



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Ügyiratszám: Vj/129-025/2009.
Vj/129-027/2009.

NYILVÁNOS VÁLTOZAT!

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. K. Sz. vezető jogtanácsos által képviselt **OTP Bank Nyrt.** (Budapest) ellen a fogyasztók megtévesztése miatt indított eljárásban hozott Vj-56/2006/27. számú határozatnak a Fővárosi Ítéltábla által, a bírságösszeg tekintetében hatályon kívül helyezése miatt lefolytatott, új eljárásban nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot.

A Versenytanács az OTP Bank Nyrt.-t 100.000.000 Ft (százmillió) bírság megfizetésére kötelezi az általa 2003. október 1-jét követően hitelkártyákkal kapcsolatban adott – bíróság által jogsértőnek ítélt – tájékoztatásokhoz kapcsolódó körülmények számbavételét követően.¹

A bírságot a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számla javára köteles befizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételétől számított 30 napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel lehet kérni.

1. A VIZSGÁLAT INDÍTÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI

1.1. Előzmények

1.1.1. Alapeljárás

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2006. április 25. napján Vj-56/2006. számon versenyfelügyeleti eljárást indított az OTP Bank Nyrt. ellen, mivel észlelte, hogy az eljárás alá vont a hitelkártya termékeivel kapcsolatosan adott tájékoztatásokkal valószínűsíthetően megsértette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására vonatkozó III. fejezetének rendelkezéseit.

¹ A jogsértés időtartama tekintetében kijavítva a 2011. május 2-án kelt Vj/129-027/2009. számú határozattal.

2. A Versenytanács 2006. október 3-án meghozott határozatában megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás 2003 októberétől egyes piaci tájékoztatásaiban fogyasztó-megtévesztésre alkalmasan közölte, hogy hitelkártya termékeit a fogyasztó „akár 45 napig kamatmentesen használhatja”, és az eljárás alá vonttal szemben 100.000.000 Ft bírságot szabott ki.

1.1.2. Bírósági eljárás

3. Az eljárás alá vont a Fővárosi Bírósághoz címzett keresetében kérte elsődlegesen a határozat megváltoztatását, annak megállapítását, hogy jogsértést nem követett el, továbbá másodlagosan a véleménye szerint eltúlzott mértékű bírság mérséklését. A Fővárosi Bíróság a keresetet 11.K.30.274/2007/4. szám alatti ítéletével elutasította.²

4. Az eljárás alá vont az elsőfokú bíróság döntése ellen fellebbezést nyújtott be, az előbbiekben ismertetett kérelmét fenntartva.³

5. A Fővárosi Ítéletábrla 2.Kf.27.496/2007/9. számú ítélete szerint az elsőfokú bíróság helyesen állapította meg, hogy a felperes a jogsértést elkövette. Ugyanakkor a másodfokú bíróság – bár a szankció kiválasztását jogszerűnek találta – a GVH⁴ határozatát a szankció indokolása körében hiányosnak találta, mivel a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdése szerinti szempontokat követő értékelést nem tükrözte. Előbbiek folytán a bíróság a Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 253. §-ának (2) bekezdése alapján az elsőfokú bíróság ítéletét részben megváltoztatta, a GVH határozatát a bírságösszeg tekintetében hatályon kívül helyezte és a GVH-t e körben új eljárásra utasította, egyebekben az elsőfokú ítéletet – az illeték összegének mérsékelése mellett – helybenhagyta.⁵

6. A jogerős ítélet ellen az OTP nyújtott be felülvizsgálati kérelmet, annak hatályon kívül helyezését, és a jogszabályoknak megfelelő új határozat hozatalát, vagy az eljáró bíróságok új eljárás lefolytatására történő utasítását kérve – a bírságösszeg tekintetében új GVH eljárást előíró rendelkezést nem támadta.⁶ A Magyar Köztársaság Legfelsőbb Bírósága Kfv.IV.37.380/2008/7. számú ítéletével a Fővárosi Ítéletábrla fenti ítéletét hatályában fenntartotta.⁷

1.2. A jogsértés megjelölése

7. Tekintettel arra, hogy jelen ügy a Vj-56/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban megállapított jogsértés miatti bírságkiszabásra irányul, ezen pontban csak rövid összefoglalása kerül ismertetésre annak, hogy a Vj-56/2006/11. szám alatti határozatban a Versenytanács jogsértőnek minősítette a kamatmentességről adott olyan tájékoztatást, amely

- nem közölte azt a feltételt, hogy csak az áruvásárlásra fordított kölcsön kamatmentes, míg készpénzfelvétel esetén mindig kamatot kell fizetni,
- nem a valóságnak megfelelően közölte az áruvásárlásra felhasznált kölcsön kamatmentességének másik feltételét, nevezetesen, hogy mit kell visszafizetni.

² Vj/129-004/2009/12.

³ Vj/129-004/2009/8.

⁴ A bírósági ítéletben szereplő „alperes” megjelölés helyett jelen határozatban – a könnyebb érthetőség érdekében - „GVH” szerepel.

⁵ Vj/129-004/2009/5., 9-10. oldal

⁶ Vj/129-004/2009/4. és 1., 10-11. oldal

⁷ Vj/129-004/2009/1.

8. Az előzetes álláspont 1. sz. melléklete tartalmazza a Fővárosi Ítéltábla 2. Kf.27.496/2007/9. számú ítéletének a magatartás jogsértő jellegével kapcsolatos releváns megállapításait.

2. AZ ELJÁRÁS ALÁ VONT

9. Az eljárás alá vont neve: OTP Bank Nyrt.⁸ (a továbbiakban: OTP Bank)
Az eljárás alá vont székhelye: 1051 Budapest, Nádor u. 16.

10. Külföldi leányvállalataival az OTP Bank a közép- és kelet-európai bankpiac meghatározó szereplőjévé vált, jövedelmezősége pedig az egyik legjelentősebb Európában. Jelenleg a bankcsoport 12 és félmilliónál több ügyfelet szolgál ki kilenc országban közel 1600 bankfiókon és az elektronikus csatornákon keresztül.

11. Az OTP Bank 2005. évi⁹ Éves beszámolójának adatai szerint a Tpvt. 24. §-ának (3) bekezdése alapján az OTP Bank nettó árbevétel helyett figyelembe vehető bevételi tételeinek összege:¹⁰

	millió Ft
Kamatok és kamatjellegű bevételek	280.288
Bevétel értékpapírokból	13.937
Kapott jutalékbevételek	135.452
Pénzügyi műveletek nettó nyeresége	8.594
Egyéb üzleti tevékenységből származó bevétel	194.061
Összesen	632.332

3. A BÍRSÁG ÖSSZEGÉRE HATÓ KÖRÜLMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

3.1. A Tpvt. rendelkezései¹¹

12. A Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény 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. A vállalkozások társadalmi szervezetével, a köztestülettel, az egyesüléssel és más hasonló szervezettel szemben kiszabott bírság összege legfeljebb a tagvállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (3) bekezdés alapján a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell

⁸ Az OTP Bank jogelődjét Országos Takarékpénztár néven 1949-ben alapították országos állami pénzügyintézetként.

⁹ Tekintettel arra, hogy a 2006 évben megállapított jogsértés tekintetében kerül sor bírságkiszabásra, a döntéshozatal évét megelőző, 2005. évre vonatkozó adatok kerülnek ismertetésre.

¹⁰ Vj/129-003/2009.

¹¹ Tekintettel arra, hogy 2008. szeptember 1-jét megelőzően lezárult magatartás értékelt jelen ügyben, a Tpvt. 2008. szeptember 1-jét megelőzően (így 2006 októberében, a jogsértés megállapításakor is) hatályos szövegváltozata kerül figyelembevételre.

meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

3.2. Az adott ügyben a bírság összegével kapcsolatos korábbi megállapítások

3.2.1. A Vj-56/2006/27. sz. határozat

13. A Vj-56/2006/27. sz. határozatban (a továbbiakban: alap határozat) az alábbi rendelkezések vonatkoznak a bírság kiszámítására:

a) „a bírság kiszabásra rányomta a bélyegét, hogy a jelentős pénzüpi szereplő OTP 2003. őszétől és 2004-ben, főleg annak első felében intenzíven, nyilvánvalóan a piacra lépéshez kapcsolódó ügyfélszerzés érdekében reklámozott üzleti titkot képező költséggel. Az OTP kártyakibocsátása szerint 12,99 %-kal részesedik bizalmi szolgáltatásával azon a szűkebb piacon, amelyen gyanítható a szolgáltatásról adott versenytársi piaci tájékoztatások fogyasztó megtévesztésre alkalmassága. Mivel a bírásznak a versenyjogi célok elérése érdekében érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt kell okoznia, amely visszatartó erejű (Legfelsőbb Bíróság Kf.I.25.217/1993., Kf.II.27.096/1995., Kf.III.27.599/1995), a Versenytanács a rendelkező részben írt összegű¹² bírságot szabta ki.”¹³

b) A tájékoztatás közzététele tényének azért van jelentősége a Versenytanács szerint, mert „a közzététellel valósul meg a jogsértés, amelynek megállapíthatóságán valamely utólagos tájékoztatás, pl. a konkrét szerződés megkötésekor adott, esetleg rendszeresített tájékoztatás nem változtat, legfeljebb a szankcionálás körében értékelhető enyhítő körülményként. A Versenytanács rögzítette továbbá, hogy a további tájékozódás költségviseléssel járhat (Internet), nehézkes és a tájékoztatás nem közérthető. Éppen ezért a reklámokon túli, további információ felkínálása nem mentesíti az OTP Bankot a versenyjogi felelősség alól, sőt az javára az adott esetben még enyhítő körülményként sem szolgál.”

