



Ottlakán Johanna<sup>1</sup>

## Az összehasonlító reklámokkal szemben támasztott követelmények a VJ/25/2016. számú versenyfelügyeleti eljárás és annak bírósági felülvizsgálatában hozott döntések tanúságai szerint

The requirements for comparative advertising according to case VJ/25/2016 and its judicial review

### Abstract

*Comparative advertising is a great opportunity for businesses to showcase the excellence of their products to consumers compared to their competitors' products. This way of advertising stimulates competition on the one hand but carries a high legal risk for the publisher of the advertisement on the other, as its legality is judged according to strict criteria. There are relatively few comparative advertisements in Hungary, so the guiding decisions regarding these deserve special attention.*

**Tárgyszavak:** összehasonlító reklámozás, tárgyilagosság, ellenőrizhetőség, Lidl Belgium-ügy  
**Keywords:** comparative advertising, objectivity, verifiability, the Lidl Belgium case

### 1. Bevezetés

Az összehasonlító reklámok – tekintve, hogy versenytársak termékeit jelenítik meg – egyrészt ösztönzően tudnak hatni a fogyasztók kegyeiért zajló versengésre – és általában a piaci versenyre –, másrészt jogi veszélyeket hordozhatnak a közzétevő számára, mivel az összehasonlítás tárgyilagosságát a hatóságok szigorú kritériumok szerint ítélik meg. Az itt ismertetett ügy ugyanakkor arra is rávilágít, hogy az összehasonlító reklámok jogi megítélése nem mindig egyértelmű, amit az esetismertetés témájául választott ügyben született bírósági döntések változásai is mutatnak.

Talán éppen a magas jogi kockázat miatt hazánkban az összehasonlító reklámok kevésbé gyakoriak, elsősorban a telekommunikációs szolgáltatások piacán, vagy a vény nélkül kapható gyógyszerek piacán lehet velük találkozni. Ezért jogi megítélésük kapcsán a friss döntések nagyobb érdeklődésre tarthatnak számot. Különösen igaz lehet ez a hosszú bírósági utat bejárt ügyekre, melyek a hazai és uniós döntésekre egyaránt

támaszkodnak. Ilyen ügy a Magyar Telekom Nyrt. egy 2015-ös kampányát értékelő versenyfelügyeleti eljárás, illetve kapcsolódó bírósági eljárás, melyben 2021 elején született végleges, minden elemre kiterjedő bírósági döntés.

Az eset ismertetése során különösen az összehasonlító reklámokkal szemben támasztott követelményekre kívánjuk a hangsúlyt helyezni, kevésbé a bírságkiszabás jogszerűségét, illetve a bírság mértékét érintő kérdésekre.

### 2. Az alapul szolgáló ügy

A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a Magyar Telekom Nyrt.-vel (a továbbiakban: Telekom) szemben 2016. április 5-én indított versenyfelügyeleti eljárást „A Telekom 4G mobilinternetet választják a legtöbben. Bízd rá magad!” szlogennel 2015 nyarán futott kampánya vizsgálatára, mivel álláspontja szerint a megjelölt állítás nem a szolgáltatás ellenőrizhető tulajdonságra vonatkozott, saját és versenytársai hálózatát nem tárgyilagosan hasonlította össze a Telekom.

<sup>1</sup> Vizsgáló, Gazdasági Versenyhivatal – Döntéshozatal Támogató Iroda

A magatartás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 10. § b) pontjának megsértését vetette fel. Az eljárást később kiterjesztette a GVH – azonos joggalapon – annak vizsgálatára is, hogy a vizsgált kampány során közzétett összehasonlítások a 4G hálózat lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságára vonatkoztak-e.

A versenyfelügyeleti eljárásban a Telekom az összehasonlítás megalapozott, tárgyilagos jellegét igazolandó más eljárásokban benyújtott lefedettségi térképekre, információkra, sajtómegjelenésekre, valamint a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) 2014. januári gyorsjelentésére hivatkozott. A GVH a benyújtott bizonyítékokat nem tartotta megfelelőnek, így 2017. február 23-án kelt VJ/25-41/2016. számú határozatával – versenyfelügyeleti bírság kiszabása mellett – megállapította a jogsértést.

