

A Magyar Köztársaság nevében

A Fővárosi Bíróság
a dr. Szabó Balázs Gábor ügyvéd (Szabó Balázs Gábor Ügyvédi Iroda) által képviselt

SWISS INVEST 2009 Hungary Pénzügyi Szolgáltató Kft. (Budapest) felperesnek

a dr. László Ildikó Katalin ügyvéd által képviselt **Gazdasági Versenyhivatal**
(Budapest) alperes ellen,

a versenyügyben hozott VJ/013-037/2010. számú közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indult perben az alulírott napon meghozta a következő

Í T É L E T E T

A bíróság a keresetet elutasítja.

Kötelezi a felperest, hogy tizenöt napon belül fizessen meg az alperesnek 40.000 (negyvenezer) forint perköltséget, és az állami adóhatóság külön felhívására 103.500 (százháromezer-ötszáz) forint le nem rótt kereseti illetéket.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított tizenöt napon belül a Fővárosi Ítéletáblához címzett, a Fővárosi Bíróságon 3 példányban benyújtandó fellebbezésnek van helye.

I N D O K O L Á S

A felperes 2009. óta foglalkozik fogyasztói csoportok szervezésével, három fogyasztói csoportot működtet. A fogyasztói csoport önkéntes, ideiglenes vásárlási társulás, amely szerencseelemet is hordozva a részletre történő vásárlás speciális előtakarékosági formáját kombinálja, célja, hogy az adott csoport egyes tagjai meghatározott áruk (ingó vagy ingatlan dolog) tulajdonjogát a csoport segítségével megszerezzék. A csoport tagjai vállalják, hogy határozott ideig bizonyos összeget fizetnek be havonta. A fogyasztói csoportokban való vásárlás a hagyományos hitelre történő vásárlástól eltér, mert a szervező által rendszeresen megrendezett közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy elötörlesztés vállalása következtében dől el, hogy a csoport tagjai közül kinek a számára nyílik meg az ingóság vagy ingatlan megvételének lehetősége. Lehet, hogy a fogyasztói csoport tagja csak hónapokkal, vagy évekkel a csoporthoz történt csatlakozás után jut vásárlási lehetőséghez.

A felperes 2009. és 2010. években a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő, népszerűsítő tevékenysége körében a Blikk, a Bors és a Metropol, a Helyi Téma, a Napi Ász, a Nemzeti Sport és az Érdi Újság című lapokban több ízben reklámokat jelentetett meg, amelyek - a per tárgyát adó VJ/ 013-037/2010. határozat 16. pontjában felsorolt további reklámok mellett - az alábbiakat tartalmazták:

„Nagy értékű hitelek kezes és fedezet nélkül, soron kívül mindenkinek- A lehetséges megoldás: fogyasztói csoport.- Ha a bank nem, mi akkor is segítünk!-AKCIÓ!-Most előzetes költségek nélkül-500 000-15 000 000 Ft- 4333 Ft/hó induló törlesztéssel"; „Nagy értékű hitelek kezes és fedezet nélkül, soron kívül mindenkinek.- A lehetséges megoldás: fogyasztói csoport- BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!"

Az alperes 2010. február 8-án vizsgálatot indított a felperes fogyasztói csoportokkal kapcsolatos tájékoztatási gyakorlata tárgyában a felperes működésétől kezdve, amelyet később az eljárás megindításának napját követő időszakra is kiterjesztett. A 2010. július 8-án hozott VJ/013-037/2010. számú határozatában megállapította, hogy a felperes a vizsgált időszakban az általa szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent kereskedelmi kommunikációkkal a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, ezért felperest a nyomtatott sajtóban 2011. június 11. előtt megjelentetett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló magatartás további folytatásától való eltiltáson kívül 2.000 000 Ft bírság megfizetésére kötelezte.