3.2.2. Az OTP álláspontja

14. Az OTP Bank a Fővárosi Bírósághoz benyújtott keresetlevelében¹⁴ - többek között - kifejtette, hogy

- Különösen indokolatlannak tűnt az OTP Bank számára, ha a másik, törvényben meghatározott szempontot, a jogsértéssel elért előny nagyságát, vagy az alperes által kiemelkedő szempontként értékelt reklámköltségeket tekinti. A bank által beadványához F/3 megjelöléssel csatolt táblázat szerint eddig minden naptári évben a hitelkártya termék költsége jelentősen meghaladta az abból származó bevételt, a vélt jogsértéssel érintett termék jelentősen veszteséges volt, előnyről nem beszélhetünk.
- Az F/4 szám alatti táblázatból a bank szerint az is kitűnik, hogy a hitelkártya szolgáltatás reklámozására fordított költségeik egyetlen évben sem tekinthetőek kiemelkedőnek, minden évben valamely versenytársuk költsége alatt maradt. Az OTP Bank kérte a táblázatokban közölt adatok üzleti titokként történő kezelését a bíróságtól.

¹² 100 000 000 Ft

¹³ Vj/56/2006/27., Vj/129-004/2009/13., 26. oldal

¹⁴ Vj/56/2006/012., Vj/129-004/2009/12., 7. pont

15. Az OTP Bank a Fővárosi Bíróság ítélete ellen benyújtott fellebbezésében¹⁵ jelezte, hogy a Vj-56/006. számú ügyre vonatkozó első fokú határozathozatal óta a perbelivel szinte megegyező tényállás mellett született 47/2007., 48/2007., 49/2007. és 78/2007. számú ügyekben a GVH határozatai egy, illetve két nagyságrenddel alacsonyabb bírságösszeget tartalmaznak, huzamosabb piaci szerep és jelentősebb piaci részesedés mellett.

16. Az eljárás alá vont jelen eljárás vizsgálati szakában tett nyilatkozatában¹⁶ felhívta a figyelmet az alábbi körülményekre:

- A honlapon a kezdetektől fogva szerepelt a Hitelkártya Üzletszabályzat is, amelyből - a Vj-56/2006. számú határozat által is elismerten - a 45 napos kamatmentes periódus szabályai egyértelműen megállapíthatóak.
- Megjegyezte ugyanakkor, hogy beadványának mind az 1., mind a 2. pontjában feltüntetett kommunikációk között a versenyjogsértőnek minősített tartalom („akár 45 napig kamatmentesen”) mellett található már a versenyhivatali alapeljárásban nem jogsértőnek minősített eszközök is, amelyek költségei nem tekinthetők a jogsértő reklám marketingköltségének. A Vj-56/2006. számú eljárás bírósági felülvizsgálata során a bírság összegére vonatkozó kifogásait fenntartotta, azok alátámasztásául idézett több olyan ítéleti rendelkezést, amely jelen előzetes álláspontban korábban már bemutatásra került, továbbá hivatkozott az alábbiakra:
- „A Pp. 339/B. §-a alapján a mérlegelési jogkörben hozott közigazgatási határozat akkor tekintendő jogszerűnek, ha a közigazgatási szerv a tényállást kellő mértékben feltárta, az eljárási szabályokat betartotta, a mérlegelés szempontjai megállapíthatóak, és a határozat indokolásából a bizonyítékok mérlegelésének okszerűsége kitűnik. A jogkövetkezmények körében alperes felsorolta, hogy milyen feltételeket vett figyelembe, azonban a határozatból az már nem derül ki, hogy az egyes hivatkozott körülményeket milyen módon és súllyal vette súlyosbító vagy enyhítő körülményként figyelembe a bírság összegének meghatározásánál. Például a piaci részesedés növekedésének mértékét alperes nem határozta meg, nem lehet a határozatból kideríteni, hogy volt-e ilyen növekedés, és ha igen, milyen mértékben. Ugyancsak nem derül ki, hogy a kiszabott bírság pontosan milyen kiindulási alaphól, milyen számolási módszer alapján jött ki.
- Ismételten felhívta a figyelmet arra, hogy az alap határozat az első volt a pénzügyi intézmények ellen a hitelkártya reklámok miatt indult eljárások sorában. Ilyen magatartás miatt sem az OTP Bank, sem más pénzügyi intézmény ellen eljárás nem indult.
- Az OTP Banknak nem volt módja megismerni a GVH – eljárás alá vont álláspontja szerint - jogszabályon felüli elvárásait e körben, főleg nem alkalmazkodni azokhoz. Ahogyan azt a GVH fogalmazta meg a Vj-118/2007/21. számú határozatában: az elvárás „nem valamely korábban nem kikristályosodott joggyakorlattal összefüggő követelményként nehezedett az eljárás alá vontra” míg a Vj-113/2007. számú határozatban kifogásolt magatartást „a Versenytanács határozataiban leszögezett és a bíróság által megerősített joggyakorlat már egyértelmű elvárásaként megfogalmazta a vállalkozások, és azon belül is a pénzügyi szolgáltatók számára”. Ezt elfogadva éppen azon bankok jogsértése minősülne súlyosabbnak, amelyek már az első, ilyen tárgyban született, az OTP Bank ellen hozott határozat ismeretében hirdettek jogsértőnek ítélt módon.
- A marketingköltségek nagyságánál nem lehet figyelmen kívül hagyni azt a körülményt, hogy minden terméknek saját életpályája van, amelynek bevezető szakában a költségek nagyságrendekkel magasabbak, mint egy ismert termék ún. fenntartó reklámköltségei. Az OTP Bank a GVH által vizsgált időben vezette be

¹⁵ Vj/56/2006/019., Vj/129-004/2009/8., 15. pont

¹⁶ Vj/129-010/2009.

termékét. A jelentős költségekkel szemben megállapítható, hogy 2008-2009 években a hitelkártya reklámozására egyetlen fillért sem költött. A marketingköltség csalóka lehet.

- Nem lehet a termék életpálya során azt sem figyelmen kívül hagyni, hogy egy termék bevezetése során jelentős költségek merülnek fel, ugyanakkor ebben az időszakban nyereséget egyáltalán nem hoz. Ez volt a helyzet hitelkártya termék esetén is, amely a vizsgált 2003-2006 közötti időszakban jelentős költség mellett nem termelt nyereséget, a befektetés csak 2008. évtől „fordult termőre”.
- A bírság összegének meghatározása különösen kirívóan okszerűtlennek minősül a hasonló ügyekben a közelmúltban hozott bírságoló határozatokhoz (Vj-47/2007., 48/2007., 49/2007., 78/2007) képest. Az említett esetekben nagyságrendekkel alacsonyabb bírság született a piacon jelentősen (kétszer) hosszabb ideje megjelent és reklámozó hitelintézetekkel szemben, miközben piaci részesedésük is jelentősen (kétszer) magasabb az OTP Bankénál. Megjegyzi, hogy az érintett (hitelkártya) piacon az OTP Banknak a vizsgált időszakban is csak 12,99% volt a legmagasabb piaci részesedése, amely jelentősen elmaradt más, alacsonyabban bírságolt versenytársaitól.
- Bár megállapította a határozat, hogy a honlapon és a bankfiókokban hozzáférhető üzletszabályzat pontosan és egyértelműen tartalmazta a 45 napos kamatmentesség szabályait, a GVH az általános bírság kiszabási gyakorlatától eltérően ezt nem értékelte enyhítő körülményként,
- Az OTP Bank nyilatkozott továbbá¹⁷ arról, hogy a GVH a Vj/56/2006. számú eljárásban a jogsértést a 2006. október 3-án kelt Vj/56/2006/27. sorszámú határozatában állapította meg, így a törvény szerint releváns üzleti év a 2005. a bírságösszeg megállapításakor figyelembe veendő nettó árbevétel tekintetében.

17. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra az alábbi észrevételeket tette:

- a) kifogásolta az eljárás elhúzódását és állította, hogy emiatt megszűnt a GVH hatásköre az ügy elbírálására,
- b) megítélése szerint az OTP magatartása nem volt felróható, a bank az általában elvárható magatartást tanúsította, mivel 2006-ig senki sem kifogásolta az iparágban egyébként általánosnak tekinthető tartalmú tájékoztatási gyakorlatot,
- c) a más pénzügyintézetekkel szemben hozott határozatokkal összehasonlítva állította, hogy
 - azokkal szemben a GVH határozatok ugyanazt a jogsértést állapították meg, illetőleg még további jogsértést is,
 - volt olyan bank, amely az OTP-t meghaladó piaci részesedéssel bírt,
 - aránytalannak tartotta az OTP-re és az előbb említett bankra kirótt bírság közti eltérést, a jogsértő magatartás tanúsításának tartamára is figyelemmel,
 - felhívta a figyelmet arra, hogy a többi bank már az OTP-vel szemben hozott határozatból értesülhetett a GVH álláspontjáról, és alkalma volt annak figyelembe vételére (ennek ellenére néhányan nem hagytak fel azonnal és teljes körűen a magatartással),
- d) felívta a figyelmet arra, hogy a Versenytanács rendelkezésére álló eszközök széles listájából nem indokolt minden esetben a bírság szankciót választani,
- e) kifogásolta a PSZÁF nyilatkozatának az előzetes álláspont 29. pontjában szereplő módon történő ismertetését, hiányos voltát és relevanciáját,
- f) állította, hogy az előzetes álláspont 30. pontjában szereplő MNB tanulmányból az ügyre vonatkozóan általános következtetések nem vonhatóak le, tekintettel annak viszonylag szűkebb korcsoportra fókuszára,

¹⁷ Vj/129-019/2009.