A GVH – a formáját tekintve – a vizsgált reklámállítást piacelsőségi állításként azonosította, mely a piac igen kevés szereplője miatt közvetlen felismerhetővé teszi a másik két piaci szereplőt, ezért a vizsgált kereskedelmi kommunikáció összehasonlító reklámnak tekintendő.<sup>2</sup> Az NMHH 2014 januárjában készült és bizonyítékként benyújtott gyorsjelentése kapcsán a GVH aláhúzta, hogy az egyrészt időben a reklámállítások alkalmazását jelentősen megelőzve készült, másrészt a mobilinternetezők számát együttesen adta meg, függetlenül attól, hogy a felhasználó mely generációs hálózatot használják (2G/3G/4G).<sup>3</sup> Utalva a következetes európai és hazai joggyakorlatra a GVH kiemelte, hogy a Telekomnak a reklámokban legalább azt szükséges lett volna megjelölnie, hogy a fogyasztók a reklám hitelességének, illetve az érintett tulajdonság ellenőrizhetősége érdekében hol szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről.<sup>4</sup> A reklám azonban ilyen utalást nem tartalmazott. A Telekom által bizonyítékként benyújtott országos lefedettségi térképeket sem fogadta el a GVH, tekintve, hogy (1) a lefedettség és az előfizetők száma között feltételezett korrelációt a Telekom objektív számításokkal

nem tudta alátámasztani, és (2) a 4G hálózat használatát a lefedettségen kívül egyéb körülmények is befolyásolják, így a SIM kártya vagy a készülék nyújtotta lehetőségek.<sup>5</sup> A GVH ezért – összhangban a VJ/104/2015. számú eljárásban tett megállapításaival – megállapította, hogy önmagában a lefedettségi térképek a mobilhálózat használójának számára vonatkozó elsőbbségi állítások alátámasztására nem elegendőek, így a vizsgált reklámok az összehasonlító reklámokkal szemben támasztott objektív ellenőrizhetőségi kritériumnak nem tettek eleget. A GVH – a Telekom álláspontjával ellentétben – levezette döntésében, hogy az Európai Bíróság C-356/04. számú ügyben hozott döntése<sup>6</sup> (a továbbiakban: Lidl Belgium) jelen ügyre is irányadó. Eszerint a reklám címzettje felé fennálló igazolási kötelezettség nem mellőzhető teljesen, számára lehetővé kell tenni azt, hogy – saját maga vagy megbízott útján – meggyőződhesen arról, helyesen tájékoztatták-e a reklámozott termék tulajdonságai tekintetében.<sup>7</sup> A reklám hitelessége érdekében a reklámban megjelölendő, hogy a reklámközlés milyen adatra vonatkozik – ez a Telekom kommunikációjából hiányzott.

A GVH döntése szerint a feltételek szoros összefüggése okán a nem ellenőrizhető összehasonlítás tárgyilagos sem lehet. Ezt a – Telekom által is irányadónak tekintett – értelmezést mind a hazai, mind az uniós ítélkezési gyakorlat is követi. Az ellenőrizhetőség hiányán az a körülmény sem változtatott, hogy más eljárásban a GVH tudomására jutott olyan adat, mely alátámasztani látszott azt, hogy a Telekomnak versenytársainál több aktív 4G-t használó ügyfele van. Az ugyanis nem tekinthető nehézség nélküli ellenőrzési lehetőségnek a fogyasztók számára, ha az összehasonlító reklám hitelessége csak hatósági vagy bírósági eljárásban ellenőrizhető.<sup>8</sup>

A GVH versenyfelügyeleti bírság kiszabása körében a kampány költségének teljes összegét vette alapul, súlyosító körülményként értékelve a 4G szolgáltatás újszerűségét, valamint a magatartás felróhatóságát. A szankció kapcsán enyhítő körülmény nem azonosított.

