



**A Kúria
mint másodfokú bíróság
í t é l e t e**

Az ügy száma: Kf.IV.38.020/2019/9. szám

A tanács tagjai: Dr. Patyi András a tanács elnöke
Dr. Varga Eszter előadó bíró
Dr. Dobó Viola bíró

A felperes: Unilever Magyarország Kft.
(1138 Budapest, Váci út 121-127.)

A felperes képviselője:

Az alperes: Gazdasági Versenyhivatal
(1054 Budapest, Alkotmány u. 5.)

Az alperes képviselője: Dr. Ay Zoltán Nándor kamarai jogtanácsos

A per tárgya: közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata

A fellebbezést benyújtó fél: az alperes

A fellebbezéssel támadott határozatot hozó bíróság neve, határozatának kelte és száma:
Fővárosi Törvényszék 2019. július 3. napján kelt 107.K.700.084/2019/14. számú ítélete

Rendelkező rész

A Kúria a Fővárosi Törvényszék 107.K.700.084/2019/14. számú ítéletét helybenhagyja.

Kötelezi az alperest, hogy 15 napon belül fizessen meg a felperesnek 200.000 (kétszázezer) forint másodfokú perköltséget.

A feljegyzett 40.000 (negyvenezer) forint fellebbezési illetéket az állam viseli.

Az ítélet ellen felülvizsgálatnak nincs helye.

I n d o k o l á s

A fellebbezés alapjául szolgáló tényállás

[1] A háztartás-vegyipari (pl. Domestos), kozmetikai és élelmiszeripari termékeket gyártó, importáló és forgalmazó felperes 2015., 2016., 2017. években meghirdetett Domestos

Kf.IV.38.020/2019/9.

Iskolamosdó Felújítási programja során közzétette a különböző kommunikációs eszközein a „Minden Domestos után 5 Ft” állítást. Egy 2016-ban az nclafe.hu-n a vállalat munkatársával megjelent interjú szerint a perbeli kampány a vállalat életében az egyik kiemelt társadalmi felelősségvállalási kampány, amelynek keretében úgy döntöttek, hogy felújítanak iskolai mosdókat. A felperes előadása szerint a kampány egyik kiinduló pontja az volt, hogy a klorid alapú tisztítószer termékek kapcsán sok negatív cikk jelent meg a médiában. A kampány célja volt, hogy ellensúlyozzák a negatív hangokat, a fertőtlenítésről szakszerűen és hitelesen kommunikáljanak. A projekt elsődleges célcsoportját a kisgyermekes anyukák képezték.

- [2] Az elsőfokú bíróság által rögzített – és a felek által nem vitatott tényállás szerint – a vizsgált időszakban közzétett kommunikációs eszközök szinte kivétel nélkül tartalmazták azt a tájékoztatást, hogy „a programunk bármely kiskereskedelmi vegyi áru és élelmiszerüzletekben elérhető minden Domestos termékre”, valamint a „a programról és www.domestos.hu weboldalon” tájékoztatást. A kommunikációs eszközökön 2016-ban és 2017-ben közzétett tájékoztatások külön kitértek arra is, hogy „az eladott termékek tényleges darabszámát az AC Nielsen Piackutató Kft. adatai www.domestos.hu weboldal 2015-ben is tartalmazta azt, hogy az eladott termékek tényleges darabszámát az AC Nielsen Piackutató Kft. (a továbbiakban: AC Nielsen) adatai határozzák meg. A felperes nyilatkozata szerint az AC Nielsen kimutatásában szereplő adatokat változtatás nélkül felhasználta és az eladott darabszámot öttel felszorozva kihirdette, hogy a vásárlások mekkora értékben támogatták a programot az iskolamosdók felújítása kapcsán.
- [3] Az AC Nielsen szerint értékesített darabszám szorozva öttel a következő adatokat adta ki: 2015. évben 11.349.410 forint, 2016. évben 16.637.635 forint, 2017. évben 12.802.015 forint, amelyhez képest az iskolamosdó felújítás címén kifizetett összegek a következőképpen alakultak: 2015. évben 14.413.751 forint, 2016. évben 17.319.796 forint és 2017. évben 16.258.559 forint.
- [4] A felperes 2015. évi Iskolamosdó Felújítási Programját az alperes korábban panaszbejelentés alapján már vizsgálta, mely vizsgálat azzal a megállapítással zárult, hogy a felperesnek a promócióról nyújtott tájékoztatása valószínűsíthetően nem megtévesztő, mivel a rendelkezésre álló adatok értelmében a megbízott piackutató cég információi alapján meghatározva az eladott Domestos termékek tényleges darabszámát nem csak az általa forgalmazott és értékesített, hanem valamennyi kiskereskedelmi forgalomban megvásárolható Domestos termék után 5 forinttal támogatta a rászoruló iskolákat. A felperes kérelmére az alperes 2016. június 20. napján, AL/506/2016. számon hatósági bizonyítványt állított ki, amely szerint a perbeli promóció miatt nem folytatott és jelenleg (a bizonyítvány kiállításakor) sem folytat versenyfelügyeleti eljárást.
- [5] A Domestos Iskolamosdó Felújítási Programot népszerűsítő tevékenységgel kapcsolatban az egyes fogyasztóvédelmi szervek tájékoztatása szerint nem érkezett panasz vagy egyéb beadvány.
- [6] A felperessel szemben egy versenytársa által indított polgári perben a Fővárosi Törvényszék a 27.G.40.982/2016/6. számú ítéletében megállapította, hogy az alperes [értsd a jelen perben: a felperes] hirdetése megfelel az üzleti tisztesség követelményeinek, nem sérti a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 2. §-át. A polgári bíróság ítélete rögzíti, hogy a hirdetés szövege világos utalást tartalmaz arra nézve, hogy az AC Nielsen adatai határozzák meg a tényleges darabszámot, azaz világos, hogy a „minden” kifejezés ezen kitételrel értendő. Másrészt nyilvánvaló, hogy lehetetlen egyenként a Magyarországon kiskereskedelmi forgalomban