- g) kifogásolta, hogy az előzetes álláspont a jogsértő magatartás költségeiből indult ki, noha a Tpv. 78. § (3) bekezdése nem ezt, hanem a jogsértéssel elért előnyt említi, továbbá vitatta azt, hogy a reklámköltség szoros kapcsolatban lenne a jogsértés, mértékével, kiterjedtségével,
- h) az enyhítő körülmények között nyomatékkal említette azt, hogy az OTP
- csak 13. volt a hitelkártyatermékek piacára lépők sorában,
 - piacra lépésekor az „akár X napig kamatmentes” fordulat alkalmazása általános kommunikációs gyakorlat volt,
 - ezt a kommunikációs gyakorlatot 2006-ig senki nem kifogásolta, a GVH sem, így az OTP abban a hitben volt, hogy a tájékoztatás versenyjogi szempontból is jogszerű,
 - csak az OTP-vel szemben 2006-ban indított versenyfelügyeleti eljárásban vált világossá az, hogy a kommunikációs gyakorlatot a GVH jogsértőnek tartja,
 - nem származott a magatartásból az OTP-nek nyeresége,
 - kommunikációs költségei a bank mérlegfőösszegéhez képest nem tekinthetők magasnak, a kártyareklámok tekintetében pedig kifejezetten a versenytársak alatt maradnak,
 - nem voltak ügyfélpanaszok,
 - felhagyott a jogsértő magatartással (a vizsgált hároméves időszak második kétharmadában),
 - együttműködő magatartást tanúsított,
 - állította, hogy a GVH korábbi gyakorlatából ki nem olvasható új elvárás támasztott vele szemben, amikor nem tekintette versenyjogilag relevánsnak a Hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvényben meghatározott ügyféltájékoztatási eszközöket,
 - a bírság elrettentő erejével kapcsolatban felhívta a figyelmet arra, hogy egyrészt az eljárásban az érintett piac nem általában a magyar lakossági bankpiac, hanem annak csak egy kis szeglete, másrészt, hogy ma már nincs mitől elrettenteni a bankokat, mivel azok felhagytak a magatartással,
- i) a súlyosító körülményként értékelt versenyhivatali állítások közül kifogásolta
- a DM levelek megítélését,
 - a reklámoknak az OTP image-ének növelésére való alkalmasságát,
 - a jogsértés ismétlés súlyosító körülményként való számbavételét,
- j) állította, hogy nem nevezhető „piacvezetőnek” az olyan bank, amely másoknál alacsonyabb piaci részesedéssel rendelkezik,
- k) vitatta azt, hogy a Versenytanács az enyhítő körülmények súlyát csökkentő tényezőket vett figyelembe
- egyrészt mert más eljárásokban „korlátozás nélkül” elfogadta az enyhítő körülményeket,
 - másrészt a „felhasznált hitelkeret” fogalmának Üzletszabályzatban való elkülönült elhelyezése kifejezetten a megértést könnyítő technika,
- l) kiemelte, hogy a Vj-113/2007. sz. eljárás vizsgálati jelentése szerint az abban vizsgált valamennyi reklámanyag tartalmazta a Vj-56/2006. sz. eljárásban kifogásolt tájékoztatásokat, azaz nem helytálló az előzetes álláspont azon megállapítása, hogy az OTP nem tett maradéktalanul eleget a Versenytanács által rögzített követelményeknek.

3.2.3. A Fővárosi Ítéltábla ítélete

18. A Fővárosi Ítéltábla – többek között - rögzítette, hogy a GVH „a jogsértés megállapítása esetén a Tpv. 77. §-ának (1) bekezdésében felsorolt intézkedések közül választhatja ki azt, amelyet leginkább alkalmasnak tart a jövőbeni jogsértéstől való elrettentésre”. Az egyes intézkedések közötti választás a GVH „döntési szabadságának körébe esik, melynek indokolása azonban elengedhetetlen”. Ezen túlmenően a

„Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése adja meg a jogi alapját és keretét a bírság kiszabásának, azzal, hogy a jogalkotó a (3) bekezdésben sorolja fel – nem taxatív módon, hanem példálódzva - azokat a szempontokat, amelyek vizsgálata szükséges, és amely szempontok szerinti értékelés elengedhetetlen a jogsértéssel arányban álló szankció meghatározásához”. Az Ítéltábla szerint azt „helyesen állapította meg az elsőfokú bíróság, hogy a bírság szankció kiválasztásakor az alperes jogsértést nem követett el”, a „bírság összegére vonatkozó véleménye azonban nem fogadható el, az alábbiak szerint. Figyelemmel arra, hogy a fenti a Tpv. 78. §-ának (1) és (3) bekezdésében írt rendelkezéseken túlmenően a jogalkotó további szempontot nem adott és a bírságösszeg tekintetében csak felső határt szabott”, a GVH „az adott jogsértéshez kapcsolódóan, egyedi értékelés alapján, mérlegelési jogkörében eljárva állapíthatja meg a kiszabott bírság összegét”.

A másodfokú bíróság elfogadja, hogy a GVH a „Tpv. 36. §-ának (6) bekezdése alapján kiadott és adott évben érvényes közlemény alapján állapítja meg a bírság mértékét, azonban az elvégzett számításnak a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdésében írtakkal összhangban kell állnia, a határozatból az elvégzett értékelés, mérlegelés szempontjainak ki kell tűnnie, és a bíróság által ellenőrizhetőnek kell lennie. A kiadott közlemény a bíróságot nem köti, az - a Tpv. 36. §-ának (6) bekezdése alapján - kötelező erővel sem bír.”

Az Ítéltábla álláspontja szerint mivel „a peres eljárás 2005. évi november hó 1. napját követően indult, ezért a Pp. 339/B. §-ában foglaltak szerint a bíróság a mérlegelési jogkörben hozott határozatot akkor tekintheti jogszerűnek, ha a közigazgatási szerv a tényállást kellő mértékben feltárta (ez a kötelezettség vonatkozik a szankció alkalmazása körében figyelembe vett – enyhítő, súlyosító – körülményekre, tényekre is), az eljárási szabályokat betartotta, a mérlegelés szempontjai a határozatból megállapíthatók, és a határozat indokolásából a bizonyítékok mérlegelésének okszerűsége kitűnik”.

A Fővárosi Ítéltábla „több esetben kimondta, hogy nem tekinthető megfelelő indokolásnak, ha a GVH a figyelembe vett – esetlegesen a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdésében rögzített – körülményeket felsorolja. A GVH azt is köteles bemutatni, hogy az egyes tényeket az eljárás alá vont javára, vagy terhére értékelte, és azt miért. Az indokolást nélkülöző, vagy hiányos tartalmú határozatot a bíróság nem tekintheti megalapozottnak, ezáltal jogszerűnek.”

A konkrét esetben a másodfokú bíróság megállapította, hogy a GVH határozata „a fenti elvárásoknak nem felelt meg, az a szankció indokolása körében hiányos volt, mivel a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdése szerinti szempontokat követő értékelést nem tükrözte. A határozatból nem derült ki, hogy az alperes a felperes terhére mit értékelt, a javára szóló körülményeket vizsgálta-e, a bírság összegét milyen értékelés eredményeként állapította meg.”

3.3. A jelen (megismételt) eljárás vizsgálati szakaszában feltárt, összegzett adatok

3.3.1. Az egyes marketingkommunikációs eszközök tartalma és annak értékelése, illetve a tájékoztatások megjelenésével kapcsolatos költségek

19. A Versenytanács korábbi, az egyes eszközök¹⁸ tekintetében tett megállapításait és a megjelenések helyére/időtartamára/gyakoriságára és a kapcsolódó költségekre vonatkozóan tett banki nyilatkozat¹⁹ alapján relevánsnak tekintett adatokat az üzleti titkot is tartalmazó 2. sz. melléklet rögzíti.

20. Az OTP Bank nyilatkozata²⁰ szerint a kommunikációs anyagok teljes egészében kampány keretében jelentek meg. Ezek tekintetében a - GVH számára korábban megküldött - médiatervek tartalmazzák a megjelenés helyét, idejét és tartamát. A bank megjegyezte ugyanakkor, hogy a valós költségek sok esetben lényegesen eltértek az eredeti csatolmányokon feltüntetett tarifaáraktól, a megrendelői kedvezményekre tekintettel. Ezen túlmenően a tarifaárak nettó árak, míg az ügyfélárak bruttó (ÁFÁ-val növelt) árak.

Az OTP előadása szerint²¹, ha egy kampányon belül több fajta óriásplakáttal jelent meg a Bank, akkor az egyes plakátok között közel egyenlő arányban oszlik meg a költség.

