

## **Fővárosi Ítéltábla**

2. Kf. 27. 002/2009/5. szám

### **MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN!**

A Fővárosi Ítéltábla a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest, hivatkozási szám: Vj-176/2007.) alperes ellen versenyügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indított perében a Fővárosi Bíróság 2008. évi október hó 21. napján kelt 2.K.32.014/2008/3. számú ítélete ellen a felperes által 4. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott helyen 2009. évi május hó 27. napján megtartott nyilvános tárgyalás alapján meghozta a következő

ítéletet:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyja.

Kötelezi a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 20.000 (azaz húszezer) forint másodfokú perköltséget, valamint az államnak - az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására - 24.000 (azaz huszonnégyezer) forint fellebbezési illetéket.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

### **Indokolás**

A felperes 2007. június hó 1-jén vezette be a 3G-HSDPA mobil internet szolgáltatását, 2007. szeptember 1-jétől pedig "Internet szabadon" elnevezéssel akciót tartott. Mindkettőhöz külön-külön reklámkampány kapcsolódott. A reklámkampányokkal összefüggésben az alperes 2007. október 29. napján versenyfelügyeleti eljárást indított, és a 2008. április 3. napján kelt Vj-176/2007/24. számú határozatában megállapította, hogy a felperes a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított a reklámkampányokban alkalmazott egyes reklámjai során, ezért 5.000.000 forint bírsággal sújtotta. A határozat indokolásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII.

törvény (a továbbiakban Tpt.) 8.§-ának (1) és (2) bekezdése alapján leszögezte, hogy a fogyasztók felé irányuló minden tájékoztatással szemben követelmény, hogy ne adjon irreális képet az adott termékről. A reklámnak önmagában, minden további információ megismerése nélkül kell hitelesnek, igaznak és pontosnak lennie. A tájékoztatás akkor is jogsértő, ha utóbb mód van a teljeskörű valós információk megismerésére. A fogyasztótól ugyanis nem várható el, hogy megkérdőjelezze a közzétett tájékoztatás valóságnak való megfelelését. Hangsúlyozta, hogy a tisztességtelen befolyásolásra alkalmas tájékoztatás tiltott, a jogsértés pedig a jogsértő információk közreadásával megvalósul. Kiemelte, hogy a versenyjogi értékelés kiindulópontja a reklámmal közvetített hangsúlyosan megjelenő üzenet. Egy formailag háttérbe szorított közlés, egy csillagozott megoldás nem képes ellensúlyozni, illetve kiegészíteni a reklám által kiemelten közölt üzenetet.

A 2007. június 1-jén kezdődő reklámkampánnyal összefüggésben megállapította, hogy egy mobil internet szolgáltatási termék lényeges tulajdonságának minősül a hűségnyilatkozat megkövetelése. A villamoson elhelyezett járműreklámok azonban nem tájékoztatták a fogyasztókat arról, hogy a szolgáltatás igénybevételének feltétele a két évre szóló hűségnyilatkozat megtétele is. Megállapította még, hogy a kínált termékkel kapcsolatban a felperes jogosult az előfizetést a Vodafone Internet SG tarifacsomagra átváltani és számlázni, ha az előfizető fájlcsere-alkalmazást használ, és a tárgyhavi forgalma meghaladja az 5 Gigabájtot. Annak ellenére, hogy ez is a szolgáltatás lényeges tulajdonsága, erről a televíziós (televíziós vásárláshelyi) reklámok és a villamoson elhelyezett járműreklámok nem adtak tájékoztatást, az óriásplakátok és a citylight (strandtábla) pedig azt nem észlelhető módon közölte. Rögzítette még, hogy a szolgáltatás igénybevételének egyik lényeges korlátja, hogy az nem vehető igénybe a felperes teljes mobilhálózatában, csak azokon a helyeken, amelyek lefedettséggel rendelkeznek. Erről azonban a televíziós (televíziós vásárláshelyi) reklámok nem tartalmaztak tájékoztatást.