Kf.IV.38.020/2019/9.

eladott összes terméket lajstromba venni, ezért valamilyen egyéb módszerrel lehetséges csak helytálló adatokhoz jutni. Ennek pedig a piacon leginkább ismert és elismert formája az AC Nielsen kiskereskedelmi indexén alapuló számítása. Az alperes [értsd a jelen perben: a felperes] kellő gondossággal és az üzleti tisztesség követelményeinek megfelelően járt el, amikor az AC Nielsen-t bízta meg a Domestos márka értékesítésére vonatkozó adatok meghatározásával. Ennél precízebb adatokat más módszerrel sem nyert volna, ezen adatok alapján pedig állíthatja azt, hogy valóban minden (Magyarországon kiskereskedelmi forgalomban) értékesített Domestos termék után megfizette az 5 forintot.

- [7] Az alperes – a perbeli versenyfelügyeleti eljárást megindító végzése szerint – észlelte, hogy a felperes 2015. évtől kezdődően évente meghirdetett fenti programja népszerűsítése során alkalmazott kommunikációs eszközein közzétett „Minden Domestos után 5 forint” állításával és ezzel azonos üzenetű kereskedelmi kommunikációival valószínűsíthetően nem valós tájékoztatást tett közzé tekintettel arra, hogy az érintett akciók a rendelkezésre álló adatok alapján nem vonatkoztak ténylegesen „minden” eladott Domestos termékre. A vizsgálat a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával volt kapcsolatos, majd az elkészült vizsgálati jelentést követően az eljáró Versenytanács visszaadta az iratokat a vizsgálónak azzal, hogy az eljárás jogalapját terjessze ki az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti tényállás vizsgálatára is. A kiterjesztés értelmében azt vizsgálta, hogy a szakmai gondosság követelményének megfelelően járt-e el a felperes és ezáltal megvalósította-e az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállást, figyelemmel arra, hogy a felújítási összeghez hozzájáruló vásárlások nyilvántartása, összesítése valószínűsíthetően nem volt alkalmas az egyedi vásárlások regisztrálására, holott a felperes a programot népszerűsítő kommunikációs eszközökön a perszonalizált, egyedi fogyasztói hozzájárulások szerepéről szóló üzenetet juttatott el a fogyasztókhoz.
- [8] Az alperes az eljárás eredményeként 2018. december 20. napján, Vj/10-127/2017. számon meghozott határozatában megállapította, hogy a felperes a 2015-2017. évi Iskolamosdó Felújítási Programjai esetében az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, amikor a programmal kapcsolatos kommunikációiban azt az üzenetet közvetítette, hogy az egyedi fogyasztói hozzájárulásoknak szerepe van, miközben a felújítási összeghez hozzájáruló vásárlások nyilvántartása, összesítése nem volt alkalmas az egyedi vásárlások regisztrálására. Ugyanakkor megállapította azt is, hogy a vizsgált magatartásával a felperes nem sértette meg az Fttv. 6. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
- [9] Határozatában rögzítette, hogy a felperes a program kapcsán együttműködésekkel alakított ki egyes intézményekkel, valamint a program közügyet is szolgál. Mindezek azonban nem jelentik azt, hogy ne lehetne figyelembe venni, hogy a kommunikáció a kampányokban nevesített Domestos termékcsalád imázsának építése révén gazdasági célra irányult, azaz a kampányok a mosdófelújítási program megvalósításán túlmutató célokat szolgáltak. A kampány az Fttv. 2. § d) pontja szerinti kereskedelmi gyakorlatnak minősült, érintve olyan fogyasztók voltak, akik háztartási tisztítószereket vásárolnak, használnak és szívesen támogatnak társadalmi célokat. Az ezen körbe tartozó szülői célcsoportot az Fttv. 4. § (2) bekezdése szerinti sérülékeny fogyasztói csoportként minősítette.
- [10] A vizsgált kommunikáció kapcsán megállapította, hogy a fogyasztó azt az üzenetet érzekelte, hogy a vásárlásával támogatja a mosdófelújítást 5 forinttal. Ezzel kapcsolatban azt várhatja, hogy minden esetben, amikor aktívvá válik és a reklámozott terméket megvásárolja, ténylegesen önmaga hozzájárul egy jó ügy támogatásához. A perszonalizáció ígéretének a