2 VJ/25-41/2016. számú határozat 123. pont

3 VJ/25-41/2015. számú határozat 128-130. pontok

4 VJ/25-41/2015. számú határozat 142. pont

5 VJ/25-41/2015. számú határozat 146. pont

6 ECLI:EU:C:2006:585

7 vö.: ECLI:EU:C:2006:585 72-74. pontok

8 VJ/25-41/2016. számú határozat 156. pont

### 3. Az elsőfokú eljárás

A GVH döntésével szemben a Telekom terjesztett elő keresetet, kérve elsődlegesen a jogsértés hiányának megállapítását, másodlagosan a határozat hatályon kívül helyezését és a GVH új eljárás lefolytatására történő kötelezését, harmadlagosan a határozat megváltoztatását és a bírság mellőzését vagy jelentős csökkentését. Kifogásolta, hogy a GVH az összehasonlító reklám ellenőrizhetősége kapcsán olyan többletkövetelményt – nevezetesen a fogyasztó általi ellenőrizhetőséget – fogalmazott meg, melyet sem a Tpv. 10. § b) pontja, sem az irányadó bírósági joggyakorlat nem ír elő. A Lidl Belgium-ügy GVH által hivatkozott részeit a VJ/25/2016. számú eljárásban nem tekintette relevánsnak. Hivatkozott a hazai joggyakorlatra, mely szerint a reklámozó az ellenőrizhetőség követelményét akkor is teljesíti, ha az összehasonlításban szereplő tulajdonság ellenőrizhetősége csak hatósági eljárásban igazolható, ami a GVH által hivatkozott Lidl Belgium-döntés szerint is elégséges volt. Álláspontja szerint a tárgyilagos közlésnek nem feltétele a fogyasztó általi ellenőrizhetőség, ezért a GVH döntése azért sem megalapozott, mivel a tárgyilagosság sérelmét csak az ellenőrizhetőség hiányára alapozta. Kiemelte, hogy álláspontja szerint amennyiben az összehasonlítás bármilyen módon ellenőrizhető, jogsértés nem állapítható meg. A GVH döntésében maga rögzítette, hogy a reklámban szereplő állítás valós, így a GVH a Telekom által szolgáltatott adatok valóságtartalmát maga is ellenőrizni tudta. A bírságösszeg meghatározására álláspontja szerint okszerűtlen mérlegelés nyomán került sor, a súlyosító körülmények jogszerűtlen értékelése és az enyhítő körülmények figyelmen kívül hagyása mellett.<sup>9</sup>

A GVH a kereseti ellenkérelmében arra helyezte a hangsúlyt, hogy a Telekom a vizsgálattal érintett állítást anélkül tette közzé, hogy annak valóságtartalmáról meggyőződött volna, pusztán historikus adatok alapján feltételezte, hogy az érintett piacon az általa fenntartott 4G hálózatot használja a legtöbb fogyasztó. A GVH amellett érvelt továbbá, hogy sem a jogszabályi rendelkezésekre, sem az Európai Bíróság joggyakorlatára tekintettel az ellenőrizhetőségi kritérium mentén nem lehet jogszerű az olyan összehasonlító

reklám, mely minimálisan azt sem teszi megismerhetővé a fogyasztók számára, hogy a reklámozó állítása milyen forrásból származó információ alapján alapul. Vitatta, hogy a GVH eljárásában meg tudta volna állapítani a reklámállítás valóságosságát, a versenytársakhoz képest magasabb számú aktív ügyfél megléte a vizsgált időszakban csupán valószínűsíthető volt. Mindezen körülmények miatt álláspontja szerint a jogsértés megállapítására megalapozottan került sor, a versenyfelügyeleti bírság kiszabása során a releváns szempontok értékelésre kerültek.<sup>10</sup>

Az ügyben első fokon a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság (a továbbiakban: FKMB) 2017. november 15-én hozott döntést – a 2.K.31.240/2017/8. számú ítéletet (a továbbiakban: alapítélet) –, melyben a GVH határozatát hatályon kívül helyezte. Az alapítélet szerint a Telekom vizsgált reklámjának szövegéből egyértelműen kiderült, hogy az összehasonlítás kizárólag egy tulajdonság, a 4G mobilinternetet választók száma mentén történt. Kiemelte a döntés továbbá, hogy sem a jogszabályi rendelkezésekből, sem az irányadónak tekintett Lidl Belgium-ügyben hozott ítéletből nem vezethető le, hogy kinek – és milyen körülmények között – kell tudnia ellenőrizni az összehasonlító reklámban megjelenő tulajdonság hitelességét, mint ahogyan az sem, hogy az összehasonlító reklámokban általában legalább az összehasonlító ismérv ellenőrizhetőségére vonatkozó iránymutatásnak meg kellene lennie. Értékelése szerint ezért a Telekom nem járt el jogszerűen mikor az összehasonlító reklám fő üzenetében kiemelt tulajdonsággal kapcsolatban nem adott útmutatást a fogyasztók általi ellenőrizhetőséghez; osztotta továbbá a Telekom álláspontját, miszerint a 4G hálózatot választó fogyasztók száma – matematikai számítás útján is – ellenőrizhető tulajdonságnak tekinthető függetlenül attól, hogy az ellenőrzést ki és milyen módon valósítja meg, melyre tekintettel a felperes terhére jogsértés szintén nem róható. Az alapítélet az ellenőrizhetőség elvi lehetőségének megvalósulása esetén a tárgyilagosság hiányát nem látta megállapíthatónak. A döntés összességében kimondta, hogy a Telekom keresete a jogsértés hiánya tekintetében megalapozott volt, ezért a bírsággal összefüggő keresetrész elbírálása mellőzésre került.<sup>11</sup>