A 2007. szeptember 1-jén kezdődő reklámkampány vonatkozásában megállapította, hogy a felperes citylight plakátja a reklám formai kivitelezéséből adódóan ténylegesen nem tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy a szolgáltatás igénybevételének feltétele a két évre szóló hűségnyilatkozat megtétele is. A road show böggrén, mint önálló reklámhordozón megjelentetett tájékoztatás korlátlan adatforgalmat ígért, és nem adott tájékoztatást arról a lényeges tulajdonságról, hogy a fogyasztó az extrém használat miatt a kedvezményt elveszíti. Megállapította még, hogy a televíziós reklám és a balusztrád arról adott

tájékoztatást, hogy a szélessávú internet bárhol elérhető a felperes szolgáltatásának igénybevétele esetén, noha a szolgáltatás csak a szélessávú mobil internet lefedettségű területeken vehető igénybe. A fenti magatartásaival a felperes a két reklámkampány során megsértette a Tpv. 8.§-ának (2) bekezdés a) pontját. Az alperes kifejtette még, hogy a 2005/29/EK Irányelv (a továbbiakban: Irányelv) nem releváns, azonban az Irányelv szerint is megtevesztő az olyan kereskedelmi gyakorlat, amely elmulasztja a fogyasztó számára szükséges és lényeges információ közlését. Az alperes a bíróság kiszabása során a Tpv. 78. §-ának (1) és (3) bekezdéseire utalással rögzítette, hogy figyelemmel volt a jogsértő tájékoztatások megjelentetésével kapcsolatban felmerült költségekre, a felperes piaci helyzetére, a tájékoztatásokkal elért nagy fogyasztói körre és a jogsértéssel érintett időszak hosszára. Enyhítő körülményként értékelte, hogy a fogyasztó számára a szerződés megkötését megelőzően ismertté válhattak a szerződési feltételelv, hogy a felperes a televíziós reklámok vonatkozásában elismerte a jogsértést, továbbá, hogy a road showbőgrén megjelentetett reklám egy bővebb tájékoztatást tartalmazó szórólappal együtt jutott el a fogyasztóhoz. Az extrém használatlalt kapcsolatban megállapított jogsértés miatt bíróságot nem szabott ki, mert az adatforgalmi korlát ténylegesen csak a fogyasztók kis részét érintette. A Tpv. 75.§-ában foglaltak alkalmazására nem látott lehetőséget, mert a vizsgált magatartások versenyjogi megítélése egyértelmű volt, a felperes magatartása a már kikristályosodott elvárásokba ütközött. A felperes vállalására vonatkozó nyilatkozatát azonban bíróságsökkentő tényezőként vette figyelembe. Súlyosító körülményként értékelte azt, hogy az elmúlt években a felperes már több alkalommal tanúsított fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást.

A határozat felülvizsgálata iránti keresetében a felperes a határozat hatályon kívül helyezését, másodlagosan annak megváltoztatásával a bíróság mellőzését vagy mérséklését kérte. Előadta, hogy valamennyi szolgáltató másfél évtizede egységes gyakorlatot folytat a hűségnyilatkozatok tekintetében, erről a fogyasztók tudnak, így a hűségnyilatkozat a reklámozott szolgáltatásnak nem lényeges tulajdonsága. Azzal is érvelt, hogy a kampány során három nap kipróbálást biztosítottak a fogyasztók részére. Állította, hogy a tájékoztatásokon az apró betűs részek is teljes értékűek, az alperesi álláspont elfogadása azt eredményezné, hogy óriásplakáton csak figyelemfelhívó reklám lenne elhelyezhető. Előadta, hogy az Irányelv a Tpv. 8. §-ának értelmezése során-nem hagyható figyelmen kívül. Álláspontja szerint nem megtevesztő az olyan tájékoztatás, amelynek eredményeként előfizetői jogviszony nem jön létre. Kifogásolta, hogy az alperes nem vette figyelembe a

tájékoztatásokból kimaradt információk fogyasztókhöz való eljuttatása érdekében tett intézkedéseit, így a részvételi feltételek átadását, a kipróbálás lehetőségét, illetve a honlapon adott információkat. Álláspontja szerint a road show-bögre nem minősül reklámhordozónak, az a hozzátartozó szórólaptól nem választható el. Sérelmezte, hogy az alperes nem értékelte enyhítő körülményként azt, hogy nem volt célja a fogyasztók megtévesztése, továbbá, hogy a földrajzi lefedettség webes felületen elérhető volt, a road show bögre szórólapokkal együtt és csekély számban jutott csak el a fogyasztókhöz, valamint azt, hogy a reklámkampány alatt telefonos, internetes és ügyfélszolgálati információs rendszer is működött; illetve, hogy a kipróbálási időszakra vonatkozó korlátok nem befolyásolták sok fogyasztó döntését. Álláspontja szerint bírságsökkentő tényező az is, hogy a 2004-2007. közötti időszakban a mobil szolgáltatókkal szemben kiszabott összes bírságnak kevesebb, mint 10%-a vonatkozott rá továbbá, hogy a Tpv. rendelkezései nem kidolgozottak és, hogy vállalta azt, hogy az adatforgalmi korlátra és a hűségnyilatkozatra vonatkozó tájékoztatását összhangba hozza a jogszabályokkal. Kifogásolta még, hogy az alperes nem értékelte, hogy sérült-e a verseny.