Kf.IV.38.020/2019/9.

közzététele valósult meg a „Minden Domestos után 5 forint” állítás és ahhoz hasonló megfogalmazású állítások mellett azzal is, hogy a kommunikáció tartalmazta a „Tegyünk együtt”, „Vásárlásával (...) támogatja”, „Most minden (...) vásárlásával (...) támogatja”, „akár Ön is hozzájárulhat”, „Segítse vásárlásával”, „hogy a tízből végül hány iskola mosdói újulnak meg, az csak a vásárlókon múlik”, „a vásárlásokból befolyó támogatási összeg reméljük, hogy lehetővé teszi ennél is több iskola mosdóinak felújítását” – szlogeneket. Az az információ, amely 2016-tól érhető el és amely szerinti a tényleges darabszámot az AC Nielsen adatai határozzák meg, ugyan növeli a fogyasztói bizalmat, de nem közvetíti, hogy az adatok nem kapcsolódnak a tényleges, egyedi vásárlások nyomán követéséhez.

- [11] Az alperesi megállapítás szerint a felperes vizsgált kereskedelmi gyakorlata nem amiatt lett jogsértő, mert az AC Nielsen kutatási módszertana kifogásolható, hanem mert a felperes tudomással bírt a rendelkezésére álló adatok jellegéről, de figyelmen kívül hagyta, hogy ezek nem tükrözik az egyedi vásárlásokat. Erre figyelemmel a felperes nem az észszerűen elvárható szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelő gondossággal járt el. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat az érintett fogyasztók ügyleti döntése befolyásolására alkalmas volt. A saját vásárlás révén történő támogatás ígérete egyrészt lényeges a fogyasztónak, másrészt ténylegesen alkalmas lehetett a fogyasztói vásárlás ösztönzésére, azáltal pedig, hogy végül a fogyasztó vásárlása nem került figyelembevételre, a döntés torzítására is.
- [12] Az alperes a jogsértés megállapításán túl jogkövetkezmények alkalmazását nem tartotta indokoltnak.

A felperes keresete és az alperes védírata

- [13] A felperes eljárási és anyagi jogi jogsértésekre hivatkozással kérte elsődlegesen a határozat megváltoztatását és annak megállapítását, hogy a vizsgált magatartása nem sértette meg az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, másodlagosan az alperes határozatának megsemmisítését kérte. Állította, hogy nem tanúsított tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. Az alperes nem teljesítette a bizonyítási kötelezettségét, a fogyasztók által észlelt üzenetet tévesen határozta meg. A határozat nem tartalmaz egyértelmű, koherens tényállást, nem derül ki, hogy az alperes mely tényt milyen bizonyíték alapján minősített bizonyítottnak. Sérült a tisztességes eljáráshoz való joga, az ügyintézési határidő túllépése miatt pedig a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) alapvető rendelkezései. Kereseti álláspontja szerint az alperes nem vette figyelembe az Fttv. 6. §-áról az Fttv. 3. § (2) bekezdésére történő áttérés következményeit. Az alperes nem bizonyította a szakmai gondosság hiányát; azt, hogy a vizsgált magatartás alkalmas lett volna a fogyasztói magatartás érzékelhető (jelentős) torzítására; nem vette figyelembe a Fővárosi Törvényszék polgári perben hozott ítéletét. Kifejtette, hogy fogyasztói hátrány sem következett be, a fogyasztói várakozásokat jelentősen meghaladó mértékű támogatás fordítódott az iskolai mosdók felújítására, amely közérdeket is szolgál. Hangsúlyozta, hogy a kommunikáció nem foglalt magában semmilyen perszonalizációs, lajstromozási, regisztrációs ígéretet. Álláspontja szerint megalapozatlan az az alperesi megállapítás, mely szerint nem volt semmilyen összefüggés az egyes vásárlások és a támogatás összegének mértéke között. Érvelése szerint továbbá a vizsgált kommunikációk nem minősülnek kizárólag kereskedelminek, mivel nyomós közérdek jelenléte is bizonyítható.
- [14] Az alperes a védíratában a kereset elutasítását kérte fenntartva a határozatában foglaltakat.

