

Fővárosi Bíróság
7.K.34521/2004/11.

A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN!

A Fővárosi Bíróság a Mobil Expo Kft. (Sopron) I.r. Lapcom Lapkiadó Kft. (Győr) II.r. felpereseknek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest) alperes ellen (Hiv.sz.: Vj-168/2002/43.) verseny ügyben hozott határozat bírósági felülvizsgálata iránt indult perében meghozta az alábbi

Ítéletet:

A bíróság a felperesek kereseteit elutasítja.

A bíróság kötelezi a felpereseket, hogy fizessenek meg külön-külön fejenként 15.000 (azaz tizenötezer) forint kereseti illetéket az Illetékhatóság külön felhívására az ott megjelölt időben és módon.

A bíróság kötelezi felpereseket, hogy fizessenek meg alperesnek 15 napon belül külön-külön fejenként 30.000 (harmincezer) forint perköltséget.

Az ítélet ellen fellebbezésnek van helye jelen ítélet kézbesítésétől számított 15 napon belül a Fővárosi Ítéletkönyvhöz, melyet jelen bíróságnál 4 példányban lehet benyújtani.

INDOKOLÁS

Az I.r. felperes tulajdonában lévő Magyar Bazár lapcsalád Koppány, Álmos és Huba regionális terjesztésű időszakos apróhirdetési újságjai, valamint a II.r felperes ugyanezen lapcsalád Magyar Bazár Tas elnevezésű regionális apróhirdetési újságjában 2002. november 5-től december 6-ig „A piacvezető apróhirdetési újság” kijelentést szerepeltették fejlécükben, mely mondat 2002 december 10-étől „piacvezető apróhirdetési lapcsalád"-ra módosult.

A Magyar Bazár lapok reklámkampányában 2002. november 18-tól 2002. december 06-ig 133-szor hangzott el az a mondat az országos sugárzású Sláger és Danubius rádióban, hogy a Magyar Bazár piacvezető apróhirdetési újság.

A II.r. felperes az I.r. felperes többségi tulajdonosa. A Magyar Bazár lapcsalád regionális terjesztésű lapjai azonos design-ra, szerkesztési elvekre épülnek, áruk hasonló. A hirdető külön-külön és mindegyik lapba egyaránt feladhat egyszerre hirdetést. Az Álmos és Tas lapok piaci részesedése a 2002 évi eladott apróhirdetési újságok éves összpéldányszámához viszonyítva az adott régióban 20% alatti, a Koppány és Huba lapok piaci részesedése pedig 80 illetve 70%-os.

Az alperesi versenyhatóság Vj-168/2002/43-as határozatában megállapította, hogy a fenti két magatartás - a rádióban hirdetés és a fejléc feltüntetése - a fogyasztók megtévesztésére alkalmas volt és erre tekintettel 1,5 millió illetve 500 ezer Ft bírságot szabott ki felperesekre.

A határozat indokolása szerint a Tpv. 9. §-a alapján értelmezett megállapítást eredményező mondatok azt a képzetet keltik, mintha országos terjesztésű, országos lapokról lenne szó, miközben e lapok regionálisnak tekinthetők, és ez a fogyasztók döntésének tisztességtelen befolyásolására volt alkalmas. Az országos napilap fogalmát a Tpv. 9. §-a alapján akként kell értelmezni, ahogy azt a fogyasztók értelmezheték, és nem a médiatörvény definíciója alapján, mivel versenyügyekben a Tpv.-t kell alkalmazni és nem a médiatörvényt.

Felperesek keresetükben kérték az alperesi határozat megváltoztatását és a bírság összegének visszatérítését. Perköltség igényük volt. Előadták, hogy háromszor annyi példányt adnak el országosan a Magyar Bazár lapcsaládhoz tartozó újságból, mint a versenytársak, így a piacvezető megjelölés valós és indokolt. Az országos elsőséget a Szonda-Ipsos közvélemény kutatási adataival már az alperes eljárása során igazolták. Állították továbbá, hogy az alperesnek az 1996 évi I. törvény 37. pontjából (médiatörvény) kellett volna kiindulnia, ennek figyelmen kívül hagyása jogsértő volt és önkényes. A Magyar Bazár Lapok szerkesztése lehetővé teszi, hogy a lapcsaládon belül az ország 15 megyéjében jelenjen meg ugyanaz az apróhirdetési szöveg.