9 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzés 2-3. oldalak

10 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzés 3. oldal 2. bekezdés

11 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzés 3-4. oldalak

#### 4. A másodfokú eljárás

Az alapítéttel szemben a GVH terjesztett elő fellebbezést, melyben elsődlegesen annak megváltoztatását és a Telekom keresetének elutasítását, másodlagosan az FKMB új eljárás folytatására kötelezése mellett az alapítélet hatályon kívül helyezését kérte. Kifejtette, hogy az alapítélet jogszállásértő, mivel a Tptv. 10. § b) pontja téves alkalmazásával jogszerűtlen következtetést tartalmaz. Hivatkozott arra, hogy Lidl Belgium-ítélet helytelen értelmezése okán jutott az alapítéletet hozó FKMB arra a következtetésre, hogy annak a vizsgált magatartás kapcsán relevanciája nincs. Álláspontja szerint a hivatkozott uniós döntést, illetve annak 74. pontját az ellenőrzési követelmény céljára és a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv (a továbbiakban: Irányelv 1), valamint a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló az Európai Parlament és a Tanács 2006. december 12-i 2006/114 EK irányelv (a továbbiakban: Irányelv 2.) rendelkezéseivel összhangban értelmezve megállapítható, hogy a reklám címzettjei felé történő igazolás kötelezettsége egészében nem mellőzhető. Ugyanis – összhangban a joggyakorlattal – a reklám hitelességének ellenőrzésére vonatkozó kritérium teljesüléséhez elengedhetetlen, hogy a közzétett a kiemelt tulajdonságra vonatkozóan az adatokat is megjelölje, vagy ennek hiányában a hitelesség minimális feltételeként a célközönség megismerhesse, hogy az összehasonlítás elemeiről – függetlenül attól, hogy egy vagy több elem szerepel a reklámban – hol és miként szerezhet nehézség nélkül tudomást. A GVH álláspontja szerint az ellenőrizhetőség szükségszerűen adatokkal való alátámaszthatóságot is jelent, a fogyasztónak tehát tudnia kell, hogy az összehasonlító állítás kiene az adatain alapul, és ha szükségesnek tartja, hol tud a továbbiakban tájékozódni, tartalmi ellenőrzést végezni. A GVH érvelése szerint a Telekom érintett reklámja esetében ez a kritérium nem teljesült, így magatartása jogsértő volt. A Lidl Belgium-ügy megállapításaiból kiemelte, hogy az Európai Bíróság egyértelműen foglalt állást a tekintetben: nem elegendő, ha az összehasonlító reklám állításait kizárólag a reklám címzetti körén kívül eső harmadik személyek tudják ellenőrizni.

A GVH álláspontja szerint az ellenőrizhetőség hiányát jogszerűen állapította meg.<sup>12</sup>

A Telekom előterjesztett fellebbezési ellenkérelmében ismertette, hogy a GVH párhuzamosan a „legnagyobb 4G hálózat” állítással összefüggésben folytatott eljárásában szintén kizárólag az ellenőrizhetőség követelményének sérelmére alapította a tárgyilagosság hiányának megállapítást és a jogsértés megállapítását, mely döntését a Fővárosi Törvényszék 13.K.700.022/2018/7. számú ítéletével megváltoztatta. Abban az ügyben a Fővárosi Törvényszék osztotta a Telekom érvelését azon tekintetben, hogy a Lidl Belgium-ügy relevanciái kifejezetten többemű reklámokra értelmezhetőek, egyeleműek esetére nem, így magatartása nem volt jogsértő, mikor kommunikációjában nem szerepelt, hogy a fogyasztók honnan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről. Előadta továbbá, hogy az ellenkérelemmel érintett eljárásban a GVH kiterjesztően értékelte a Tptv. 10. § b) pontját, mikor az ellenőrizhetőség hiányát a tárgyilagosság megsértésével azonosította. Érvelése szerint ugyanis az ellenőrizhetőség nyelvtani értelmezése elvi ellenőrizhetőséget takar, kiemelve, hogy az összehasonlító reklámok értékelésével kapcsolatban az Európai Bíróság gyakorlata – éppen a reklámtípus versenyelénkítő hatása miatt – megengedő. Álláspontja szerint reklámja tekintetében az ellenőrizhetőség megvalósult, mivel a versenytárs szolgáltatók 4G hálózatot használóinak száma összevethető, melyet a GVH is ellenőrzött a tőlük bekért adatok segítségével.<sup>13</sup>

