



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 211

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/41/2014.

Iktatószám: Vj/41-27/2014.

BETEKINTHETŐ!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Német András János ügyvezető (2721 Pilis, Homoki szőlő I dűlő 6630) által képviselt **Aegis Invest Kft.** (1064 Budapest, Podmaniczky utca 57. 2. em. 14.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban kialakította az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Aegis Invest Kft. 2013. június 25. és 2014. február 24. között a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaival fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

Az eljáró versenytanács megtiltja a jogsértő magatartás folytatását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa meghozta továbbá az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti a szerződéskötéshez kapcsolódó tájékoztatások tekintetében.

A végzéssel szemben a közléstől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni.

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

INDOKOLÁS

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást, hogy 2013. május 9-től az Aegis Invest Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont) a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-a (1) bekezdésének a), b) pontjaiban – különös tekintettel a bd) és bg) alpontokban foglaltakra – és c) pontjában foglalt tényállások megvalósításával megsértette- az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat, amikor az általa szervezett és működtetett fogyasztói csoportokat népszerűsítő kereskedelmi gyakorlatok a fogyasztók részére valószínűsíthetően nem megfelelő módon jelenítettek meg információkat a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságairól, amelyek alapján a fogyasztók számára egyértelműen érzékelhető lehetett volna, hogy milyen konstrukcióról van szó.
2. Az eljárás megindítását követően a GVH a Vj/41-020/2014. számú végzéssel a vizsgálatot kiterjesztette annak vizsgálatára is, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói csoportok népszerűsítése során megvalósította-e az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti magatartást is.

II.

Az eljárás alá vont

3. A 2001-ben alakult, 2013. május 9-ig Eminenciás-Plusz Kft. néven működő eljárás alá vont főtevékenysége 2013. október 21-ig üzletviteli és egyéb vezetési tanácsadás volt, ezt követően pedig egyéb pénzügyi kiegészítő tevékenység.
4. Az eljárás alá vont 2013. évi nettó árbevételéről hiteles adat nem áll rendelkezésre. A 2012. évi éves beszámolója alapján nettó árbevétellel nem rendelkezett.

III.

A fogyasztói csoport

5. A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (továbbiakban Fgytv.) 2. §-ának i) pontja szerint fogyasztói csoport a szervezők - díjazás ellenében történő - közreműködésével a csoport tagjai pénzének összegyűjtésén alapuló minden olyan csoport, amelynek célja, hogy minden tagja az általa előre meghatározott dolog tulajdonjogát a tagok befizetéseiből, előre meghatározott időtartamon belül - véletlenszerű vagy többletfeltételek vállalásától függő kiválasztás útján - a csoport segítségével megszerezze.

Gyakorlati tapasztalatok

6. A GVH évek óta folyamatosan vizsgálja a fogyasztói csoportokat szervező vállalkozások magatartását, tájékoztatási gyakorlatát. A jelen ügybeli, illetve a korábbi versenyfelügyeleti eljárásokból származó tapasztalatok alapján az alábbi általános megállapítások tehetők a 2014. előtti értékesítési és tájékoztatási gyakorlat kapcsán.
7. A fogyasztói csoport gyakorlati értelemben egy olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulás, amely speciális előtakarékosági formát kombinál részletre történő vásárlással,

miközben szerencseelemet is tartalmaz, és amelyet azzal a céllal hoznak létre, hogy meghatározott áruk (ingó vagy ingatlan dolog) tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék.

8. A csoport tagjai vállalják, hogy meghatározott ideig meghatározott összeget fizetnek be havonta. A fogyasztói csoportokban való vásárlási forma ugyanakkor a hagyományos részletvásárlástól eltérő feltételeket teremt, így például az áruhoz jutás nem az első részlet megfizetésével egyidejűleg történik meg.
9. A szervező által rendszeresen megrendezett közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása következtében dől el (ez utóbbi esetben annak alapján, hogy melyik tag vállalja a legtöbb még hátra lévő részlet esedékesség előtti megfizetését), hogy a csoport résztvevői közül az adott alkalommal kik jutnak hozzá a vásárlási joghoz (kiket illet meg a kedvezményezett minőség), mely tagok számára nyílik meg a lehetősége annak, hogy megvásárolják a meghatározott ingóságot vagy ingatlant. A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 5-25 év múlva) a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon (azon fogyasztók esetében, akik a futamidő leelején jutnak a vásárlási joghoz, az előtakarékosági jelleg háttérbe szorul).
10. A fogyasztói csoportok működésének lényeges tulajdonsága a szerencseelem, amely nemcsak a sorsolással, hanem az előtörlesztés vállalásának lehetőségével összefüggésben is megmutatkozik, mivel a csoporttag előtt nem ismert és általa nem befolyásolható a többi csoporttag előtörlesztés-vállalási hajlandósága, nem tudható előre, hogy a vásárlói joghoz jutáshoz hány havi törlesztő részlet felajánlása szükséges. Az előtörlesztés-vállalás lehetősége tehát olyan helyzetbe hozza a csoporttagokat egymással szemben, hogy kedvezményezettként történő mielőbbi kiválasztásuk érdekében versenyezniük kell, ami a kevésbé fizetőképes csoporttag előre nem ismert, kiszámíthatatlan hátrasorolásával járhat.
11. Kiemelendő, hogy ha a fogyasztó magasabb szerződéses értéket köt ki (az általa megszerezni tervezett dolog vételárát több millió forintban határozza meg), akkor több szerződéses pozícióval (több tagsággal, szerződéssel) kell rendelkeznie, s így az általa kívánt összeghez csak akkor juthat hozzá, ha mindegyik szerződéses pozícióra egyszerre sorsolják ki, vagy mindegyik csoportban ő ajánlja fel a legnagyobb törlesztő részletet. A fentiek egyben azt is eredményezik, hogy a fogyasztó bizonytalanságban van abban a vonatkozásban, hogy mikor jut a vásárlási joghoz, s ezáltal a fogyasztói csoportba történő belépéskor megszerezni kívánt áruhoz.
12. A fogyasztói csoportok szervezését, működését hosszú ideig külön speciális jogszabály nem szabályozza. Az Fgytv. 55. §-ának i) pontjában kapott felhatalmazás alapján 2001-ben elfogadásra került a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet, amely 2002. január 1-jén lépett volna hatályba. Ezt az időpontot a 325/2001. (XII. 29.) Korm. rendelet 2003. január 1-jére, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-jére módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet hatályon kívül helyezte.