Az elsőfokú ítélet

- [15] A törvényszék a fellebbezéssel támadott ítéletével az alperes határozatát részben megváltoztatta és mellőzte az Fttv. 3. § (1) bekezdése vonatkozásában megállapított jogsértést.
- [16] Eljárási jogszabálysértést nem talált az alperes eljárásában. Megállapította, hogy az alperes a feltárt tényeket, beszerzett vagy a felperes által becsatolt adatokat, dokumentumokat, észrevételeket részletesen ismertette, a bizonyítékok megfelelő számbavétele megtörtént, indokolási kötelezettségének eleget tett. Hangsúlyozta ugyanakkor, hogy a megállapított tényállásból és a határozatban foglalt bizonyítási, értékelési módszerből levont jogi következtetés már nem a tényállás feltárása és a bizonyítás körébe esik, hanem a jogellenesként minősített felperesi magatartás mikénti értékelésére vonatkozik.
- [17] A perben tett nyilatkozatokra is figyelemmel rögzítette, hogy az ügyintézési határidő túllépése a rendelkezésre álló adatok alapján nem volt egyértelműen megállapítható. Ugyanakkor az e körben tett felperesi érvelésnek nem tulajdonított jelentőséget, mert a bírói gyakorlat egységesen megköveteli annak alátámasztását az eljárás alá vonttól, hogy konkrétan ez mennyiben és miért érintette a jogait sérelmesen. A felperes nem bizonyított olyan konkrét, ügyféli jogait alapvetően sértő alperesi cselekményt, amely felvetette volna a tisztességes hatósági eljáráshoz való jog sérelmét, illetve a tisztességes eljárás elvébe ütközést.
- [18] Megállapította, hogy a polgári perben a bíróság bár ugyanazon magatartást, de más szempontból vizsgálta, az alperesnek az eljárási kötelezettsége a közérdek sérelmével függ össze, a fogyasztók védelmének a szemszögéből folytatja le az eljárását. Az alperes hatásköre az Fttv. alapján fennállt, döntésének tartalmát nem kötötte a Fővárosi Törvényszék polgári perben hozott ítélete, mint ahogyan az a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 85. § (6)-(7) bekezdései alapján a közigazgatási ügyben eljáró bíróságot sem köti.
- [19] A felperes terhére megállapított jogsértést vizsgálva az elsőfokú bíróság a perszonalizáció üzenete kapcsán eltérő álláspontot foglalt el, mint az alperes. Megállapította, hogy az átlagfogyasztó szemszögéből nézve a felperesi kommunikáció egyik üzenete valóban az volt, hogy a fogyasztó úgy minősíthette magában a kampányt: amennyiben vásárol Domestos terméket, a termékvásárlással hozzájárul a mosdófelújítási programhoz, mégpedig vásárlása összegének meghatározott részével. E körben sem, és az üzenet további – alperes által a fogyasztóknak tulajdonított – értelme/ígéréte kapcsán sem állapított meg megtévesztést az alperes, vagyis nem vonta kétségbe, hogy valós az a felperesi állítás a fogyasztó felé, hogy a vásárlása számítani fog a mosdófelújítási programban a felújítási összeg alakulása szempontjából.
- [20] Az elsőfokú bíróság ítéleti álláspontja szerint azonban téves az alperes további következtetése a fenti üzenetből. A kommunikációt ugyanis az átlagfogyasztó nem érthette úgy, hogy – egy az egyben – a saját vásárlása után adott 5 forint az a kampányon belül pontosan azonosítható a vásárlástól kezdve a felhasználásig, vagyis, hogy egy az egyben nyomon követhető annak az 5 forintnak az útja a vásárlástól a kampány céljának megvalósulásáig. A perszonalizáció ígéretének az elsőfokú bíróság olvasatában nem volt olyan vetülete, amelyből a fogyasztó – azon túl, hogy tudta, és érzékelte, hogy amennyiben vásárol, a kampányban a mosdófelújítási összeg növekedni fog – úgy érthette, hogy a vásárlásából az a meghatározott rész, vagyis pontosan az az 5 forint lesz az, amelyik az iskolamosdók megújulására fordítódik. Egy átlagfogyasztó tisztában van vele, hogy ilyen volumenű, rendkívül nagy mennyiségű

Kf.IV.38.020/2019/9.

