására alkalmasnak minősül a termékekért fizetendő kedvezményes ár ígérete, amely akkor torzítja a döntéseket, ha ezen ígéret valótlan vagy egyéb módon megtévesztésre alkalmas.

VI.5.4. Értékelés

200. A fentiek alapján az értékelés alapját az képezi, hogy a Myprotein azon, fogyasztók számára adott üzenete, hogy az általa (eshetőleges néven) alkalmazott „*eredeti árnál", „ajánlott fogyasztói ár"*-nál kedvezményesebb áron juthatnak hozzá a termékekhez
    - valótlan vagy
    - valós, de oly módon kerül megjelenítésre, hogy megtéveszti, megtéveszthetí a fogyasztót.
201. A versenyfelügyeleti eljárásban rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont a weboldalán és e-DM levelekben (amely szintén átvezet a weboldalra) alkalmazott árra és árkedvezményekre vonatkozó kommunikációt a fogyasztók felé.
202. Megállapítható, hogy az eljárás alá vont a különböző – weboldal, e-DM levelek – kommunikációs eszközökön a weboldal indulása, azaz 2017. május 10. óta, többféle árfeltüntetést – „ajánlott fogyasztói ár", „fogyasztói ár", „volt ár", „normál ár" – alkalmaz, amelyet maga határoz meg és ehhez az árhoz viszonyítja a kedvezmény mértékét.
203. Megállapítható továbbá, hogy az „ajánlott fogyasztói ár" megjelölést az eljárás alá vont termékkategóriára tekintet nélkül alkalmazza és az is megállapítható, hogy a termékeknek kizárólagos forgalmazója a Myprotein (saját előadása szerint is közvetlenül a fogyasztóknak értékesíti a termékeit, úgynevezett B2C vagyis business to consumer üzletpolitikát folytat[98]), vagyis nincs olyan forgalmazó, akinek vonatkozásában megállapíthatna ajánlott fogyasztói árat, mivel csak saját maga értékesíti a termékeit, ebből következően már önmagában az „ajánlott fogyasztói ár" elnevezés is valótlan állítás a fogyasztók irányába, azt sugallja, mintha széles körben ezen az áron kerülnének értékesítésre a termékek a forgalmazói, viszonteladói hálózatban.
204. E körben eljárás alá vont előadta, hogy *„honlapján néhány edzőterem megvásárolja és tovább-értékesíti termékeit, így azon fogyasztók számára, akik ezekben az edzőtermekben vásárolnak, hasznos indikációt jelentenek az ajánlott fogyasztói árak, mivel azokat összehasonlítási alapként használhatják a The Hut és az edzőterem által alkalmazott fogyasztói árakkal kapcsolatban"*[99]. Az eljáró versenytanács fel kívánja hívni a figyelmet arra a többszöri eljárás alá vonti előadásra, hogy kizárólagos forgalmazója a termékeinek, tehát az edzőtermek nem tekinthetőek a Myprotein termékek szerződéses viszonteladóinak, így vonatkozásukban sincs értelme ajánlott fogyasztói árról beszélni, annál is inkább, mert az edzőtermek ugyanazon az áron juthatnak hozzá a termékekhez, mint a végfelhasználók, jutalékban sem részesülnek az eljárás alá vonttól, így az ajánlott fogyasztói ár alkalmazására csak akkor lenne lehetőségük, ha a termékeket árrés/profit nélkül adnák tovább a fogyasztóiknak, vagy ha ők maguk valamely akció keretében kedvezményes áron szerezték be a termékeket.
205. Ezt követően az eljáró versenytanács megvizsgálta, hogy a „fogyasztói árként", „volt árként", „normál árként" megjelölt árak valós árak voltak-e, azaz az akciót megelőző időszakban jellemző árként funkcionáltak-e.
206. A benyújtott adatokból megállapítható, hogy 2017. május 15-től kezdődően 2020. február 2-ig nem volt olyan időszak, vagy akár egyetlen nap, hogy ne kínáljon valamiféle akciót az eljárás alá vont. Ezt ugyan a Myprotein az előzetes álláspontra tett észrevételében vitatta, de erre a megállapításra az eljáró versenytanács (és korábban a vizsgáló) pont az eljárás alá vont adatszolgáltatásából jutott[100], de ezt támasztja alá azon előadása[101] az eljárás alá vontnak is, hogy folyamatosan [üzleti titok]. Egyébként az eljárás alá vont ezen időszak alatt összesen [üzleti titok] féle akciót bonyolított le.

[98] VJ/26-67/2019. 2.oldal
[99] VJ/26-67/2019. 12.oldal
[100] Egyes alkalmazott akciós időszakokat az eljárás alá vont a VJ/26-31/2019. számú irat mellékleteként átemelt B/162-7/2019. számú iratban is megjelölt, ezeket azonban egységesen tartalmazza a VJ/26-16/2019. számú irat.
[101] VJ/26-16/2019., VJ/26-30/2019.

207. Itt kívánja felhívni a figyelmet arra az eljáró versenytanács, hogyha az eljárás alá vont nem tervezi meg az akcióit, akkor arra sincs rálátása, hogy a kedvezmény nélküli árat milyen időszakban alkalmazta, így azt sem tudja igazolni, hogy az jellemző (hosszabb ideig érvényesülő) árrá változott.
208. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont adott termékek (bestseller termékek, pl.: Whey protein), de sok esetben valamennyi termék esetében folyamatosan alkalmazza akcióit, amint az a 2018. november – 2019. március időszakban küldött e-DM leveleket összefoglaló táblázatból is látható, így az eljáró versenytanács megállapította, hogy a (bármely megnevezéssel illetett) nem akciós ár számos termék esetében nem vagy csak kivételes jelleggel érvényesült a fogyasztók vonatkozásában, és így valótlanul állította az eljárás alá vont, hogy a terméke akciós lenne. A termékek jelentős részére („rengeteg termékre", „szinte mindenre") illetve a legkeresettebb („bestseller") termékekre kiterjedő, egymást követő, átfedő akciók miatt ugyanis ugyanazon termékek is szükségszerűen bekerülhettek az egymáshoz közeli időpontokban meghirdetett akciók körébe, így ha egyes rövid, köztes időszakokban érvényesülhetett volna is a magasabb ár, az nem vált az adott termék jellemző árává, sokkal inkább az akciós árak jellemezték az értékesítéseket. A versenytanács joggyakorlata[102] értelmében tisztességtelen az az árfeltüntetési gyakorlat is, amikor a kedvezményes ár mellett megjelölt nem akciós, magasabb árat ugyan alkalmazta korábban a vállalkozás, de a magasabb ár a kedvezményes (akciós) ár alkalmazását közvetlenül megelőző időszakban nem érvényesült, vagy csak kivételesen, illetve átmeneti jelleggel (pl. ésszerűtlenül rövid ideig) érvényesült, ami által a feltüntetett magasabb ár nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának.
209. Ezenkívül az is megállapítható, hogy a fogyasztók számára bizonyos határidőig fenntartott akciós árközlése is valótlan volt, hiszen gyakran az akciós idő lejártát követően is akciósan, nem egy esetben még olcsóbban volt elérhető az adott termék, mint a korábbi akcióban.
210. Hivatkozott arra az eljárás alá vont, hogy „csak alkalomszerűen fordulhatott elő technikai okok miatt, hogy a kedvezményes árak elérhetőek maradtak a kedvezmény lejártát követő nap reggeli óráiban, ahogyan azt a GVH által készített képernyőmentések is mutatják, ugyanis azok minden esetben déli 12:00 előtt készültek." E körben az eljáró versenytanács az alábbi képernyőmentéssel kíván rámutatni ennek valótlanságára:



211. A képernyőmentés alapján látható, hogy az akció 2020. december 15-én lejárt, de az még két nap után is elérhető volt. Ezenkívül a 2018. november 22-től 2019. március 1-ig fentebb feldolgozott e-

[102] A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpvt. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2019) I.6.3. pont.

DM leveleknél is pl.: látható, hogy 2018. november 22-től 25-ig „KIÁRUSÍTÁS + 15% KEDVEZMÉNY”, majd 2018. november 26-tól „35% kedvezmény mindenre” volt elérhető. majd 2018. december 2-án „30% kedvezmény bestseller termékeinkre”, majd 2018. december 3-án 35 % kedvezmény a bestseller termékek közé tartozó Impact Whey proteinre 2018. december 11-ig, amikoris 40% lesz a kedvezmény mértéke az Impact Whey Proteinre, ez a kedvezmény 2018. december 12-én már minden termékre 40%. Tehát egy hónapon belül látható az, hogy minden termék vonatkozásában össze-vissza lettek akciók meghirdetve anélkül, hogy a kedvezmények nélküli ár jellemző árrá alakulhatott volna. Megjegyezendő, hogy ez a bestseller termékek és elsősorban a fehérje termékek vonatkozásában a legjellemzőbb, tekintettel arra, hogy ezek a fogyasztók által leginkább keresett, ún. húzó termékek (nem véletlenül választotta az eljárás alá vont a Myprotein nevet a weboldalának).