13. A befektetési alapkezelőkről és a kollektív befektetési formákról szóló 2011. évi CXCI. tv. 162. §-ának (6) bekezdésével módosított Fgytv. 16/B. §-a 2012. január 1-jétől előírta, hogy fogyasztói csoport 2014. január 1-jéig nem hozható létre.
14. Az Fgytv.-nek az egyes törvények fogyasztóvédelmi célú módosításáról szóló 2013. évi CLXXXIII. törvény által módosított, 2014. január 1-jétől hatályos 16/B. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos fogyasztói csoportot létrehozni. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdésben foglalt tilalom megsértésével vagy megkerülésével kötött szerződés semmis. A (3) bekezdés szerint tilos fogyasztói csoportba fogyasztókat nyilvános felhívás útján gyűjteni. A 2012. január 1-je előtt létrehozott fogyasztói csoportba új fogyasztó kizárólag a - szerződés felmondással történő megszüntetése következtében - kieső fogyasztó helyére vehető fel. Az Fgytv. 45/A. §-a (1) bekezdésének c) pontja értelmében a fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzi - a szerződés létrejöttére, érvényességére, joghatásaira és megszűnésére vonatkozó rendelkezések kivételével – a fogyasztói csoporttal összefüggő, az Fgytv.-ben és a végrehajtására kiadott jogszabályokban foglalt rendelkezések betartását, és eljár azok megsértése esetén.
15. 2014. január 1-jén lépett hatályba a fogyasztói csoportokról szóló 530/2013. (XII. 30.) Korm. rendelet, amely előírja, hogy a 2012. január 1-jét megelőzően létrehozott fogyasztói csoportot működtető vállalkozás köteles tevékenységének folytatását a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságnak - a szolgáltatási tevékenység megkezdésének és folytatásának általános szabályairól szóló törvény rendelkezéseinek megfelelően - 2014. január 31. napjáig bejelenteni és részére megküldeni a rendeletben meghatározott adatokat. A jogszabály egyebek között rendelkezik a tagoknak szerződés szerint, rendszeres időközönként teljesített, meghatározott dolog tulajdonjogának megszerzésére fordítandó befizetéseit tartó elkülönített számláról, az arról való rendelkezésről, illetőleg rögzíti, hogy a meghatározott dolog tulajdonjogának megszerzésére lehetőséget szerző tag kijelölése érdekében nyilvános kiválasztást kell tartani, kitérve annak egyes szabályaira is.
16. A korábbi időszakban a fogyasztói csoportok szervezőivel történő kapcsolatfelvétel kezdeményezése reklámokon, ügynöki hálózaton keresztül valósult meg. A fogyasztói csoportok szervezését az elmúlt években jellemzően széleskörű és intenzív reklámozás kísérte. A nyomtatott sajtóban a reklámok reklámújságokban, nagyobb példányszámú ingyenes vagy jellemzően szórakoztató napilapokban, körzeti magazinokban jelentek meg, olyanokban, ahol számos termék és szolgáltatás apróhirdetése mellett hitelközvetítők vagy más pénzügyi termékek hirdetései is megtalálhatóak.
17. A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) célcsoportja elsődlegesen az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni. A Bar-listások, illetve jövedelmi viszonyaik vagy életkoruk (nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók stb.) alapján azonosítható egy olyan fogyasztói réteg, akik nem felelnek meg a bankok által kért feltételeknek. E körben említhető még a fogyasztók azon csoportja, akik nem rendelkeznek a hitelfelvételhez szükséges önerővel, nem rendelkeznek a jelzáloghitel felvételéhez szükséges terhelhető ingatlannal, nem tudnak kezest, adóstársat állítani, stb. Ezt a céltott fogyasztói kört a hirdetések szövegezése is alátámasztja („Nem hitelképes?”, „Kezes és jövedelemigazolás nélkül!”, „Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!”).

18. Az elmúlt években a GVH több eljárást folytatott fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben, megállapítva, hogy a vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak (Vj/1/2005., Vj/149/2005., Vj/150/2005., Vj/183/2005., Vj/189/2005., Vj/207/2005., Vj/163/2007., Vj/115/2008., Vj/111/2009., Vj/132/2009., Vj/13/2010., Vj/18/2010., Vj/28/2010., Vj/29/2010., Vj/45/2010., Vj/65/2010., Vj/79/2010., Vj/90/2010., Vj/91/2010., Vj/2/2011, Vj/3/2011, Vj/5/2011, Vj/33/2011, Vj/57/2011, Vj/69/2011, Vj/71/2011, Vj/88/2011, Vj/49/2012, Vj/86/2012., Vj/101/2012., Vj/102/2012.).

IV.

Az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok

19. A rendelkezésre álló adatok szerint az eljárás alá vont 2013. május 9. napját követően kezdte meg a fogyasztói csoportok szervezését. A fogyasztókkal létrejött szerződések megkötéséhez kapcsolódóan az eljárás alá vont az alábbi dokumentumokat alkalmazta (Vj/41-017/2014.):
- tájékoztató az eljárás alá vont tevékenységéről,
 - nyilatkozási formanyomtatvány a dokumentumok fogyasztó általi átvételéről,
 - megbízási szerződés, amelynek értelmében a fogyasztó mint Megbízó megbízást ad az eljárás alá vontnak mint Megbízottnak, hogy részére egy adott vagyontárgy megszerzését az Általános Szerződési Feltételekben (a továbbiakban: ÁSZF) foglalt fizetési kötelezettségek és egyéb feltételek mellett segítse elő, az általa szervezett és irányított csoportrendszer keretein belül. Emelett a fogyasztó kijelenti, hogy
 - „a mellékelt ÁSZF-et (mely jelen szerződés elválaszthatatlan része) Megbízó aláírás előtt megismerte”,
 - „Megbízó teljes mértékben ismeri a jelen szerződés mellékletét képező ÁSZF tartalmát és kijelenti, hogy a külön is ismertetett 9-es pont rendelkezéseit elfogadja,”
 - Általános Szerződési Feltételek.
20. A fenti dokumentumok alkalmazásának körülményei, illetve az eljárás alá vont által a fogyasztóknak nyújtott szóbeli tájékoztatások tartalma nem ismert.
21. Az ÁSZF preambuluma szerint a Megbízott tevékenységi körébe tartozik vásárló, valamint különféle vállalkozási jellegű szolgáltatásokat igénybe vevő csoportok szervezése, részletfizetéses ellenszolgáltatás elősegítése céljából, kimondva azt is, hogy tevékenysége nem minősül hitelnyújtási, illetve betétgyűjtési tevékenységnek.
22. Az ÁSZF 1.1. pontja értelmében a Megbízott kötelezi magát arra, hogy a szerződés tárgyának eladója, szolgáltatója, valamint a Megbízó között létrehozandó adásvételi, szolgáltatási szerződés megkötésének feltételeit megteremti, oly módon, hogy az arra vonatkozó szerződés megköthető legyen és a Megbízó a szerződés tárgyát a megbízási szerződésben meghatározott számú részlet megfizetése mellett tulajdonként megszerezhesse. Az 1.2. pont rögzíti, hogy a megbízási tárgy - a felek között létrejött szerződés tartalmával összhangban - a szerződés tárgyát képező dolog, szolgáltatás részletfizetéses megszerzésének elősegítése csoportok szervezése útján.
23. Az ÁSZF 1.3. pontja kimondja, a Megbízók a megbízást egymásra tekintettel adják és tudomásul veszik, hogy a Megbízott a befizetett dolog, szolgáltatás díjelőlegekből a csoport részére pénzügyi alapot képez. A megbízási díj +Áfa nem része a közös alapnak.

24. Az ÁSZF 1.5. pontja szerint a megszerzendő dologhoz, szolgáltatáshoz tartozó vásárlási jog megszerzése az ÁSZF-ben részletezett szabályok szerint elbíráláson történik.
25. Az ÁSZF 2.1. pontja értelmében a Megbízott a szerződésben foglalt kötelezettségeinek teljesítéséért a Megbízó részéről az adott dolog, szolgáltatás aktualizált teljes vételárának %-ban kifejezett megbízási díjban részesül, amelynek összegét a mindenkor előírt általános forgalmi adóval növeli. A szerződés megkötésekor a Megbízó köteles az előre meghatározott egyszeri regisztrációs díjat a Megbízott részére átadni. A megbízási díj a havi részletfizetések időpontjában, a részletek arányában esedékes. A megbízási díj a Megbízottat akkor is megilleti, ha a Megbízó többhavi részletet előre kifizet.
26. Az ÁSZF 2.2. pontja rögzíti, hogy minden Megbízó egy meghatározott havi összeg fizetésére vállal kötelezettséget, amely az alábbiakból tevődik össze:
- a) A dolog, szolgáltatás havonként aktualizált vételára, szolgáltatásdíja elosztva a csoport működési hónapjainak (futamidő) számával. Ez adja a nettó havi törlesztést. Ezek a befizetések képezik a csoport közös alapját.
 - b) A szerződésben meghatározott, ÁFA-val növelt fennmaradó megbízási díj ugyancsak a csoport működési hónapszámával (futamidő) elosztva.
27. Az ÁSZF 3.2. pontja kijelenti, hogy amennyiben a Megbízó a szerződés tárgyát képező dolog árának, szolgáltatási díjának kifizetése és egyéb fizetési kötelezettségének teljesítése előtt a dolgot, szolgáltatást megszerezte, köteles a hátralékos - aktualizált - törlesztő részleteket továbbra is fizetni.
28. Az ÁSZF-nek a kedvezményezett kijelölésére vonatkozó 6. pontja egyebek között kimondja,
- az előtörlesztés vállalás a Megbízók között nem árverseny, hanem a törlesztő részletek esedékesség előtt történő befizetésére vonatkozó felajánlást jelent. Ennek megfelelően az előtörlesztés vállalás eljárás során az lesz a nyertes - az szerzi meg a vásárlói jogot - aki az adott havi záráson a legtöbb aktuális havi részlet esedékesség előtti befizetését ígéri,
 - amennyiben az előtörlesztés vállalás útján juttatandó vásárlói jog átadásához a közös alap nagysága nem elégséges, a Megbízott belátása szerint kiértékelheti az előtörlesztés vállalást,
 - ha a közös alap nagysága ezt lehetővé teszi, minden elbíráláson mód van legalább egy vásárlói jog átadására.
29. Az ÁSZF 9. pontja szerint
- a Megbízót a szerződés keltétől számított 30 napig, de maximum a soron következő elbírálás napjáig indoklás nélkül elállási jog illeti meg, amelyet a Megbízott székhelyére elküldött írásbeli nyilatkozatával indokolhat. A Megbízó elállása a szerződést felbontja és a Megbízó részére teljesített egyszeri regisztrációs díj 10.000 Ft + ÁFA-n felüli részét a Megbízott a Megbízónak visszatéríti legkésőbb az elállástól számított 90 napon belül,
 - az a Megbízó, aki részletfizetési kötelezettségeit maradéktalanul teljesítette a vásárlói jog átvétele előtt a megbízási szerződést felbonthatja,
 - a vásárlói jog átvételét követően a megbízási szerződést nem lehet felmondani,
 - ha a Megbízó még nem vette át a vásárlói jogot és egymást követő 2 hónap törlesztő részletével késedelembe esik, a csoportból minden külön értesítés nélkül automatikusan kiesik, kizárattatik. Kizárás esetén a futamidő végén kifizetendő összegből kártérítésként Megbízottat megilleti a megbízási szerződésben rögzített megbízási díj,