Az OTP Bank előadása szerint 2006 évben teljes körű média-megjelenése csak az AMEX BLUE-nak volt, a további OTP hitelkártyákról csak terméktájékoztató készült ebben az évben.²²

21. Az eljárás alá vont csatolta²³ F/4. megjelölésű, nem betekintheső táblázatában a TNS Media Intelligence AdexSpot Reklám-analízisének kimutatását az 1996. decembere és 2006. decembere közötti időszakra, a hitelkártyát hirdető bankok és partnereik reklámköltségeire vonatkozóan. Az adatok szerint a 22 felsorolt vállalkozásból az OTP Bank 2003 és 2006 között minden évben az élmezőnyben végzett a költségei összegét tekintve.

3.3.2. Az eljárás alá vont által kínált hitelkártyák kibocsátásának megkezdésével, a kibocsátott kártyák számával, piaci tendenciákkal kapcsolatos adatok

22. Az eljárás alá vont 2003-tól bocsát ki kamatmentes periódust biztosító lakossági hitelkártyákat.²⁴

A 2003-2006 éveken belüli időszakban az eljárás alá vont által kibocsátott, kamatmentes periódust biztosító hitelkártya termékek egyes típusai, a kibocsátás kezdő időpontja és az esetleges együttműködő partnerek a 3. sz. mellékletben kerültek rögzítésre.

23. A vizsgált magatartás hatásával kapcsolatba hozható fogyasztási hitelállomány növekedés és hitelkártya kihelyezési állomány növekedés adatai az OTP Bank Éves jelentései²⁵ alapján a 4. sz. mellékletben találhatóak.

24. Az OTP nyilatkozata alapján a 2005. december 31-ig értékesített hitelkártyák alapján a Bank piaci részesedése 12,99%.²⁶

A bank által csatolt²⁷, F/3. megjelölésű, az 5. sz. mellékletben szereplő táblázat üzleti titoknak minősülő adatai szerint a hitelkártyákhoz kapcsolódó, különböző címen nyilvántartott költségek 2003, 2004 és 2005 évi mértéke meghaladja a belőlük származó bevételek összegét.

¹⁸ Az egyes kommunikációs eszközök tartalma a vizsgálati jelentés 2. számú mellékletéből ismerhető meg a Vj/129-004, 008, 010, 011, 015, 019/2009. szám alatti iratok alapján.

¹⁹ Vj/129-010 és 011/2009.

²⁰ Vj/56/2006/10., 1-3. pont

²¹ Vj/129-015/2009.

²² Vj/56/2006/7., 2. oldal, lásd Vj/129-004/2009/15. szám alatt.

²³ Vj/129-004/2009/12.

²⁴ Vj/129-004/2009/13.

²⁵ Vj-129-003/2009., https://www.otpbank.hu/portal/hu/IR_Eves_jelentes

²⁶ Vj/129-004/2009.

²⁷ Vj/56/2006/12., Vj/129-004/209/12.

3.3.3. A piac bővülése

25. Az alaphatározat is idézte a PSZÁF 2005. évi jelentését, amely szerint 2004-hez képest a lakosság (háztartások) részaránya a bankrendszer hiteleiből 27,4%-ról 29,7%-ra növekedett, illetve gyorsan bővült a különféle kártyahitelek kínálata. A hitelezők széles kamatrésze általában fedezetet nyújt az ezekre a termékekre jellemző magas kockázatokra.²⁸

26. Az MNB fogyasztási hitelezési tendenciákkal foglalkozó tanulmányának²⁹ megállapításai szerint a növekvő kínálatot jól tükrözi, hogy a bankok a háztartási üzletágban jelentős összegeket fordítanak az értékesítés ösztönzésére, illetve az értékesítési hálózatok kiépítésére. A háztartási piacépítés több ok miatt is költségesebb. Egyrészt az elaprózott potenciális kereslet megtalálása, megfelelő tájékoztatás nyújtása, a pénzügyi kultúra növelése elsősorban költséges tömegmarketing-eszközöket igényel, másrészt a potenciális ügyfélhez közel kell kerülni, az értékesítési hálózatok növelésére jelentős erőfeszítéseket kell tenni. A folyamatot jól mutatja, hogy a háztartási szegmens felfutásával párhuzamosan a marketingköltségek a működési kiadásokat meghaladóan növekedtek az elmúlt években és 2004-ben még nagyobb lendületet vettek, míg a nagyvállalati üzletágban arányuk 1% körül stagnál.

27. A Magyar Nemzeti Bank (a továbbiakban: MNB) által a GVH részére megküldött³⁰, 2003-2006 évekre vonatkozó, félévenkénti bontású, hazai kibocsátású credit kártyákra vonatkozó adatsorok alapján az OTP Bank által kibocsátott kártyák számát és forgalmi adatait tartalmazó táblázat a 6. sz. mellékletben található.

3.3.4. Fogyasztói magatartás / A piac keresleti oldala

28. A fogyasztói tájékoztatások esetében figyelembe kell venni, hogy az érintett termék bizalmi jellegű, tekintettel a pénzügyi szolgáltatások területén a szolgáltatók javára fennálló, az átlagosnál nagyobb mértékű információs aszimmetriára, amelyet erősít többek között

- a pénzügyi ismeretek/kultúra alacsony szintje,
- a nagyszámú hiteltermék áttekintésének szükségessége (figyelemmel az új, akciós, esetleg változó konstrukciókra is),
- a tájékoztató anyagok nagy terjedelme és nehéz áttekinthetősége (például Általános Szerződési Feltételek esetében).

29. A PSZÁF álláspontja szerint³¹ a lakosság ismeretei nem tartanak lépést a pénzügyi rendszer fejlődésével.

30. A hitelkártyákra vonatkozó panaszok alapján az alábbi fogyasztói problémátípusok, tájékozatlansági jellemzők kerültek kiemelésre a PSZÁF fenti felmérésének keretében:

- a fogyasztók jelentős része nincs pontosan tisztában a kamatmentes periódus jellemzőivel. Ezen belül nem tudatosul a fogyasztókban vagy a tájékoztatások alapján nem derül ki számukra, hogy csak akkor érvényesül a kamatmentesség, ha a meghatározott időn belül az adott terméknel meghatározott módon teljesítik a befizetést;

²⁸ http://www.pszaf.hu/data/cms53862/publikaciok_evesfeleves_2005teljes.pdf, Vj/129-005/2009.

²⁹ Vj/129-005/2009.

³⁰ Vj/129-002/2009.

³¹ Tájékoztató a felügyelt szektorok 2006. évi fejlődéséről – Eredmények és kockázatok PSZÁF Közgazdasági Főosztály, Budapest, 2007. április

- nem tudatosul a fogyasztókban az sem, hogy amennyiben nem a teljes felhasznált összeget fizetik vissza, akkor a teljes igénybevett hitelösszeg válik kamatkötelessé, nem csupán a vissza nem fizetett hitelösszeg-rész.

4. TOVÁBBI VERSENYFELÜGYELETI ELJÁRÁSOK

4.1. Hasonló ügyekben született GVH és bírósági döntések

4.1.1. Más bankokkal szembeni eljárások hitelkártya termékekre vonatkozó tájékoztatások vizsgálatára

31. Azt követően, hogy a Versenytanács a Vj-56/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban az OTP-vel szemben határozatát meghozta, a GVH további bankokkal szemben is versenyfelügyeleti eljárásokat indított hitelkártya termékeikkel kapcsolatos, az elérhető kamatmentességre vonatkozó tájékoztatásaik vizsgálatára (Vj/189/2006,190/2006., 47/2007., 48/2007., 49/2007., 76/2007., 78/2007., 79/2007., 150/2007., 151/2007., 152/2007.). Egy esetben az eljárás vizsgálói megszüntetéssel zárult a csekély piaci hatásra tekintettel, a további eljárásokban a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont bank jogsértő magatartást tanúsított és bírságot szabott ki.

A döntések ellen a Magyar Cetelem Bank Zrt. kivételével további bankok nem éltek jogorvoslással. A Magyar Cetelem Bank Zrt. keresetét a Fővárosi Bíróság elutasította, a GVH döntése jogerős.

4.1.2. Az OTP Bankkal szembeni további eljárás hitelkártya termékekre vonatkozó tájékoztatások vizsgálatára

32. A GVH Vj-113/2007. számon 2007. július 17-én hitelkártya termékeivel kapcsolatos tájékoztatásai vizsgálatára újabb eljárást indított az OTP Bank ellen. A Versenytanács Vj-113/2007/041. szám alatti határozatában megállapította, hogy az OTP Bank 2006 októberétől egyes piaci tájékoztatásaiban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott az általa kibocsátott hitelkártyák kamatmentes használatáról és 200.000.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte.

Az OTP Bank a Fővárosi Bíróságtól a határozat felülvizsgálatát kérte, a bíróság a keresetet elutasította.