212. A fentiek alapján az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont folyamatosan olyan árfeltüntetési gyakorlatot alkalmaz a weboldalán és az e-DM leveleiben, amely a fogyasztók számára nem kiszámítható, nem követhető, tekintettel azon körülményekre, hogy az árak „elnevezése” nem következetes, illetve az *„ajánlott fogyasztói ár”* értelmezhetetlen, mivel B2C értékesítés az eljárás alá vont profilja, így legfeljebb az ekként megjelenített árat kizárólag magának tudná „ajánlani”.

213. Megjegyzendő, hogy a vizsgáló többször felhívta[103] arra az eljárás alá vontat, az Fttv. 14. §-a szerint, hogy igazolja azt, hogy a kedvezményes árúnak meghirdetett termékek vonatkozásában sor került a kedvezmény nélküli értékesítésre is.

214. E körben az eljárás alá vont három dologra hivatkozott:
- az exclusion listára,
- a kuponkód nélküli vásárlásra, és
- a becsatolt 10 minta tranzakciójára[104].

215. Az exclusion lista[105] kapcsán előadta, hogy *„az egy folyamatosan változó, dinamikus lista, amelyen szereplő termékekre csak kivételes esetben érhető el kedvezmény, csupán akkor, amikor a Myprotein.com által alkalmazott akció minden termékre vonatkozik (az 1-2 napig érvényes villámkedvezmények esetében), tehát ezen termékek aránya nagyon alacsony. Ezen túlmenően, amikor kuponkód áll rendelkezésre, de azokat a fogyasztók nem használják fel, úgy a fogyasztók semmilyen kedvezményt nem kapnak, és teljes áron vásárolják meg a termékeket.”*[106]

216. Itt kívánja megjegyezni az eljáró versenytanács, hogy önmagában az exclusion lista megléte nem igazolja azt, hogy adott termékek vonatkozásában (pl.: bestseller termékek, leginkább a Whey Protein termékek) a nem kedvezményes, magasabb ár jellemző árként érvényesült volna, különös tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont nem tudta reprodukálni az exclusion listán szereplő termékek körét a korábbi időszakokra, így nincs adatbázisa arra vonatkozóan, hogy mely termék mikor volt kizárólag az *„ajánlott fogyasztói ár”*-on elérhető.

217. De az exclusion lista kapcsán azt is megállapította az eljáró versenytanács, hogy pl.: az e-DM levelek alapján vizsgált 3 hónapos időszakban 18-szor volt elérhető akció minden termékre. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a „kedvezmény szinte mindenre” szlogennel hirdetett akciós napokat nem vette figyelembe számításakor, pedig annak tartalma (jellemzően kiterjed-e minden termékre) is kérdéses lehet.

218. Az is megállapítható a lenti, e-DM levelek alapján[107] összeállított táblázatból, hogy az az eljárás alá vonti előadás sem állja meg a helyét, hogy a minden termékre kiterjedő akciók csak néhány napig voltak elérhetőek:

[103] VJ/26-2/2019., VJ/26-14/2019., VJ/26-23/2019., VJ/26-39/2019.
[104] VJ/26-30/2019. 1. sz. melléklet
[105] VJ/26-24/2019.
[106] VJ/26-67/2019. 3. oldal
[107] Az e-DM levelekre vonatkozó alaptáblázatot lásd a jelen határozat III.3.3. e-DM levelek megnevezésű fejezetében.

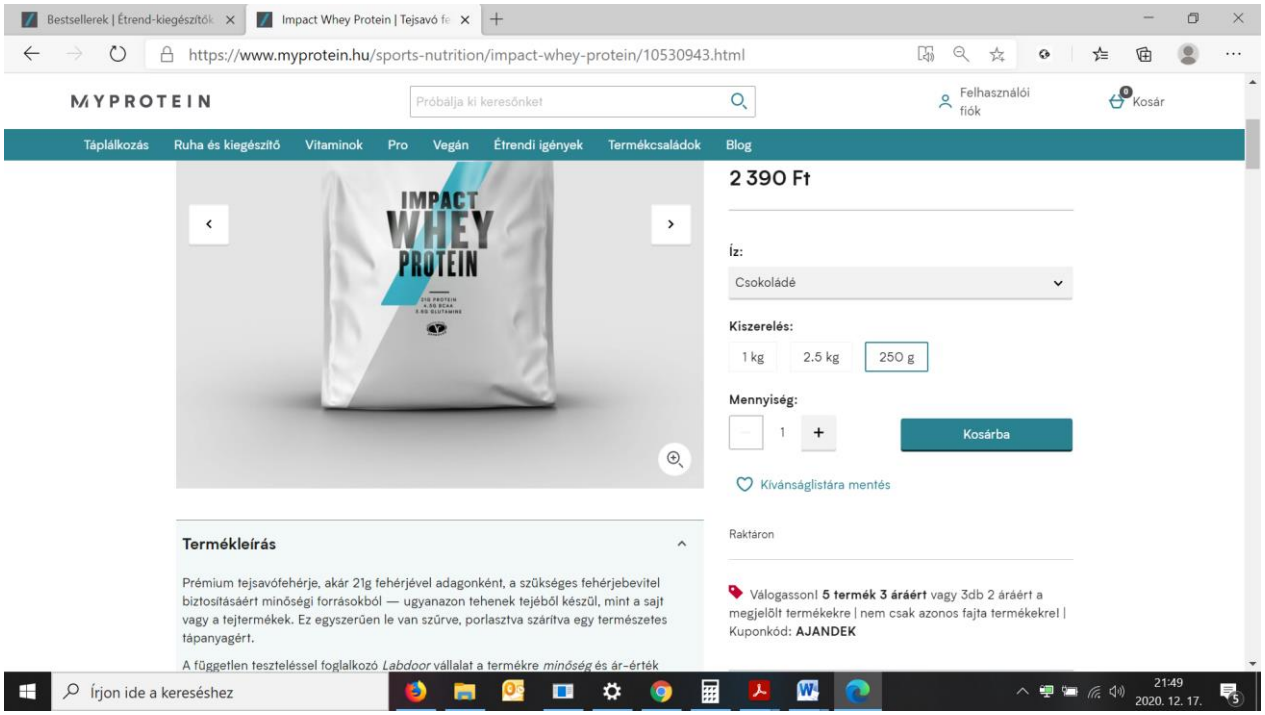
1.	2018. november 22.	-15%
2.	2018. november 23.	-15%
3.	2018. november 24.	-15%
4.	2018. november 25,	-15%
5.	2018. november 26.	-35%
6.	2018. december 12.	-40%
7.	2018. december 13.	-35%
8.	2018. december 16.	-35%
9.	2018. december 21.	-25%
10.	2018. december 26	-25%
11.	2018. december 30.	-25%
12.	2019. január 20.	„2 most 1” AKCIÓ MINDENRE
13.	2019. január 21.	minden termék akciós (nincs %-os akció meghirdetve)
14.	2019. január 31.	-15%
15.	2019. február 1.	-30%
16.	2019. február 6.	-30%
17.	2019. február 10.	-30%
18.	2019. február 17.	-35%

219. Az eljárás alá vont előadására[108] figyelemmel megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy nem a napi szintű kedvezményekkel kapcsolatban fogalmazta meg aggályait, hanem azzal, hogy az akcióval, akciós áron kínált termékek vonatkozásában (pl.: Impact Whrey Protein, de sokszor a mindenre kiterjedő akciók miatt minden termék vonatkozásában), nem alakulhatott ki jellemző ár, mivel pl.: ezt a terméket folyamatosan akciósan jelölte meg a Myprotein, de ez nem csak ezen termék vonatkozásában igaz, mivel ahogy az e-DM levelek alapján bemutatásra került egymást követően (tehát úgy, hogy jellemző ár ki sem alakulhatott) akciózott minden termék vonatkozásában is.