- felmondás, kizárás esetén az egyszeri regisztrációs díj nem kerül visszafizetésre.

30. Az ÁSZF 3.2. pontja kijelenti, hogy amennyiben a Megbízó a szerződés tárgyát képező dolog árának, szolgáltatási díjának kifizetése és egyéb fizetési kötelezettségének teljesítése előtt a dolgot, szolgáltatást megszerezte, köteles a hátralékos - aktualizált - törlesztő részleteket továbbra is fizetni.
31. A Baranya Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelőségének 2014. április 22-i, BAO/001/00231-0012/2014 szám alatti határozatában megállapítást nyert, hogy az eljárás alá vont jogszerűen nem hozhatott létre fogyasztói csoportokat, jogelőd Eminenciás-Plusz Kft. pedig nem rendelkezett olyan tevékenységi körrel, amely alapján létrehozhatott vagy kezelhetett volna fogyasztói csoportokat. Ezzel összhangban lévő döntést hozott a Somogy Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége 2014. június 16-én, SOO/001/00141-015/2014 számú határozatában, rögzítve, hogy az eljárás alá vont jogszerűtlenül hozott létre fogyasztói csoportokat. A fentiekén túl a Vas Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége is eljárást indított az eljárás alá vonttal szemben, azonban ez az eljárás a VAO/001/00107-010/2014 számú határozattal megszüntetésre került.
32. A folyamatban lévő ügyeket mind a Somogy Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége, mind a Baranya Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége áttette a GVH-hoz.
33. Az eljárás alá vonttal szemben a Budapesti Rendőr-Főkapitányság XIV. kerületi Rendőrkapitányságának Vizsgálati Osztálya indított eljárást.

V.

A vizsgált reklámok

34. Az eljárás során – elsősorban az érintett kiadók adatszolgáltatása révén (Vj/41-015/2014.) - a 2013. június 25. és 2014. február 24. között az eljárás alá vont által szerveztetett fogyasztói csoportok népszerűsítésére szolgáló reklámok váltak ismertté.
35. Az 1. típusú reklám a Blikk című lap több számában jelent meg (2013. szeptember 17., 18., 19., 24., 25., 26., október 1. és 2.), az alábbi tartalommal:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.	
500.000,- FT	1389,- FT-TOL*
1 000 000 FT	2.778.- FT/HÓ-tól*
3 000 000 FT	8.333.- FT/HÓ-tól*
9 000 000 FT	25.000.- FT/HÓ-tól*
15 000 000 FT	41.667.- FT/HÓ-tól*
30 000 000 FT	83.333.- FT/HÓ-tól*
Fix havi díj!	HÍVJON MINKET!
[telefonszámok]	[elérhetőség]
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen.	

Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.

36. A 2. típusú reklám a Blikk (2013. augusztus 13., 22., 27., szeptember 3., 5., 10.) és a Blikk TV Magazin (2013. augusztus 15., 29., szeptember 12.) című lapokban jelent meg, az alábbi tartalommal:

KEDVEZMÉNYES TÖRLESZTÉS! Tiltólista vagy életkor nem akadály!	
500.000,- FT	1.389,- FT-TOL*
1 000 000 FT	2.778.- FT/HÓ-tól*
3 000 000 FT	8.333.- FT/HÓ-tól*
15 000 000 FT	41.667.- FT/HÓ-tól*
3 000 000 FT	83.333.- FT/HÓ-tól*
HÍVJON MINKET!	
Budapest [telefonszámok]	Győr [telefonszámok]
1055 Budapest [elérhetőség]	
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen. Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.	

37. A 3. típusú reklám a Blikk című lap 2013. augusztus 13-i számában jelent meg, az alábbi tartalommal:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.	
500.000,- FT	1389,- FT-TOL*
1 000 000 FT	2.778.- FT/HÓ-tól*
3 000 000 FT	8.333.- FT/HÓ-tól*
9 000 000 FT	25.000.- FT/HÓ-tól*
15 000 000 FT	41.667.- FT/HÓ-tól*
30 000 000 FT	83.333.- FT/HÓ-tól*
Fix havi díj!	HÍVJON MINKET!
Budapest [telefonszámok]	Győr [telefonszám] Szeged [telefonszám]
[elérhetőség]	
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen. Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.	

38. A Metropolis Budapest című lapban számos alkalommal jelentek meg reklámok, többféle változatban (2013. június 25. és 29., augusztus 1., 5., 7., 12., 14., 21., 26., 38., szeptember 2., 4., 9., 11., 16., 18., 23., 25., október 1., 3., 8., 10., 28., november 11., 13., 18., 25., december

2., 11., január 20., 29., február 10., 24.). Az egyes reklámok típusok megjelenésének pontos időpontja nem állapítható meg.

39. A 4. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg a Metropol Budapest újságban:

KEDVEZMÉNYES TÖRLESZTÉS tiltólista vagy életkor nem akadály!	
500.000.-	1.666 Ft/hótól
1.000.000.-	3.333 Ft/hótól
3.000.000.-	10.000 Ft/hótól
10.000.000.-	33.333 Ft/hótól
[budapesti elérhetőség, telefonszámok]	
[apró betűvel] Fogyasztói csoport rendszer	

40. Az 5. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg a Metropol Budapest újságban:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.	
500.000,- FT	1389,- FT-TOL*
1 000 000 FT	2.778.- FT/HÓ-tól*
3 000 000 FT	8.333.- FT/HÓ-tól*
9 000 000 FT	25.000.- FT/HÓ-tól*
15 000 000 FT	41.667.- FT/HÓ-tól*
30 000 000 FT	83.333.- FT/HÓ-tól*
Fix havi díj!	HÍVJON MINKET!
[telefonszámok]	[budapesti elérhetőség]
[apró betűvel] Fogyasztói csoport rendszer	

41. A 6. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg a Metropol Budapest újságban:

Váltsa valóra álmait! AKCIÓ!	
1.000.000.- Ft FIX	5.450.- Ft/Hó
3.000.000.- Ft FIX	16.350.- Ft/Hó
6.000.000.- Ft FIX	32.700.- Ft/Hó
12.000.000.- Ft FIX	65.400.- Ft/Hó
Fenti áraink irányadó jellegűek. Egyéb összegekért keresse fel ügyfélszolgálati irodánk egyikét. Cégünk nem hitelintézet, vásárlói körök által segíti álmai megvalósítását, mely alternatívát kínál a banki konstrukciókhoz képest. Magánszemélyeknek és vállalkozásoknak egyaránt tudunk segíteni.	
AEGIS INVEST [budapesti elérhetőség, telefonszámok]	

