

Fővárosi Bíróság

3. K. 31. 265/2008/4

A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN !

A Fővárosi Bíróság a . Linea Directa Communications Kft. (.Budapest.) I. r., a Provea SA (Lausanne/Cheseaux) II. r. és az Edition Atlas SA (Lausanne/Cheseaux) III. r. felperesek által a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa (Budapest) alperes ellen versenyfelügyeleti ügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indított perében meghozta az alábbi

ÍTÉLETET:

A bíróság felperesek keresetét elutasítja.

Kötelezi a bíróság felpereseket, hogy az APEH illetékes Regionális Igazgatósága külön felhívására egyetemlegesen fizessenek meg 16.500,-Ft (azaz Tizenhatezer-ötszáz forint) eljárási illetéket.

Kötelezi a bíróság felpereseket, hogy 15 napon belül egyetemlegesen fizessenek meg alperesnek 50.000,-Ft + ÁFA (azaz Ötvenezer forint + ÁFA) perköltséget.

Az ítélet ellen a kézhezvételtől számított 15 napon belül a Fővárosi Bíróságnál 3 példányban előterjesztett, a Fővárosi Ítéletáblához címzett fellebbezéssel lehet élni.

INDOKOLÁS:

A perben a bíróság a következő tényállást állapította meg:

A Gazdasági Versenyhivatal panaszbeadvány alapján észlelte, hogy felperesek vélhetőleg a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást adnak bizonyos fehérneműk csomagküldés útján történő értékesítése során.

Az eljárást a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozóan folytatta le felperesek 2004. évtől folytatott tájékoztatási és értékesítési gyakorlatára kiterjedően.

A versenyfelügyeleti eljárás 2006. december 14-én indult meg a Linea Directa Communications Kft. (korábbi nevén: Linea Direct Marketing Kft.) magyar és a Provea S.A. svájci vállalkozás ellen, majd 2007. március 1-jén az eljárásba bevonásra került az Editions Atlas S.A. svájci vállalkozás is, és egyúttal az eljárása Tono fehérneműk és egyéb, az Editions Atlas S.A. által terjesztett kártyasorozatok csomagküldő értékesítésére is kiterjesztésre került.

I.r. felperes 2003. augusztus 13-án alakult hirdetési főtevékenységgel. I.r. felperes tevékenységi körébe tartozik még többek között a könyvkiadás, kisegítő nyomdai tevékenység adatfeldolgozás, adatbázis-tevékenység, on-line kiadás, csomagküldő kiskereskedelem.

I.r. felperes 2005. évi nettó árbevétele a 2005. évi egyszerűsített éves beszámoló szerint 192.883.000 Ft volt, 2006. évi nettó árbevétele a 2006. évi mérleg és eredmény szerint 448.466 Ft volt.

II.r. felperes a svájci székhelyű Editions Atlas SA leányvállalata, amely a DeAgostini SA olasz székhelyű társaság tulajdonában áll. II.r. felperes alsóneműk tervezésével, forgalmazásával és viszonteladásával, valamint csomagküldés keretében való értékesítésével foglalkozó társaság. Csomagküldő szolgáltatását 16 európai országban nyújtja. Magyarországon 2004. óta végez gazdasági tevékenységet.

II.r. felperes 2005. évi nettó árbevétele a Miriale fehérneműk magyarországi értékesítéséből 227.293.788 Ft, 2006. évben 213.253.075 Ft volt. A Tono fehérneműk magyarországi értékesítéséből (amelyet 2006. októberében kezdett meg) II.r. felperes 28.643.720 Ft árbevételt realizált

III.r. felperes svájci székhelyű, nemzetközi csomagküldő kereskedelmet bonyolító cég, amely a DeAgostini Atlas Elition B.V. Amsterdam holland székhelyű társaság tulajdonában áll. Postai úton értékesíti kártyasorozat termékeit közép-európai adminisztrációs és elosztó központja által Svájc, Ausztria, Németország, Svédország, Belgium, Hollandia, Cseh Köztársaság, Oroszország és Magyarország területén. Egyedül Oroszországban rendelkezik külön fiókteleppel.