Indokolásában a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) 3. §-ának (1) és (3) bekezdés, valamint 6. §-ának (1) bekezdésére hivatkozott. Ismertette a fogyasztói csoportok szervezéséhez, működtetéséhez kapcsolódó bírósági joggyakorlatot valamint saját joggyakorlatát (21-22. pont). Megállapította, hogy a vizsgált reklámokkal megcélzott fogyasztók két elkülöníthető csoportba sorolhatók: az első személyi körbe azok a kiszolgáltatók helyzetű BAR listás és nyugdíjas fogyasztók tartoznak, akik a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülnek, a második csoportba e személyi körön kívül eső fogyasztók tartoznak. Kifejtette, hogy a tájékoztatási folyamat egészére figyelemmel is megvalósult a fogyasztók megtévesztése, a vizsgált kereskedelmi kommunikáció problematikus voltát pedig alátámasztja az a tény is, hogy a csoportokba belépettek között magas a kizárt, a felmondott, illetve az elállt fogyasztók aránya. Rámutatott, hogy az Fttv. alapvető követelményként támasztja minden vállalkozással szemben, hogy az adott áru kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, a szolgáltatásról valós képet adjon. Abból, hogy a felperes folyamatosan szükségesnek ítélte a reklámok igen jelentős költséggel történő közzétételét, arra következtetett, hogy a kérdéses reklámok ténylegesen alkalmasak is voltak a fogyasztói döntés befolyásolására.

Hangsúlyozta, hogy az egyes reklámokban használt „BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is" szlogen kiemelten ráirányítja a hirdetésre a kiszolgáltatók figyelmét, a reklámok egy része kifejezetten nagy értékű hitelt kínált a fogyasztók számára, mely nem felelt meg a valóságnak. A fogyasztó a reklám összehatásából arra a következtetésre juthatott a kínált összeg mértékére, a futamidőre, a havi törlesztő részletre, továbbá bizonyos esetekben a fix törlesztésre utaló reklám elolvasásakor a kifejezéseknek mindennapi éleiben elfogadott általános jelentése alapján, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén azonnal hozzájuthat az igényelt összeghez, amelyet havonkénti törlesztéssel fizethet vissza; ezt támasztják alá az „előtörlesztés lehetséges", illetve „lehetőség költségmentes előtörlesztésre" kitételek is. Megállapította, hogy az egyes reklámokban szerepeltetett „hirdetésünk nem teljes körű, további információ...", „további felvilágosítás elérhetőségeinken", „részletes tájékoztatás irodánkban" kifejezések nem szüntették meg a reklámok jogsértő jellegét, és az sem, hogy egyes esetekben felperes a „nem vagyunk bank, nem adunk hitelt", illetve „nem bankhitel" kitételeket alkalmazta, mert a fogyasztó a reklám egésze alapján nem

kételkedik abban, hogy a kívánt pénzösszeghez azonnal hozzájuthat, a reklámok szövege alapján nem számít arra, hogy a kívánt dologhoz sorsolás útján vagy előtörlesztés vállalással esetleg 5-15 év elteltével juthat hozzá a tagok befizetései (mint egyfajta belső hitelezés) esetén. Utalt azokra a fogyasztói felmondásokra, amelyek a „kölcson”, „hiteligénylés”, „hitelkérelem” kifejezéseket tartalmazták. Megállapította, hogy az egyes reklámokban megjelent „fogyasztói csoport” (általában nagy értékű hitel kínálásával együtt), „hitel” kifejezések, illetve „fogyasztói csoport mindenkinek” szlogen a mögöttes szolgáltatás és konstrukció ismertetése nélkül a reklám fő üzenetét nem módosítják, és a fogyasztók megfelelő tájékoztatására a „vásárlói csoport” szókapcsolat, „vásárlói csoport már 20 éve Magyarországon” közlések sem alkalmasak; utóbbi azt közvetítette, hogy a felperes már 20 éve tevékenykedik, amely nem felelt meg valóságnak. Kiemelte azt is, hogy ha a fogyasztó a számára kedvező kimenetelű sorsolás hiányában előtörlesztés vállalása révén jut vásárlási joghoz, akkor a reklámozott és a szerződésben meghatározott összegnél alacsonyabb mértékű juttatásban részesül.