Domestos terméket magában foglaló, országos, éves kampányban lehetetlen lenne minden egyes egyedi vásárlást, és abból az 5 forintot már a vásárlástól kezdve nyomon követni, egészen a felhasználásig. Nem volt a kommunikációnak olyan üzenete sem az átlagfogyasztó felé, hogy minden egyes egyedi termékvásárlás és abból minden egyes 5 forint a felperesnél vagy a felperes érdekkörében nyilvántartásra, regisztrálásra kerül. A kommunikáció minden vizsgált évben – 2015-ben legalább a honlapon, 2016-2017. évben pedig a legtöbb kommunikációs eszközön – tartalmazta azt a tájékoztatást, hogy a tényleges darabszámot az AC Nielsen adatai alapján veszi figyelembe a felperes. Az üzenet tartalma egzakt módon érzékelhető volt a fogyasztónak, és abból éppen arra a következtetésre juthatott, hogy egy átlagszámítás adja majd ki a felújításra szánt összeget. Mindezekből adódóan, mivel a felperes nem ígért egy az egyben nyomon követést, nyilvántartást, fel sem merül, hogy kellően gondosan, a szakmai gondosság követelményének megfelelően járt-e el az üzenet kialakításakor.

- [21] Megjegyezte ugyanakkor az elsőfokú bíróság, hogy az alperes nem dolgozta ki megfelelően, hogy az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti feltételek mindegyike miként valósult meg. Nem részletezte, és nem bizonyította, hogy a kampány megvalósítási mechanizmusa kapcsán feltárt tények tükrében miben állt volna konkrétan a szakmai gondosság, a jóhiszeműség és tisztesség követelményének megfelelő eljárás, és hogy azt pontosan mely magatartásával vagy cselekményeivel mellőzte a felperes, és hogy egyáltalán ennek a fogyasztókra milyen érzékelhető (jelentős) hatása volt.
- [22] A fentiekén túl megalapozatlannak találta azt az alperesi álláspontot is, amely szerint nem volt semmilyen összefüggés az egyes vásárlások és a támogatás összegének mértéke között. Az AC Nielsen adatai a hazai kiskereskedelmi forgalomban eladott Domestos termékek alapján végzett, a AC Nielsen Kiskereskedelmi Indexe alapján kimunkált adatok, amelyek a lehető legpontosabban megmutatják az egyes időszakokban a vásárlásokat. Nem vitathatóan a felperes az így megadott évenkénti darabszámot megszorozva 5-tel alakította ki a felújításra szánt összegeket. Ezek alapján továbbá a ténylegesen mosdófelújításra fordított összeg az alperes által sem vitatott módon magasabb is volt minden évben, mint amivel pusztán darabszám alapján kalkulálni lehetett.

A fellebbezés és a fellebbezési ellenkérelem

- [23] Az ügyben az alperes terjesztett elő fellebbezést, melyben elsődlegesen az elsőfokú ítélet megváltoztatását és a kereset elutasítását, másodlagosan az elsőfokú ítélet hatályon kívül helyezését és az elsőfokú bíróság új eljárás lefolytatására és új határozat hozatalára utasítását kérte. Álláspontja szerint az elsőfokú bíróság ítélete sérti a Kp. 78. § (2) bekezdését, a 90. § (1) bekezdését, a polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény (a továbbiakban: Pp.) 346. § (4)-(5) bekezdéseit, továbbá az Fttv. 3. § (1) és (2) bekezdésében foglaltakat.
- [24] Előadása szerint az elsőfokú bíróság figyelmen kívül hagyta az ügyintézési határidő túllépésére vonatkozóan kialakult bírósági gyakorlatot. Az Alkotmánybíróság IV/1330/2016. számú végzése kellett volna, hogy orientálja az elsőfokú bíróságot, amely kifejezetten kimondja, hogy a Tpv. hatálya alá tartozó eljárásokban az eljárási határidő esetleges túllépése nem eredményezi a szankcionálási jogkör elenyészését, hovatovább nem minősül az ügy érdemére kiható érdemi szabálysértésnek. A kereseti kérelem kereteihez igazodva a védiratában megfelelő módon cáfolta az e körben előadott felperesi érveket, részletesen nyilatkozott az eljárási határidők megtartása kapcsán. Mindezek alapján iratellenes az elsőfokú ítélet azon megállapítása, hogy – bírói felhívás ellenére – nem tett teljes körű nyilatkozatot az eljárási határidők vonatkozásában, nem megfelelő módon cáfolta a felperesi számításokat, és így nem állapítható meg, hogy valóban történt-e határidő túllépés.

Kf.IV.38.020/2019/9.