42. A 7. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg a Metropol Budapest újságban:

Váltsa valóra álmait! MOST NYERJEN HAVI 50.000.- FT-OT EGY ÉVIG! Részletekért keresse ügyfélszolgálatunkat!	
1.000.000.- Ft FIX	5.450.- Ft/Hó
3.000.000.- Ft FIX	16.350.- Ft/Hó
6.000.000.- Ft FIX	32.700.- Ft/Hó
12.000.000.- Ft FIX	65.400.- Ft/Hó
30.000.000.- Ft FIX	163.500.- Ft/Hó
• Magánszemélyek, cégek, kezdő vállalkozások részére is! • Rugalmas ügyintézés • Személyre szabott feltételek • Kedvezményes, fix, forint törlesztés	
AEGIS INVEST [budapesti elérhetőség, telefonszámok]	

43. A 8. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg a Metropol Budapest újságban:

Váltsa valóra álmait! MOST NYERJEN HAVI 50.000.- FT-OT EGY ÉVIG! Részletekért keresse ügyfélszolgálatunkat!	
1.000.000.- Ft FIX	5.450.- Ft/Hó
3.000.000.- Ft FIX	16.350.- Ft/Hó
6.000.000.- Ft FIX	32.700.- Ft/Hó
12.000.000.- Ft FIX	65.400.- Ft/Hó
30.000.000.- Ft FIX	163.500.- Ft/Hó
• Magánszemélyek, cégek, kezdő vállalkozások részére is! • Rugalmas ügyintézés • Személyre szabott feltételek • Kedvezményes, fix, forint törlesztés	
AEGIS INVEST [elérhetőség, telefonszámok] [budapesti, kaposvári és pécsi telefonszámok]	

44. A 9. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg a Metropol Budapest újságban:

Váltsa valóra álmait! MOST NYERJEN HAVI 50.000.- FT-OT EGY ÉVIG! Részletekért keresse ügyfélszolgálatunkat!	
1.000.000.- Ft FIX	5.450.- Ft/Hó
3.000.000.- Ft FIX	16.350.- Ft/Hó
6.000.000.- Ft FIX	32.700.- Ft/Hó
12.000.000.- Ft FIX	65.400.- Ft/Hó
30.000.000.- Ft FIX	163.500.- Ft/Hó
• Magánszemélyek, cégek, kezdő vállalkozások részére is! • Rugalmas ügyintézés • Személyre szabott feltételek • Kedvezményes, fix, forint törlesztés	
AEGIS INVEST	

[elérhetőség, telefonszámok] [budapesti, kaposvári és pécsi telefonszámok]

45. A 10. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg a Metropol Budapest újságban:

Váltsa valóra álmait! MOST NYERJEN HAVI 50.000.- FT-OT EGY ÉVIG! Részletekért keresse ügyfélszolgálatunkat!	
1.000.000.- Ft FIX	5.450.- Ft/Hó
3.000.000.- Ft FIX	16.350.- Ft/Hó
6.000.000.- Ft FIX	32.700.- Ft/Hó
12.000.000.- Ft FIX	65.400.- Ft/Hó
30.000.000.- Ft FIX	163.500.- Ft/Hó
• Magánszemélyek, cégek, kezdő vállalkozások részére is! • Rugalmas ügyintézés • Személyre szabott feltételek • Kedvezményes, fix, forint törlesztés	
AEGIS INVEST [elérhetőség, telefonszámok] [budapesti, kaposvári és pécsi telefonszámok]	

46. A 11. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg Pécsett és környékén a Szuperinfó című újság 2013. október 24-i és 31-i számában:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.	
500.000,- FT	1389,- FT-TOL*
1 000 000 FT	2.778.- FT/HÓ-tól*
3 000 000 FT	8.333.- FT/HÓ-tól*
9 000 000 FT	25.000.- FT/HÓ-tól*
15 000 000 FT	41.667.- FT/HÓ-tól*
30 000 000 FT	83.333.- FT/HÓ-tól*
Fix havi díj!	HÍVJON MINKET!
[telefonszámok]	[pécsi elérhetőség]
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen. Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.	

47. A 12. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg Pécsett és környékén a Szuperinfó című újság 2013. november 7-i, 14-i, 21-i, 28-i, december 5-i és 12-i számában:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.
KARÁCSONYI AKCIÓ -20% GARANTÁLTAN FIX KÖLTSÉGEK!

Az akció 2013. november 7-től december 19-ig érvényes!	
1 000 000,- Ft	5.450.- Ft/FIX/hó
3 000 000,- Ft	16.350.- Ft/FIX/hó
5 000 000,- Ft	27.250.- Ft/FIX/hó
10 000 000,- Ft	54.500.- Ft/FIX/hó
15.000.000,- Ft	81.750.- Ft/FIX/hó
Fix havi díj!	HÍVJON MINKET!
[telefonszámok]	[pécsi elérhetőség]
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen. Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.	

48. A 13. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg Pécsen és környékén a Szuperinfó című újság 2014. január 16-i és 23-i számában:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.	
MEGVISELTÉK AZ ÜNNEPEK? ÚJÉVI AKCIÓ -30% Az akció 2014. január 6-tól február 28-ig érvényes!	
1 000 000,- Ft	5.450.- Ft/FIX/hó
3 000 000,- Ft	16.350.- Ft/FIX/hó
5 000 000,- Ft	27.250.- Ft/FIX/hó
10 000 000,- Ft	54.500.- Ft/FIX/hó
15.000.000,- Ft	81.750.- Ft/FIX/hó
Fix havi díj!	HÍVJON MINKET!
[telefonszámok]	[pécsi elérhetőség]
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen. Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.	

49. A 14. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg Kaposváron és környékén a Szuperinfó című újság 2013. október 25-i és 31-i számában:

VÉDŐHÁLÓ MINDENKINEK BAR listásoknak is, ingatlanra, autóra, vállalkozás fejlesztésre		
Igényelt összeg	Havi	
	10 év	15 év
1 000 000,-	8 333,-	5 556,-
3 000 000,-	25 000,-	16 666,-
6 000 000,-	50 000,-	33 332,-
10 000 000,-	83 333,-	55 560,-
+ Megbízási díj/év	3,92%	2,81%
NEM SORSOLÁSOS RENDSZER REJTETT KÖLTSÉGEK NÉLKÜL!		

[telefonszám]
Cégünk alternatív finanszírozással foglalkozik. Részletes tájékoztatásért hívja ügyfélszolgálati irodánkat!

50. A 15. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg Kaposváron és környékén a Szuperinfó című újság 2013. november 15-i és 29-i számában:

VÉDŐHÁLÓ MINDENKINEK BAR listásoknak is, ingatlanra, autóra, vállalkozás fejlesztésre AKCIÓ -20%* REJTETT KÖLTSÉGEK NÉLKÜL [telefonszám]		
Igényelt összeg	Havi	
	10 év	15 év
1 000 000,-	8 333,-	5 556,-
3 000 000,-	25 000,-	16 666,-
6 000 000,-	50 000,-	33 332,-
10 000 000,-	83 333,-	55 560,-
+ Megbízási díj/év	3,92%	2,81%
*Az akció időtartama: november 13-30-ig tart.		
[apró betűvel] Cégünk alternatív finanszírozással foglalkozik. Részletes tájékoztatásért hívja ügyfélszolgálati irodánkat!		

51. A 16. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg Kaposváron és környékén a Szuperinfó című újság 2013. december 6-i és 13-i számában:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.		
KARÁCSONYI AKCIÓ -20% GARANTÁLTAN FIX KÖLTSÉGEK! Az akció 2013. december 7-től december 23-ig érvényes!		
1 000 000,- Ft	5.450.- Ft/FIX/hó	
3 000 000,- Ft	16.350.- Ft/FIX/hó	
5 000 000,- Ft	27.250.- Ft/FIX/hó	
10 000 000,- Ft	54.500.- Ft/FIX/hó	
15.000.000,- Ft	81.750.- Ft/FIX/hó	
Fix havi díj!	HÍVJON MINKET!	
[telefonszámok]	Nyitva tartás: H-P: 8 ^h -17 ^h , Szó: 9 ^h -12 ^h	AEGIS INVEST [kaposvári elérhetőség]
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen. Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.		