II.r. és III.r. felperések tulajdonosa, a két társaság képviselőjét ellátó tisztségviselő személye azonos. A DeAgostini Group irányítása alatt nem áll olyan másik társaság, amelyik Magyarországon fejt ki gazdasági tevékenységet. A DeAgostini Group által értékesített termékeket harmadik személyek importálják és értékesítik Magyarországon, azonban ezek a társaságok nem állnak a DeAgostini Group irányítása alatt.

1999. évtől 2004. év végéig III.r. felperes az Atlasz Magyarország Kft.-n, mint magyarországi leányvállalatán keresztül végezte az ismeretterjesztő kártyasorozat csomagküldő értékesítését Magyarországon. Az Atlasz Magyarország Kft. 2005. óta gazdasági tevékenységet nem végez, az alapító 2005. december 30-án elhatározta a jogutód nélküli megszűnést. 2005. óta I.r. felperes látja el III.r. felperes részére a kártyasorozatok rendelkezésével kapcsolatos ügyfélszolgálatot, adatrögzítést, postafiókbérlést, stb.

III.r. felperes magyarországi 2005. évi nettó árbevétele 821.356.620,-Ft, 2006. évi árbevétele 655.028.630 Ft volt.

III.r. felperes a 2007. május 10-i nyilvántartása szerint 37,338 aktív magyarországi ügyféllel rendelkezik. 2006. évben 570.642 darab terméket szállított ki magyarországi vevőinek, amelyből 56.905 árucikk érkezett vissza. Tehát a nettó eladott termékszám 513.557 darab 416.536 euró értékben, ami (1 EURO = 250 Ft árfolyamon számolva) 104.134.000,-Ft-nak felel meg.

I.r. felperes az alábbi feladatokat látja el a II.r. felperes és közte létrejött szerződés alapján:

- postafiókbérlés, postai ügyintézés, - adatrögzítés, - a Provea SA részére postán érkezett adatok e-mailben való továbbítása a svájci székhelyre, - ügyfélszolgálat (levelek, faxok, e-mailek és telefonhívások megválaszolása), - egyéb marketing munkák, borítékrendelés, visszáru kezelés.

I.r. felperes a III.r. felperes és a közte létrejött szerződés alapján az alábbi tevékenységeket végzi:

- postafiókbérlés, postai ügyintézés, - adatrögzítés, - az Editions Atlas SA részére postán érkezett adatok e-mailban való továbbítása a svájci székhelyre, - ügyfélszolgálat (levelek megválaszolása, faxok, telefonhívások, e-mailek intézése), - egyéb marketing tevékenységek, borítékrendelés, visszáru kezelés.

II. r. felperes Miriale márkájú női és Tono márkájú férfi alsóneműk csomagküldés útján történő értékesítésével foglalkozik 2002 óta több európai országban.

Svájcban szerkesztett és kinyomtatott 4 oldalas szórólapok hivatottak a fogyasztók figyelmét a termékre irányítani. Magyarországon I. r. felperes a II.r. felperes által adott megbízás alapján - nagy példányszámú lapokban behúzással elhelyezi a szórólapokat, ezzel juttatja el azokat a lakosság jelentős részéhez.

A fogyasztók a szórólapról leválasztható megrendelő lapon adhatják le megrendeléseiket. A megrendelt termék kiszállításakor a megrendelő kap egy számlát, egy újabb tájékoztató levelet a Miriale ügyfelek számára nyújtott előnyökről, és egy újabb szórólapot.

I. r. felperes számos helyen, szórólapokon, interneten, telemarketinges és ügyfélszolgálaton, egyéb internétes reklámon keresztül, illetve ügyfeleknek eljuttatott prospektusokon, valamint telefonos marketingeken keresztül reklámozta a fenti árucikkeket.

Ezeken a reklámhordozókon számos alkalommal megjelentek az alábbi kijelentések:

- kivételesen alacsony áron,
- magas minőség verhetetlen áron,
- önnek nincs semmilyen vásárlási kötelezettsége kitétel, szabadon visszaküldheti bemutatkozó ajánlatunkat,
- bármikor lemondhatja,
- kiváló minőség alacsony áron,
- nincs további vásárlási kötelezettség, - teljes körű visszavételi jog,
- hét napom van arra, hogy eldöntsem megtartom-e az árut vagy visszaküldöm, - további vásárlási kötelezettségem nincs,
- rendszeresen kapok exkluzív ajánlatokat, amelyeket módomban áll visszautasítani, ha nem felelnek meg, -,
- bármikor eldönthetem, hogy kívánok-e továbbra is vevő maradni.