Alperes ellenkérelmében kifejtette a határozatában foglaltakat fenntartva és azon túl, hogy nem lett volna jogsértő felperesek magatartása, ha a piacvezető szerepet a felperesek a Magyar Bazár Hubára vagy Koppányra értékék volna az adott régióban, azonban felperesek állítása nem ezt tükrözte.

A bírósági eljárásban becsatolásra került a NKÖM lapnyilvántartásba való felvételről szóló határozatok, melyek tanúsága szerint a regionális lapok külön-külön kerültek nyilvántartásba vételre.

A felperes a bíróság tárgyaláson vitatta az Álmos és Tas regionális lapok 20% körüli piaci részesedését. Előadta, hogy napi és időszakos lapok nem hasonlíthatók össze éves példányszám alapján, a regionális jellegű Magyar Bazár lapcsalád annyira differenciált termék regionális jellegénél fogva, hogy a többi lappal nem versenytárs. Ezért a Magyar Bazár lapok mindegyik régióban - versenytárs híján - piacvezetők.

A felek kifejtették azt is a bírósági tárgyaláson, hogy mindketten a Magyar Bazár lapokat lapcsaládnak tekintik.

A Fővárosi Bíróság a fentiek alapján a 7.K.32825/2003/7-es számú ítéletével az alperes határozatát hatályon kívül helyezte és alperest új eljárásra kötelezte. Megállapította, hogy a felperesi heti kétszeri illetve egyszeri megjelenésű lapok példányszámait a versenytárs napilap napi példányszámainak egyszerű összeadásával állapította meg, mely módszer nem megfelelő. Ezért előírta, hogy alperesnek új eljárásban azt kell alperesnek vizsgálnia, hogy a 2002-es évben objektív és egzakt matematikai módszer, ennek hiányában a felperesre nézve kedvezőbb napi átlagos példányszám alapján, mely apróhirdetési újság tekinthető piacvezetőnek. Amennyiben ennek alapján megállapítható, hogy a Magyar Bazár lapok, mint lapcsalád országosan piacvezető, valamint a Magyar Bazár lapok minden egyes régióban piacvezetők, akkor ez a körülmény a vizsgált magatartás megtévesztő jellegét lényegesen csekélyebb fokúvá teszi, a jogsértés súlyát és így a bírság összegét is lényegesen alacsonyabban kell meghatározni.

Az alperesnek emellett abban is állást kell foglalnia, hogy amennyiben a napi és időszakos lapok piacvezető jellege egymáshoz képest nem értelmezhető, akkor az önmagában „a

piacvezető apróhirdetési újság/lapcsalád" kifejezés a „napi” illetve „időszaki” megjelenésre utalás nélkül, mennyiben tekinthető a fogyasztók megtévesztésének.

A Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.062/2004/5-ös számú végzése a Fővárosi Bíróság ítéletét hatályon kívül helyezte és a bíróságot új eljárásra utasította. Álláspontja szerint az elsőfokú bíróság túlterjeszkedett a kereseti kérelmen, az ítélet tényállása hiányos, mert elengedhetetlen a jogvita elbírálásához szükséges események és tények rögzítése, az ezzel összefüggő bizonyítékokkal együtt. A felperesek emellett nem igazolták, hogy valóban piacvezetők, noha ennek bizonyítása őket terhelte. Különösen igaz ez arra tekintettel, hogy a jogsértés megállapítására irányuló rendelkezést nem vitatták felperesek.