220. A kuponkód kapcsán előadta, hogy „főszabályként nem vonatkoznak minden, a honlapon található termékre valamint a különböző típusú kedvezmények működési mechanizmusai is lényegesen eltérőek. Ez azt jelenti, hogy ha egy adott terméket nem érintett a kuponkód kedvezmény, azt következésképpen csak teljes áron lehetett megvásárolni, amint azt a tíz minta tranzakció is alátámasztja.”

221. A kuponkódok kapcsán az eljáró versenytanács megvizsgálta az eljárás alá vont által rendelkezésére bocsátott 2 év 9 hónapos időtartamra (2017/05–2020/01) vonatkozó adatokat és ahogy fentebb ismertette, a számítása alapján a fogyasztók [üzleti titok]%-a használt kuponkódot, tehát határozottan kijelenthető, hogy tipikusnak a kuponkódos vásárlás tekinthető, aminek oka, hogy a kuponkód valamennyi kommunikációs eszközön megjelent, még a weboldalon történő vásárlást megelőzően is. Egyébként ezen a gyakorlatán sem változtatott az eljárás alá vont:

[108] VJ/26-67/2019. 5. oldal



222. Az eljáró versenytanács nem vitatta azt, hogy volt olyan vásárlás, amely esetében nem érvényesítették az egyébként valamennyi vásárlónak biztosított kuponkódokat (a kuponkód fizetési folyamatban a megrendelés leadását biztosító felületen jelenik meg), jellemzően azonban alkalmazták azokat a fogyasztók. Így az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jellemző árnak a kuponkódos kedvezményes ár minősült. Ezt támasztja alá az a körülmény is, hogy az egyes hónapokban [üzleti titok] között mozgott azoknak a rendeléseknek a száma, amelyek esetében sor került kupon felhasználására, átlagosan pedig a 2017/05. és 2020/01. közötti időszakban a vásárlók [üzleti titok] használt fel kupont. Így pedig a kuponkód nélküli ár sem válik a jellemző árrá, amire figyelemmel a 10 db kedvezmény nélküli vásárlásról szóló minta tranzakciókat sem fogadta el az eljáró versenytanács, mint a jellemző ár meglétét bizonyító tényt. Ugyanezen okból nem releváns az eljárás alá vont azon érve sem, hogy egyes akciók a feltételek miatt (pl. a minimális rendelési értéke előírása okán) csak szűkebb körben érvényesültek, hiszen az előzőek alapján látható, hogy ez nem jelentett érdemi korlátot az akciók igénybe vehetőségével szemben, mivel a fogyasztók átlagosan [üzleti titok] tudtak élni a kuponakció lehetőségével.

223. Hivatkozott arra is az eljárás alá vont, hogy „*jelenleg nincsenek a magyar jogrendszerben olyan alkalmazandó szabályok, amelyek szabályoznák azon időszak hosszát, amely alatt egy társaságnak az eredeti árat (vagy korábbi árat) kellene alkalmazni annak érdekében, hogy kedvezményeket vezethessen be, továbbá, korábban a GVH sem határozta meg azt a pontos időtartamot, amennyi időn keresztül történő alkalmazás esetén egy ár jellemző árnak tekinthető*”[109].Ezen megállapítása helytálló az eljárás alá vontnak, azonban a bemutatott gyakorlata alapján látható, hogy nagyon sok esetben napokban sem mérhető annak az árnak az alkalmazása, amit jellemző árként akar meghatározni az eljárás alá vont, belátható, hogyha egyáltalán nem beszélhetünk jellemző árra vonatkozó időszakról, akkor nem kérdéses az, hogy valótlan és tisztességtelen a hivatkozás a nem létező kedvezmény nélküli árra. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont által is hivatkozott, későbbiekben átültetendő EU-s direktíva 30 napban határozza meg a jellemző árra vonatkozó időszakot.

224. Megállapítható tehát, hogy az eljárás alá vont magatartása megtévesztésre alkalmas magatartásnak minősül, mivel a jelentős részben átfedő termékköröket is érintő, a termékek jelentős hányadára kiterjedő, sorozatos akciók okán számos termék[110] esetében nem azonosítható be kedvezmény nélküli

[109] VJ/26-67/2019. 8. oldal

[110] A termékek köre az eljárás alá vont nyilvántartásainak hiányosságai miatt pontosan nem meghatározható, de a legnépszerűbb / bestseller termékek, illetőleg a protein termékek bizonyosan ebbe a körbe tartoznak.

vagy alapár, amihez képest a kedvezmény értelmet nyerne, azaz a fogyasztó ténylegesen nem a közölt magasabb ár és az akciós ár közötti különbségben megnyilvánuló árkedvezményben részesül, s így nem valósul meg az ígért megtakarítás (azaz a Myprotein állítása valótlan), hiszen az akciót megelőzően nem került alkalmazásra jellemzően a kedvezmény alapjaként feltüntetett nem akciós ár, valamint a kedvezményes időszakot követően is elérhető az adott termék ugyanolyan vagy még olcsóbb áron.[111]

225. A Myportein hivatkozott arra is, hogy jelenleg nincsenek a magyar jogrendszerben olyan alkalmazandó szabályok, amelyek szabályoznák azon időszak hosszát, amely alatt egy társaságnak az eredeti árat (vagy korábbi árat) kellene alkalmazni annak érdekében, hogy kedvezményeket vezethessen be[112]. E körben az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont hivatkozása helytálló, de ez nem jelenti azt, hogy oly módon alkalmazhatna árengedményt, hogy az árengedmény alkalmazása előtt egyáltalán nem vagy nagyon rövid ideig alkalmazta az engedmény nélküli árat.

226. Korábban az eljáró versenytanács példákon keresztül mutatta be[113], hogy eljárás alá vont többször úgy alkalmazott kedvezményes árat, hogy előtte egyáltalán nem alkalmazta a kedvezmény nélküli árat vagy nagyon rövid ideig alkalmazta, ez a magatartás pedig nyilvánvalóan az Fttv. 6. § (1) bekezdésének c) pontjába ütközik, hiszen valótlanul a fogyasztóban azt a képzetet („árkedvezmény vagy árelőny meglétét") táplálja, hogy jobban jár, ha most megvásárolja az adott kedvezményes terméket, hiszen így olcsóbban jut hozzá, mint az akció előtt vagy pedig az akció után (hiszen a termékhez a későbbiekben, az általánosságban alkalmazott árhoz, azaz a korábbi árhoz képest csak drágábban jutna hozzá).

227. Azonban az eljáró versenytanács nem csak az eredeti, kedvezmény nélküli ár hiányát találja jogsértőnek, hanem azt is, ha a kedvezményesként meghirdetett ár előtt ésszerűtlen rövid ideig alkalmazza a kedvezmény nélküli árat a vállalkozás az adott termék vonatkozásában. Azt, hogy az ésszerűtlen rövid idő mit jelent, konkrétan nem kívánja meghatározni az eljáró versenytanács egyrészről azért, mert minden egyes piac vonatkozásában ez eltérő lehet és figyelemmel kell lenni az adott piac és termék specialitására, a fogyasztói szokásokra, másrészt azért sem kívánja meghatározni, mert az Árak Feltüntetéséről szóló Irányelv (2019/2161) és ennek átültetése után a hazai jogszabály a közeljövőben valószínűleg ezt 30 napban fogja szabályozni.

228. Az eljárás alá vont hivatkozott arra is, hogy a jogsértés megállapítása ellentétes lenne az EU jogával és a jogbiztonság elvével[114]. E körben arra hivatkozott, hogy eljáró versenytanács előzetes álláspontja *„ellentétes a UCP Irányelvre vonatkozó Iránymutatással (továbbiakban: Iránymutatás) és az Európai Unió Bíróságának (a továbbiakban: „EUB") joggyakorlatával is, mivel a UCP Irányelv a teljes harmonizáció elvén nyugszik. A teljes harmonizáció elve alapján a tagállamok nem fogadhatnak el szigorúbb szabályokat annál, mint ami a UCP Irányelvben szerepel, még a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása érdekében sem, valamint a UCP Irányelv több, promóciós gyakorlatra vonatkozó rendelkezést is tartalmaz (pl. 6. cikk d) pont különleges árkedvezmény meglétéről) és az EUB több esetben is megállapította korábban, hogy azok a szabályok, amelyek referenciaárra történő hivatkozást követelnek meg és követelményeket fogalmaznak meg a promóció hosszára vonatkozóan ellentétesek a UCP Irányelvvel."*

229. Az eljáró versenytanács meglátása szerint eljárás alá vont által hivatkozott Iránymutatás és az annak alapját képező EUB ítéletek nem arra vonatkoznak, hogy a promóció előtt mennyi ideig kell egy adott terméket az adott áron kínálni, hogy a későbbiekben ennél kedvezőbb promóciós ár esetén erre az eredeti (jellemző) árra hivatkozni lehessen, hanem a promóció hosszára, arra, hogy az adott termék meddig érhető el akciós, azaz kedvezményes áron.

230. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint nyilvánvalóan az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjába és így a UCP rendelkezésébe ütközik annak valótlan állítása, hogy a promóciós ár alkalmazása előtt a

[111] Vö.: A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpvt. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2018) I.6.1. pont.
[112] VJ/26-67/2019. 2.2.1.1. 8. oldal
[113] Lásd például: 35. és 218. pontban lévő táblázatokat
[114] VJ/26-67/2019. 2.2.1.2. 8-9. oldal

promócióval érintett termék magasabb áron volt elérhető, ez igaz akkor is, ha csak ésszerűtlenül rövid ideig volt elérhető az eredeti áron az adott termék.

VI.5.5. Összegzés

231. Valamennyi fenti tényre és körülményre tekintettel tehát megállapítható, hogy az eljárás alá vont 2017. május 10-től kezdődően az árfeltüntetési gyakorlatával az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjára figyelemmel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat megsérti, mivel nem tudta igazolni, hogy a kedvezményes, akciós ár mihez képest és hogyan érvényesült, illetőleg jellemző árként sor került volna az eredeti ár alkalmazásra, sőt sok esetben ennek ellenkezője, azaz konkrétan az került bizonyításra, hogy a magasabb, „áthúzott" (alap- vagy lista) ár nem is érvényesült, de legalábbis nem kellően hosszú ideig ahhoz, hogy a termék jellemző árává válhasson. Az eljárás alá vont valótlan árkommunikációja alkalmas volt arra, hogy a fogyasztói ügyleti döntést torzítsa.

VI.6. Az Fttv. melléklet 7. pontja szerinti értékelés

VI.6.1. Az azonnali döntéshozatalra késztetés céljával kapcsolatos gyakorlat

VI.6.1.1. UCP Iránymutatás[115]

232. Az I. melléklet[116] tartalmazza azoknak a kereskedelmi gyakorlatoknak a felsorolását, amelyek minden körülmény között tisztességtelennek minősülnek. Ugyanezt a felsorolást kell alkalmazni minden tagállamban, és a felsorolás csak ezen irányelv felülvizsgálata révén módosítható.
233. Az I. mellékletben szereplő listát azzal a céllal állították össze, hogy a végrehajtók, kereskedők, marketing szakemberek és ügyfelek felismerhessenek bizonyos gyakorlatokat, és azokra közvetlenebb végrehajtási választ tudjanak adni. Ezért ez nagyobb jogbiztonsághoz vezet. Ha bizonyítható, hogy a kereskedő alkalmazta a feketelistán szereplő kereskedelmi gyakorlatot, a nemzeti végrehajtó hatóságoknak nem kell egyedi vizsgálatot lefolytatniuk (azaz nem kell vizsgálniuk a gyakorlat átlagfogyasztó gazdasági magatartására gyakorolt hatását) ahhoz, hogy cselekedjenek és szankcionálják a gyakorlatot.

VI.6.1.2. Az Fttv. Nagykommentár[117]

234. Az Fttv. Nagykommentár az Fttv. melléklet 7. pontja kapcsán megállapítja, hogy a fogyasztóknak a tájékozott döntés meghozatalához általában megfelelő, a kellő tájékozódást és megfontolást lehetővé tevő időre és az ilyen döntés meghozatalát lehetővé tevő alkalomra van szükségük. A fogyasztó döntéseit tisztességtelen módon befolyásolhatja, ha egy vállalkozás ezen körülményeket oly módon igyekszik a fogyasztói érdekeket sértő módon befolyásolni, hogy valótlanul azt állítja, az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre.
235. Az Fttv. melléklet 7. pontja szerinti kereskedelmi gyakorlat megvalósulásának feltétele, a vállalkozás célja arra irányuljon, hogy a fogyasztó tájékozott döntéséhez szükséges időt lerövidítse, a fogyasztót azonnali döntéshozatalra késztesse. Nem szükséges ugyanakkor, hogy a vállalkozás kifejezetten azt állítsa valótlanul, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, a jogsértés akkor is megállapítható, ha a vállalkozás például azt állítja valótlanul, hogy az adott üzlet felszámolására kerül sor, mivel ennek az állításnak az a fogyasztóknak szóló üzenete, hogy az adott áru csak korlátozott ideig áll rendelkezésre, s azonnali döntéshozatalra ösztönzi a fogyasztót, megfosztva attól a lehetőségtől, hogy az ajánlatot valós tartalma szerint, esetleg további tájékozódás után mérlegelje.

---

[115] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016SC0163&from=EN. 4. A kereskedelmi gyakorlatok feketelistája (I. melléklet) című fejezet

[116] Az implementálás alapján ez Magyarországon az Fttv. melléklete

[117] Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez

VI.6.1.3. A Versenytanács gyakorlata

236. A GVH rámutatott[118] arra, hogy a termékek korlátozott elérhetőségéről adott tájékoztatások funkciója nem önmagukban, a kereskedelmi kommunikáció egészéből kiragadottan értelmezhető helyesen, hanem figyelembe kell venni az adott kereskedelmi kommunikáció egészét, annak belső összefüggéseit, így a korlátozott hozzáférhetőség és a kedvezményes ár ígérete közötti kapcsolatot is. Ennek megfelelően a korlátozott elérhetőséggel kapcsolatos kereskedelmi kommunikációk nem csak a termékek darabszámára, hanem a korlátozott elérhetőséggel - mint piaci értékkel - kapcsolatos előnyökre is vonatkoznak.

VI.6.2. A kommunikáció üzenete

237. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók számára a weboldalon és az e-DM levelekben észlelt üzenet az, hogy korlátozott ideig, csak a kereskedelmi kommunikáció által határolt időszakban állnak rendelkezésre a különböző nagyságú kedvezmények, azok a későbbiekben nem lesznek elérhetőek.

238. Ilyen sürgető, azonnali döntésre késztető üzenetek jelentek meg a két, de sok esetben naponta megküldött e-DM levelekben, vagy a weboldalon: például Gyorsan fogynak a készletek!, Csak Ma!, Akció ma éjfélig, De óránként csökken!, *Utolsó lehetőség*, Csak MA! Visszaszámlálás elindult - 50%...49%...

VI.6.3. Az értékelés kerete és lépései

239. Az eljáró versenytanács rá kíván mutatni arra, hogy a magatartás értékelését nem az Fttv. 8. §-a, hanem a Fttv. 3. § (4) bekezdése szerinti mellékletének (ún. feketelistájának) 7. pontja alapján végzi el. Így az eljáró versenytanácsnak a Myprotein kereskedelmi gyakorlata kapcsán nem kell bizonyítania azt, hogy az alkalmas a fogyasztó döntésének torzítására, hiszen egy feketelista szerinti tényállás a törvény erejénél fogva tisztességtelen, semmilyen további külön feltételnek nem kell teljesülnie, így az sem vizsgálandó, hogy a gyakorlat torzíthatta-e az ügyleti döntést, mivel ezt a jogalkotó már feltételezte e magatartások vonatkozásában. Ezekben az esetekben tehát a jogsértés megállapításához csak azt kell bizonyítani, hogy a magatartás megvalósult.

240. A vizsgált magatartás Fttv. melléklet 7. pontja[119] szerinti tényállás értékelése során azt kell vizsgálni, hogy a fogyasztó:

1. azonnali döntéshozatalra késztetése céljából,

2. valótlanul állította-e az eljárás alá vont az érintett kereskedelmi kommunikációiban azt, hogy a termék bizonyos feltételek (árkedvezmény) mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és

3. ezáltal a fogyasztót megfosztotta-e a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól[120].

VI.6.3.1. Annak vizsgálata, hogy azonnali döntéshozatalra késztetése céljából tette-e közzé a Myprotein a kereskedelmi gyakorlatát

241. Amint a Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló törvényhez fogalmaz, *„az azonnali vásárlásra történő ösztönzés minimalizálja az előzetes tájékozódásra szánt időt, azt, hogy a fogyasztó összehasonlítsa a vállalkozás által közzétett ajánlatot a konkurencia által kínált választékkal és árakkal”*.[121]

242. Az eljárás alá vont álláspontjával ellentétben megállapítható és fentebb bemutatásra került, hogy mind az általa üzemeltetett weboldalon, mind a fogyasztók számára küldött e-DM levelekben is alkalmaz/ott olyan állításokat, vagy vizuális megjelenítéseket, amelyek a kedvezményes ár

[118] VJ/53/2013/67.