Az eljárás lefolytatását követően alperes a 2007. június 12. napján kelt, Vj-171/2006/53. sz. határozatával megállapította, hogy I.r. és II. r. felperesek a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsítottak, amikor 2004-től a Miriale és Tono márkájú fehérneművel kapcsolatban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adtak, valamint a fogyasztók választási szabadságát korlátozó olyan üzleti magatartást alkalmaztak, hogy a vásárolni nem kívánó címzettnek kell számára költséggel járó intézkedést tenni az általa meg sem rendelt csomagok küldésének leállítására érdekében.

Alperes megállapította továbbá, hogy I.r. és III.r. felperesek a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsítottak, amikor a kártyacsomagok teljes várható ára tekintetében nem adtak tájékoztatást, valamint a fogyasztók választási szabadságát korlátozó olyan üzleti magatartást alkalmaztak, hogy a vásárolni nem kívánó címzettnek kell számára költséggel járó intézkedést tenni az általa meg sem rendelt csomagok küldésének leállítására érdekében.

Alperes a jogsértő magatartás folytatását megtiltotta, illetve I.r. és II. r. felperessel szemben egyetemlegesen 7,500,000 forint, I. r. és III. r. felperessel szemben 3.000.000,-Ft bírságot szabott ki.

A határozat indokolása szerint az idézett, piacelsőbségre utaló kifejezések azt az üzenetet juttatták el a fogyasztók számára, hogy a szóban forgó fehérneműk megrendelésével rendkívüli lehetőségekhez jutnak, hiszen a kereskedelemben kínált legjobb minőségű terméket a legalacsonyabb áron vásárolhatják meg, ilyen jó minőségű termék ilyen kedvező áron nem szerezhető be másutt.

Alperes szerint ezen állítások objektíven nem megalapozottak. Felperesek ezen kijelentések objektivitását, fennállását nem bizonyították. Ugyanígy felperesek nem igazolták sem a minőségre, sem az ajánlatra, sem az árra vonatkozó állítások valóságát sem.

A II. r. felperes által a honlapján alkalmazott árfeltüntetési megtévesztésre alkalmas, az ártájékoztatás ugyanis két információból áll, feltüntetik a termék fizetendő árát, majd ezt követően zárójelben egy másik összeg szerepel. Az eredeti ár, illetve normál ár összehasonlítása a szórólapok része. II. r. felperes az eredeti, illetve normál áron nem árusítja,

és nyilatkozata szerint nem is árusította a terméket, ez pedig alkalmas lehet a fogyasztói döntések befolyásolására.

Ugyanígy felperesek nem bizonyították az alperes által kifogásolt többi állítások valóságtartalmát sem. A fogyasztó ugyanakkor az első tájékoztatás alapján nem tudja, hogy a csomag felbontásával elveszíti a neki megígért szabad elállási jogot.

Helytelenül értékelték felperesek azon körülményt, hogy a kártyacsomagok önmagukban is teljes árucikket képeznek, a fogyasztónak meg kell adni a tájékoztatást, ami egy gyűjtemény jellegű áru lényeges tulajdonosságainak a megítéléséhez szükséges. Az egyes kártyacsomagok összetételük folytán csak korlátozottan használhatók. Felperesek tehát az árak és a minőség vonatkozásában olyan piacelsőségi állításokat tettek, amelyeket nem tudtak igazolni, ezért nem tekinthetők valóságosnak.

Jogsértő ugyanakkor II. r. felperes azon gyakorlata, hogy megrendelés nélkül árut küld, illetve olyan körülményeket teremt, hogy a vásárolni nem kívánó címzettnek kell intézkedést tenni az általa meg sem rendelt csomagok küldésének leállítására érdekében, ugyanis ha ezt nem tenné, fizetési felszólításokat kapna.

A jogsértés megállapítását követően alperes a súlyosbító és enyhítő körülményeket mérlegelve döntött a bírság kiszabásáról.