Az Fttv. 9.§-ra tekintettel megállapította, hogy a felperes nem tudta alátámasztani azt, hogy a reklámmal érintett lapok kiadói részt vettek a reklámok tartalmának kialakításában.

A bíróság kiszabása körében súlyosító körülményként értékelte az átlagosnál sérülékenyebb megcélzott fogyasztói kört, a szolgáltatás bizalmi jellegét, a jogsértő kereskedelmi kommunikációk évnél hosszabb ideig tartó közzétételét, a jogsértés intenzitását, azt, hogy a fogyasztó számára hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés, így a kereskedelmi gyakorlat hatása időben elhúzódik. Megállapította, hogy felperes nem úgy járt el, ahogyan az adott helyzetben elvárható, ezért felróható magatartást tanúsított. Megjegyezte, hogy felperes ügyvezetője a vizsgált időszak első felétől olyan személy volt, aki korábban egy másik fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozó vállalkozás alapítója és ügyvezetője volt, ismeretekkel bírt a fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos kommunikációs tevékenységről. Enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban a szerződés megkötéséig további információkhoz juthattak, azonban figyelembe vette, hogy a tájékoztatási folyamat egésze sem problémamentes. Nem vette enyhítő körülményként figyelembe azt a felperesi védekezést, amely szerint felperes módosította reklámjait azt követően, hogy tudomást szerzett reklámozási tevékenysége aggályosságáról, mert a reklámok jogsértő jellege továbbra is megállapítható volt. A bíróság összegét a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazásához kapcsolódó költségekre és a szankcionálás preventív céljára figyelemmel határozta meg.

A felperes keresetében az alperes határozatának hatályon kívül helyezését kérte, perköltséget igényelt. Sérelmezte, hogy az alperes határozatában részletesen taglalta, hogy a kifogásolt reklámok hol, hány alkalommal és milyen tartalommal jelentek meg, azonban csak szűkszavú, az üzleti életben szokásos reklámozási magatartások többségével összeegyeztethetetlen útmutatást adott a helyes kommunikációs gyakorlatra vonatkozóan. Rámutatott, hogy a reklámozással a gyártó vagy szolgáltató arra törekszik, hogy népszerűsítse, eladja a termékét, nem pedig arra, hogy a fogyasztót a vásárlástól elriassza. Ezért elfogadhatatlannak tartotta azt alperesi álláspontot, amely szerint a hirdetésekben a fogyasztók figyelmét fel kellett volna hívni a "szerencseelemre", mert ez esetben a termék negatív tulajdonságait kellene a hirdetésekben kiemelni (példája szerint egy sportautó reklámjában hangsúlyosan kellene feltüntetni a magas üzemanyag fogyasztást). Álláspontja szerint az alperesi érvelés mellett a reklám csak akkor nem lenne megtévesztő, ha a hirdetés a kérdéses termék valamennyi negatív tulajdonságát feltüntetné, beleértve az általános szerződési feltételek részletes ismertetését is, melyet azonban a piac többi szereplője, bankok, személygépkocsi gyártók sem tesznek meg. Hangsúlyozta, hogy a fogyasztók a szerződéskötést megelőzően - az általános szerződési feltételek megismerhetőségét is figyelembe véve - teljes körű tájékoztatást kaptak a

szolgáltatásról, melyet az alperes is enyhítő körülményként értékelt. Alperes elismerte azt is, hogy felperes módosította a vitatott kereskedelmi gyakorlatot, mely az alperes konkrét iránymutatása hiányában is azt jelzi, hogy jóhiszemű magatartásra és az irányadó jogszabályok betartására törekedett. Álláspontja szerint kereskedelmi kommunikációja megfelelt az azzal szemben támasztott jogszabályi kritériumoknak, pontos és hiteles információkat adva az általa nyújtott szolgáltatásról, annak tartalmából („nem vagyunk bank”, „nem adunk hitelt”, „a fogyasztói csoport alternatíva”, stb.) egyértelműen kiderül a konstrukció sajátossága. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (Ket.) alapvető rendelkezéseire hivatkozva kifejtett álláspontja szerint az alperes a Ket. 1. § (1) bekezdését megsértve járt el, mivel az ügy egyedi sajátosságait nem vette figyelembe, ezt meghaladóan idézte a Ket. 3.§, 4.§ és 105.§ rendelkezéseit is.