[119] Fttv. mellékletének 7. pontja

Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat: a fogyasztó azonnali döntéshozatalra késztetése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.

[120] VJ/13/2014.

[121] Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló törvényhez (Wolters Kluwer Kft., 2013), 349. oldal

korlátozott elérhetőségére utalnak/tak (csak a példa kedvéért: *„kiárusítás”*, *„utolsó lehetőség”*, *„fogynak a készletek”*, *„villámakció”*, *„már csak ma éjfélig”*, *„már csak 48 óra”*, *„csak ma”*, *„ma éjfélig”*, *„csak a héten”* vagy *„fogy az idő”* ”, *„Utolsó lehetőség! 35% és 25% kedvezmények ma éjfélig”, „Csak ma! 40% kedvezményes villámakció!”*..).

243. Ezek az állítások leginkább a bestseller termékeihez (pl.: Whey Protein) köthetőek, de megjelennek más (pl.: ruházat) vagy akár valamennyi termékre vonatkozóan is. Ezeket az állításokat az eljáró versenytanács fentebb már ismertette, azt nem ismétli meg.

244. A jelen tényállás során ügyleti döntésnek a weboldal felkeresése, valamint a weboldalon történő vásárlás minősül. A fentiekben ismertetett döntésekkel összhangban a vizsgált állítások szóhasználatukkal arra ösztönzik az átlagos fogyasztót, hogy a weboldalt azonnal keresse fel, mivel az árukészlet vagy a kedvezmény igénybevételére megállapított nyitva álló idő korlátozott. Ezáltal sürgetve érezhetik magukat a fogyasztók.

245. A HVG és Web Hosting Kft. által közzétett cikkek tartalma alapján[122] a fogyasztók számára az egyik (ha nem a legfontosabb) információ az e-DM levelek szűrése során azok tárgyában közzétett tájékoztatás. Így az e-DM levelek tárgyában megjelenő tájékoztatás kiemelten fontos a fogyasztók számára, és ahogy ezt az eljáró versenytanács az e-DM levelek táblázatos formájában (III.3.3.) bemutatta, a levelek túlnyomó többségében, már magában a levél tárgyában szerepelt[123] korlátozott ideig fennálló árkedvezmény közlése. Szintén az e-DM levelek alapján látható, hogy azokat a fogyasztók folyamatosan, két-három naponta kapták, így még ha pozitív tartalmú is az üzenet, hiszen kedvezményes árra utal, a fogyasztó számára megtakarítással kecsegtet, akkor is sürgető, a fogyasztók pszichés nyomásgyakorlást élhetnek át, hiszen az üzenet az, hogy az árukészlet vagy a kedvezmény igénybevételére nyitva álló idő korlátozott, és a vége egyre közeledik.

246. Az eljárás alá vont ezen megállapítás kapcsán előadta, hogy az eljáró versenytanács *„olyan cikk figyelembevételével állapítja meg az ügy tényállását, amelyek nem minősülnek jogi bizonyítékot képező dokumentumoknak, és ezért azokat nem lehetett volna figyelembe venni a tényállás meghatározása során, különös tekintettel arra, hogy tartalmuk nem kapcsolódik közvetlenül a jelen ügyhöz, vagyis a GVH bizonyítékokkal nem alátámasztott tényeket vett figyelembe a hátrányára.”*[124]

247. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint teljesen alaptalan a Myprotein hivatkozása, hiszen könnyen belátható, hogy az e-mailek tárgya alapvető fontosságú egy adott kommunikáció esetében, ugyanis az e-mail tárgya az, amely akkor is megjelenik, ha az adott fogyasztó az e-mail-t nem nyitja meg, azaz az e-mail tárgyával (mint a feladóval) mindig szembesül, annak eldöntése végett, hogy megnyitja-e az e-mail-t. A tárgy ezért alapvető fontosságú, ha az e-mail tárgya felkelti a fogyasztó figyelmét, akkor nagyobb eséllyel nyitja meg az adott e-mailt. Jelen ügyben pedig azt értékelte az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont által általában két napi rendszerességgel küldött e-mail-ek tárgyában megjelentek azok az árkedvezmények, amik az eljárás tárgyát képezik.

248. Megállapítható továbbá, hogy az e-DM levél szolgáltatásra feliratkozott fogyasztók számára heti 3-4 alkalommal küld levelet az eljárás alá vont. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy nem volt olyan időszak, vagy akár egyetlen nap, hogy az eljárás alá vont ne kínáljon valamiféle akciót, és az eljárás alá vont a vásárlókat a részükre a kedvezményes időszak utolsó napján megküldött emlékeztető e-mail útján az adott kedvezményes időszak végéről tájékoztatja, a fogyasztók rendszeresen olyan e-DM levelet kapnak, amely a jelen tényállás során érintett állításokat tartalmazza.

249. Így a fogyasztók folyamatosan és rendszeresen kapnak az eljárás alá vonttól olyan hírleveleket, tájékoztatásokat, amelyek a kedvezmények korlátozott elérhetőségére utalnak. Továbbá az eljárás alá vont weboldalán is hasonló állításokkal, időnként visszaszámláló órával találkozik a fogyasztó.

---

[122] Lásd vizsgálati jelentés V.8.3. pontját.

[123] Pl.:

- Black Friday kiárusítás extra kedvezménnyel!
- Utolsó lehetőség ! Ne maradjon le!
- Fehérje kiárusítás! Itt vannak a mínuszok
- Utolsó lehetőség! 35% és 25% kedvezmények ma éjfélig
- Csak ma! 40% kedvezményes villámakció!

[124] VJ/26-67/2019. 6. oldal

250. A fent rögzített tények, különösen pedig a kereskedelmi gyakorlat gyakorisága és tartalma (pl.: az üzenetek szövege, képi megjelenítése, visszaszámláló alkalmazása) alapján egyértelműen megállapítható, hogy a Myprotein célja az, hogy a fogyasztókat azonnali döntéshozatalra, a weboldalán történő vásárlásra késztesse.

VI.6.3.2. Annak vizsgálata, hogy valótlanul állította-e a Myprotein a kereskedelmi kommunikációjában azt, hogy az árkedvezmény csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre

251. A Myprotein nem tudott ugyan reprezentatív mennyiségű e-DM levelet küldeni, azonban a vizsgáló és az előadó versenytanácstag feliratkozott a szolgáltatásra és az e-DM levelek tartalmát feldolgozta[125]. Az e-DM levelekből megállapítható, hogy azok jelentős része folyamatosan, gyakori ismétléssel tartalmaz a kedvezményes ár korlátozott elérhetőségére utaló állításokat.
252. Az eljáró versenytanács a jelen határozat VI.5.4. fejezetében részletesen kifejtette és bizonyította, hogy a Myprotein árközlései miért voltak valótlanok, azt megismételni nem kívánja, csupán a lényeget kiemelve utal rá, hogy az eljárás alá vont a normál, kedvezményt nem tartalmazó árat nem alkalmazta, folyamatosan akciósan hirdette meg részben ugyanazon termékeit, az is előfordult, hogy a korábbi akciós ár után nem a normál, kedvezmény nélküli ár, hanem még az akciós árnál is kedvezőbb összegű árral állt elő.
253. Azt is megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy ugyan az eljárás alá vont megpróbálta igazolni, hogy a normál árat alkalmazta, azonban ezen bizonyítási kísérletét az eljáró versenytanács tételesen cáfolta fentebb. Sőt a becsatolt iratok alapján az eljárás alá vont nem azt igazolta, hogy ténylegesen kedvezményes árat alkalmazott volna, hanem ellenkezőleg, éppen azt igazolta, hogy huzamos ideig azonos áron vagy még kedvezményesebb áron értékesítette termékeit, amely normál árat az érintett kereskedelmi kommunikációkban kivételes ajánlatként kommunikált.
254. A fentiekre tekintettel nem felelt meg a valóságnak az eljárás alá vont tájékoztatása.