A határozat ellen felperesek kereseti kérelmet terjesztettek elő, amelyben kérték a határozat megváltoztatását úgy, hogy a kiszabott 7,5 millió forint összegű bírságot a bíróság mérsékelje 3 millió forintra, miután a jogsérelem súlya nem indokolja ekkora összegű bírság kiszabását. II.r. és III. felperesek vonatkozásában kérték, hogy a bíróság állapítsa meg, hogy nem valósult meg jogsértés, így velük szemben az eljárás megszüntetését kérték, valamint a bírság összegének visszafizetését.

A keresetlevél indokolása szerint a felperesi gyakorlatban előfordulhattak Magyarországon olyan egyszerű emberi mulasztások, nyomtatási vagy fordítási hibák, amelyek szinte elkerülhetetlenek egy szervezet felépítésének során. Ezeket a hibákat nem abból a célból ejtették felperesek, hogy a fogyasztónak kényelmetlenséget okozzanak, vagy megtévesszék

őket. Felperesek nem vitatták azt, hogy bizonyos kifejezéseknek mása magyar nyelvterületen a tényleges tartalma, illetve jelentése, mint más országokban. Nem vitatták azt sem, hogy az az egyik általuk üzemeltetett honlapon egy ideig megjelent téves információ.

Felperesek hivatkoztak arra, hogy a felperesi gyakorlat az Európai Unió számos tagországában kiállta a törvényesség próbáját. Hivatkoztak felperesek arra, hogy nem küldtek megrendelés nélkül árut a fogyasztóknak. II. r. felperes és a fogyasztó közötti jogviszony a fogyasztó általi első megrendeléssel megkezdődött.

A visszavételi határidő vonatkozásában hivatkoztak felperesek a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség 2005. május 31. napján kelt levelére, amelyet fordítás miatt úgy vettek figyelembe, hogy az csak 7 munkanapra vonatkozik.

Felperesek hivatkoztak a kommunikáció nehézségére vonatkozó alperesi felvetés körében arra, hogy II. r. felperes 2006-ban 223.856 db küldeményt adott fel, amelyből 44.263 tétel érkezett vissza.

Felperesek szerint ez azt igazolja, hogy a fogyasztók megérthették a felajánlott visszaküldési eljárást és szabadon élhettek vele.

Felperesek szerint alperes tévesen határozta meg a releváns piacot is. Fehérnemű piac, mint ilyen felperesek szerint nem létezik, hiszen azt nem csupán az ár és a termék jellege szabdalja, hanem az eladás módszere is.

II. r. felperes nem versenytársa a bolti kiskereskedőknek. Releváns piac felperesek szerint kizárólag a fehérnemű csomagküldő kiskereskedelem, mint gyökeresen eltérő módszer útján való értékesítés. Hivatkoztak felperesek arra, hogy a fogyasztói fórumokról idézett vélemények nem mérvadóak, hiszen akik elégedettek nem írnak oda, másrészt pedig a név nélkül megírt panaszok megalapozatlanok és irrelevánsak.

A kártyacsomagok esetében sem történt megtévesztés, azok jellege, illetve a kommunikáció, illetve a fogyasztók tájékoztatása megfelelő volt.

Alperes a kereset elutasítását kérte arra hivatkozva, hogy a határozat megalapozott és jogszerű, alperes fenntartotta a határozatban foglaltakat.

A kereset nem alapos.

A Tpv. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni.

A Tpv. 8. § (2) bekezdés a.) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen ha az áru ára, lényeges tulajdonsága, így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása, vagy módja tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas áru jelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A Tpv. 9. §-a szerint 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 17/1999. (II. 05.) Korm. rendelet (a távollévők között kötött szerződésekről) 2. § (1) bekezdése szerint az értékesítő a szerződés megkötése előtt kellő időben köteles a fogyasztót tájékoztatni

- a) az értékesítő cég nevééről, székhelyéről, lakóhelyéről, a külön jogszabályban meghatározott nyilvántartásba vételi számáról, adószámáról és telefonszámáról,
- b) a szerződés tárgyának lényeges tulajdonságairól,
- c) az ellenszolgáltatásról, beleértve az ellenszolgáltatáshoz kapcsolódó egyéb fizetési kötelezettséget is,
- d) szükség szerint a szállítás költségéről,
- e) a fizetés, a szállítás vagy a teljesítés egyéb feltételeiről, f) az elállás jogáról,
- g) a távközlő eszköz használatának díjáról, ha azt az alapdíjtól eltérően állapítják meg, h) az ajánlati kötöttség idejéről,
- i) a szerződés legrövidebb időtartamáról olyan esetben, amikor a szerződésben foglalt teljesítésére folyamatosan vagy ismétlődően került sor.