52. A 17. típusú reklám az alábbi tartalommal jelent meg Kaposváron és környékén a Szuperinfó című újság 2014. január 17-i számában:

BAJBAN VAN ÉS MEGOLDÁST KERES? NYUGDÍJASOKNAK ÉS BÁR LISTÁSOKNAK IS Kezdő vállalkozások és cégek részére is.		
MEGVISELTÉK AZ ÜNNEPEK? JANUÁRI AKCIÓ -20% GARANTÁLTAN FIX KÖLTSÉGEK! Az akció 2014. január 17-től január 31-ig érvényes!		
1 000 000,- Ft	5.450.- Ft/FIX/hó	
3 000 000,- Ft	16.350.- Ft/FIX/hó	
5 000 000,- Ft	27.250.- Ft/FIX/hó	
10 000 000,- Ft	54.500.- Ft/FIX/hó	
15.000.000,- Ft	81.750.- Ft/FIX/hó	
Fix havi díj!		HÍVJON MINKET!
[telefonszámok]	Nyitva tartás: H-P: 8 ^h -17 ^h , Szo: 9 ^h -12 ^h	AEGIS INVEST [kaposvári elérhetőség]
[apró betűvel] Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen. Fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozunk az 1997. évi Fgytv. 2. §. i) pontja figyelembevételével.		

53. A reklámok megjelentetésével kapcsolatos költségeket a Vj/41-015/2014. számú irat tartalmazza.

VI. Az eljárás alá vont előadása

54. Az eljárás alá vont érdemi nyilatkozatot nem tett az eljárás során.

VII. Jogi háttér

55. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen § (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
56. Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

h) pontja alapján az üzleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

57. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (Fttv. 6. § és 7. §) vagy agresszív (Fttv. 8. §).
58. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése értelmében a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése szerinti melléklet 9. pontja értelmében tisztességtelen annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése - akár önmagában az árunak a kereskedelmi gyakorlatban való megjelenítése által -, hogy az áru jogszerűen forgalmazható.
59. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.
60. Az Fttv. 6. §-ának (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 üzleti döntés meghozatalára készteti, 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.

61. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
62. Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
63. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
64. A Tptv. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
65. Az eljáró versenytanács a Tptv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tptv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.
66. A Tptv. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tptv. eltérő rendelkezése hiányában - a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni a Ket. 15. § (4) bekezdése, 18. §-a, 29. § (3)-(12) bekezdése, 30. § a) és b) pontja, 31. § (1) bekezdés j) pontja, 33/A. §-a és 33/B. §-a, 38. §-a, 43. § (6a) bekezdése, 46. § (2) bekezdése, 47. §-a, 51. § (1) és (5) bekezdése, 61. § (1) bekezdése, 70. §-a, 71. § (7) bekezdése, 74. § (2)-(5) bekezdése, 88. §-a, 91. §-a, 93. §-a, 94. §-a, 94/A. §-a, 109. § (2) bekezdése, 116. §-a, 127. § (1)-(5) és (7) bekezdése, 128. § (1) és (3) bekezdése, 130. §-a, valamint 134. § b) és c) pontja kivételével.
67. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tptv. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.
68. A Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja értelmében a hatóság az eljárást megszünteti, ha hivatalból eljárásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.

VIII. Jogi értékelés

Hatáskör, illetékesség

69. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének a) pontja értelmében az Fttv. 10. §-ának alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadók: az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére. A 11. § (2) bekezdésének b) pontja szerint a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg.
70. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott, több hónapon keresztül, a fogyasztók széles körét elérő kereskedelmi gyakorlat részben legalább három megyében terjesztett napilap (Blikk) útján valósult, megállapítható a GVH hatásköre az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének a) pontja és az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének b) pontja alapján.
71. A GVH illetékességét a Tpvt. 46. §-a állapítja meg.

Az értékelés jogi kerete

72. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének.
73. A fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának, s a fogyasztói magatartást jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás.
74. A GVH által a fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozásokkal szemben korábban lefolytatott eljárásokban megszületett határozatok bírósági felülvizsgálata során hozott ítéletekben a bíróságok világos, egyértelmű megállapításokat tettek a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő vállalkozások kereskedelmi kommunikációival összefüggésben (a Vj/1/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.673/2005/5. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.707/2006/7. számú ítéletét; a Vj/149/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.275/2006/7. számú ítéletét; a Vj/150/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.843/2006/6. számú ítéletét; a Vj/183/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.243/2006/9. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.223/228. számú ítéletét; a Vj/207/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 11.K.33.078/2006/10. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.124/2007/6. számú ítéletét; a Vj/163/2007. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 2.K.33.174/2008/7. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.097/2009/5. számú ítéletét; a Vj/13/2010. számú ügy kapcsán a Fővárosi Törvényszék 2.K.34.217/2010/6. számú ítéletét; Vj/33/2011. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Törvényszék 16.K.30.924/2012/6.

számú ítéletét; a Vj/49/2012. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 2.K.31.789/2013/6. számú ítéletét).

75. A GVH határozatainak felülvizsgálatát végző bíróságok ítéletei alapján a Versenytanács az alábbi gyakorlatot követi a fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozások által megjelentett, vizsgált reklámok értékelése, megítélése során:

- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valósághű legyen,
- ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor elsődlegesen a vállalkozásé a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét,
- magasabb elvárhatósági mérce érvényesül a pénzhez jutás ígéretével kecsegtető reklámok esetében a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt,
- a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,
- a reklámok címzettjei hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett, rászoruló fogyasztók (BAR-listások, nyugdíjasok stb.), akik az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra,
- a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - a) az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor, amely tovább növeli a fogyasztói várakozások teljesülésének bizonytalanságát, mivel a teljesítés jelentős részben azon fogyasztók jövőbeni, több éven (akár 20-25 éven) át tartó rendszeres teljesítésétől függ, akik fizetőképességét/fizetőkészségét a bankok korábban már kétségesnek ítélték, s akik anyagi helyzete ezt követően valószínűsíthetően nem javult,
 - b) a szerencseelem léte,
 - c) az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,
- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 25 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnnyújtással azonosítható,

- a reklám jogsértő jellegét nem szünteti meg, hogy abban közzétételre kerülnek olyan kitételek, mint például *Nem kap hitelt?, Nehezen teljesíthető banki feltételek?, Van más megoldás*, mivel a fogyasztó a reklám egésze alapján arról győződhetett meg, hogy a kívánt pénzüsszeghez azonnal hozzájuthat.

76. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:

- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”), vagy
- ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-okban szabályozott feltételeket, vagy
- ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek.

Az eljárás tárgya

77. A jelen eljárás tárgya annak vizsgálata az Fttv. alapján, hogy az eljárás alá vont az általa szervezett és működtetett fogyasztói csoportokat népszerűsítő kereskedelmi gyakorlat során a fogyasztók részére miként jeleníti meg a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságaira vonatkozó információkat, amelyek alapján a fogyasztók számára egyértelműen érzékelhető lehetett volna, hogy milyen konstrukcióról van szó.

Felelősség a kereskedelmi gyakorlatért

78. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése az ún. „érdek-elvet” alkalmazva mondja ki, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

79. Az eljáró versenytanács megállapította a vizsgált reklámokat megrendelő és a kereskedelmi gyakorlattal érintett szolgáltatás értékesítésében közvetlenül érdekelt eljárás alá vont Fttv. szerinti felelősségét a vizsgált kereskedelmi gyakorlatért.

A vizsgált reklámokkal célzott fogyasztói kör

80. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat címzettjei – elsődlegesen – azon fogyasztók, akik a pénzügyi intézmények banki, pénzügyi szolgáltatásából nem részesülnek, jövedelmi szerkezetük, életkoruk stb. okán a bankok által támasztott hitelfeltételeknek nem felelnek meg. Ezen fogyasztók az átlagosnál kiszolgáltatottabb, sérülékenyebb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel, pénzügyi megoldásokkal kapcsolatos lehetőségeket (*Hitel helyett válasszon más megoldást!, Bankok helyett válasszon más megoldást!*) felvázoló reklámokra. Az eljárás alá vont által alkalmazott kommunikációs eszközök jellegére (napilapok, hetilapok) is figyelemmel, a vizsgált kommunikációs eszközök az elsődleges fogyasztói kör mellett ezen körbe nem tartozó fogyasztókat is megcéloztak, illetve elértek, irányukban is pénzügyi megoldást kínálva.