- [25] Kifogásolta, hogy az elsőfokú bíróság az üzenet vizsgálata kapcsán nem volt tekintettel arra, hogy a felperesi kereskedelmi kommunikáció azzal a céllal került kidolgozásra, hogy „egy hosszú távú programon keresztül érzelmileg vonják be a fogyasztókat”, akik közül a felperes által célzott csoport az iskoláskorú gyermekkel rendelkező szülők köre. Nem a hatóság fogalmazott meg elvárást a felperessel szemben, hanem maga felperes volt az, aki a kereskedelmi kommunikációja keretében azt az üzenetet közvetítette a fogyasztók felé, hogy minden egyes eladott termék után 5 forinttal támogatja az adott programot, melynek keretében az eladott termékek tényleges darabszámát az AC Nielsen adatai határozzák meg. A tényleges darabszám kifejezés fogyasztói szempontú értelmezése nem vezethet arra az eredményre, hogy egy átlagszámítás alapján került végül meghatározásra a támogatás összege. Az üzenet egyértelműen egy tényleges, azaz pontos darabszám megállapítását feltételezi, melyre azonban a felperes képtelen volt, és mellyel már a kampány közzétételének pillanatában is tisztában kellett lennie.
- [26] Álláspontja szerint egy olyan, az érzelmekre és társadalmi felelősségvállalásra ható kampány esetén, melyet a felperes is folytatott, elvárható, hogy a vállalkozás pontosan tudja teljesíteni a fogyasztók felé közvetített ígéretét. Kifejtette, hogy az elsőfokú bíróság rosszul határozta meg a fogyasztói kört, továbbá a hatóság által megállapított fogyasztói üzenettől eltérő üzenetet azonosított, a határozati megállapításokat felülmérlegelte, azonban az általa tett eltérő értékelésnek megfelelő indokát nem adta. Kiemelte, hogy maga felperes is módosította a kereskedelmi kommunikációját 2019-ben a következők szerint: „Az Unilever minden a kiskereskedelem felé általa eladott Domestos után felajánl nettó 5 forintot hazánk hátrányos térségeiben működő iskoláinak mosdó felújításához. A darabszámok független könyvvizsgáló által kerülnek hitelesítésre.”
- [27] Érvelése szerint a fentiekén túl az elsőfokú ítélet belső ellentmondásokkal terhelt, mert egyrészt azt állapítja meg, hogy az alperes a feltárt tényeket, beszerzett vagy a felperes által becsatolt adatokat, dokumentumokat, észrevételek részletesen ismertette, a tényállást feltárta, másrészt kifejti, hogy nem dolgozta ki megfelelően, nem vezette le, hogy az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti feltételek mindegyike miként valósult meg. Hangsúlyozta, hogy kétséget kizáró módon került megállapításra, hogy a felperes értékesítési adatai nem voltak alkalmasak a kampány eredményességének közvetlen mérésére. A határozatában kimutatta továbbá, hogy a rendelkezésére álló adatok és nyilatkozatok alapján a felperesi kampány feltehetően alkalmas volt a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására.
- [28] A felperes a fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítélet helybenhagyását kérte. Álláspontja szerint az elsőfokú bíróság helytállóan állapította meg, hogy az alperes téves következtetésre jutott a kereskedelmi kommunikáció üzenetét illetően, ennek okán pedig fel sem merült az Fttv. 3. § (2) bekezdésének sérelme.

A Kúria döntése és jogi indokai

- [29] A fellebbezés nem alapos.
- [30] A Kúria mindenekelőtt rögzíti, hogy a Kp. 118. § (1) bekezdése szerint, a másodfokú bíróság az ítéletet – a bizonyítás és vizsgálat hivatalbóli elrendelésének körén kívül – csak a fellebbezés, a csatlakozó fellebbezési kérelem és a fellebbezési ellenkérelem keretei között vizsgálhatja felül.
- [31] A Kúria megállapította, hogy az elsőfokú bíróság vizsgálta a közigazgatási eljárás teljes anyagát, a felek perbeli nyilatkozatait, beadványait, a bizonyítékokat a Kp. 78. § (2) bekezdésnek megfelelően egyenként és a maguk összességében is értékelte. Ezekre

Kf.IV.38.020/2019/9.

figyelemmel helytállóan tárta fel a jogvita elbírálásához szükséges tényállást, és a vonatkozó jogszabályi rendelkezések helyes értelmezésével megalapozott jogi következtetést vont le, döntésének a Pp. 346. § (4) és (5) bekezdéseiben foglaltaknak teljes mértékben megfelelő, kellően részletes indokát adta. Kifejtett indokait a Kúria osztja, azok megisméltése nélkül a fellebbezésben foglaltakra utalással a következőket hangsúlyozza.