A 2. § (2) bekezdése szerint az értékesítő az (1) bekezdés szerinti tájékoztatási kötelezettségnek egyértelműen, közérthetően és pontosan, az igénybe vett távközlő eszköznek megfelelő módon köteles eleget tenni.

A 3. § (1) bekezdése alapján az értékesítő köteles a fogyasztót a szerződés megkötése előtt kellő időben, de legkésőbb a szerződés megkötésekor a 2. § (1) bekezdésének a-f) pontjában foglaltakról írásbeli tájékoztatóval, vagy más, a szóbeli tájékoztatást megerősítő dokumentummal ellátni.

A 3. § (Z) bekezdése szerint az írásbeli tájékoztatónak az (1) bekezdésében előírtakon felül tartalmaznia kell;

- a) a 4. § szerinti elállási jog gyakorlásának feltételeit, módját és következményeit, ideértve a 4. § (5) bekezdésében, a 6. §-ban és a 7. § (3) bekezdésében foglaltakat, továbbá azt az esetet is, amikor a fogyasztót az 5. § alapján az elállás joga nem illeti meg,
- b) az értékesítő azon telephelye (fiókja, vagy egyéb szervezeti egysége) címét, ahol a fogyasztó kifogásait érvényesítheti, -
- c) a szavatosság, illetve a jótállás feltételeit, valamint a teljesítést követően igénybe vehető kiegészítő szolgáltatás (alkatrészellátást, javító szolgálat) biztosítását,
- d) a szerződés megszüntetésének lehetőségét, ha az határozatlan időre szól; vagy tartalma az egy évet meghaladja.

A 4. § szerint a fogyasztó a szerződéstől 8 munkanapon belül indokolás nélkül elállhat.

A 8. § (1) bekezdése szerint az értékesítő nem követelhet a fogyasztótól ellenszolgáltatást, ha olyan árut értékesít, illetve olyan szolgáltatást nyújt, amely korábban a fogyasztó nem rendelt.

A 8. § (2) bekezdés szerint a fogyasztó nyilatkozatának elmulasztása esetén sem lehet vélelmezni az értékesítő ajánlatának hallgatólagos elfogadását.

A 10. § alapján az értékesítőt terheli annak bizonyítása, hogy a rendeletben meghatározott tájékoztatási kötelezettségének eleget tett, a határidők betartására vonatkozó előírásokat megtartotta, valamint a fogyasztó 9. §-ban előírt hozzájárulását megszerezte.

A 11. § (2) bekezdése szerint a rendeletben foglaltaktól csak a fogyasztó javára lehet eltérni.

A felperesek által vitatott, az alperes által kifogásolt, jogsértőnek tartott állítások:

- kivételesen alacsony, verhetetlen ár,
- a fogyasztónak nincs semmilyen vásárlási kötelezettsége, szabadon visszaküldheti a bemutatkozó ajánlatot,
- a rendelést bármikor lemondhatja, - kiváló minőség alacsony áron,

- nincs további vásárlási kötelezettség, - teljes körű visszavételi jog,
- hét nap biztosítása arra, hogy a fogyasztó eldönthesse, megtartja-e az árut vagy visszaküldi,
- további vásárlási kötelezettség nincs,
- a rendszeresen kapott exkluzív ajánlatokat a fogyasztó visszautasíthatja, ha nem felelnek meg; - bármikor eldöntheti a fogyasztó, hogy kíván-e továbbra is vevő maradni.

Felperesek semmilyen módon nem bizonyították azon állításukat, amelyek a legjobb minőségre, a legjobb, illetve a verhetetlen árra vonatkoztak.