4.2. Az eljárás alá vont korábbi, Tpv. III. fejezetének rendelkezéseibe ütköző magatartása

33. Az eljárás alá vont ellen a Tpv. III. fejezete szerinti jogsértés tárgyában indult és versenytanácsi határozattal a Vj/56/2006. számú eljárás megindítását megelőzően lezárult a Vj/111/2005. számú eljárás. A határozat szerint a sajtóreklámozás ugyan tartalmazta, hogy a népszerűsített személyi kölcsön CHF alapú, de az 1% kedvezmény hozzákapcsolása, nem is említve a folyószámlára való folyósítás feltételét, jellemzően rejtve maradt (két lapot kivéve), azt a hamis látszatot keltve, hogy az 1% kedvezmény a kölcsön alapjától függetlenül jár. Ezzel szemben a rádióreklám nem szólt CHF alapú kölcsönről és törlesztő részletről, viszont közölte a lakossági folyószámlára való folyósítás feltételét, ami azt a hamis látszatot keltette, hogy az akció időtartama alatt a forint vagy az EURO alapú kölcsönfelvétel esetén a feltételek

azonosak a CHF alapú kölcsönnel. A Versenytanács 2005. december 8-án megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás 2005. április 15-től 2005. május 15-ig tartó akciója alatt személyi kölcsön szolgáltatását fogyasztómegettevesztésre alkalmas magatartással népszerűsítette és 10.000.000 Ft bírságot szabott ki. A döntést a bíróság jogerősen helyben hagyta.

5. JOGI ÉRTÉKELÉS

34. Az alaphatározat felülvizsgálata tárgyában meghozott bírósági döntésekből megállapíthatóan a jelen eljárás tárgya kizárólag a Vj-56/2006/27. számú határozatban megállapított jogsértés miatt az eljárás alá vontat terhelő bírság összegének megállapítása, az azt befolyásoló tényezők feltárását követően.

- Első lépésként megállapításra került a fogyasztómegettevesztő reklámok közzétételével kapcsolatos költségek mértéke, majd ebből bizonyos korrekciókat követően a Versenytanács meghatározta a releváns reklámköltség mértékét (5.1. pont).

- Második lépésként meg kellett határozni a bírság összegét a Tpv 78. §-ának (2) bekezdésének előírásai, a Vj-56/2006/27. számú határozat kapcsán megfogalmazott bírósági iránymutatások és a hasonló tárgyban született ítéletekben foglaltak alapján, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Versenytanács elnökének 1/2007. számú, „A bírság meghatározásának szempontjai a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása esetén” közleményével összhangban (5.2. pont).

5.1. A jogsértő magatartás reklámköltsége

35. A Versenytanács a bírság összegének kiszámítása során a jogsértő magatartás reklámköltségéből indult ki.

a) A két, illetve három televíziós csatornán a 2003. november-decemberi és a 2004. márciusi reklámkampány során sugárzott, jogsértőnek minősülő televíziós reklám üzleti titkot képező kommunikációs költségei a 2. sz. nem betekintheső mellékletben találhatóak.

b) A jogsértőnek minősülő „óriásplakát 4 (Hitelkártyák)” üzleti titkot képező kommunikációs költségei a 2. sz. nem betekintheső mellékletben találhatóak.

c) A jogsértőnek minősülő „további óriásplakát 6 (Hitelkártyák)” kapcsán felmerült (üzleti titoknak minősülő) költségeket a 2003. november-decemberi reklámkampány során az óriásplakátok közzétételével kapcsolatos - a 2. sz. nem betekintheső mellékletben található – költségek egy plakátfajtára jutó hányadaként határozta meg a Versenytanács, figyelemmel az OTP azon nyilatkozatára, mely szerint, ha egy kampányon belül a többfajta óriásplakáttal jelent meg a Bank, akkor az egyes plakátok között közel azonos arányban oszlott meg a költség.

d) A jogsértőnek minősülő „Citylight 1 (Hammer)”, „Citylight 2 (Orsi)” és a „Citylight 3 (Laca)” üzleti titkot képező kommunikációs költségei a 2. sz. nem betekintheső mellékletben találhatóak.

e) A jogsértőnek minősülő „DM levél 2” üzleti titkot képező kommunikációs költségei a 2. sz. nem betekintheső mellékletben találhatóak.

f) A jogsértőnek minősülő nyomtatott sajtóban megjelent reklámok üzleti titkot képező kommunikációs költségei a 2. sz. nem betekintheső mellékletben találhatóak.

36. Az előző pontban felsorolt jogsértő tájékoztatási eszközök üzleti titkot képező kommunikációs költségeit a Versenytanács kétirányú módosítást követően tekintette bírságalapnak:

a) A jogsértőnek minősülő „Beltéri plakát 1 (Laca)” és „Beltéri plakát 2 (Hitelkártyák)”, valamint a „DM levél 1” alkalmazásával kapcsolatban felmerült költségek összege a rendelkezésre álló adatokból nem volt megállapítható. A bírság alapjának

meghatározása során ugyanakkor azok a jogsértő reklámok is figyelembe veendők, amelyek esetében nem ismert a költség, mivel önmagában az a körülmény, hogy valamely reklám alkalmazásának költsége nem állapítható meg, nem indokolhatja, hogy az adott reklám révén megvalósult jogsértés ne vonjon maga után bírságszankciót. E körülményre tekintettel a Versenytanács növelte a bírság alapjaként szolgáló összeget, részben a Versenytanácsnak a beltéri plakátok alkalmazásával összefüggésben felmerült költségekről más ügyekben szerzett ismereteire, részben a „DM levél 2” ismert költségeire támaszkodva.

- b) A jogsértőnek minősülő reklámeszközök bírság szempontjából releváns kommunikációs költségei kapcsán a Versenytanács tekintettel volt arra a körülményre is, hogy ezek nemcsak a jogsértéssel összefüggő üzenetet közvetítettek a fogyasztóknak. E körülményre tekintettel a Versenytanács csökkentette a figyelembe veendő összeget, azzal, hogy a reklámokban a jogsértéssel összefüggő tartalom volt a meghatározó.

37. A Versenytanács értékelése szerint nem szükséges az előző pontban említett bírságalapot tovább csökkenteni arra – a Bank által hangoztatott – körülményre tekintettel, hogy a költségek nem időarányosan merültek fel, hanem a kezdeti költségek jelentősebb mértékűek. Végső soron a Bank döntésén múlik, hogy milyen összeget, milyen időbeni megosztásban szán kommunikációra. Fogyasztómegettevesztő tájékoztatás esetén a reklámköltség szoros kapcsolatban van a jogsértés mértékével, kiterjedtségével. Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy a legtöbb termék, szolgáltatás esetén megfigyelhető az a jelenség, hogy a termék, szolgáltatás piaci bevezetése idején magasabbak a költségek, mint később. A kezdeti intenzív reklámozás is eredményezheti azt, hogy a későbbiekben nem szükséges kiterjedt kommunikációt alkalmazni.

5.2. Súlyosító körülmények

38. A Versenytanács a bírság összegének megállapítása során súlyosító körülményként vette figyelembe az alaphatározatban is említett alábbi körülményeket:

- a) az OTP jelentős pénzügyi szereplő, hozzávetőleg 13%-os piaci részesedéssel bír a hitelkártyák piacán,
- b) a jogsértés bizalmi jellegű termékkel (pénzügyi szolgáltatással) összefüggésben valósult meg.

39. A Versenytanács a bírság összegének megállapítása során további súlyosító körülményként vette figyelembe azt, hogy

- a) a jogsértés kapcsán megállapítható a magatartás felrúgóhatósága, mivel az eljárás alá vont magatartása nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének,
- b) a jogsértőnek minősített reklámok többsége a kamatmentesség mindkét feltételét illetően hiányos, illetőleg pontatlan, mely körülményt súlyosabban kell megítélni, mintha csak az egyik feltételre vonatkozóan valósult volna meg jogsértés,
- c) a jogsértéssel érintett (a jogsértőnek minősülő reklámokkal, köztük TV és országos napilapokban megjelent sajtóreklámokkal) elért fogyasztói kör széles volt,
- d) a jogsértéssel érintett időszak hosszú, egy évet meghaladó tartamú volt. A jogsértőnek minősített tájékoztatások először 2003 októberében jelentek meg, az alapeljárásban vizsgált és jogsértőnek minősített kommunikációk közül a 2004 októberében megjelent sajtóhirdetések láttak utoljára napvilágot, márpedig a Versenytanács kialakult gyakorlata a 13 hónapnál számottevően rövidebb időtartamú jogsértéseket is súlyosító körülményként értékeli,
- e) a reklámok alkalmasak az eljárás alá vont image-ának, s ezáltal piaci részesedésének számára kedvező módon történő befolyásolására, amely nemcsak rövidtávon jelentkező következmény.

5.3. Csekélyebb fokú súlyosító körülmény

40. A Versenytanács a Vj-111/2005. sz. eljárásban hozott elmarasztaló határozat tényét a bírság összegét kevésbé jelentősen emelő tényezőnek tekintette.

- A két eljárásban vizsgált magatartás nagyfokú hasonlóságot mutat. A reklámok mindkét esetben a szolgáltatás fogyasztó szempontjából előnyös tulajdonságát emelik ki, miközben elhallgatják, hogy ez a pozitív vonás csak meghatározott körülmények fennállása esetén érvényesül. A bank érvelésével ellentétben nincs jelentősége annak, hogy a magatartást milyen szolgáltatás tekintetében követték el. A magatartás ismétlése tehát objektíve megállapítható.