Mindezért a Fővárosi Ítéltábla előírta, hogy az elsőfokú bíróságnak a megismételt eljárásban tisztáznia kell a pontos kereseti kérelmet és az ennek igazolására szolgáló bizonyítékokat. A felek által előterjesztett okiratokat ütköztetni kell a hatóság részéről tett megállapításokkal és ennek alapján hozható megalapozott döntés.

A felperes a megismételt eljárásban előadta, hogy keresetének 3. oldal 1 bekezdésében illetve az azt követő részekben vitatta azt, hogy valótlán alperes azon állítása, hogy ne lenne felperes piacvezető. Ha pedig alperes ezen megállapítása téves, akkor téves a jogsértés megállapítása is. Ezért téves az Ítéltábla álláspontja, hogy a jogsértés megállapítására irányuló rendelkezést ne vitatta volna felperes már a keresetében, különös tekintettel arra, hogy a kereseti állításokat tartalmuk szerint kell értékelni. Ezt felperes bizonyította is a Szonda-Ipsos által készített felméréssel országos szinten, regionálisan pedig az iratok közt lévő Vj-168/2002-es jelzésű üzleti titkot képező adatokra kíván hivatkozni. Titoktartási nyilatkozat letételét követően felperes megismerte ezen iratokat és e körben előadta, hogy a KOPPÁNY és a HUBA lapok esetében alperes sem vitatta a regionális piacelsőséget, míg az ÁLMOS annyiban piacvezető, hogy abban a legmagasabb a megjelent hirdetések száma. A TAS pedig helyes napi átlagos példányszám mellett számolva nagyobb példányszámú, mint az Express, és csak a Déli Apró példányszáma volt a TAS-nál nagyobb, azonban a Déli Apró az a felperesek lapja, így helyes az a felperesi állítás, hogy a Tas regionálisan piacvezető volt.

Utalt arra, hogy az alperesi határozat 5. oldal utolsó bekezdése a piacvezető fogalom értelmezésekor nem csak a példányszámból, hanem a hirdetések számát is figyelembe vette és azt állapította meg - tévesen -, hogy mindkét adat szerint a Koppány és Huba lapok nem piacvezetők regionálisan.

Továbbára is kérte azt, hogy a bíróság állapítsa meg a jogsértés hiányát, másodlagosan pedig mérsékelje a bíróságot, hisz a határozat által használtaktól eltérő adatok a jogsértés súlyán is változtatnak.

Az alperes továbbra is a felperes keresetének elutasítását kérte, perköltség igénye volt.

A bíróság a fenti tényállás alapján megállapította, hogy a felperesek keresete alaptalan.

A Tpv. 8. § (1) bek. szerint: „Tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. E törvény alkalmazásában fogyasztó: a megrendelő, a vevő és a felhasználó.

Ugyanezen szakasz (2) bek. a.) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak."

Ugyanezen törvény 9. §-a értelmében a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

A felek között nem volt vita abban, hogy egy lapcsaládról van szó, a közös tulajdonosi kör, szerkesztési elvek, forma stb. ezt megalapozzák. Ugyanakkor felperesek álláspontja szerint ezáltal országos terjesztésű és megjelenésű újságról beszélhetünk a médiatörvény definíciója alapján.

A bíróság ezen felperesi érveléssel szemben úgy látta, hogy az átlagos és racionálisan döntő fogyasztó, a mindennapi életben szokásos jelentése szerint a piacvezető kitélt, mind országos, mind az adott régió vonatkozásában érti, és ez az Álmos és Tas regionális változatok vonatkozásában alperes által megállapított tényállás szerint nem valós.

A hirdetni vágyó fogyasztó hirdetése feladásakor ugyan tudomást szerez az egyes lapok regionális jellegéről és arról, hogy mind regionálisan és mind országosan feladhatja hirdetését, azzal azonban nincs tisztában, hogy országosan a legnagyobb példányszámban, míg adott esetben az ő régiójában csak csekélyebb számú olvasóhoz jut el, és más lapokhoz képest alacsonyabb példányszámban jelenik meg hirdetése az általa inkább preferált régióban. Sőt a per tárgyát képező mondat éppen az ellenkezőjére enged következtetni, ezért az megtevesztő lehet, ha az adott régióban az újság piaci részesedése nem a legnagyobb az adott piaci szegmensen.