Ezek a jelzők a szavak köznapi jelentése alapján egyértelműen azt jelentik, hogy az adott piacon, ami a fehérnemű piac, felperesek terméke minden más terméknél jobb, illetve legalacsonyabb áron vehető meg.

Teljesen közömbös a felperesi jogsértés megítélése szempontjából azon körülmény, amire felperesek is hivatkoztak, hogy bizonyos országokban más ugyanazon szavak jelentéstartalma, illetve más jelentést tulajdonítanak bizonyos kifejezéseknek a fogyasztók, illetve hogy a felperesi gyakorlat más országban nem esett kifogás alá a hatóságok részéről.

Alperesnek a magyar jogszabályok és jogalkalmazói gyakorlat, illetve értelmezés alapján kellett elbírálnia a felperesi magatartást, illetve a szavak magyar jelentése szerinti tartalmat kellett alapul vennie.

Természetesen ugyancsak közömbös a jogsértés szempontjából a felperesek által hivatkozott egyszerű emberi mulasztások, nyomtatási vagy fordítási hibák közrehatása a jogsértésben, hiszen ezek kiküszöbölése egyértelműen felperesek feladata és kötelezettsége.

Felperesek hivatkozása a köztük és a fogyasztók között létrejött tartós jogviszonyra. ("további ajánlatokat fogok kapni, amelyeket visszautasíthatok, ha nem felel meg")

Helytállóan hivatkozott e körben alperes arra, hogy a magyar jog szerint különbség van az ajánlat és a teljesítés között.

A fenti szöveg nem minősül megfelelő és korrekt tájékoztatásnak, és nem jogosítja fel felpereseket újabb csomag küldésére, ami pedig már a Kormányrendeletbe ütköző kéretlen teljesítésnek minősül. A bemutatkozó ajánlat elfogadása nem hosszú távú jogviszonyt hozott létre a felek között, hanem egy egyszeri kapcsolatot, ami a csomag megküldésével le is zárul.

A tájékoztatásokban zárójelben szerepeltetett "normál" áron, illetőleg "piaci értéken", "rendelési áron" II. r. felperes korábban soha nem értékesített fehérneműt.

A korábbi versenyjogi gyakorlat alapján leszögezhető, hogy jogsértőnek minősül az, ha a vállalkozás a szórólapján feltüntet egy magasabb és egy kedvezményesebb árat, úgy hogy a magasabb árat korábban nem alkalmazták, és ez azzal a megtévesztéssel járhat együtt, hogy az értéként, illetve a kedvezőbb árként feltüntetett összegre azt gondolhatja a fogyasztó, hogy a bolti árusítás során egy értékesebb árut olcsóbban tud beszerezni. Felperesek ennek megjelölése során rendszeresen keverve, a fogyasztók megtévesztésére alkalmasan használták azt, hogy ténylegesen mennyi az áru tényleges, illetve a felperesek által megadott értéke. Az a körülmény, hogy a tájékoztatások zárójelben soha nem alkalmazott, sehol nem érvényesülő magasabb értéket is megjelenítettek, a fogyasztó szemében árkedvezménynek tűnhetett. Az árkedvezmény adása olyan gyakran alkalmazott kereskedelmi módszerré vált, hogyha egymás mellett szerepel két összeg, amelyből a kisebbiket kell megfizetni, akkor a fogyasztók egy nem elhanyagolható része automatikusan azt gondolja, hogy kedvezményt kap.

A kommunikáció így megtévesztő jellegű volt és tisztességtelen, mivel a feltüntetett kedvezmény viszonyítási alapja egy a gyakorlatban soha nem alkalmazott kalkulált, fiktív ár volt.

II. r. felperes a fogyasztók számára az elállási jogot nem korlátlanul, hanem csak bizonyos feltételek fennállása esetén biztosítja.

Helytállóan állapította meg a jogsértést a felperes abban az esetben is, amikor kiderült, hogy visszaküldés esetén csak akkor fogják sztomírozni a felperesek a számlát, ha a fogyasztó a szállítmányt 10 napon belül eredeti, bontatlan állapotában küldte vissza.

A fogyasztó az első tájékoztatás alapján ugyanakkor nem tudja, hogy a csomag felbontásával elveszíti a neki megígért szabad elállási jogot.