- A Versenytanács másfelől azt is figyelembe vette, hogy a Vj-111/2005. számú ügyben a határozat kihirdetésére 2005 decemberében, azaz a jelen eljárásban jogsértőként minősülő utolsó magatartás tanúsítását követően került sor. Ez indokolja, hogy a visszaesés – amely általában súlyosan minősül – a konkrét ügyben csak csekély mértékben emelje a bírságösszeget.

5.4. Enyhítő körülmények

41. A Versenytanács a bírság összegének megállapítása során enyhítő körülményként vette figyelembe azt, hogy

- a) egyes reklámok további információ beszerzésére hívták fel a fogyasztót,
- b) a reklámokat észlelő fogyasztó a szerződéskötést megelőzően további információkhoz juthatott a reklámokban érintett termékek kapcsán, a szerződéskötés során pedig a kamatfeltételeket helyesen tartalmazó Üzletszabályzat átadásra kerül a fogyasztó részére,
- c) a Bank SMS üzenetet küldött a fogyasztóknak a visszafizetendő összegről,
- d) az OTP jelezte, hogy figyelembe veszi a GVH döntéseit, és 2004. októbere és 2006. októbere között nem alkalmazta a Vj-56/2006. számú ügyben sérelmezett szöveget,
- e) a 2004. októberi utolsó jogsértőnek tekintett magatartás és a 2006. októberi döntés között eltelt idő,
- f) az OTP akamatmentes periódust biztosító hitelkártyák reklámozása során egy korábban hosszú ideje általánosan alkalmazott gyakorlatot vett át, amikor számos versenytársát követően piacra lépett.

42. Az előző pontban jelzett egyes enyhítő körülmények súlyát a Versenytanács megítélése szerint csökkentik az alábbi tényezők:

- a) a reklámok olyan esetben is további információ beszerzésére hívták fel a fogyasztót, amikor a reklám különösebb nehézség nélkül közvetlenül tartalmazhatta volna a kamatmentesség feltételeit,
- b) az Üzletszabályzat nyelvezete és hossza miatt a fogyasztók számára nehezen áttekinthető,
- c) az SMS üzenetek küldésére már a szerződések megkötését követően kerül sor, amikor az információ a fogyasztómegtévesztő magatartás eredményét már nem befolyásolhatja (a fogyasztó a valótlan tájékoztatás hatására kötött szerződést az OTP-vel), legfeljebb az egyes fogyasztót ért kár csökkentésére (kiküszöbölésére) alkalmas.
- d) az OTP – saját előadása szerint³² - annak ellenére sem vizsgálta felül tájékoztatási szemléletét, hogy a Versenytanács a 2005. december 8-án kelt Vj-111/2005/14. sz.

³² „A 2005. december 8-án született Vj-111/2005-ös határozat meghozatalát követően a képviselő nem tartja valószínűnek, hogy a marketing-gyakorlatban bármit is változtatott az OTP, tekintettel a védekezés vonalára és

határozatában nem osztotta a piaci magatartás versenyjogi megítélésére vonatkozó álláspontját.

- e) a magatartás és a döntés meghozatala közötti idő főként a tényállás felderítésével telt,
- f) önmagában az a körülmény, hogy a jogsértő magatartás széles körben elterjedt, nem adhat felmentést az alól, hogy a tájékoztatás megkezdése előtt az újonnan piacra lépő maga is megvizsgálja, hogy a lemásolni készült gyakorlat vajon jogszerű-e. A Versenytanácsnak nincs oka kétségbe vonni az OTP jóhiszeműségét, mivel nincs arra bizonyíték, hogy már a magatartás tanúsítását megelőzően, vagy annak során tudomással bírt volna arról, hogy az általa is tanúsított magatartás a versenyjogba ütközik. A jóhiszeműség azonban nem jelenti egyben azt is, hogy az OTP megfelelt volna az elvárhatóság követelményének. Minden piacra lépőtől elvárható, hogy saját tájékoztatási gyakorlatát a jogszabályokhoz igazítsa, ne fogadjon el fenntartás és vizsgálgatás nélkül mástól átvett mintát.

5.6. Enyhítőként el nem fogadott körülmények

44. Nem szolgálhatnak - a Versenytanács álláspontja szerint - az alábbi érvek a bírság csökkentésére:

- a) nem látja bírságcsökkentő tényezőként figyelembe vehetőnek a Versenytanács azt az állítást, mely szerint a vizsgált időszakban az OTP nem ért el nyereséget a jogsértő reklámokkal érintett szolgáltatások révén, ugyanis a vizsgált szolgáltatás egyrészt eredményezett pénzben mérhető nyereséget, csak azt a vizsgált periódust követően realizálta az OTP, másrészt a Bank image-növekedése is előnyt jelent, és elvileg sem lenne elfogadható az, ha egy jogsértő magatartás szankciója csak azért lenne csekély mértékű, mert a termék/szolgáltatás nem volt sikeres, pl. a reklámozástól teljesen független körülmények miatt,
- b) a bank kommunikációs költségei – hivatkozása ellenére - összességében nem minősülnek alacsonynak a versenytársakéhoz képest, tekintettel az általa csatolt, a TNS Media Intelligence által készített (a korábban ismertetett, üzleti titkot képező) összesített adatokra, figyelemmel az OTP Bank által (22 piaci szereplő között) elért előkelő helyekre. Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy a kommunikációs költség mértéke eleve figyelembe vételre került, amikor – korrekciókkal - ez képezte a bírság alapját,
- c) a Bank, mint pénzügyi szolgáltató a termék valós jellemzőit, a kamatmentességhez szükséges feltételeket ismerhette, és azon ténnyel is tisztában lehetett, hogy ezek ismerete az általa közzétett tájékoztatások helyes értelmezéséhez szükséges, így nem lehet szó a felróhatóság hiányáról, ami enyhítő körülményként lenne értékelhető (éppen ellenkezőleg, a felróhatóságot súlyosító körülményként vette figyelembe a Versenytanács),
- d) az OTP 2003. évben, az első tájékoztatások közzétételkor kezdte hitelkártyái kibocsátását, így megelőzőleg nem tanúsított huzamosabb ideje jogszerű magatartást,
- e) az eljárás alá vont a Vj/56/2006. számú eljárásban a GVH adatkéréseire adatszolgáltatást teljesített, ugyanakkor a bírósági gyakorlatra figyelemmel ez önmagában nem tekinthető enyhítő körülménynek a bírságkiszabás kapcsán,
- f) a magatartás mint pénzügyi szolgáltatónak nem tudható be a Bank e területen való járatlanságának,

arra a tényre, hogy a határozatot keresettel támadta meg.” (Vj-56/2006/27 2006 október 3-i tárgyalás jegyzőkönyve)

- g) nem tekintette enyhítő körülménynek a Versenytanács azt sem, hogy az OTP-vel szemben indult első ízben hitelkártya reklámmal kapcsolatban versenyfelügyeleti eljárás. Számos korábbi ügyből ismert volt az a követelmény, hogy a termék/szolgáltatás előnyös tulajdonságait feltüntető reklám nem hallgathatja el azt, ha az előnyök elérésének feltételei, korlátai vannak. A jogsértés tehát nem új típusú, a magatartás versenyjogi megítélése közismert. A Versenytanács nem lát alapot egy olyan gyakorlat kialakítására, hogy minden új termékre vonatkozó reklám esetén az első jogsértő automatikusan enyhébb megítélésben részesüljön pusztán azért, mert a közismerten jogsértő magatartást egy új termék/szolgáltatás tekintetében tanúsította az eljárás alá vont,
- h) nem fogadta el a Versenytanács az OTP azon állítását, hogy a jogsértés nem tételes versenyjogi szabály megszegésén alapul, hanem a GVH által kialakított jogértelmezéstől való eltérésen. Az OTP azért nem tekinti a jelen eljárásban vizsgált magatartást ugyanolyannak, mint a korábbi eljárásban tanúsított magatartást, mert – álláspontjuk szerint - a Vj-56/2006. számú ügyben merült fel először, hogy a reklámnak teljes egészében tartalmaznia kell a fontos állításokat a termékről, szolgáltatásról. Ez azonban téves értelmezése a GVH gyakorlatának. A Versenytanács sem az említett ügyben, sem később nem támasztott ilyen követelményt. Éppen ellenkezőleg, maga az alaphatározat is megjegyzi, hogy „(v)ersenyjogilag nem várható el, hogy egy vállalkozás árújának, szolgáltatásának összes lényeges tulajdonságát közvéltégye piaci tájékoztatásaiban, különösen ezek szokványos megnyilvánulási módjában, a reklámozásban, amely tartalmi és terjedelmi korlátait az adott reklámeszköz rendeltetése határoolja be”,
- i) az előzőekből következően nem fogadta el a Versenytanács azt a védekezést sem, hogy az OTP a hitelkártya reklámozása során nem tudhatta, hogy ez később jogsértőnek minősül majd. Nem arról van szó, hogy egy eredetileg jogszerű magatartás később jogellenesként minősült volna. A magatartás annak tanúsítása idején jogsértő volt, legfeljebb ezt az OTP nem észlelte.
- j) noha ma már esetleg valóban nem kell elrettenteni a bankokat a hitelkártyák alap eljárásban kifogásolt reklámozásától, a megismételt eljárásban azonban nem mérlegelné helyesen a Versenytanács az OTP 2003-2004. évi magatartását, ha abból indulna ki, hogy a – vélhetően részben a korábban kiszabott 100 MFt-os bírság hatására – megváltozott helyzet 2010-ben már nem indokolja a bírság elrettentő mértékét. Ezt azért is fontosnak tekinti a Versenytanács, mivel a bírságnak generális prevenció szerepe is van,
- k) végezetül nem eredményezheti a bírság csökkentését az a körülmény, hogy az OTP csak 13. volt a hitelkártyák piacára lépők között, mive versenyfelügyeleti eljárás során nem az eljárás alá vont gazdasági aktivitása, hanem jogsértő reklámtevékenysége kerül megítélésre. (Megjegyzi a Versenytanács, hogy ezzel szoros összefüggésben a korábban piacra lépők által kialakított reklámozási gyakorlat átvétele enyhítő körülményként figyelembe vételre került.)