VI.6.3.3. Annak vizsgálata, hogy az előző gyakorlat a fogyasztót megfosztotta-e a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól

255. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi kommunikáció, szóhasználat, az e-DM levelek bemutatott tárgyában és tartalmában közzétett tájékoztatás, a weboldalon lévő korlátozott ideig elérhető akció, kedvezményközlések, a visszaszámlálás alkalmas a fogyasztók befolyásolására, arra, hogy a fogyasztót a weboldal felkeresésére, illetve a weboldalon belüli keresgélésre, majd végső soron a webáruházban való vásárlásra késztessék.
256. E körben az eljárás alá vont arra hivatkozott, hogy *„nem utal a kedvezményes árak korlátozott elérhetőségére”*[126], ugyanakkor az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy nem kizárólag a tárgy üzenetet kell nézni, hanem a teljes e-mail üzenetet; azaz az e-mail tárgya azt a célt szolgálja, hogy felkeltse az érdeklődést és rögzítse a fogyasztóban a rendelkezésre álló szűkös határidőt, azt a képzetet, hogy le fog maradni valamiről, így emiatt megnyitva az e-mailt szembesül az akciós termékkel és a két üzenet együtt fejti ki hatását.
257. Az eljáró versenytanács rámutat arra, hogy a fogyasztói viselkedést kutató tudományokban hosszú idő óta ismert a scarcity bias elnevezéssel az a fogyasztói magatartással kapcsolatos jelenség, mely szerint az akár mennyiségben, akár időtartamban korlátozottabban elérhető terméket vagy szolgáltatást a fogyasztók hajlamosabbak értékesebbként értékelni.
258. Megállapítható, hogy a Versenytanács már korábbi eljárásokban is rámutatott arra, hogy „a tájékozott döntés ellen hathat, ha a fogyasztó olyan üzenettel találkozik, amely a korlátozottságot emeli ki (…), azaz a fogyasztóban fel sem merül az igény, hogy utána nézzen az ajánlatnak, pl. annak kedvező voltát ellenőrizze.” [127]
259. Az eljárás alá vont vállalkozás a már bemutatott tartalmú üzenetekkel azt közvetítette a fogyasztók felé, hogy a boltban elérhető áruk kedvezményesen megvásárolhatóak, ugyanakkor ezen

[125] Lásd a vizsgálati jelentés 90-91. pontját és jelen előzetes álláspont III.3.3. fejezetét.
[126] VJ/26-67/2019. 15. oldal
[127] VJ/140-107/2015. számú határozat.

kedvezmények csak korlátozott ideig állnak rendelkezésre. Tehát az eljárás alá vont igyekezett a fogyasztók magatartását a vásárlás irányába befolyásolni.

260. Kiemelendő, hogy ezek az állítások, a kedvezményre és a korlátozott elérhetőségre való utalással, egymást kiegészítve, egymás hatását erősítve ösztönzik vásárlásra a fogyasztókat a konverzió irányába. Teszik mindezt úgy, hogy a fogyasztóknak gyakorlatilag esélyük sincs felismerni azokat – tehát a pszichés nyomásgyakorlást megvalósító technikák működési mechanizmusát (a tudatalattira való hatását) –, így azokkal szemben védekezni sem tudnak.

261. Megjegyzendő, hivatkozva a fentebb ismertetett versenytanácsi gyakorlatra, hogy ha az eljárás alá vont a fogyasztót nem kívánná sürgetni, akkor nem emelné ki a kereskedelmi kommunikációs eszközein azt, hogy az árukészlet vagy a kedvezmény igénybevételére nyitva álló idő korlátozott (hanem semleges módon tüntetné fel az akció időtartamát).

262. A fentiek alapján így az is megállapítható, hogy ezen, a kedvezményes ár korlátozott ideig való elérhetőségét közlő üzenetek alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztót megfosszák a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól, mivel a fogyasztóknak a siettetett döntés révén valóban korlátozott idő állt rendelkezésükre a döntéshozatalra, megfosztva így őket attól a lehetőségtől, hogy az ajánlatot valós tartalma szerint, esetleg további tájékozódás után mérlegeljék.

263. Bár az akciók időtartama, azok végének előzetes közlése nem zárja ugyan ki annak lehetőségét, hogy a fogyasztók ezen időtartamon belül más alternatívákat is mérlegeljenek, az alkalmazott technikák együttes pszichés hatására a fogyasztók ettől hajlamosak eltekinteni, mert a(z időbeli) korlátozottság folytán önmagában értékesebbnek, kedvezőbbnek tűnnek a meghirdetett akciók, s egyes esetekben ez még a készletek korlátozottságára vonatkozó információval is kiegészül, amikor pl, az eljárás alá vont kiárusítást hirdet (ami köznapi értelemben kisebb elfekvő készlettől való megszabadulást jelent), vagy amikor az e-DM levelekben a hátralévő idő rövidségét vagy a termékek iránti jelentős keresletet (fogynak a készletek) hangsúlyozza.

264. Az eljárás alá vont hivatkozott[128] arra, hogy a fogyasztók bármikor leiratkozhatnak a hírlevélről tehát csak a szolgáltatást ténylegesen igénylő fogyasztók részesülnek a kereskedelmi kommunikációban. Ez a tény önmagában igaz, de addig is, amíg ez esetlegesen megtörténik, a fogyasztók megkapják az e-DM leveleket és így azok kifejtik hatásukat, illetve az is megállapítható, hogy a fogyasztók nem indulnak ki abból a percepcióból, hiszen ez a következetes bírói gyakorlat alapján nem is várható el, hogy a kommunikáció üzenete valótlan, tehát azt nem kell figyelembe venni.

VI.6.4. Összegzés

265. Az érintett kereskedelmi kommunikációk lényegi eleme volt a korlátozott ideig elérhető ajánlat közvetítése, és az erre vonatkozó állítások, vizuális megjelenítések, ezek mind az e-DM levelekben, mind a weboldalon folyamatosan jelen voltak, jelen vannak, így megállapítható, hogy az eljárás alá vont célja (az egyes szlogenek megfogalmazására is tekintettel) e kereskedelmi kommunikációval a fogyasztó azonnali döntéshozatalra késztetése volt.

266. A fenti és azokhoz hasonló állítások és vizuális elemek külön-külön is megvalósították az Fttv. melléklet 7. pontjában foglalt fekete listás tényállást, tekintettel arra, hogy ezen ár megjelenítések valótlannak bizonyultak. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint azonban az együttes alkalmazásuk – például az e-DM levél alapján a weboldalon megjelenő további, az árkedvezményt korlátozott ideig fenntartó közlések, vizuális elemek még inkább felerősítették azt az érzetet a fogyasztóban, hogy az áru az adott kommunikációban szereplő feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre.

267. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fentiekre tekintettel megállapítható, hogy az eljárás alá vont az Fttv. melléklet 7. pontjában foglalt tényállást megvalósította, és ezzel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

[128] VJ/26-67/2019. 16.oldal

VI.7. Az eljáró versenytanács megállapítása a Facebook kommunikáció kapcsán

268. Az eljárás alá vont Facebook-on közzétett posztjai csak igen kis számban állnak rendelkezésre (lásd a vizsgálati jelentés mellékletét képező kommunikáció táblázatot[129]), és ezen szűk mintában is csak régebbi és nem összefüggő időpontokban fordultak elő akciós árközlések, így azok gyakorisága, illetve folytonossága nem állapítható meg és tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont előadása alapján nem került sor a részéről adatmentésre, valamint arra figyelemmel, hogy a Facebook bejegyzések módosíthatók vagy akár törölhetőek is, így az eljárás folytatásától, esetleges további bizonyítékok beszerzésétől sem várható eredmény.

269. Ezek alapján az eljáró versenytanács arra következtetésre jutott, hogy a versenyfelügyeleti eljárást a Facebook-on megvalósuló kommunikáció tekintetében a Tpvt. 60/A. § (1) bekezdésének b) pontja alapján meg kell szüntetnie, mivel az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

VI.8. Az Fttv. 8. § szerinti értékelés

270. Tekintettel az Fttv. értékelési (ún. piramis) rendszerére, abban az esetben, ha a hatóság egy magatartás esetében a specifikusabb (jelen esetben a minden egyéb körülményre tekintet nélkül jogsértőnek minősülő feketelistás, azaz az Fttv. melléklete szerinti) tényállás megvalósulását állapítja meg, akkor az általánosabb tényállási elem (jelen esetben az Fttv. 8. §-a) megvalósulását már nem kell vizsgálnia.

VI.9. A Myprotein kötelezettségvállalásának értékelése

271. Az eljárás alá vont a Tpvt. 75. §-a alapján kötelezettségvállalást terjesztett elő, amely négy részből tevődött össze:
    1. Árpolitika megváltoztatása,
    2. Kommunikációs politika megváltoztatása,
    3. Fogyasztói tájékoztató kampány,
    4. Megfelelőségi program.

272. Az eljáró versenytanács a fenti kötelezettségvállalási indítványt a Tpvt. 75.§-a és a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról szóló 1/2018. számú közleménye (a továbbiakban: Közlemény) alapján értékelte.

