



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-137/2008/33.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az Oppenheim Ügyvédi Iroda által képviselt **Allianz Bank Zrt.** (Budapest) és **Allianz Hungária Biztosító Zrt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozások ellen a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása és a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t.

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vontak

- (1) a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsítottak 2008. augusztus 1-je és 2008. augusztus 30-a között a Hozammix kombinált megtakarítási termékről megjelenő - a honlap kivételével - összes kommunikációs eszközön adott tájékoztatásukkal.
- (2) a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósítottak meg 2008. szeptember 1-je és 2008. szeptember 30-a között a Hozammix kombinált megtakarítási termékről megjelenő - a honlap kivételével - összes kommunikációs eszközön adott tájékoztatásukkal.

A Versenytanács kötelezi az Allianz Bank Zrt.-t 2.000.000 (Kétmillió) forint és az Allianz Hungária Biztosító Zrt.-t 2.000.000 (Kétmillió) forint bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára kötelesek megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított harminc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy az Allianz Bank Zrt. (a továbbiakban: Allianz Bank vagy Bank) Allianz HozamMix megnevezésű termékének reklámkampánya a termék bankbetéti részéhez kapcsolódó kamatára vonatkozóan hangsúlyosan tartalmazta kedvező tulajdonságait, ám a termék egyéb lényeges tulajdonságairól nem szólt. A termékről adott hiányos tájékoztatások így összességükben valótlan információt továbbítottak a fogyasztók felé, amely valószínűsíthetően megsértette a 2008. szeptember 1-jét megelőző időtartam tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) III. fejezetének, az ezt követő időszak során közzétett tájékoztatások révén pedig a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. és 7. §-ainak rendelkezéseit.
2. A fentiek alapján a GVH 2008. október 21-én a Tptv. 67. § (1) bekezdése, illetve 70. § (1) bekezdése, valamint az Fttv. 26. § (1) bekezdése alapján versenyfelügyeleti eljárást indított az Allianz Bank ellen, vizsgálva annak a HozamMix termékhez kapcsolódó 2008. augusztus-szeptember hónapokban közzétett teljes kommunikációs gyakorlatát.
3. 2009. január 16-án a GVH az eljárásba ügyfélként bevonta az Allianz Hungária Biztosító Zrt.-t (a továbbiakban: Allianz Biztosító vagy Biztosító).

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

4. Az Allianz Bank a Dresdner Bank Rt. jogutódja, tulajdonosa a 2006. évtől az Allianz Biztosító, amely a nemzetközi Allianz csoport tagjaként működik. A Bank az Allianz Biztosító 2007. évi Éves jelentése alapján sikeresen zárta első teljes gazdálkodási évét, több mint 60.000 ügyféllel rendelkezik. A Bank több csatornán keresztül is elérhető ügyfelei részére, így országszerte a banki szolgáltatást is végző Allianz fiókok (37 fiók, ebből 8 Budapesten), illetve az Allianz Biztosító további fiókjai révén, valamint

telefonos ügyfélszolgálat és Internet útján is. Kereskedelmi bankként Magyarországon a pénzügyi szolgáltatások széles választékát kínálja ügyfeleinek (számlavezetés, befektetések, megtakarítások, hitelek, bankgaranciák, letétkezelés stb.).

5. Az Allianz Biztosító a Hungária Biztosító Rt. jogutódja, 1990 óta az Allianz csoport tagja. A Magyar Biztosítók Szövetségének 2008 évi Évkönyve alapján 2007-ben a biztosítási piacon az Allianz Biztosító piacvezető volt 19,7 %-os piaci részesedéssel. A Biztosító élet- és nem-életbiztosításokat egyaránt kínál. Az Allianz Bankkal 2006. december 12-én kötött ügynöki megállapodás alapján banki termékeket is közvetít.

Az eljárás alá vontak együttműködése

6. A Allianz Biztosító előadása szerint az Allianz Bank és az Allianz Biztosító a HozamMix termékkel kapcsolatos kampány kidolgozását közösen végezte, a megjelenéseket közösen hagyták jóvá, a kommunikációt és a tájékoztatást közösen határozták meg. Az ATL megjelenések és a sajtómegjelenések költségét az Allianz Bank és az Allianz Biztosító közösen, 50-50%-ban viselte, a többi kommunikációs eszköz esetében az Allianz Bank egyedül finanszírozta a megjelenést.