- [32] Az elsőfokú bíróság az alperes állításával ellentétben éppen hogy a kialakult bírósági gyakorlatnak megfelelően vizsgálta az ügyintézési határidő esetleges túllépését. Az elsőfokú bíróság azt rögzítette az ítéletében, hogy az ügyintézési határidő túllépése – a perben tett nyilatkozatokra is figyelemmel – nem volt megállapítható. Helytállóan nem folytatott e körben további bizonyítást arra hivatkozással, hogy még amennyiben az alperesi határidő túllépés megállapítható is lett volna, a felperes nem bizonyított olyan konkrét, ügyféli jogait alapvetően sértő alperesi cselekményt, amely a tisztességes hatósági eljáráshoz való jog sérelmét igazolta volna.
- [33] Az elsőfokú bíróság fenti megállapításai teljeskörűen összezsengenek a vonatkozó bírósági gyakorlattal. A tisztességes ügyintézéshez való jog magában foglalja az eljárás észszerű időn belül történő befejezésének követelményét is. Az eljárás időtartamának észszerű jellegét minden ügy egyedi körülményei, többek között a jogvitának az érdekelt számára fennálló fontossága (a jogvita tétje), az ügy összetettsége, a felperes és a hatáskörrel rendelkező hatóság viselkedése alapján kell értékelni. A szóban forgó ügyre vonatkozóan – mivel – a felperes ezen összefüggéseket nem mutatta be, konkrét jogsérelmet az ügyintézési határidő esetleges túllépésével összefüggésben nem igazolt, ezért az ügyintézési határidő megtartottságára vonatkozó további bizonyítás felvételének nem volt helye. Az elsőfokú bíróság az alperes állításával ellentétben nem tett olyan megállapítást, mely szerint az ügyintézési határidő túllépése a felperest mentesíthetné a jogsértésért megállapított felelősség alól, az a szankcionálási jog elenyészését jelenthetné.
- [34] Az alperes érvelése, mely szerint az ügyintézési határidőt nem lépte túl, és e körben a kereseti kérelem korlátai között reagált a felperesi kifogásokra, az ügyintézési határidő megtartására vonatkozó tételes levezetés nélkül súlytalan, különösen arra figyelemmel, hogy az elsőfokú bíróság sem állapította meg, hogy az eljárásában túllépte volna az ügyintézési határidőt.
- [35] A Kúria kiemeli, hogy az elsőfokú ítéletben csak megjegyzés szintjén szerepel, hogy az alperes nem dolgozta ki megfelelően, hogy az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti feltételek mindegyike miként valósult meg. A megjegyzés szintjén rögzítettek oka az, hogy az elsőfokú bíróság megállapítása szerint a kampány üzenetére adott helyes értelmezés alapján el sem lehet jutni addig a következtetésig, hogy felvetődne az Fttv. 3. § (2) bekezdésének a sérelme. Ebből következően a fellebbezési eljárás kereteit is a perbeli kampány üzenetének elsőfokú bíróság általi elemzése adta.
- [36] A Kúria megállapította, hogy megalapozatlan az az alperesi állítás, mely szerint az elsőfokú bíróság a fogyasztói kört rosszul, avagy az alperestől eltérően határozta volna meg. Erre vonatkozó ítéleti megállapítást az alperes nem jelölt meg, és ilyen, az alperesi határozatban azonosítottaktól eltérő fogyasztói körre utalás az ítéletben nem is lelhető fel.
- [37] A fentiekkel szemben az elsőfokú bíróság az észszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartását vette alapul. Önmagában az az alperesi megállapítás, mely szerint a megcélzott fogyasztók részben – az érzelmi kötődésükre figyelemmel – kiszolgáltatottabbak, a szülői célcsoport sérülékeny fogyasztói csoportnak minősül, nem befolyásolja, hogy az üzenet észlelését az észszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartása alapulvételével kellett vizsgálni.

Kf.IV.38.020/2019/9.