Az alperes a kereset elutasítását, perköltsége megtérítését kérte. Kiemelte, hogy a felperes keresetében nem jelölte meg egyértelműen, hogy miért tartja a határozatot jogszabálysértőnek. A határozatában foglaltakat fenntartva hangsúlyozta, hogy a vizsgált reklámok nem feleltek meg a határozat 21. pontjában ismertetett elvárásoknak; a reklámok megtévesztőek, mert azok olvasásakor - a szövegben lévő kifejezések mindennapi értelmét figyelembe véve - a fogyasztóban nem merül fel kétely a tekintetben, hogy a hitelt azonnal megkaphatja; felperes érvelését elfogadva a reklámban bármit lehetne állítani ha utána egyéb úton lehetőséget biztosít a fogyasztóknak valamennyi információ megismerésére. Utalt arra, hogy a kialakult bírói gyakorlat szerint sem orvosolja a reklám megtévesztő jellegét, ha a fogyasztó a szerződéskötést megelőzően a releváns információkhoz hozzáférhet, ugyanakkor a bírság kiszabása körében e feltételt enyhítő körülményként értékelte. Megjegyezte, hogy a vizsgált időszakban a kizártak/elálltak/szerződést felmondók száma egy év alatt megemelkedett, mely szintén a kereskedelmi kommunikáció agályos voltára utal.

A kereset nem megalapozott.

A bíróság az alperes határozatát az Fttv. 19. § c) pontja folytán alkalmazandó 1996. évi LVII. törvény 83. § (1) bekezdése, valamint a Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (Pp.) 324. § (2) bekezdés a) pont alapján a kereseti kérelem által behatárolt körben vizsgálta felül.

Az Fttv. 3. § (1) bekezdése értelmében tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Az Fttv. 3.§ (2) bekezdése alapján tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. Az Fttv. 3.§ (3) bekezdése: A (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 6. § (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas: a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is, b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye, c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény

vagy árelőny megléte, d) az áru igénybevételéhez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny, e) az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége, f) az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés, g) a vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései, h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés, vagy i) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

A bíróság megállapította, hogy az alperes a tényállást helyesen állapította meg, és abból megalapozott következtetést vont le arra, hogy az Fttv. 3.§ (1) bekezdését a felperes megsértette, az egyes kereseti vitatásokat a bíróság az alábbiak szerint értékelte.