273. Elöljáróban az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a Tpvt. a GVH-nak széles mérlegelési jogkört biztosít a kötelezettségvállalási nyilatkozat elbírálása (elfogadása vagy elvetése) tárgyában, és semmilyen formában nem tartalmaz kötelezettséget annak elfogadására.

274. A Közlemény 11. pontja alapján a GVH esetről esetre mérlegeli, hogy a speciális és generális prevenció elveit is figyelembe véve a versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest indokoltabb-e a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, esetlegesen a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása.

275. Az eljárás alá vont magatartásának speciális és generális prevenció elveit is figyelembe vevő értékelése során az eljáró versenytanács arra a megállapításra jutott, figyelemmel arra, hogy a Versenytanács árkedvezményre vonatkozó gyakorlata eddig az offline értékesítési csatornákon megvalósuló egyes termékek vonatkozásában került kidolgozásra, indokolt és a közérdeket jobban szolgálja a tényállás teljes körű tisztázása és a jogi minősítés egyértelműsítése a jelen több terméket, az eljárás alá vont teljes termékkínálatát érintő és online környezetben megvalósuló árfeltüntetési gyakorlata kapcsán.

276. A Közlemény 11. pontja generális megállapítást tesz, majd ezen generális elv alkalmazásának indokoltságát veszi végig pontról pontra. Az eljáró versenytanács ezen értékelés mentén a

[129] VJ/26-49/2019.

Közlemény 14. pontja alapján arra a megállapításra jutott, hogy a Myprotein magatartása jelentős súlyúnak minősül, mivel éveken keresztül tartott és nagyszámú fogyasztót ért el és ezek következtében, illetve a releváns árbevételi adatok alapján a fogyasztóknak jelentős hátrányt is okozhatott, hiszen a sportkiegészítők és azon belül az eljárás alá vont legnagyobb forgalmú terméke a fehérje magas összegű, több tízezer Ft-os kiadásnak számít, hiszen azt kúraszerűen kell bevinni, hogy kifejtse hatását (izomépítés). Így a Közlemény 14. pontjában rögzíti a kötelezettségvállalás elfogadása ellen szóló körülményeket, ezek közül a), b) és a c) pontban foglalt körülmény is fennáll a jelen esetben a fentiekre figyelemmel, ami miatt az eljáró versenytanács jelen ügyben nem tartotta elfogadhatónak a Kötelezettségvállalást. Ennek ellenére az eljárás alá vont által benyújtott Kötelezettségvállalás egyes elemei kapcsán az eljáró versenytanács kifejti véleményét.

277. Az árkommunikációs politika megváltoztatása kapcsán az eljáró versenytanács alapvetően arra a meglátásra jutott, hogy az egyrészről a hatályban lévő jogszabályoknak való megfelelést jelenti, másrészről egy irányelvi rendelkezés alkalmazását, amely ugyan jelenleg még nem alkalmazandó, de az kötelezendően átültetendő a magyar jogrendszerbe. Kizárólag az kérdéses, hogy arra mikor kerül sor 2021. november 28-a előtt, így pedig a hozzáadott értéke nem túl magas a vállalási elemnek, hiszen belátható időn belül valamennyi vállalkozás vonatkozásában hatályosulni fog, arra a piac szereplőinek amúgy is készülniük kell és tekintve azt, hogy a jelentős piaci szereplők az EU más országába is exportálnak, vagy anyavállalatuk más EU tagországban található, így akár már a magyarországi átültetés előtt alkalmazniuk kell azt. Ez alapján a kötelezettségvállalási indítvány ezen pontja nem mutat túl jelentősen a jogszabálynak való megfelelésen, ami egyébként is kötelezettsége az eljárás alá vontnak és minden gazdasági szereplőnek.

278. A kommunikációs politika megváltoztatása kapcsán a Myprotein a sürgető üzenetek elkerülését és az e-DM levelek heti kettőre történő korlátozását vállalta.

279. Az eljáró versenytanács arra jutott, hogy a vállalás nem konkrét, hiszen nem egy számon kérhető elemet, hanem egy jogfenntartással történő lehetséges elkerülést vállal, ezenkívül az, hogy kettőre csökkentené az e-DM levelek számát, szintén nem jelent garanciát a jogsértés jövőbeni elkerülésére, illetve az is megjegyezendő, hogy az eljáró versenytanácsnak nem önmagában az e-DM levelek számával volt kifogása, hanem tartalmukat illetően.

280. A fogyasztói tudatosságot növelő tájékoztató kampány kapcsán az eljáró versenytanács arra jutott, hogy számos ilyen edukációs kampány került már kötelezettségvállalás keretében kidolgozásra és jelenleg is számos ilyen van folyamatban (akár közigazgatási szervek, akár civil szervezetek által végrehajtva). Ezenkívül egy ilyen általános kampány fogyasztói elérése is kérdéses, sokkal inkább a jobban célzott, közvetlenebb kampányok érhetnek célt. Az is megjegyezendő, hogy a kampány nem kidolgozott sem a tartalmát, sem a megvalósulás módját, sem a költségét illetően (ezt nem is tartalmazza).

281. A megfelelőségi program kapcsán a Myprotein a tárgyaláson[130] nem tudott arra nyilatkozni, hogy a Myproteinnek van-e már megfelelési programja, e körben azt adta elő, hogy az biztos, hogy a magyarországi kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában nincsen.

282. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a megfelelési program abszolút nem kidolgozott, nincsen benne semmi szabályba öntött konkrétum csak annak a tényét tartalmazza, hogy a promóciós tervének végrehajtása előtt független szakértővel vagy jogásszal konzultálni fog, de semmilyen kidolgozott kötelezően figyelembe veendő ellenőrzési mechanizmust nem tartalmaz.

283. Összességében a fentiek alapján az az eljáró versenytanács álláspontja az, hogy a Közlemény 11. és 14. pontjának a), b) és c) pontja, valamint a fentebb ismertetett megállapítások alapján nem indokolt a Kötelezettségvállalás elfogadása a jelen ügyben.

[130] VJ/26-68/2019.

VII.
Jogkövetkezmények

284. Az eljáró versenytanács a fentiek szerint a Tpvt. 76. § (1) bekezdés f) pontja alapján, az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja és az Fttv. mellékletének 7. pontja vonatkozásában megállapítja a jogsértést, és ezért a Tpvt. 76. §-a (1) bekezdés k) pontja alapján az eljárás alá vonttal szemben bírság kiszabását is indokoltnak tartotta.

285. A Tpvt. 76. §-a (1) bekezdésének h) pontja alapján pedig megtiltja a fenti kereskedelmi gyakorlatok további folytatását és arra kötelezi, hogy az annak való megfelelést a Tpvt. 76. § (1) bekezdés i) pontja alapján igazolja is. Az eljáró versenytanács az eltiltásnak, azaz a jogsértő magatartás megszüntetésének való megfelelésnek és annak igazolásának módját az eljárás alá vontra bízza, az megtörténhet tudatosabb, átlátható árazási, kedvezmény politikával, egyértelműbb árkommunikációval, az árkedvezmények teljes nyilvántartásával több kampányidőszakok át ívelően, az Árak Feltüntetéséről szóló Irányelv szabályainak eljárás alá vont által is felajánlott átültetésével, az igazolás kapcsán pedig képernyőmentéssel, az e-DM levelek becsatolásával, de akár más módon is.

286. A Bírságközlemény részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH meghatározza az Fttv. és a Tpvt. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

287. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében 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.

288. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.

289. Emellett a bírság összegének ösztönöznie kell azt is, hogy mind az adott vállalkozást, mind pedig a hasonló helyzetben lévő vállalkozásokat visszatartsa a (további) jogsértések elkövetésétől, egyben megerősítse a jogkövető vállalkozásokat abban, hogy a tisztességes üzleti magatartás a helyénvaló. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz.

290. A Bírságközlemény 11. pontja értelmében a GVH fontosnak tekinti a magatartással arányos bírság követelményét is, amely oly módon érvényesül, hogy a Bírságközlemény alapján kiszabott bírság az adott vállalkozás által elkövetett jogsértés súlyához, valamint a feltárt enyhítő és súlyosító körülményekhez igazodik, és nem az adott jogsértésben esetleg résztvevő többi vállalkozásra kiszabott bírsághoz.

291. A Bírságközlemény 13. pontja értelmében a fenti célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembe veendő, 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, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.

292. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben vizsgált és jogsértőnek megállapítani tervezett magatartás esetében az árbevétel alapú bírságolás gyakorlatát tartja indokoltnak, tekintettel a Bírságközlemény

19. pontjában megfogalmazottakra, mivel a jogsértő kereskedelmi gyakorlatnak nincs önálló, az eljárás alá vont által elhatárolt költsége (ami nem tükrözi a kommunikáció hatásosságát, hatékonyságát, a közvetlenül elért fogyasztói kör nagyságát, a befolyás mértékét). Az eljáró versenytanács ezért a Bírságközlemény 20. pontja alapján a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át vette figyelembe a bírság kiinduló összegeként, amely összeg a jelen esetben (a 2020 augusztusáig terjedő időszakot tekintve) [üzleti titok] Ft.

293. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően került sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. A kis jelentőségű súlyosító körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, a közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal növeli. Hasonlóképpen, a kis jelentőségű enyhítő körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, a közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal csökkenti.

294. Az eljáró versenytanács közepes súlyosító körülményként értékelte a Bírságközlemény IV.1.3. fejezete alapján, a kereskedelmi gyakorlat intenzitásának keretében a következő tényezőket:
- kereskedelmi gyakorlat intenzitását, mivel a jogsértő gyakorlat évekig tartott, közvetlen és célzott volt, így a fogyasztókra, címzettekre nagyobb hatást volt képes gyakorolni (direkt marketing, gyakori e-DM levelek);
- a kereskedelmi gyakorlat jogsértő üzenete erőteljes, mivel a termékek árára és az azokra vonatkozó árkedvezményekre vonatkozik és az eljárás alá vont image-ével is összefüggött (B2C értékesítés miatti kedvezőbb árképzés üzenete).

295. Az eljáró versenytanács a felróhatóság keretében kis fokú súlyosító körülménynek értékelte, hogy az eljárás alá vont két jogalapon is megvalósított jogsértést.

296. Az eljárás alá vont az alábbi enyhítő körülményekre hivatkozott:
- korábban soha nem sértette meg az Fttv. rendelkezéseit,
- az alkalmazott kommunikációs eszközök (Facebook, e-DM üzenetek, weboldal) hangsúlyosan nem olyan kommunikációkat tartalmaztak, amelyek állítólagosan jogsértőek, hanem olyan kommunikációkat, amelyek a fogyasztókat a Myprotein termékeiről tájékoztatták és más, nem kedvezményekkel kapcsolatos tartalmat közvetítettek,
- a kedvezményekhez és nem kedvezményekhez kapcsolódó kommunikáció arányát tekintve, hogy a kommunikáció hangsúlya nem minden kommunikációs felületen (pl. Facebook oldal, weboldal) a kedvezményeken volt,
- a jellemző árakat vagy a korábbi árakat illetően bizonytalan a joggyakorlat és nincsenek irányadó jogszabályok.

297. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint önmagában az, hogy egy vállalkozás korábban nem követett el jogsértést nem minősül enyhítő körülménynek, hiszen ez csak annak a minimálisan deklarált kötelezettségének a tényét erősítheti meg, hogy eleget tett a jogszabályi kötelezettségeinek, de azon túlmutató magatartást nem jelent; itt jegyezendő meg, hogy az eljárás alá vonttal szemben a GVH korábban vizsgálatot nem folytatott le.

298. A kedvezményekhez és nem kedvezményekhez kapcsolódó kommunikáció arányát tekintve az eljáró versenytanács arra a megállapításra jutott, hogy az e-DM levelek szinte kizárólag a kedvezmények, akciók ismertetéséről szólnak, illetve a honlap kapcsán is ez állapítható meg, hogy már a főoldalon is több helyen megjelennek a kedvezmények, majd a termékeknél mindenhol és végezetül a vásárlási folyamatot is végigkíséri, egészen addig, hogy a fizetés („pénztár") oldalán is feltüntetésre kerül az a kuponkód, amelyet ugyanazon oldalon a fizetési folyamat véglegezésekor lehet megadni a kedvezmény érdekében. Erre figyelemmel nem adott helyt ezen enyhítő körülménynek az eljáró versenytanács.

299. Az eljáró versenytanács véleménye szerint a hivatkozott kommunikációs eszközök közül az e-DM levelek és a weboldal szinte kivétel nélkül tartalmaztak jogsértő kommunikációt, a Facebook vonatkozásában pedig helyt adott az eljárás alá vont indítványának az eljárást megszüntette. Erre figyelemmel közepes enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a Facebook-on megvalósuló kommunikáció nem tartalmazott jogsértő üzenetet, így nem a teljes kereskedelmi kampány volt

jogsértő, hanem ennek egy része, de megjegyezendő, hogy arányait tekintve a Facebook nem a legjelentősebb kommunikáció felülete a Myproteinnek, így közepes enyhítő körülményként értékelte ezt az eljáró versenytanács.

300. Az eljáró versenytanács nem látja bizonytalannak a joggyakorlatot, figyelemmel az általa felhívott számtalan (offline) precedensre is, illetve a jövőre nézve pedig arra, hogy a Myprotein által is hivatkozott EU-s direktíva alapján kevesebb, mint egy éven belül még jobban körülhatárolható lesz a jogkövető magatartás.

301. Viszont az eljáró versenytanács a Bírságközlemény IV.2.4. fejezetében szereplő külső tényezőként azonosította azt, hogy az értékelt magatartás jogsértő jellege nem volt egyértelműen kikristályosodott, hiszen a Versenytanács eddigi gyakorlata az offline értékesítési csatornákon megvalósuló egyes termékek vonatkozásában került kidolgozásra, míg a teljes kínálatot érintő akcióztatási rendszer vonatkozásában (amikor az ismételt, egymást követő akciók miatt az akciós termékek körébe esik, egy már korábban is akciós termék) még nem értékelt magatartást az eljáró versenytanács, így ezt a körülményt közepes fokú enyhítő körülményként vette figyelembe.

302. A fenti súlyosító körülmények és az enyhítő körülmények súlyára, arányára figyelemmel a bírság alapösszegét az eljáró versenytanács, az eljárás alá vont javára lefelé kerekítve 100 millió Ft-ban határozta meg.

303. Az alapösszeg meghatározását követően kerül sor a Bírságközlemény értelmében

a) a jogsértés esetleges ismétlődésének,
b) a jogsértéssel elért előnynek,
c) az elrettentő hatásnak, és
d) a Tpvt. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére.

304. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben ismétlődő jogsértést és a jogsértéssel elért – a bírság körében egyértelműen figyelembe vehető – előnyt nem azonosított, illetve nem tartotta indokoltnak a tervezett bírságösszegre figyelemmel az elrettentő hatás önálló figyelembevételét sem.

305. A bírságösszeg utolsó lépésének meghatározásaként az eljáró versenytanács utalni kíván arra, hogy a Tpvt. 78. § (1b) bekezdése alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás utolsó üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. Az eljárás alá vont nettó értékesítési árbevétele 2019-ben 318.344.373.920,- Ft (több mint 318 milliárd Ft)[131] volt, így a kiszabni tervezett bírság összege jelentősen kisebb a törvényi maximumnál (0,003 %, azaz 3 ezreléke).

306. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy véleménye szerint kizárólag a magyarországi bevétele vehető figyelembe a bírság maximum meghatározása során. E körben az eljáró versenytanács fel kívánja hívni a figyelmet arra, hogy ez a törvényi szabályozással kifejezetten ellentétes, megszorító értelmezés, amely nem foghat hely, mert az ab ovo jogsértő lenne.

307. Az eljáró versenytanács rögzíti, hogy a Myprotein nem minősül kis- és középvállalkozásnak, így ennek relevanciája a Tpvt. 78. § (8) és (9) bekezdése kapcsán nem merül fel.

VIII.
Egyéb kérdések

308. A Tpvt. 80/I. § szerint a jogorvoslatra az e fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.

309. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.

310. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.

[131] VJ/26-63/2019.

311. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
312. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
313. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
314. Az eljáró versenytanács felhívja az eljárás alá vont figyelmét a Tpvt. 62/C. §-ára, melynek (1) bekezdése alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene.
315. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról.
316. A Tpvt. 84/A. §-a alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
317. A Tpvt. 84/B. §-a alapján az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg – ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható – végrehajtási bírságot szab ki.
318. A Tpvt. 84/C. §-a értelmében ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
319. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik – a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság foganatosítja.

Budapest, 2020. december 22.

dr. Kőhalmi Attila
előadó versenytanácstag

dr. Szoboszlai Izabella
versenytanácstag

Váczi Nóra
versenytanácstag