III.

A vizsgált szolgáltatás általános jellemzői

7. Az eljárás tárgyát képező HozamMix a kombinált megtakarítási termékek egy olyan változata, amely választásakor a fogyasztó a megtakarítás egy részét betétként köti le, másik részét pedig egy befektetési egységhez kötött (ún. unit-linked) életbiztosítás díjaként fizeti meg.
8. A betéti termékek
 - (i) hozama minden esetben előre meghatározott, a kamatok és díjak, illetve költségek hozamot növelő és csökkentő tényezői alapján határozható meg az Egységes Betéti Kamatláb Mutató („EBKM”), amelynek alkalmazását a 41/1997. (III.5.) számú, a betéti kamat, az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló Kormányrendelet teszi kötelezővé;

- (ii) könnyen készpénzre válthatóak, ám lekötött betét esetén futamidő előtti „betétfeltörés” esetén a kamat elveszhet;
- (iii) kockázata jellemzően alacsony, hiszen a betéteket védi a betétbiztosítás, amely az Országos Betétbiztosítási Alap intézményén keresztül valósul meg.

9. A Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény (a továbbiakban: Ptk.) szerint a betét betétszerződés vagy takarékbetétszerződés alapján fennálló követelés ideértve a bankszámla pozitív egyenlegét is. A hitelintézetekről és pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Hpt.) a pénzügyi szolgáltatások körébe sorolja a betétgyűjtési szolgáltatást, amelynek nyújtására a törvény 5. §-a alapján kizárólag hitelintézet lehet jogosult. A törvény a hitelintézetek körébe sorolja a bankokat, a szakosított hitelintézetet és a szövetkezeti hitelintézetet. A pénzügyi szolgáltatások teljes körét kizárólag a bankok nyújthatják.
10. A betétszerződéshez nem feltétlenül szükséges bankszámlát nyitni, ugyanakkor, ha az ügyfél rendelkezik bankszámlával, ahhoz általában pénzlekötési lehetőség is kapcsolódik. A betét elhelyezése történhet forintban vagy a bank által meghirdetett devizanemben. A betétek átlagos lejáratára igen rövid, a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének (a továbbiakban: PSZÁF) adatai szerint a betéteken belül a két hónapos futamidejű betétek aránya 2007. december 31-én 14,9%, ennél csak a 0-30 napos lekötésűek aránya magasabb: 71,0% volt¹. A betétekre fizetett kamat mértéke több esetben függ az elhelyezett összeg nagyságától, általában minél magasabb az összeg, annál nagyobb kamatot jár. A meghatározott feltételek teljesítése nélkül lekötött betétek esetében kínált kamat mértéke általában alacsonyabb, mint a feltételekhez kötött, „akciós” betétek kamatai. A 2008. augusztus végén, szeptember elején a bankok által aktuálisan kínált akciós betéti kamatok 9% és 12% között mozogtak. Az Allianz Bank akciós betéti terméke esetén 10%-os kamatot fizetett.
11. A Hpt. megengedi a pénzügyi intézményeknek – köztük a hitelintézeteknek –, hogy a pénzügyi szolgáltatások mellett befektetési szolgáltatási tevékenységet is végezzenek. A pénzügyi típusú befektetések számos formája különböztethető meg – részvény, kötvény, befektetési jegy, egyéb tőzsdei termékek –, ezek jellemző tulajdonságaik - pl. futamidő, hozam kockázat - tekintetében eltérőek.

¹ http://www.pszaf.hu/data/cms53857/pszafhu_riskoutlook_2007_2.pdf, A felügyelt szektorok működése és kockázatai, PSZÁF, 2008. április, Vj-137/2008/007.