Az alperes a kereset elutasítását kérve fenntartotta a határozatban foglalt indokait.

Az elsőfokú bíróság a felperes keresetét elutasította. Megállapította, hogy az alperes által jogsértőnek minősített reklámok mindegyike tájékoztató reklám volt. A felperesnek ezért minden reklámozott szolgáltatás valamennyi lényeges tulajdonságát meg kellett volna jelenítenie a fogyasztók felé irányuló tájékoztatásaiban: Leszögezte, hogy a közzétett tájékoztatások olyan telekommunikációs-, marketing- és jogi ismerettel nem rendelkező fogyasztóknak is szóltak, akik számára nem nyilvánvaló az, hogy bármely kedvezményes tarifacsomag igénybevétele hűségnyilatkozat aláírásához kötött. A road show bögrét önálló reklámhordozónak ítélte, ezért az azon megjelenített közlést a versenyjogsértés szempontjából önállóan kell értékelni. Ennél fogva helyesnek tartotta azt, hogy a szélesebb körű információt tartalmazó szórólap átadása a bírság kiszabása során értékelhető csak. Az Irányelv 19. Cikke alapján arra a következtetésre jutott, hogy a reklámkampányok értékelésekor az alperesnek az Irányelvet nem kellett figyelembe vennie. A bírság összegét meghatározó enyhítő és súlyosító körülményeket okszerűnek minősítette, a felperes által hivatkozott enyhítő körülmények egyikét sem tartotta olyannak, amely az alperes által elvégzett mérlegelés eredményét, akár önmagában, akár más szempontokkal egybevetve befolyásolhatná. Rámutatott arra, hogy a felperesnek nem azt kellett bizonyítania, hogy létezhetnek további olyan mérlegelési szempontok, amelyek a határozatban nem kerültek

nevesítésre, hanem azt, hogy az alperes által figyelembe vett körülmények a megállapított tényálláshoz viszonyítva inadekvátak, illetve okszerűtlenek voltak. Önmagában a bírságszabás körében figyelembe vett katalógus további elemmel való bővítése nem bizonyítja azt, hogy az alperes jogszabályt sértett. A kipróbálási időszakra vonatkozó adatforgalmi korlátozással kapcsolatos felperesi hivatkozással szemben rámutatott arra, hogy ezek nem eredményeztek bírságot. Megjegyezte, hogy a Tpvt. 78.§-ának (3) bekezdésében felsorolt mérlegelési szempontok nem alkotnak taxációt, ezért nem jogszabálysértő az, hogy az alperes a határozatában ezek mindegyikét nem elemezte részletesen. Leszögezte, hogy a bírság összege annyira csekély, hogy a jogsértő tájékoztatások piacra gyakorolt hatásának matematikai, közgazdasági elemzése szükségtelen volt. Mivel pedig a felperes nem indokolta a Tpvt. 75.§-ának alkalmazhatóságát, ezért a bírság szankció alkalmazása indokolt volt.

A felperes fellebbezésében az ítélet hatályon kívül helyezését, másodlagosan annak megváltoztatását kérte úgy, hogy a másodfokú bíróság az alperes határozatát helyezze hatályon kívül, vagy változtassa meg és a marasztalást részben vagy egészben mellőzze vagy mérsékelje. Harmadlagosan az ítélet hatályon kívül helyezése mellett az elsőfokú bíróságnak a per újabb tárgyalására és újabb határozat hozatalára utasítását kérte. Kérte a közigazgatási eljárásban, és az elsőfokú eljárásban előadottak értékelését is. Állította, hogy az Irányelv 2005. óta már ismert volt, ezért azt az alperesnek is indokolt lett volna figyelembe venni. Álláspontja szerint sem az alperes, sem az elsőfokú bíróság nem értékelt megfelelően a fogyasztók általános ismereteinek és a piac sajátosságainak változását. Magyarországon 100% fölötti a mobiltelefon ellátottság, a fogyasztók 1995. óta kötnek előfizetői szerződéseket hűségnyilatkozattal, élnek a mobil internethez kapcsolódó három napos kipróbálási lehetőséggel, és nem a szórólappal együtt ajándékba kapott bögrére írtak alapján kötnek előfizetői szerződéseket. Hangsúlyozta még, hogy a Tpvt. 78.§-ának (3) bekezdése alapján a jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg. Az alperes és az elsőfokú bíróság ennek meghatározására viszont még csak kísérletet sem tett.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítélet helybenhagyását kérte. A határozatban foglaltak fenntartása mellett a Fővárosi Ítéletábrla eseti döntéseire is hivatkozással hangsúlyozta, hogy az Irányelv alapján is jogsértő a felperes reklámozása. A bírságszabás körében előadta, hogy a Tpvt. 8.§-a kapcsán a felperes előtt ismert, világos, következetes gyakorlat alakult ki. Az előző években pedig a felperes több alkalommal is