A másodfokú bíróságként eljáró Fővárosi Törvényszék 2018. szeptember 12-én kelt 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzésében megállapította, hogy a GVH fellebbezése alapos, ezért az alapítéletet hatályon kívül helyezte és az FKMB-t új tárgyalás folytatására és új határozat hozatalára kötelezte. Érvelése szerint az FKMB helyesen állapította meg, hogy a vizsgált összehasonlítás egyetlen eleme a 4G hálózatot használó fogyasztók száma volt, ugyanakkor tévesen jutott arra a következtetésre, hogy az ellenőrzés elvi lehetősége nyomán a reklámmal szemben támasztott tárgyilagosság megvalósult. A Fővárosi Törvényszék megállapította, hogy a Telekom és a versenytársai által benyújtott adatok nem voltak teljes körűek és elegendőek a reklámállítások alátámasztására,

12 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzés 4. oldal

13 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzés 5. oldal

így az elsőfokú bíróság tévesen következtetett arra, hogy a versenytársak előfizetőinek száma alapján egyszerű matematikai művelettel ellenőrizhető lenne a reklámüzenetek tartalma. Érvelésében osztotta a GVH álláspontját, miszerint a lefedettségi adatokból nem lehet egyenesen következtetni a 4G előfizetők számára, illetve a Telekom összes előfizetőjének száma sem jelenti kizárólag a 4G mobilhálózatot használók számát, mivel abban olyan előfizetők is szerepelnek, akik 2G vagy 3G hálózatot használtak. A másodfokú bíróság álláspontja szerint továbbá a Lidl Belgium-ügy relevanciái nem hagyhatóak figyelmen kívül jelen eljárásban sem, bár az uniós döntés több elemű összehasonlítás esetére írja elő, hogy a fogyasztókat minimálisan az összehasonlításban szereplő információk fellehetőségéről tájékoztatni kell, ez nem jelenti azt, hogy egy elemű összehasonlítás esetén a megfogalmazott elvárás mellőzni lehetne. Rámutatott továbbá arra, hogy az Fttv.-ben foglalt bizonyítási kötelezettségből eredően a Telekomnak az elsőfokú bírósági eljárásban azt lett volna szükséges bizonyítania, hogy a GVH határozata jogszerűtlen. Erre azonban nem került sor, így az elsőfokú bíróság helytelenül állapította meg, hogy a Telekom terhére jogsértés nem róható. Az elsőfokú bíróság eltérő jogi álláspontjára figyelemmel a Telekom bírságösszegre vonatkozó kereseti kérelmét nem értékelte, melyre ilyen formán a másodfokú eljárásban lehetőség nem volt. Ezért a másodfokú bíróság az elsőfokú bíróság döntését hatályon kívül helyezte, és új tárgyalás folytatására, új határozat hozatalára utasította, azzal az iránymutatással, hogy a megismételt eljárásban a bírságkiszabás jogszerűsége körében kell a bíróságnak állást foglalnia.<sup>14</sup>

A Telekom a Fővárosi Törvényszék 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzésével szemben ugyan felülvizsgálati kérelmet terjesztett elő, azt azonban a Kúria hivatalból elutasította, tekintve, hogy az nem az ügy érdemében hozott döntés, így felülvizsgálati kérelemmel nem támadható (ld.: Kfv. IV.37.147/2019/9. számú végzés, 2020. május 26.).

## 5. A megismételt eljárás

A megismételt eljárásban a Telekom korábbi nyilatkozatait mindösszesen abban a tekintetben egészítette ki, hogy álláspontja szerint a másodfokú bíróság utasítása a megismételt eljárásban az elsőfokú bíróságot nem köti.