5.7. Az alap eljárás lezárultát követő körülmények

45. A megismételt eljárás során az alaphatározat hatályon kívül helyezett részét az ítéletben jelzett hiányosság kiküszöbölésével kell megalkotni. Bár a megismételt eljárásban a határozat meghozatalára értelemszerűen később kerül sor - a Versenytanács megítélése szerint – a megismételt eljárásnak nem célja, hogy az eredeti eljárásban jogsértőnek minősített magatartást az időközben bekövetkezett eseményekre tekintettel értékelje. Éppen ellenkezőleg az új eljárásban a magatartást oly módon kell értékelni, mintha arra az eredeti eljárásban

kerülne sor (természetesen kiküszöbölve az eredeti értékelés hiányosságait). Erre tekintettel a Versenytanács nem tette vizsgálat tárgyává az alábbi körülményeket:

- a) Az OTP versenytársai ellen hitelkártya termékeikre vonatkozó tájékoztatásaik kapcsán folytatott eljárások során megállapított bírságoknak az alaphatározatban megállapítottnál – az OTP véleménye szerint - számottevően alacsonyabb összegét. (Meggjegyzik azonban a Versenytanács, hogy a GVH ezen eljárásokban – általános gyakorlatát is követve - azonos szempontrendszert, sztenderdet alkalmazott. Nincs két azonos eset, így a különböző jellemzők mérlegelése szükségképpen vezet eltérésekre. A GVH az időszakos kamatmentességet hirdető hitelkártya reklám miatt indított valamennyi ügyben az elsőként elbírált OTP-s ügyben kialakított szempontrendszert alkalmazva határozta meg a szankciót. Rögzíthető továbbá, hogy az OTP-vel szemben kiszabott magasabb bírság egyik oka az OTP vezető pénzügyi szerepe, a másik jellegzetes különbség pedig az, hogy a többi bank a GVH álláspontját akceptálva már a vele szemben folyó eljárás során módosította reklámjait, míg az OTP – vitatva az elmarasztalást – csak szüneteltette az alaphatározatban kifogásolt reklámok közzétételét.)
- b) A Versenytanács – a korábban kifejtett okból – nem használta fel a bírság összegének mérlegelése során azt a tény sem, hogy a Vj-113/2007 számú eljárásban az OTP-vel szemben igen hasonló magatartás miatt 200.000.000 Ft bírság alkalmazására került sor. (Ezen összeg fényében a Vj-56/2006/27. sz. határozat szerinti 100.000.000 Ft-os bírság arányosnak lenne tekintendő, hiszen itt már az ismétlésre tekintettel a bírság szorzó alkalmazásának a bírósági ítéletekben rögzített feltételei is fennállnak.)
- c) Nem értékelte a Versenytanács súlyosító körülményként azt a tény sem, hogy az alaphatározat meghozatalát követően kiderült, hogy a vizsgált magatartás széles körben elterjedt, szinte minden kamatmentességet biztosító hitelkártyát kibocsátó szolgáltató alkalmazott ilyen reklámot. (A jogsértő magatartás elterjedtségét súlyosító körülményként kellene értékelni, de a Versenytanács a konkrét ügyben ezt nem tette, mivel az alap eljárásban még nem került feltárássra ez a tényállási elem.)

5.8. Enyhítő és súlyosító körülmények együttes figyelembe vétele

46. Az előző pontokban számba vett súlyosító körülmények mind számukat, mind súlyukat tekintve jelentősebbek, mint az enyhítő körülmények.

5.9. A bírság elrettentő ereje

47. A Versenytanács ezt követően – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – mérlegelte azt, hogy a fenti körülmények figyelembe vételével megállapítható bírságösszeg kellő elrettentő erőt képvisel-e a magyar lakossági banki piac legnagyobb szereplője esetében. Ezzel összefüggésben a Versenytanács tekintettel volt arra, hogy az OTP a magatartás tanúsítása idején még inkább kiemelkedett a hitelintézetek közül, mint ma.

48. A Versenytanács megítélése szerint akár fogyasztómegegyezéses ügyben is indokolt lehet egy nagyobb összegű számított bírság további növelése az elrettentő erő érdekében, pl. egy kiemelkedő piaci szereplő esetén, különösen, ha a törvényi bírságmaximum töredékét éri csak el a számított bírság. Noha jelen esetben mindkét körülmény fennáll, hiszen ezen összeg a törvényi maximum töredéke [az alaphatározatból ismert, hogy az eljárás alá vont Tpv. 24. §-ának (3) bekezdése alapján nettó árbevétel helyett figyelembe veendő bevételi tételeinek összege 2005-ban 632.332 millió Ft-ot tett ki], és az OTP a pénzügyintézetek közül

vitathatatlanul a legnagyobb szereplő, a konkrét ügyben a Versenytanács nem látta szükségesnek a bírságösszeg további emelését.

5.10. A törvényi bírságmaximum figyelembe vétele

49. A Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése szerinti bírságmaximum jelen esetben 632.332 millió Ft 2005. évi nettó árbevétel figyelembevételével, 63.233.200.000 Ft. Mind a GVH, mind az OTP egybehangzó álláspontja szerint - tekintettel arra, hogy a 2006. évi bírság megállapítás tekintetében kerül sor újbóli eljárásra - a 2005. évi nettó árbevétel veendő figyelembe. Mindazonáltal a Versenytanács megjegyzi, hogy a 2005-öt követő évek magasabb nettó árbevétele, ennél is magasabb összegű bírság kiszabását tette volna lehetővé, de a 2006-ban érvényesülő bírságmaximum is 632-szerese volt a ténylegesen kiszabott bírságnak, így a maximális bírság ebben az esetben valójában nem játszott érdemi korlátozó szerepet.

6. EGYÉB KÉRDÉSEK

6.1. A Tpv. alkalmazhatósága

50. A GVH a megismételt eljárása során a Fővárosi Ítéltábla ítéletében fent kifejtett szempontok figyelembevételével köteles „a jogsértéssel arányban álló bírság összegét meghatározni a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdése alapján”.³³ Eljárása során a Versenytanács a magatartás tanúsításának idején irányadó jogszabályszöveget alkalmazta.

6.2. A GVH hatásköre

51. A GVH hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, mely nem tartozik bíróság (Tpv. 86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

Budapest, 2011. január 27.

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.

előadó versenytanács tag

Váczai Nóra sk.

versenytanács tag

dr. Dobos Gergely sk.

versenytanács tag

³³ Vj/129-004/2009/5.

1. sz. melléklet: A Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.496/2007/9. sz. ítéletének a jogsértéssel kapcsolatos releváns megállapításai

A reklám céljának elérésére, a vásárlási szándék, a fogyasztói döntés befolyásolására különösen alkalmas, ha a reklámban az áru kelendőségének fokozása (jelen esetben a szolgáltatás igénybevételére való sarkallás) érdekében azt hirdeti a vállalkozás, hogy szolgáltatását költségtakarékos módon (nagyon alacsony költséggel) nyújtja. A költségmegtakarítás és az erről való tájékoztatás ugyanis a fogyasztó érdeklődését felkelti, őt igénybe vételre ösztönzi. Ekként, ahogy erre az alperes is utalt, az a kínált termék lényeges tulajdonságának tekinthető.

Ha a vállalkozás a reklámban feltüntetett kedvezmények körét ténylegesen a meghirdetettnél szűkebb körben nyújtja, kétségtelenül a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsít reklámtevékenysége során. E körben hangsúlyozza a másodfokú bíróság, hogy a reklám nemcsak akkor megtévesztő, ha nem nyújtja azt a kedvezményt a reklámozó, amit megígért, hanem akkor is, ha a kedvezményt nem a meghirdetett körülményekkel, feltételekkel és mértékben érvényesíti.

A jelen ügyben megállapítható, hogy a televízióban, a nyomtatott sajtóban, az óriásplakáton, szórólapokon megjelent hirdetésekben nem derül ki, hogy a hitelkártya használata milyen feltételekkel jelenthet akár 45 napig kamatmentességet.

Helyesen állapította meg az elsőfokú bíróság, hogy ez a reklám alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, mert a kamatmentesség feltételei nem, vagy csak részben voltak kommunikáltak.

Utal arra a másodfokú bíróság, hogy a jogsértés – mint az adott ügyben – nem csupán téves információk adásával, hanem valamely lényeges körülmény elhallgatásával, illetőleg hiányos tájékoztatással is megvalósítható. (Ítélet 6-7. old.)