tanúsította Tpv. III. fejezetébe ütköző magatartást. A felperes nettó árbevételéhez képest a kiszabott bírság mértéke szimbolikus nagyságrendű, a jogsértő reklámok megjelentetésével összefüggésben felmerült költségekhez képest is igen csekély mértékű.

A felperes fellebbezése nem alapos.

A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 235.§-ának (1) bekezdése értelmében a fellebbezőnek meg kell jelölnie, hogy a támadott elsőfokú ítélet mely okból tartja sérelmesnek. A Fővárosi Ítéltábla megállapította, hogy a felperes a fellebbezésében lényegében a közigazgatási eljárásban és az elsőfokú bíróság előtt előadott érveinek értékelését kérte, azok megismétlésén túl egyéb tényre, bizonyítékra nem hivatkozott, újabb jogi indokot nem hozott fel.

A másodfokú bíróság megítélése szerint az elsőfokú bíróság a rendelkezésre álló peradatokból okszerű következtetésre jutott a Tpv. 8.§-ának (2) bekezdés a) pontjába ütköző jogsértés megállapítása tekintetében. A bizonyítékoknak a Pp. 206.§-ának (1) bekezdése szerinti helyes - egyenként és összességükben való - értékelésével és meggyőződése szerinti elbírálásával állapította meg a tényállást. Helytállóan állapította meg azt is, hogy az alperes a bíróság alkalmazása és annak mértékének meghatározása során is jogszerűen járt el. Ítéletét a kereseti kérelem és a felperesi előadás minden részletére is kiterjedően alaposan, logikus érvrendszer mentén megindokolta, a felperes által állított valamennyi anyagi- és eljárási jogszabálysértéssel összefüggésben kifejtette jogi álláspontját. A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéleti indokolásával maradéktalanul egyetért, ezért azt - figyelemmel arra, hogy a felperes újdonságot nem adott elő - megismételni szükségtelen. A felperes visszatérő érvei alapján a másodfokú bíróság a következőket hangsúlyozza.

A gazdasági reklám célja a vásárlók ösztönzése, meghatározott termék, illetve szolgáltatás vásárlására való buzdítása. Ennek elérése érdekében elsősorban a reklámozott áru vagy szolgáltatás előnyeit hangsúlyozzák. A piac szereplői szabadon határozzák meg, hogy a termékeiket minként népszerűsítik. Arról is maguk döntenek, hogy a fogyasztók érdeklődését milyen reklámkampánnyal igyekeznek felkelteni. Szabad elhatározásukat azonban a Tpv. III. fejezetének rendelkezései korlátozzák; a gazdasági verseny védelme céljából tilos a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása. Ennek megfelelően minden - bármilyen formában és terjedelemben is közzétett - reklámnak valamennyi olyan lényeges információt

tartalmaznia kell, amely a fogyasztó számára, megfontolt vásárlói döntése meghozatalához szükséges. Megtéveszti a fogyasztót az olyan tájékoztatás, amely a reklámozott szolgáltatás valamely lényeges tulajdonságáról nem igaz, nem valós, vagy nem pontos információt ad. Ha a reklámozott szolgáltatáshoz való hozzáférés meghatározott feltételhez kötött, ha a szolgáltatás igénybevételének területi vagy földrajzi korlátja van, akkor ezekről a tisztességes tájékoztatás követelményének megfelelően a fogyasztókat informálni kell. Az ilyen megkötések közlésének elmaradása a fogyasztókban azt a téves feltevést keltheti, hogy a szolgáltatáshoz korlátozás nélkül hozzáférhetnek, azt szabadon használhatják, alkalmazhatják. Ezért a hiányos tartalmú, pontatlan, félrevezető reklám a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas, és mint ilyen, a versenyjog által tiltott. A jogsértés megállapítása szempontjából közömbös, hogy a hiányos, nem igaz, nem valós, nem pontos reklámmal cél volt-e a fogyasztók megtévesztése vagy sem.