A megismételt eljárásban a Fővárosi Törvényszék 30.K.705.191/2020/7. számú ítéletével a GVH a VJ/25-41/2016. számú határozatának a bíróság-megállapításra vonatkozó döntését hatályon kívül helyezte, e körben a GVH-t új eljárás folytatására kötelezte, a Telekom keresetét a továbbiakban elutasította. Érvelésében kifejtette, hogy a másodfokú döntés iránymutatásait követnie kell, melynek nyomán a megállapított szankció értékeléséig el kell jutnia.<sup>15</sup> Megállapította, hogy a vizsgált kommunikáció összehasonlító reklám, melynek egyetlen eleme van: a 4G hálózatot használó fogyasztók száma. Megállapította: a Telekom tévesen állította, hogy a GVH ellenőrizni tudta a reklámállítást, illetve annak tartalmát, mivel a bekért adatok ahhoz nem voltak elegendők, kiemelve a Lidl Belgium-üggyel összefüggésben, hogy az ellenőrizhetőségi követelmény egyelemű reklámok esetén is irányadó. Kiemelte, hogy a reklámállítás időpontjában nem állt a Telekom rendelkezésére egzakt adat állításának alátámasztására, csak a GVH eljárása detektálta, hogy az előfizetők száma miként alakult a reklámállítás időszakában.<sup>16</sup>

Az alkalmazott szankciók körében a megismételt eljárásban megállapításra került, hogy a bíróságkiszabás során a GVH nem volt teljes és ok-szerű. Egyrészt tévesen értékelte a GVH súlyosító körülményként a 4G szolgáltatás újszerű jellegét, mivel azt már 2012-ben is jelentős számú fogyasztó használta, másrészt enyhítő körülményeket egyáltalán nem vett figyelembe a döntés meghozatala során, azok azonban a határozatban feltárt tényállásból feltárhatóak lettek volna.<sup>17</sup>

A megismételt eljárásban született döntést mind a Telekom, mind a GVH megtámadta. A Telekom – korábbi megismételt jogi állásfoglalásán

14 2.Kf.650.024/2018/6. számú végzés 5-6. oldalak

15 Kf.V.39.083/2021/8.számú ítélet 20. pont

16 Kf.V.39.083/2021/8. számú ítélet 21-22. pontok

17 Kf.V.39.083/2021/8. számú ítélet 23. pont

túl – hivatkozott arra, hogy a megismételt eljárásban a döntés súlyosan jogsértő, mivel nem tett mást, mint kritika nélkül átvette a másodfokú döntés érvelését. A GVH érvelésének egyik fő vonala a bírságkiszabás okszerűsége volt, kifejtve, hogy eljárásában mind az irányadó versenytanácsai joggyakorlat, mind a GVH által alkalmazott bírságközlemény szempontjai figyelembevételre kerültek.

A Kúria 2021. március 4-én kelt Kf.V.39.083/2021/8.számú határozatában mindkét fél fellebbezését elutasította. A Telekom keresetével összefüggésben rögzítette, hogy a megismételt eljárásban az elsőfokú bíróság – a másodfokú döntésre figyelemmel – ítéletbe foglalta, miszerint a Telekom jogsértést követett el, így az már res iudicatának tekintendő, azt a Kúria – harmadszor – nem bírálhatja felül.<sup>18</sup> A GVH keresetével kapcsolatban rögzítette, hogy osztja az elsőfokú bíróság álláspontját azon tekintetben, hogy a bírságkiszabás körében a GVH okszerűtlenül járt el, kiemelve, hogy a Telekom együttműködő magatartását nem

értékelt, továbbá tévesen határozta meg súlyosító körülményként a szolgáltatás újszerű jellegét.

## 6. Összegzés

A bemutatott ügy alapján egyértelműen látható, hogy még a nagyon rövid, ám összehasonlító elemeket tartalmazó reklámok közzététele során is nagy körültekintéssel szükséges eljárniuk a reklámokat közzétevőknek. Még a rövid, tömör üzenetek összehasonlításaként történő kommunikálása esetén is meg kell nyitniuk az utat a fogyasztók számára az ellenőrizhetőség irányába, ellenkező esetben üzeneteik tárgyilagossága kérdőjeleződik meg, jogsértő magatartást eredményezve. Az ügyben bár a GVH jól értelmezte és alkalmazta az uniós gyakorlatot, ugyanakkor a bírságkiszabás során, még ha mérlegelési jogkörben is jár el, szükséges valamennyi – enyhítő és súlyosító – körülményt értékelni, ha azok az ügy tényállásából ismertek.

<sup>18</sup> Kf.V.39.083/2021/8. számú ítélet 52-53. pontok