Az alperesnek nem feladata a tisztességes kereskedelmi gyakorlatnak megfelelő tartalmú reklám meghatározása, ilyen hatásköri norma nincsen, ezért döntésének indokolása sem tekinthető hiányosnak e felperesi észrevétel vonatkozásában. Az üzleti életben szokásos reklámozási gyakorlatnak nem mond ellent az a határozatban megfogalmazott elvárás, hogy a tájékoztató reklámban a meghatározott szabályok alapján igénybe vehető szolgáltatás valamennyi olyan releváns eleme megjelenítésre kerüljön, amely a fogyasztói döntésre lényeges hatással lehet. Az, hogy a fogyasztói csoport tagja nem azonnal juthat a reklámok főüzenetében kiemelt forráshoz, hogy annak időpontja a véletlentől is függ, egy racionális fogyasztó döntésére kihat. Közömbös, hogy e szempontot a felperes az általa kínált szolgáltatás „negatív tulajdonságának” tekinti-e, a tisztességes kereskedelmi gyakorlat e tény korrekt megjelenítését megköveteli. Irreleváns felperes hivatkozása arra, hogy alperes szerint a reklám csak abban az esetben nem lenne megtévesztő, ha a hirdetés a kérdéses termék valamennyi negatív tulajdonságát feltüntetné, beleértve adott esetben az általános szerződési feltételek részletes ismertetését, mert az alperes nem általában a reklámokról, hanem a felperes által alkalmazott reklámokról, a reklámok tartalmának a szolgáltatás jellemzőivel történt egybevetése alapján fogalmazta meg kifogásait a határozat 28-34. pontjaiban, melyekben nem az általános szerződési feltételek reklámokban való szó szerinti átvételének hiányát állapította meg. Az Fttv. 3.§ (2) bekezdés és 6.§ rendelkezésein keresztül az alperes által kiemelt 3.§ (1) bekezdésével ellentétes piaci magatartás olyan módon is megvalósulhat, hogy a vállalkozás reklámozott szolgáltatásának kifejezetten „negatív tulajdonságait” nem közli, különösen, ha a kitüntetett formában közölt előnyös tulajdonság a nem közölt hátrányos jellemző ismeretében az Fttv. 6.§ (1) bekezdés tekintetében releváns körben megtévesztő. A perbeli esetben az alperes a szerencseelem megjelenítésének hiányát - a fogyasztói csoport működésének felperes által sem vitatott működésének bemutatása mellett - alappal tekintette megtévesztőnek annak tükrében, hogy a felperes által alkalmazott hirdetések több esetben az „azonnal” kifejezést tartalmazták. A konkrét ügy sajátosságaira is figyelemmel mindezek alapján az ügy érdemét a felperes által kiemelt, a sportkocsik fogyasztására, vagy a banki hirdetésekre általában vonatkoztatott párhuzam nem érintette. A vállalkozásnak reklámozási gyakorlatát a reklám gazdasági funkciójától függetlenül kell tisztességesen alakítania, ezért nem volt relevanciája annak a felperesi előadásnak sem, amely szerint a reklámozással a szolgáltató arra törekszik, hogy népszerűsítse, eladja a termékét. A népszerűsítés módja nem vonatkoztatható el a közjogi normáktól.

A bíróság nem fogadta el azt a felperesi érvelést sem, amely szerint a szerződéskötést megelőző, az általános szerződési feltételek megismerhetőségére is kiterjedő tájékoztatás a nyomtatott sajtóban megjelenített közlések vonatkozásában az Fttv. 3.§ (1) bekezdés megsértésére jogalapként nem szolgálhatnak. Az, hogy a felperes több nyomtatott sajtótermékben jelentős számban jelenítette meg az alperes által kifogásolt reklámokat, elégséges ok e reklámozás önálló kereskedelmi gyakorlatként való azonosítására. Ehhez képest alperes sem tévedett, amikor a szerződéskötést megelőző felperesi

tájékoztatást, illetve az általános szerződési feltételek fogyasztó általi megismerhetőségének lehetőségét nem a jogsértés hiányaként, hanem a jogkövetkezmények (bírságkiszabás) körében értékelte. Hasonlóan közömbös a jogsértés megállapíthatósága tekintetében az, hogy felperes egyes tájékoztatásait utóbb, az alperes álláspontjának ismeretében módosította, a jogsértés tényén, és annak szankcionálhatóságán mindez nem változtat. Az alperes határozatának 43. pontjában (24. oldal) és 45. pontjában, ugyanakkor annak is megfelelő indokát adta, hogy a bírságkiszabás során enyhítő körülményként a megváltozott tájékoztatási gyakorlatot miért nem vette figyelembe (e tekintetben a felperes nem az iratokkal egyezően hivatkozott arra, hogy alperes a tájékoztatási gyakorlat változását enyhítő körülményként értékelte).

A bíróság megállapította, hogy az alperes kifejezetten az ügy egyedi sajátosságait vette figyelembe, mert a felperes által érdemben nem vitatott tényekre (a nyomtatott sajtóban megjelent hirdetések tartalma, a felperes által működtetett fogyasztói csoportjellemzői) vonatkoztatta jogi indokolását a határozat 23-45. pontjaiban, a Ket. 1.§ (1) bekezdés megsértésére felperes ezért alaptalanul hivatkozott.