Nem vitás, hogy az egyes reklámhordozók eltérő információ átocsátó kapacitással rendelkeznek. Ebből azonban még nem következik az, hogy a reklámhordozó területi korlátja, és nem a Tpv. vonatkozó szabályai alapján kellene a fogyasztókat tájékoztatni. A gazdasági szereplő tudja azt, hogy mit kíván reklámozni, ezáltal ismeri az eladni kívánt szolgáltatás fogyasztói döntést befolyásoló lényeges tulajdonságait. Erre tekintettel kell a reklámozáshoz olyan reklámhordozót választania, amely a területi korlátokra is tekintettel biztosítja a tisztességes tájékoztatás közreadását.

A felperes maga is a szolgáltatás lényeges tulajdonságának tekintette a tarifacsomag igénybevételéhez szükséges hűségnyilatkozat megtételét, az adatforgalmi korlát túllépéséhez kapcsolódó következmény alkalmazását, illetve az igénybevétel földrajzi korlátait, hiszen különböző módon intézkedett ezen információk fogyasztókhoz való eljuttatása érdekében. Amint azonban arra az alperes és az elsőfokú bíróság is helyesen utalt, a jogsértés a megtévesztésre alkalmas információk közreadásával megvalósul. A reklám jogszerűségét ezért aszerint kell megítélni, hogy az hogyan, milyen tartalommal jelent meg. Ennél fogva elfogadhatatlan az a felperesi érvelés, hogy a fogyasztók még az előfizetői jogviszony létrejötte előtt tájékoztatást kapnak a szolgáltatással kapcsolatos korlátokról.

A vásárlásra ösztönző reklám természetesen az adott szolgáltatás előnyeire helyezi a hangsúlyt. A reklámozott szolgáltatás fő üzenete azonban nem merülhet ki pusztán a kedvező elemek felsorolásában, hiszen azok még nem elegendők a körültekintő, megalapozott vásárlói

döntés meghozatalához. Kétségtelen, hogy a fogyasztótól is elvárható, hogy a vásárlást megelőzően tájékozódjon. Ez azonban csak az ésszerű mértékű információkeresés lehet, és nem jelenheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztókra. A reklámból kimaradt, de a szolgáltatáshoz kapcsolódó információk egyéb módon való eljuttatása a fogyasztókhoz nem helyettesíti a tisztességes tájékoztatást, így a felperes a részvételi feltételek átadására, a kipróbálás lehetőségére, a honlapon adott információkra vagy a csillagozott, apró betűs tájékoztatásokra alappal nem hivatkozhat.

A különböző szolgáltatók különféle mobil-internet szolgáltatásokat kínálnak, ám ezek nem mindegyikéhez tartozik feltétlenül, elengedhetetlenül szükséges módon a hűségnyilatkozat megtétele. Ennél fogva a fogyasztók - még, ha tudják is, hogy létezik hűségnyilatkozat -, a felperes által hirdetett szolgáltatásról akkor sem gondolhatták, különösen pedig nem tudhatták biztosan, hogy annak megvásárlása hűségnyilatkozathoz kötött. Márpedig a hűségnyilatkozattal a fogyasztó hosszabb időtartamú szerződést vállal, -a meghatározott lejáratú idő előtt csak kedvezőtlen feltételekkel mondhatja fel a szerződést, "ezért az mindenképpen a szolgáltatás lényeges tulajdonságnak minősül. Mindezek alapján a felperes által hivatkozott fogyasztói általános ismeretek, illetve a piac sajátossága nem mentesíti őt a szolgáltatás lényeges tulajdonsága megfelelő közreadásának kötelezettsége alól.

Az alperes által kifogásolt reklámok hiányosak voltak, hiszen azokból nem állapítható meg a megalapozott vásárlói döntéshez szükséges valamennyi lényeges információ. Az ilyen tájékoztatásokból az átlagfogyasztóban téves feltevések alakulhattak ki, ezért a reklámok a Tpv. 8.§-ának (2) bekezdés a) pontja által tilalmazott módon a fogyasztókat megtéveszthették. Mivel pedig a törvényi tényállásnak nem eleme a fogyasztók megtévesztésének tényleges bekövetkezése, a fogyasztói sérelem megvalósulása, ezért a megtévesztésre alkalmas információk közreadásával a jogsértés megvalósult, amely a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírsággal szankcionálható.