81. A jelen esetben a reklámok többsége külön megszólította a BAR-listásokat, a tiltólistán szereplőket és a nyugdíjasokat, időseket (1., 2., 3., 4., 5., 11., 12., 13., 14., 15., 16., 17. típusú

reklámok). A Fővárosi Bíróság 2.K.35.796/2010/6. számú ítéletében (Vj/45/2010.) osztotta a GVH azon általánosan elfogadott gyakorlatát, hogy a pénzkínálathoz való hozzáférés tekintetében a nyugdíjasok és a BAR-listások kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztók: „A bíróság a határozat indokolásának 20. pontjában tett megállapításokkal maradéktalanul egyetértett, a reklámok kifejezetten és hangsúlyosan emelték ki a nyugdíjasokat és a BAR listára került személyeket, akik ennek megfelelően elsődlegesen érintett fogyasztói körnek tekinthetők, különös tekintettel a reklámok szövegében ugyancsak kiemelt banki elutasításra, és a pénzszükségre. Az alperes megállapításának okszerűségét nem befolyásolja a felperes által kiemelt „is” kötőszó, mert a reklámok megfogalmazása, összehatása alapján logikailag sem lehet arra a következtetésre jutni, hogy felperes elsősorban a banknál hitelképes vagy potenciálisan hitelképes fogyasztói körnek kínál „megoldást” pénzszűke, vagy banki elutasítás esetére. A reklámok utóbbiaknak is szólnak (e tekintetben nem vitatható a banki finanszírozáshoz képest az alternatív kínálatra történt felperesi hivatkozás), de csak másodlagosan. Abban a tekintetben pedig a bíróság osztotta az alperes álláspontját, hogy a pénzkínálathoz való hozzáférés tekintetében a nyugdíjasok és a BAR-listások kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztók”.

82. Azzal együtt, hogy a fentiek alapján a vizsgált kereskedelmi gyakorlat címzettjei eltérő helyzetben lévő fogyasztók lehetnek, az eljáró versenytanács nem tartotta szükségesnek, hogy tekintetükben külön-külön értékelje a vizsgált gyakorlatot, így annak megítélése során az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott, ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó magatartásából indult ki.
83. Az eljáró versenytanács – bíróságok által is megerősített – gyakorlata szerint a reklámok valóság tartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztató folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak, s a fogyasztó – számára költségmegtakarítást eredményezően – valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
84. Az adott helyzetben általában elvárható magatartás, s azon belül adott helyzetben általában elvárható figyelmesség és körültekintés vonatkozásában az eljáró versenytanács kiemeli, hogy
 - a fogyasztó által tanúsított magatartás egy olyan döntési folyamat eredménye, amelynek összetett volta és az e folyamatra hatást gyakorló tényezők sokszínűsége alapján megállapítható, hogy a fogyasztói döntést nem lehet egy tisztán racionális megfontolás eredményének tekinteni, mivel megszületésében más (indulati, érzelmi stb.) tényezők is szerepet játszanak. Ennek nem mond ellent az Fttv. sem. A törvény 4. §-ának (1) bekezdése maga sem követeli azt meg, hogy valamely kereskedelmi gyakorlat megítélése során a különböző alternatívák között hideg fejjel, a döntés meghozatalához szükséges információkat teljes körűen feltárva és saját preferenciáit pontosan ismerve eljáró, a számára legkedvezőbb, kizárólag a racionalitásra alapozott döntést meghozó fogyasztót tartsa szem előtt a jogalkalmazó;

- az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró fogyasztó nem azonosítható egy, kizárólag az ésszerűségi követelményeknek megfelelően eljáró fogyasztóval. A törvény alkalmazása során egy olyan fogyasztó a mérce, aki általában nem kizárólag az ésszerűség által meghatározottan hozza meg döntéseit. Ezzel nem ellentétes az Fttv. 4. §-a (1) bekezdésében az „ésszerűen tájékozottan” kitétel sem, mivel ez nem abszolutizálja az ésszerűség követelményét, hanem éppen relativizálja azt – hiszen (amint arra előzőleg rámutatott az eljáró versenytanács) az a fogyasztó is ésszerűen tájékozott, aki nem kételkedik a reklámokban tett állításokban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, mivel a kölcsönös bizalmon alapuló gazdaságban a reklámokat egy költséghatékony tájékozási lehetőségnek tekinti;
- a fogyasztói döntési folyamat nem racionális elemeinek szerepe az átlagosnál erőteljesebben jelentkezik azon fogyasztók esetében, akik különösen kiszolgáltatottnak minősülnek.

Ügyleti döntés

85. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés meghozatalára is sor kerülhet, amelyek mindegyikének meghozatala esetén súlya lehet a vállalkozások által folytatott kereskedelmi gyakorlatoknak. A fogyasztói csoporthoz való csatlakozás, illetve abban való részvétel során a fogyasztó szintén számos ügyleti döntést hoz, pl. szükségletei, pénzügyi lehetőségei alapján a pénzügyi termékek közötti választással, a fogyasztói csoportok szervezői közötti választással, a konstrukció (áru, összeg, futamidő) kiválasztásával, előtörlesztés vállalásával, a szerződéstől való elállással, a szerződés felmondásával stb. Az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában, vagyis a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelensége a döntési folyamat egésze során vizsgálható.
86. A fogyasztói döntési folyamat ugyanakkor a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, és a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is. Önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, már kifogásolható, hiszen ennek során a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat, különösen egy tisztességtelen reklám.

Megtévesztés az áru forgalmazhatóságával összefüggésben

87. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és mellékletének 9. pontja értelmében tisztességtelen annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése - akár önmagában az árunak a kereskedelmi gyakorlatban való megjelenítése által -, hogy az áru jogszerűen forgalmazható.

88. Az Fttv. mellékletének 9. pontja azokat a kereskedelmi gyakorlatokat kívánja megelőzni, amikor a vállalkozás úgy kínál egy árut vagy szolgáltatást, hogy egyértelműen nem tájékoztatja a fogyasztót arról, hogy jogi rendelkezések korlátozhatják az adott termék értékesítését, birtoklását vagy használatát. Amint azt az Európai Bizottságnak a 2005/29/EK irányelv végrehajtásáról/alkalmazásáról szóló iránymutatása is kiemeli, a tilalom alá eső gyakorlatok két kategóriája különböztethető meg:

- első kategóriába azok a termékek vagy szolgáltatások tartoznak, amelyek értékesítése tilos vagy minden körülmények között illegális. Ilyen például, ha a vállalkozás kábítószer, gyermekpornográfia vagy védett egzotikus állatok értékesítését hirdeti. E gyakorlatok vizsgálata egyértelmű, és nem követel külön megfontolást, mivel gyakran bűncselekményekről és/vagy tisztességtelen piaci szereplőkről van szó, és mivel e gyakorlatok általában súlyosan sértik azon egyéb jogszabályokat, amelyek azokat részletesebben tárgyalják és elsőbbséget élveznek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv felett. Az Európai Bizottság által ismertetett példa szerint ez a helyzet, ha a vállalkozás árukat kínál eladásra olyan körülmények között, amikor a fogyasztó a termék megvásárlásával jogszerűen nem válhat azok tulajdonosává, például azért, mert lopott termékekről van szó, és nem áll jogában azokat továbbadni
- a második kategóriába olyan árukat vagy szolgáltatásokat érint, amelyek önmagukban nem illegálisak ugyan és jogszerűen piacra bocsáthatók és árusíthatók, de csak bizonyos körülmények között és/vagy bizonyos korlátozások mellett [például az olyan gyógyszertermékek vagy fegyverek, amelyek csak engedély alapján árusíthatók és engedéllyel vásárolhatók (engedély/recept stb.)].