Ugyanez igaz a rádióhirdetésekre is. Az Álmos és Tas régióba tartozó rádióhallgató az ő környékén megjelenő Magyar Bazárt azonosítja a rádióban elhangzott állítások kapcsán, mely ezen lapokra alperesi megállapítás szerint nem valós információt közöl.

A felperesek médiatörvényre hivatkozásával kapcsolatban a bíróság a következőket kívánja leszögezni:

1. Lap és lapcsalád fogalma nem ugyanaz. A lapcsalád szóösszetételnek jogszabályi definíciója nincsen. Ugyanakkor a rendelkezésre álló iratokból megállapítható volt, hogy a Magyar Bazár lapok közötti tartalmi és egyéb eltérések nem technikai okokra vezethetők vissza (mint pl. országos napilapok pesti és vidéki kiadása), vagy nem bizonyos mellékletei tértek el az adott régió sajátos információs igényeire tekintettel, hanem az egyes regionális lapok beltartalmának döntő része. Az apróhirdetési újság, mint áru lényeges tulajdonsága, maga az apróhirdetés, ezek pedig az egyes lapokban eltérőek. Ha két áru lényeges, sőt legalapvetőbb tulajdonságában eltérnek egymástól, akkor az két külön árunak tekinthető. A médiatörvény nem lapcsaládok, hanem újság, lap vonatkozásában definiál fogalmakat, ami „lapcsaládokra” nem értelmezhető.
2. A becsatolt NKÖM lapnyilvántartásba való felvételtől rendelkező határozatok is egyértelműen alátámasztották, hogy különálló lapokról van szó.
3. A bíróság mindezekre is tekintettel egyetértett alperessel abban, hogy a Tpv. 8. §-ának vizsgálatakor a Tpv. szabályait kell alkalmazni az esetre, és nem lehet a sajtójogi szabályozás bizonyos meghatározásaira, vagy abból következő tényekre (nyilvántartásba vétel) alapozni a versenyhatósági megállapításokat.

Összességében megállapítható volt, hogy 2002 december 10-éig piacvezető újságként hirdették a lapokat, mind a fejlécen, mind az országos rádiókban, és ez kétséget kizáróan jogsértő volt, mivel nem egyetlen újságról van szó. A piacvezető lapcsalád kifejezés ugyan már kellően utal arra, hogy nem egy lapról van szó, amely piacvezető de a kifejezésnek igaznak kell lennie mind országosan, mind a régió vonatkozásában, mivel a fogyasztó azt az adott régió vonatkozásában is értheti.

A fentiekén túlmenően ugyanakkor vitatták felperesek azt is, hogy a piacvezető jelző az alperes által megállapított Álmos és Tas regionális lapok esetében ne lenne valós. A bíróság e körben felperes azon érvelését nem tudta elfogadni, hogy az érintett piacon nincsen más versenytárs. A bíróság álláspontja szerint aggálytalanul megállapítható - és alperes ezt helyesen állapította meg -, hogy az időszakai, napi, illetve országosan egyező tartalmú, illetve regionálisan különböző lapok (lapcsaládok) mind az egyes régiókban, mind országosan egymás versenytársai, mivel azok egymás - a Tpv. 14. §-a szerint értelmezés szerinti - helyettesítői, azok egymást a fogyasztó szemében ésszerűen helyettesítik.