A bírságkiszabás körében a másodfokú bíróság rámutat arra, hogy a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdése alapján az alperesnek a ténylegesen elkövetett jogsértés súlyához, jellegéhez, valamint az adott ügyben feltárt enyhítő és súlyosító körülményekhez igazodóan, mérlegelési jogkörben eljárva kell, döntenie. A bírságra vonatkozó rendelkezését meg kell indokolnia; részleteznie kell, hogy a bírság összegének meghatározásakor mit, és milyen súllyal mérlegelt. A Pp. 3398.§-a értelmében a közigazgatási perben a bírósága mérlegelési



jogkörben hozott döntés esetében is csak a határozat jogszerűségét vizsgálhatja, a súlyozástól eltérő értékelést (ügynevezett felülmérlegelést) nem végezhet, és méltányosságot sem gyakorolhat. A kiszabott bírság mellőzésére vagy összege mérséklésére csak akkor kerülhet sor, ha az alperes a tényállást nem tárta fel kellő mértékben, mérlegelésének szempontjai nem vagy nem teljeskörűen állapíthatók meg, illetve ha a mérlegelése okszerűtlen.

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bírósággal egyezően azt állapította meg, hogy a felperes a Pp. 164. §-ának (1) bekezdésében foglalt kötelezettsége ellenére nem bizonyította, hogy az alperes bírságra vonatkozó döntése jogszabálysértő. Nem hivatkozott olyan szempontra, amelyet az alperes anélkül értékelt volna, hogy az az eset összes körülményéhez relevánsan hozzátartozna, és olyan körülményt sem jelölt meg, amelyet az alperes jogsértő módon elmulasztott volna értékelni. Az alperes által értékelt enyhítő és súlyosító körülményként figyelembe vett tényeket, körülményeket sem ténybelileg, sem jogilag nem cáfolta. A Tptv. 78.§-ának (3) bekezdése nem taxatív felsorolást tartalmaz, ennél fogva az ott közölt mérlegelési szempontok közül az alperesnek is csak azokat kellett figyelembe vennie, amelyek az elkövetett jogsértéssel összefüggésben vannak. A példálózó jellegű felsorolásból következik, hogy a konkrét ügy szempontjából irreleváns körülményekről a határozat indokolásában nem kell számot adni. A fellebbezésben hivatkozott jogsérelem súlya minden jogsértéshez relevánsan hozzátartozik, ezért ez a mérlegelés során nem mellőzhető. Jelen esetben azonban e kötelezettségének az alperes eleget tett, határozata 30. pontjában álláspontját részletesen kifejtette. Ezzel szemben a felperes még csak nem is állította, különösen pedig nem bizonyította, hogy a reklámkampányokkal elkövetett jogsértése olyan csekély súlyú lenne; amely a bírság mérséklését, vagy netán mellőzését is indokolná. A kiszabott bírság összege egyébként pedig olyan kis mértékű, amelyre tekintettel további vizsgálódás igazán nem volt indokolt.

A Fővárosi Ítéltábla megállapította, hogy a felperes a fellebbezésében is állította, hogy az alperesnek figyelembe kellett volna vennie az Irányelvet. Ennek jogszabályi alapján azonban mindez ideig nem jelölte meg, ezért az Irányelv alkalmazását az alperesen alappal számon kérni nem lehet. Megjegyzi az ítéltábla, hogy a felperes nem cáfolta azt az alperesi kijelentést, miszerint az Irányelv alapján is megtévesztőnek minősül az olyan tájékoztatás, amely elmulasztja a fogyasztók számára szükséges és lényeges információ közlését. Mivel pedig a felperesi reklámkampányok a fentiek szerint ilyen. megtévesztők voltak, ezért megállapítható, hogy az alperes döntése az Irányelvnek is megfelel.

A kifejtettek alapján a Fővárosi Ítéltábla a Pp. 254.§-ának (3) bekezdése alapján az elsőfokú bíróságnak mind a jogsértés megállapítása, mind a bírság alkalmazása és mértékének meghatározása vonatkozásában jogszerű, érdemben helytálló ítéletét helyes indokainál fogva helybenhagyta.

A sikertelenül fellebbező felperes a Pp. 78. §-ának (1) bekezdése alapján köteles az alperes másodfokú perkölttségét megfizetni. A tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt fellebbezési illeték viselésére a felperes a 6/1986. (VI. 26.) IM rendelet 13.§ának (2) bekezdése alapján köteles.

Budapest, 2009.évi május hó 27. napján