89. Az Fgytv. 16/B. §-a 2012. január 1-jétől előírta, hogy fogyasztói csoport 2014. január 1-jéig nem hozható létre. Ez az Fttv. mellékletének 9. pontja vonatkozásában azt eredményezte, hogy a 2012. január 1. előtt nem létező fogyasztói csoportokat népszerűsítő vállalkozások 2012. január 1-jétől nem állíthatták, illetve nem kelthették azt a benyomást, hogy a fogyasztói csoportok létrehozatalának és működtetésének, az ezekbe történő belépésnek nincs semmiféle jogi korlátja vagy feltétele.

90. A Baranya Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelőségének 2014. április 22-i és a Somogy Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelőségének 2014. június 16-i határozataiból megállapíthatóan az eljárás alá vont jogszerűen nem hozhatott létre fogyasztói csoportokat.

91. Mindezek ellenére az eljárás alá vont vizsgált reklámjaival, azok megjelentetésével azt a hamis benyomást keltette a fogyasztókban, hogy a népszerűsített fogyasztói csoportok jogszerűen létrehozhatók, a velük való szerződéskötést nem érinti semmilyen korlátozás. Ezáltal az eljárás alá vont megvalósította az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti magatartást, megsértve ezzel az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

A vizsgált reklámok értékelése

92. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésében foglalt tényállás kapcsán

- egyfelől azt kell vizsgálni, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg,

- másfelől azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ megtévesztő volt-e, akként, hogy valótlan információt, vagy valós információt megtévesztésre alkalmas módon tett közzé.

93. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése felsorolja azon tényezők körét, amelyek tekintetében a megtévesztésre alkalmasság felmerülhet. Ilyen tényező a szolgáltatás

- természete [Fttv. 6. § (1) bekezdés a) pont],
- nyújtásának módja, időpontja [Fttv. 6. § (1) bekezdés bd) pont],
- adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei [Fttv. 6. § (1) bekezdés bg) pont],
- kockázata [Fttv. 6. § (1) bekezdés bh) pont],
- ára, költségei [Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont].

94. A fogyasztói csoportok jellemzőit és az eddigi joggyakorlatot is figyelembe véve ezen konstrukció kapcsán, az eljárás alá vont által népszerűsített fogyasztói csoportok esetében is lényeges körülménynek minősülnek az alábbiak:

- a szolgáltatás természete, a csoportbeli részvétel keretei, azaz, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel”, a tagok befizetéseiből, és nem egy pénzügyi szolgáltató általi hitelnyújtással kerül sor [Fttv. 6. § (1) bekezdés a) és bh) pontok];
- a vásárlói jog megszerzése, azaz, hogy a fogyasztó a havi részletek megfizetése mellett nem meghatározott forintösszeghez, hanem kizárólag vásárlói joghoz juthat [Fttv. 6. § (1) bekezdés bd) pont];
- az előtakarékosági jelleg, azaz, hogy a fogyasztói csoport egy sajátos részletvételi konstrukció, amelyben a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz [Fttv. 6. § (1) bekezdés bd) pont];
- a szerencseelem léte, azaz, hogy a vásárlói joghoz jutást befolyásolja a csoporttagok száma, illetve a további csoporttagok törlesztési és előtörlesztés-vállalási hajlandósága [Fttv. 6. § (1) bekezdés bg) és bh) pontok];
- az előtörlesztés-vállalás lehetősége és költségei, azaz, hogy a „futamidő” letelte előtt vásárlói joghoz kizárólag előtörlesztés vállalása útján juthat a fogyasztó, de az előtörlesztés vállalása a szerződés tárgyára, a ténylegesen vásárlásra fordítható összeg nagyságára csökkentőleg hat [Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont];
- az elérhető szerződéses összeg, azaz, hogy legfeljebb meghatározott összegre köthető szerződés, és ezt meghaladó összeg több szerződés kötésével (ily módon az ezzel járó költségek, a konstrukció jellegéből adódó kockázatok stb. többszörözésével) érhető el [Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont];
- a havi részletek tartalma, azaz, hogy a csoportba való belépés, illetve részvétel milyen költségekkel jár, így az, hogy a törlesztőrészlet mellett egyszeri alkalommal regisztrációs szerződéskötési díj és havi rendszerességgel megbízási díj is fizetendő [Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont];
- a „futamidő” tartama, azaz, hogy milyen időtartamra kötött szerződés mellett érhető el adott havi részlet [Fttv. 6. § (1) bekezdés bd), c) pontok].

95. A fogyasztói csoport fenti jellemzői – figyelemmel az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésére – olyan lényeges kategóriaképző tulajdonságnak minősülnek, amelyek ismerete nélkül nem hozható tájékozott üzleti döntés vagy akár körütekintő összehasonlítás. Ily módon, ha ezekről a

lényeges jellemzőkről a reklám megtévesztésre alkalmas módon tájékoztat, az ésszerűen eljáró átlagfogyasztó nincs abban a helyzetben, hogy megalapozott üzleti döntést hozzon.

96. A befolyásolás lehetősége, illetve a megtévesztésre való alkalmasság megítélése kapcsán az eljáró versenytanács tekintettel volt arra is, hogy
- a lakosság pénzügyi ismeretei jellemzően alacsonyak,
 - a fogyasztói csoport fogalma, működésének lényegi jellemzői nem tekinthetők közismertnek, erre utal az elmúlt években a fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben a GVH-hoz és más hatóságokhoz érkező panaszok, illetve a lefolytatott eljárások száma, jellege.
97. A vizsgált reklámok elsődleges célcsoportját a nehéz pénzügyi helyzetben lévő, korlátozott hitelképességgel bíró személyek jelentik, akiknek a figyelmét kétség kívül felkeltik az esetleges anyagi gondjaikra megoldást kínáló hirdetések. A hazai lakosság magas szintű érzékenységből, illetve a hitelpiaci mozgásokból kiindulva a reklámokkal elért további – adott esetben pénzügyileg kevésbé kiszolgáltatott helyzetben lévő – fogyasztók figyelmét is felkeltik a valamilyen akció révén vagy más módon kedvező, fix havi törlesztőrészletek. A jelen esetben az ezekre történő utalás minden reklámban megjelent:
- *Fix havi díj!, Garantáltan fix költségek! Fix* (1., 3., 5., 7., 8., 9., 10., 11., 12., 13., 16., 17. típusú reklám),
 - *Rejtett költségek nélkül* (14., 15. típusú reklám),
 - *Kedvezményes törlesztés* (2., 4., 7., 8., 9., 10. típusú reklám),
 - *Akcio, Karácsonyi akció -20%, Újévi akció -30%, Akció -20%, Januári akció -20%* (6., 12., 13., 15., 16., 17. típusú reklám).
98. Az elérni kívánt fogyasztók szerződéskötésre, de legalábbis a fogyasztói csoport szervezőjével való kapcsolatfelvételre vonatkozó üzleti döntését tehát jelentős mértékben befolyásolhatta a reklám – még ha utólag esetlegesen tájékoztatták is őket a konstrukció kevésbé kedvező jellemzőiről.
99. A nyomtatott sajtóban megjelent, a jelen eljárásban vizsgált reklámok fogyasztói döntés befolyásolására való alkalmasságát önmagában az a tény is igazolja, hogy az eljárás alá vont folyamatosan, több hónapon keresztül szükségesnek ítélte a reklámok közzétételét, hiszen a leendő ügyfelei számára ez jelentette a kapcsolatfelvétel alapját.
100. A vizsgált reklámokban az érintett szolgáltatásról adott információk alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére is, mivel azok valótlan üzenetet közvetítettek a szolgáltatásról. A fogyasztók számára a reklámokból nem derül ki, hogy az eljárás alá vont kizárólag fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik, és a kínált konstrukcióban nem nyújt kölcsönt, annak ellenére, hogy némely reklámokban (1., 2., 3., 11., 12., 13., 16., 17. típusú reklám) történt utalás az apró betűvel szerepeltetett részben arra, hogy a hirdetés tájékoztató jellegű, s a vállalkozás fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik, illetve a fogyasztói csoport rendszerre történt utalás (4., 5. típusú reklám), valamint volt, ahol közlésre került, hogy a vállalkozás nem hitelintézet, vásárlói körök segítik az álmok megvalósulását (6. típusú reklám), alternatív finanszírozással foglalkozik (14., 15. típusú reklám). Ezek a kiegészítések a fogyasztó számára nem hordoznak tartalmat, illetve nem is érzékelhetők, a sajtóbeli hirdetésekben olvashatatlanul kicsik, az olvashatóságot nehezítő méretűek, valamint önmagában alkalmatlanok arra, hogy a reklámok fő üzenetét befolyásolják.