A nem tájékoztatott fogyasztó normális reakciója, hogy a csomag átvételét követően azonnal kibontja azt, megismeri, majd felpróbálja a terméket és csak azt követően olvassa el a csatolt írásos anyagokat.

Teljesen irreális és életszerűden az a felperesi elvárás, hogy a fogyasztónak bontatlan állapotban kell visszaküldeni az árut, hiszen így a fogyasztó egyáltalán nem tud meggyőződni arról, hogy felperes a reklámokban foglalt ígéreteknek, illetve állításoknak megfelelő módon teljesített-e. Ugyanakkor, ha erről a fogyasztó meggyőződik, elveszíti az elállás jogát.

Ezzel felperesek megtévesztik a fogyasztókat, mert az elállási jog nincs teljes körűen és korlátlanul biztosítva.

Ha valaki csak az első kártyacsomagot akarja megkapni, akkor nem érvényesül a kedvezményes ár. Helytálló volt alperes megállapítása a kártyacsomagokra nézve is, hiszen egy olyan sorozatról, egy olyan kollekciónak van szó, amelyek nyilvánvalóan egymásra épülő ismeretanyagot feltételeznek. Az egyes részek összefüggenek egymással, ez a tematizálásból egyértelműen következik.

A deduktív szillogizmus alkalmazásával egyértelműen megállapítható, hogy teljes körűen felhasználható, használati értékkel rendelkező árut akkor kap csak a fogyasztó, ha a teljes kártyasorozatot birtokba veszi, illetve megkapja. Amennyiben a fogyasztó a gyűjtést abbahagyja, úgy az nem fog teljes kollekciónak képezni, nem ad teljes körű áttekintést a témáról.

Helytálló volt azon alperesi megállapítás, hogy előzetesen a fogyasztónak meg kell adni azt a tájékoztatást, ami egy gyűjtemény jellegű áru lényeges tulajdonságainak megítéléséhez szükséges. Amennyiben a fogyasztóknak szóló kommunikáció csak azt közli, hogy egy gyűjteményjellegű termék első csomagját megrendelheti, de nem közli a teljes gyűjtemény árát, a teljes csomagok darabszámát, sem a körülbelüli időtartamot, amely alatt a teljes gyűjtemény beszerezhető, valamint többnyire nem ismerhető meg előzetesen az összes témakör sem, amelyet a teljes gyűjtemény felölel, a tájékoztatás alkalmas a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolására.

Az egyes kártyacsomagok összetételük folytán csak korlátozottan, vagy egyáltalán nem használhatók, mert csak ízelítőt adnak, ugyanis a kártyák keverve érkeznek az egyes témakörökből, így nemcsak egymás mellé illeszthetők, hanem egymásra épülő ismereteket is közölnek. Hiába illeti meg az a jog a fogyasztót; hogy menet közben felhagyhat a gyűjtéssel, az ésszerűség azt diktálja, hogy az egyes témakörök csak akkor ismerhetőek meg számára teljes körűen, ha az egész gyűjteményt megrendeli. Mivel az egyes kártyacsomagok nem tematikus sorrendben kerülnek megküldésre, hanem különböző témákból keverve kerülnek összeállításra, ez arra ösztönzi a fogyasztót, hogy minél tovább folytassa a gyűjtést és esetleg a lemondás jogával minél később éljen, ami pedig tisztességtelen befolyásolást jelent.

Mindezek alapján - a fentiekkel kiegészítve az alperesi határozatot - a bíróság megállapította, hogy alperes a tényállást megfelelő módon és a szükséges mértékben feltárta, abból okszerű következtetések révén döntött, majd a jogsértés megállapítását követően, figyelembe véve az előzményeket, illetve az eset összes körülményeit, megfelelő módon döntött a kiszabott bírság összegéről, amely arányos az elkövetett jogsértéssel és megfelel a generális és speciális prevenció céljainak.

Az illetékre és a perköltségre vonatkozó rendelkezés a Pp. 78. § (1) bekezdésén, az 1990. évi XCIII. tv. 43. § (3) bekezdésén, illetve a 32/2003: (VIII. 22.) IM. rendelet 3. § (3) bekezdésén alapul.

Budapest, 2009. március hó 19. napján.

Jogerős: 2009. május 8.