A bíróság megállapította továbbá, hogy az Álmos és Tas regionális lapok az alperesi határozati megállapítással egyezően regionálisan valóban nem voltak a perbeli időszakban piacvezetők. Akkor állapítható meg, hogy e két lap piacvezető az adott régióban, ha az eladott (ilyen adat hiányában a nyomtatott) napi átlagos példányszám tekintetében elsőek. Az alperesi határozat 5. oldalának utolsó bekezdésében lévő megállapítás a Koppány és Huba egyébként is piacvezető lapokra vonatkozott és csak mint egy másodlagos szempont került megemlítre, tehát e két lap minden tekintetben piacvezető. A bíróság ehhez képest azt állapította meg, hogy a piacvezető kifejezés csak akkor használható ha a példányszám tekintetében piacvezető az adott újság, mert a hirdető szempontjából - jelen esetben pedig ő a releváns fogyasztó - a megjelent hirdetések száma nem lényeges tulajdonsága a felperesi árunak, hanem kizárólag az eladott példányszám, tehát az, hogy hány olvasóhoz jut el a hirdetése.

Ezért nem volt elfogadható felperesek azon érve, hogy az Álmos regionális lap ugyan példányszámát tekintve nem piacvezető, de a hirdetések száma szerint igen, mert ez továbbra sem változtat azon, hogy az Álmos regionális lap tekintetében megsértette a Tpv. 8. §-át felperesek, amikor azt piacvezetőnek, más szóval a legnagyobb példányszámú regionális

lapnak állította be akként, hogy a lapcsalád vonatkozásában piacvezető jelzöt használta, noha regionálisan az Álmos lap nem volt piacvezető.

A bíróság a Magyar Bazár Tas lap esetében pedig azért nem osztotta felperes álláspontját, mert a bíróság álláspontja szerint attól, hogy a Déli Apró ugyanazon tulajdonosi körhöz tartozik, mint piacvezető, nem jelenti azt, hogy felperesek nem tévesztették meg a fogyasztókat, amikor nem a Déli Apró című lapról tették meg a „piacvezető” állítást, hanem egy másik lapjukról a Magyar Bazár Tas-ról. Nyilvánvaló, hogy a hirdetni kívánó fogyasztó ha tudta volna, hogy a Déli Apró a piacvezető az adott régióban, akkor esetleg ebben a lapban hirdet és nem a Magyar Bazár Tas-ban.

Mindebből következik, hogy felperesek nem tudták bizonyítani a Vj-168/2002-es zártan kezelt adatokkal, hogy alperes álláspontja ne lenne helyes. Az a körülmény, hogy az alperes más számítási móddal jutott ugyanazon eredményre a megtévesztés súlyán lényegesen nem változtatott, ezért a bíróság mérséklésére sem volt lehetőség ezen az alapon.

A bíróság a Fővárosi Ítéltábla iránymutatására tekintettel rögzíti, hogy az elsőfokú bíróság az ügy eldöntéséhez szükséges minden tényt rögzített az ítéleti tényállásban, egyéb hiányosságot e körben nem észlelt. Az országos piac elsőség a Szonda-Ipsos felmérése alapján volt megállapítható, a Koppány és Huba lapok esetében az alperesi határozat is regionális piaci elsőséget rögzített, a Tas és az Álmos lapok esetében pedig a helyes összehasonlítható módon elvégzett felperesi számításokra (F/9/1 és 10-es irat) alapozta.

A bíróság megállapította továbbá, hogy a regionális jelző nélküli piacvezető kifejezés jogsértő voltának vizsgálatát előíró korábbi ítélet valóban túlterjeszkedett a kereseti kérelmen, ezt a hibát azonban a felperes keresetének elutasítására tekintettel az elsőfokú bíróság orvosolta.

Az alperes pernyertes lett, ennek megfelelően a bíróság a perköltségről és az illeték viseléséről a Pp. 78. § (1) bekezdés., valamint a 6/1986. (VL26.) IM rendelet 13. §(2) bek-e, és a 8/2002. (III.30.) IM rendelet 3. § (2) bek. alapján határozott, míg az illeték mértékéről az Itv. 43. § (3) bek. alapján döntött.

Budapest,2006. október 31.

Jogerős: 2006. december 6.