101. A 14. típusú reklámban közlésre kerül, hogy „nem sorsolásos rendszer”, amely kitétel azt sugallta, hogy a bizonytalanságnak nincs szerepe a szolgáltatásban, így a fogyasztói csoportok jellemzőivel valamilyen módon tisztában levő, illetve a fogyasztói csoportok szervezőivel korábban kapcsolatba kerülő fogyasztók számára is ez az üzenet azt erősíthette meg, hogy nem fogyasztói csoport szervezésről van szó.
102. A „fogyasztói csoport” kifejezés valamilyen módon történő feltüntetése (1., 2., 3., 4., 5., 11., 12., 13., 16., 17. típusú reklámok) nem utal megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás és konstrukció mivoltára, illetve a reklámban való szerepeltetése nem változtat azon, hogy a fogyasztó a reklám egésze alapján nem kap reális tájékoztatást a szolgáltatás tényleges természetéről, valamint, hogy a reklám összhatásában azt az üzenetet közvetíti a fogyasztó számára, hogy a reklámozott szolgáltatás a banki hitelfelvétellel egyenértékű alternatívát kínál.
103. A reklám hiányosságaira való felhívást tartalmazó kitételek (*Hirdetésünk tájékoztató jellegű, pontos részletekről érdeklődjön személyesen*, 1., 2., 3., 11., 12., 13., 16. és 17. típusú reklámok; *Részletekért keresse ügyfélszolgálatunkat*, 7., 8., 9., 10. típusú reklám; *Részletes tájékoztatásért hívja ügyfélszolgálati irodánkat*, 14., 15. típusú reklám) kapcsán kiemelendő, hogy egy, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás nem szünteti meg a reklámok jogsértő jellegét, még esetleges észlelés esetén sem.
104. Az igényelhető összegek, az időtartamok és a havi (fix) részletek megjelenítése révén, a mindennapi életben elfogadott reklámozási és tájékoztatási gyakorlata alapján, a fogyasztó a reklám összhatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy az eljárás alá vont pénzügyi szolgáltatást kínál, és a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza.
105. A reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet az az értelmezési lehetőség, hogy fogyasztói csoport révén nem az igényelt pénzösszeghez, hanem vásárlói joghoz juthat, és a kívánt dologhoz is csak előtörlesztés vállalással (a szerencseem által befolyásoltan), esetleg több (akár 15-20) év elteltével juthat hozzá. Nem derül ki az sem, hogy az ígért pénzösszeghez (pontosabban a vásárlói joghoz nyújtott támogatáshoz) a tagok befizetéseire – egyfajta belső hitelezésre – van szükség, ennek következtében, még előtörlesztés vállalása esetén is a vásárlói joghoz jutás időpontját a rendelkezésre álló közös csoportalap mértéke – azaz a csoporttagok száma és más csoporttagok fizetési hajlandósága – befolyásolja.
106. A reklámokban megjelenített igényelhető összegek és azok költsége kapcsán kiemelendő továbbá, hogy a csoporttag előtörlesztés vállalása mellett juthat hozzá a vásárlói joghoz, azonban előtörlesztés vállalása esetén megváltozik a szerződés tárgya, az előtörlesztés összege a vásárlói jog összegét csökkenti. Ennek következtében az előtörlesztést vállaló számára a vásárlói jog elnyerését követően a vásárlói jog értéke nem a tájékoztatások szerint alakul. Az előtörlesztés vállalás ugyan külön díjjal, költséggel nem jár, azonban az a fogyasztói csoport sajátosságainál fogva nem a szerződéses összeg hamarabbi visszafizetéséhez, hanem az ahhoz való korábbi hozzájutáshoz (vásárlói jog megnyílásához) kapcsolódik, továbbá az előtörlesztés vállalás a fogyasztó számára azzal a következménnyel („költséggel”) jár, hogy a megszerezhető vásárlói jog értéke jelentősen csökken a dolog árához képest. Erre való tekintettel a reklámokban megjelenített összegek, mivel valójában nem érhetőek el, valótlanok.

107. Mindezek alapján az eljáró versenytanács értékelése szerint a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére a fent leírt jellemzők vonatkozásában. Mint arra az eljáró versenytanács fentebb már utalt, az a körülmény, hogy a fogyasztónak utóbb – pl. az eljárás alá vont által szóban adott tájékoztatás alapján – esetlegesen módja van a reklámmal érintett áru, szolgáltatás lényeges jellemzőire vonatkozó teljes körű, valós információ megismerésére, a kapcsolatfelvétel alapjául szolgáló reklám jogsértő jellegének megállapítását nem érinti. A különböző kommunikációs eszközök útján adott tájékoztatásoknak ugyanis önmagukban kell egyértelműnek, hitelesnek, igaznak és pontosnak lenniük.

A szerződéskötéshez kapcsolódó tájékoztatások

108. A szerződéskötéshez kapcsolódó írásos dokumentumok tekintetében az eljárás alá vont által alkalmazott, szerződéskötéshez kapcsolódó dokumentumok tartalma ismertté vált ugyan, azonban a versenyfelügyeleti eljárásban a dokumentumok alkalmazásának (pl. a dokumentumok átadása, azok tartalmának megismerése/megismertetése a fogyasztóval) feltételei, körülményei nem bizonyíthatók. Ugyancsak nem váltak ismertté a szerződéskötés folyamatában szóban tett tájékoztatások.

109. Mindezek alapján az eljáró versenytanács szerint a szerződéskötéssel kapcsolatos kereskedelmi kommunikációk megtévesztésre, illetve az üzleti döntés (a szerződéskötés vagy a szerződéses kapcsolat fenntartása) befolyásolására való alkalmasságának megítéléséhez szükséges információk jelen eljárásban nem állnak rendelkezésre, és azok beszerzése az eljárás folytatása esetén sem várható, ezért az eljáró versenytanács ezen tájékoztatási eszközök vonatkozásában az eljárást a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján megszünteti.

Összefoglalás

110. A fentiekre figyelemmel az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a 2013. június 25. és 2014. február 24. között a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaival fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott. Az eljárás alá vont az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése a), b) pontjának bd), bg) és bh) alpontjai és c) pontja, illetve az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti tényállást megvalósítva megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerinti tilalmat.

111. Mivel nem ismert, hogy az eljárás alá vont felhagyott-e a kifogásolt tájékoztatási gyakorlattal, a jogsértés Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapításán túlmenően az eljáró versenytanács megtiltja a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján a jogsértő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló megatartás további folytatását.

112. A fentiek mellett az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartotta volna az eljárás alá vonttal szemben, azonban a 2013. évi nettó árbevételre vonatkozó adatok hiányában és figyelemmel arra, hogy a 2012. évben az eljárás alá vontnak nem volt árbevétele, a jogszabályi rendelkezések értelmében nincs lehetőség bírságot kiszabni.

113. Az eljáró versenytanács a szerződéskötéssel kapcsolatos szóbeli kereskedelmi kommunikációk, illetve dokumentumok vonatkozásában az eljárást a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján megszünteti.

IX.

Eljárási kérdések

114. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-ának (2) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig az eljáró versenytanács nem foganatosíthatja.
115. A Ket. 140. §-ának (1) bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. §-ának (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.
116. Az eljárást befejező döntést a Tpvt. 63. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. A Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő az ügyintézési határidőbe nem számít be. A jelen ügyben a végső ügyintézési határidő 2015. április 20-án telik le.
117. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.
118. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 82. §-a, illetve a Ket. 98. §-a (3) bekezdésének c) pontja biztosítja.

Budapest, 2014. október 16.

dr. Kőhalmi Attila s.k.
előadó versenytanács tag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
versenytanács tag

Dr. Miskolczi Bodnár Péter s.k.
versenytanács tag