- [38] A Kúria mindenben osztja az elsőfokú bíróság azon okfejtését, mely szerint a perbeli kommunikációt az átlagos, észszerűen figyelmes, körültekintő fogyasztó – függetlenül attól, hogy az üzenet a szülők érzelmeire is hat – nem érthette úgy, hogy a saját vásárlása után adott 5 forintjának az útja a kampányon belül pontosan azonosíthatóan a vásárlástól kezdve a felhasználásig nyomon követhető. A perbeli üzenet fogyasztók általi értelmezése szempontjából közömbös, hogy egyébként a vásárlásokkal nem vitatottan ténylegesen összefüggésbe hozható támogatás miként jut el a programban meghirdetett célhoz. Az észszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó ugyanis pontosan tisztában van azzal, hogy az adott egyedi vásárlás – mivel ahhoz semmilyen regisztrációs felhívás nem kapcsolódik – a támogatás mértékét ugyan befolyásolja, de a felújításra szánt összeget – ahogyan arra a kommunikáció legalább a honlapon utalt – átlagszámítás és nem pontos darabszám adja majd ki. A vizsgált üzenet értékelése szempontjából nem bír relevanciával, hogy a felperes 2019-ben egyébként módosította a kereskedelmi kommunikációját.
- [39] A fentiek alapján az elsőfokú bíróság megalapozottan jutott arra a következtetésre, hogy a fenti fogyasztói észlelés értékelése alapján el sem lehet jutni az Fttv. 3. § (2) bekezdésének, azaz a szakmai gondosság követelményének a sérelméhez és ezen keresztül a fogyasztói magatartás torzításának (avagy arra való alkalmasságának) megállapításához, ezért az elsőfokú bíróság által csak megjegyzésként rögzítettek értékelését a Kúria mellőzte. A Kúria e körben ismételten hangsúlyozza, hogy az alperesi határozat Kp. 90. § (1) bekezdése szerinti megváltoztatását a fentiekben megállapítottak és nem az Fttv. 3. § (2) bekezdésével összefüggésben tett elsőfokú bírósági megjegyzés (az alperes nem dolgozta ki megfelelően, hogy az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti feltételek mindegyike miként valósult meg) indokolta. Utóbbiak értékelésének az átlagfogyasztók által észlelt üzenet téves azonosítása miatt nem volt érdemi jelentősége.
- [40] Az alperes alaptalanul hivatkozott arra is, hogy az elsőfokú ítélet belső ellentmondásokkal terhelt. Az a megállapítás ugyanis, hogy az alperes eleget tett a tényállás feltárására és az indokolásra vonatkozó kötelezettségének, nem áll ellentétben azzal, hogy a bizonyítékok mérlegelése tekintetében az elsőfokú bíróság az átlagos, észszerűen figyelmes fogyasztóhoz eljuttatott üzenet tartalmára (észlelésére) vonatkozóan, a felperesi érveléssel egyező, okszerűbb magyarázatot adott.
- [41] A fentiek alapján a Kúria megállapította, hogy az elsőfokú bíróság ítélete az alperes által megjelölt jogszabályhelyekbe nem ütközik, ezért azt a Kp. 109. § (1) bekezdése alapján helybenhagyta.

A döntés elvi tartalma

- [42] *Annak a vizsgálata, hogy az alperes az általa helyesen megállapított tényállásból, a határozatban részletesen rögzített bizonyítékokból helytálló következtetésre jutott-e, nem a tényállás feltárása és az indokolási kötelezettség teljesítése körébe esik, hanem az előzőekből levont jogi következtetés, a megállapított jogsértés megalapozottságának értékelését jelenti.*

Záró rész

- [43] A Kúria a fellebbezést a veszélyhelyzet megszűnésével összefüggő átmeneti szabályokról és a járványügyi készülségről szóló 2020. évi LVIII. törvény 150. § (2) bekezdése alapján tárgyaláson kívül bírálta el.
- [44] A felperes fellebbezéssel felmerült költségének összegét a Pp. 81. § (5) bekezdése által megkívánt költségjegyzék nyomtatvány alkalmazásával felszámította, azt (áfa tartalommal

Kf.IV.38.020/2019/9.

növelten) összesen 444.500 forintban jelölte meg. A Kúria a bírósági eljárásban megállapítható ügyvédi költségekről szóló 32/2003. (VIII. 22.) IM rendelet (a továbbiakban: Rendelet) 2. § (2) bekezdésében foglaltak alapján a felszámított munkadíj összegét mérsékelte, figyelemmel arra, hogy az nem áll arányban a ténylegesen elvégzett ügyvédi tevékenységgel. A Kúria e körben figyelemmel volt arra, hogy a perbeli esetben a pertárgyérték nem meghatározható (Rendelet 3. § (3) bekezdés), a fellebbezési ellenkérelem új, a perben már kidolgozott jogi érveléstől eltérő indokolást nem tartalmaz, tárgyalás tartására pedig nem került sor.

- [45] A tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt fellebbezési illetéket az alperes – az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 5. § (1) bekezdés c) pontján alapuló – teljes személyes illetékmentessége folytán a Pp. 102. § (6) bekezdése alapján állam viseli.

Az ítélet elleni felülvizsgálat lehetőségét a Kp. 116. § d) pontja zárja ki.

Budapest, 2020. szeptember 29.

Dr. Patyi András sk. a tanács elnöke Dr. Varga Eszter sk. előadó bíró Dr. Dobó Viola sk. bíró

A kiadmány hitelül:
tisztviselő