2.sz. melléklet Jogsértő tájékoztatásokhoz kapcsolódó megjelenési költségek

Nem betekinthető

3. sz. melléklet

A 2003-2006 éveken belüli időszakban az eljárás alá vont által kibocsátott, kamatmentes periódust biztosító hitelkártya termékek egyes típusai, a kibocsátás kezdő időpontja és az esetleges együttműködő partnerek a következők:³⁴

Kártya		Ismert együttműködő partner
VISA Klasszik Hitelkártya	2003.10.14	
MasterCard Klasszik Hitelkártya	2003.10.14	-
MasterCard Arany Hitelkártya	2004.05.10	-
Komfort Hitelkártya (MasterCard Electronic)	2004.07.01	-
MasterCard Multipont Hitelkártya	2004.11.15	MOL Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt. CBA Kereskedelmi Kft.
Önkéntes Komfort Hitelkártya	2005.03.15	OTP Önkéntes Kiegészítő Nyugdíjpénztár
American Express Blue Hitelkártya	2005.06.01	MOL Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt.
Merkantil Hitelkártya	2005.08.03	Merkantil Váltó- és Vagyonbefektető Bank Zrt.
Vodafone Hitelkártya	2006.06.06	Vodafone Magyarország Zrt.
OTP-BOM VISA Hitelkártya	2006.10.05	Budapesti Olimpia Mozgalom egyesület

³⁴ Vj/113/2007/041, Vj/129-008/2009.

4. sz. melléklet A fogyasztási hitelállomány növekedés és hitelkártya kihelyezési állomány növekedés adatai az OTP Bank - Tpt. előírásainak megfelelő - Éves jelentései³⁵ alapján:

2003. évi Éves jelentés	<p>Az OTP Bank továbbra is a legnagyobb szereplője a magyar lakossági banki piacnak. (10. oldal, utolsó bekezdés)</p> <p>2003-ban a Bank <u>fogyasztási hitel állománya</u> 14,6%-kal, 134,6 milliárd forintra nőtt, ami a bankrendszeri növekedéstől közel 8%-kal elmaradva 1,3%-pontos piacvesztést okozott, így a piaci részesedés 17,5% volt december 31-én. (11. oldal, 7. bekezdés)</p> <p>Az (...) októberben bevezetett <u>hitelkártyához kapcsolódóan</u> mintegy 465 millió forint <u>kihelyezés-állomány</u> halmozódott fel. (11. oldal, utolsó bekezdés)</p> <p>A Bank 2003 utolsó negyedévében <u>vezette be</u> a lakossági ügyfélkör számára kifejlesztett klasszikus hitelkártyát, melyből 2003. októbere és decembere közt 5.885 <u>darab</u> került értékesítésre. (12. oldal utolsó bekezdés)</p> <p>A magyarországi betéti kártya <u>piac</u> telítődni látszik, míg a hitelkártyákban még jelentős növekedési potenciál rejlik. Így a <u>jövőben</u> elsősorban a hitelkártyák felfutó üzletágára, illetve a betéti kártyák fokozott használatának ösztönzésére kell koncentrálni. Az OTP Banknak elsődleges célja továbbra is az, hogy megtartsa meghatározó piaci részesedését, mely az elmúlt években 56-60% körül alakult. Ehhez a bankkártyák számának 5,6%-os – 193,8 ezer db-os - növelését tervezi a Bank. Az elmúlt évekhez hasonlóan 2004-ben is cél a díj- és jutalékbevételek növelése. Ennek elérésében elsősorban a kártyák használatának fokozására, a magasabb díjakkal és jutalékokkal rendelkező kártyák terjesztésére, illetve speciális szolgáltatásokkal bővített kártyák kialakítására kell támaszkodni. Így jelentős növekedési potenciál jellemzi a különböző affinity, loyalty és co-branded kártyákat. (49. oldal, utolsó előtti bekezdés)</p>
2004. évi Éves jelentés	<p>Az OTP Bank továbbra is a legnagyobb szereplője a magyar lakossági banki piacnak. (12. oldal, első bekezdés)</p> <p>A <u>fogyasztási hitelek állománya</u> 49,2%-kal, 200,9 milliárd forintra nőtt 2004-ben, ami a piac növekedését 16,6%-ponttal haladta meg, így év végére a Bank piaci részesedése 26,8%-ra emelkedett. (12. oldal, 8. bekezdés)</p> <p>A 2003 év végén bevezetett <u>klasszikus hitelkártyák száma</u> 2004. év végére közel 28 ezer darabra duzzadt. A Bank 2004-ben tovább bővítette a hitelkártya portfoliót, immár minden fogyasztói réteget megcélözva. A 2004. júniusától forgalmazott Arany hitelkártyából 232 darabot, a novembertől forgalmazott MC Multipoint hitelkártyából 251 darabot, míg a júliusban kibocsátott komfort hitelkártyából 23 ezer darabot igényeltek az ügyfelek. A Bank 2004-ben az ügyfélkiszolgálás minőségét tovább javítva bevezette, illetve kibővítette a számla és kártyakontroll szolgáltatást. (12. oldal utolsó bekezdés)</p> <p>Az (...) 52 ezer hitelkártyához kapcsolódóan mintegy 4,8 milliárd forint <u>kihelyezés-állomány</u> halmozódott fel 2004. december 31-re. (13. oldal, 1. bekezdés)</p> <p>A fogyasztási hitelek sok termékes és sok szereplős piacát változatlanul erős verseny jellemzi. Meghatározó a személyi kölcsön, az áruhitelzés rovására nő a hitelkártyák és bevásárló kártyák jelentősége. (41. oldal, 5. bekezdés)</p>
2005. évi Éves jelentés	<p>Az OTP Bank továbbra is a legnagyobb szereplője a magyar lakossági banki piacnak. (13. oldal, második bekezdés)</p> <p>A Bank <u>fogyasztási hiteleinek állománya</u> 24,4%-kal, 249,9 milliárd forintra nőtt 2005 végére. (13. oldal utolsó bekezdés)</p> <p>A Bank által 2005-ben kibocsátott, ügyfelek által kedvelt, AMEX Blue nagymértékben hozzájárult ahhoz, hogy a <u>hitelkártyához kapcsolódó kihelyezés-állomány</u> az előző évinek több mint 2,5-szeresére nőtt és elérte a 12,3 milliárd forintot 2005. december 31-re. (14. oldal, 2. bekezdés).</p> <p>A 2003 év végén bevezetett <u>klasszikus hitelkártyák száma</u> 2005. év végére közel 134 ezer darabra duzzadt. A Bank 2005-ben tovább bővítette a hitelkártya portfoliót, így ezen belül az AMEX hitelkártyából év végéig 52 ezer darab került értékesítésre. 2005-ben - az ügyfélkiszolgálás minőségét tovább javítandó - a Bank bővítette a kártyákkal kapcsolatos szolgáltatásokat. (15. oldal, 2. bekezdés)</p> <p>A fogyasztási hitelek sokszereplős és soktermékes <u>piaca</u> változatlanul erős versennyel jellemezhető: 2005 során a hitelkártyák piacán nőtt a versenytársak által kínált termékek száma. A</p>

³⁵ Vj-129-003/2009., https://www.otpbank.hu/portal/hu/IR_Eves_jelentes

	fogyasztási hitelek körében a hangsúly a deviza és fedezett termékekre helyeződött át. (45. oldal, utolsó előtti bekezdés)
2006. évi Éves jelentés	<p>Az OTP Bank továbbra is a legnagyobb szereplője a magyar lakossági banki piacnak. (9. oldal, első bekezdés)</p> <p>Töretlenül népszerűek az OTP <u>Bank hitelkártyái</u>: 2006. december 31-re év/év alapon 81,4%-kal bővülve <u>darabszámuk</u> meghaladta a 241 ezret. A növekmény jelentős részben az Amex Blue-nak köszönhető, mivel e kártyatípus darabszáma 2006 folyamán közel 97,6 ezer darabbal, azaz csaknem 190%-kal lett több. (9. oldal, 8. bekezdés)</p> <p>2006 végéig a Bank közel 240 ezer darab hitelkártyát bocsátott ki, amelyhez több mint 28 milliárd forint kihelyezés-állomány kapcsolódott, 128%-kal nagyobb, mint 2005. év végén. Az áruhitelhez kapcsolódó hitelállomány (áruhitelkártyával együtt) 14,5%-kal, 10,0 milliárd forintra bővült. (11. oldal, 4. bekezdés)</p> <p>A Bank fogyasztási hiteleinek állománya 23,5%-kal, 308,7 milliárd forintra nőtt 2006 végére. (11. oldal, 3. bekezdés)</p>

5. sz. melléklet: A bank által csatolt³⁶, F/3. megjelölésű táblázat

Nem betekinhető

Hitelkártya	adatok ezer Ft			
	2003	2004	2005	2006 I. félév

6. sz. melléklet Hitelkártyák száma és forgalmi adatai

Nem betekinhető

A Magyar Nemzeti Bank által a GVH részére megküldött³⁷, 2003-2006 évekre vonatkozó, félévenkénti bontású, hazai kibocsátású hitelkártyákra vonatkozó adatsorok alapján az OTP által kibocsátott hitelkártyák száma és a forgalmi adatok tekintetében az alábbiak állapíthatóak meg:

³⁶ Vj/56/2006/12., Vj/129-004/209/12.

³⁷ Vj/129-002/2009.