Megjegyzi a bíróság, hogy a közigazgatási határozat indokolásának 21-22. pontjai a perbelihez hasonló tárgyú ügyekben hozott hatósági és bírósági határozatokat szükségtelenül részletezik, azonban e körülmény azt, hogy alperes a releváns tényállásra vonatkozó megalapozott jogi indokolását adta döntésének, nem érinti.

A bíróság nem értett egyet a felperessel abban, hogy kereskedelmi kommunikációjában a „nem vagyunk bank”, „nem adunk hitelt”, „a fogyasztói csoport alternatíva”, stb. kifejezések az általa nyújtott szolgáltatás tartalmának pontos és hiteles információközlését tükrözték, e vonatkozásában - tekintettel arra, hogy a felperes a határozat vonatkozó indokolását érdemben nem cáfolta, és mert az alperesi indokolással a bíróság is egyetértett - a bíróság a határozat 28-33. pontjaira visszautal. Az alperes a reklámok összehatásának relevanciájára az összes értékelt reklám esetében helytállóan utalt, a tagadást kifejező szövszerkezet alkalmazása önmagában nem azonos a valóságnak megfelelő, tisztességes kereskedelmi gyakorlatnak minősülő piaci tevékenységgel; a részben tényekkel ellentétes módon (nagy értékű hitel kínálata), másrészt lényeges tulajdonság elhallgatásával (szerencseelem) közölt hirdetések az Fttv. 3.§ (1) bekezdését a keresetben előadottaktól függetlenül is sértették.

A bíróság megjegyzi, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapításának a negatív hatást közvetlenül vagy közvetve igazoló empirikus adatok (fogyasztói panasz, szerződés megszüntetés, jogvita eljárás kezdeményezés) feldolgozása nem kizárólagos feltétele, a perbeli esetben ugyanakkor az alperes e vonatkozásban a jogsértés hatására vonatkozóan is okszerű következtetést vont le.

A Ket. 3.§ és 4.§ rendelkezéseit felperes keresetében citálta, azonban azt, hogy álláspontja szerint az alperes e jogszabályhelyeket mennyiben sértette meg, nem fejtette ki. A rendelkezésre álló peradatok alapján a bíróság megállapította, hogy az alperes a Ket. 3.§ és 4.§ rendelkezéseit nem sértette meg. Felperes keresetlevelében idézte a Ket. 105.§ -t is, mely - tekintve, hogy a közigazgatási eljárás egyfokú volt - irreleváns.

Összefoglalva, az alperes a feltárt tényállásból a jogsértést és a jogkövetkezményt helyesen állapította meg, határozata a keresetben előadottak okán nem volt jogszabálysértő, ezért a bíróság a keresetet elutasította.

Az ügyvéd által képviselt alperes perköltségét a felperes a Pp. 78.§ (1) bekezdés alapján köteles az

Fővárosi Bíróság
2.K.34.217/2010/6.

alperesnek megfizetni, amelynek összegét a bíróság a Pp. 79.§ (1) bekezdés és a 32/2003. (VIII.22.) IM rendelet 3.§ (3) bekezdés és (6) bekezdés alkalmazásával állapította meg, figyelemmel a pertárgy értékére, az ügy bonyolultságára, az alperes képviselője által a perben kifejtett munka színvonalára, annak időigényességére, és arra is, hogy a perben egy tárgyalás tartására került sor.

A bíróság a felperest - 2.000.000 forint pertárgyérték alapulvételével - a 6/1986. (VI.26.) IM rendelet 13.§ (2) bekezdés értelmében kötelezte az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (Itv.) 43. § (3) bekezdése és 42. § (1) bekezdés a) pont szerinti mértékű (120.000 forint) és a felperes által keresetlevelén bélyegben lerótt 16.500 forint kereseti illeték különbözetének (103.500 forint) megfizetésére.

Az ítélet elleni fellebbezés lehetőségét a Pp. 340. § (2) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2011. március 30.

dr. Huber Gábor sk.
bíró