12. A termék befektetési részéről – betéti termékekkel való összehasonlítás alapján - általánosságban elmondható, hogy

- (i) hozama – a kötvények kivételével – jellemzően nem határozható meg előre, ennek következtében a piaci gyakorlat szerint a múltbeli hozamokról adnak tájékoztatást a pénzügyi szolgáltatók²;
- (ii) kevésbé likvid, mint a betéti termékek és jellemzően hosszabb távon képes kedvező hozamot produkálni;
- (iii) kockázata jellemzően magasabb, mint a betéti termékek esetében, így akár még a befektetett tőke összege is csökkenhet az adott időszak alatt.

13. A befektetési egységhez kötött életbiztosítások a biztosítókról és a biztosítási tevékenységről szóló 2003. évi LX. törvény (a továbbiakban: Bit.) szerint – az életbiztosítási ágon belül olyan külön kategóriát képező - termékek, amelyeknél a biztosító a biztosítási szerződés alapján képzett biztosítástechnikai tartalékot az általa létrehozott, önálló befektetési politikával rendelkező, elkülönítetten kezelt – azonos értékű, befektetési egységekből álló – eszközalapokba vagy más, befektetési alapkezelésre jogosult társaság által kezelt befektetési alapokba helyezi befektetés céljából, a szerződő választásától függően, a szerződésben meghatározott szabályok szerint. Az egyes eszközalapok a befektetés típusában és a befektetések kockázatában térnek el egymástól. A szerződőnek az adott eszközalpból való részesedését a befektetési egységek darabszáma fejezi ki. A biztosítások lehetnek elérésre vagy halál esetére szólóak és mindenképp több évre szóló befektetést jelentenek.

14. A választott portfólió függvénye is, hogy milyen mértékű kockázatot vállal az ügyfél és mikor érdemes (az aktuális árfolyam függvényében) kilépnie. Lévéen a unit-linked termékek alapvetően biztosítási termékek, amelyek esetében a biztosító az általa létrehozott különböző eszközalapokba fekteti a befizetett díj egy meghatározott részét, a biztosítók nem tagjai a Befektető-védelmi Alapnak (a továbbiakban: Beva), így a Beva garanciája nem vonatkozik rájuk³.

² Ezen piaci gyakorlathoz fűződő, a pénzügyi tárgyú jogszabályok tekintetében releváns tájékoztatási minimumkövetelményeket rögzítik a PSZÁF 1/2006. (I.27.), illetve 4/2006. (V.25.) számú ajánlásai.

³http://www.pszaf.hu/data/cms422933/A_Felugyeletre_erkezett_leggyakoribb_kerdesek_es_az_azokra_adott_valaszok_penzugyi_helyzettel_kapcsolatban.pdf

A Beva nem védene a befektetések árfolyamesése, értékvesztése ellen sem, a hiányzó értékpapírok esetén a kártalanítás összegének megállapítása az értékpapírok piaci árfolyama alapján történik. A tőkepiacról szóló 2001. évi CXX. törvény (Tpt.) 210-228. §-ai és a betétbiztosítási alapok és intézményvédelmi alapok, valamint a befektető-védelmi alap éves beszámoló készítési és könyvvizetési kötelezettségének sajátosságairól szóló 214/2000. (XII. 11.) Korm. rendelet rendelkezéseire figyelemmel.

15. A Bit. 5. § (4) bekezdése alapján biztosítási tevékenységet kizárólag biztosító végezhet. Befektetési egységhez kötődő életbiztosításokat értékesítheti bank a biztosító ügynökeként.
16. Bár az eljárás tárgyát képező HozamMix mindkét - betéti és befektetési - eleme megtakarításnak minősül, azonban jelentős különbségek fedezhetőek fel a hozamokkal kapcsolatos feltételeik, a vállalt kockázatok, készpénzre válthatóságuk – azaz likviditásuk –, és ehhez kapcsolódóan a jellemző futamidejük tekintetében.
17. A HozamMix-hez hasonló kombinált megtakarítási termékek széles körben 2007. közepétől vannak jelen a piacon, ekkor a lakossági fogyasztóknak szolgáltatást nyújtó bankok mindegyike megjelent a piacon ilyen típusú termékkel, akár betét-befektetési alap, akár betét-életbiztosítási alap változatban vagy ezek további kombinációjaként. Közös jellemvonásuk, hogy a fogyasztó által megtakarítani kívánt pénzüsszeget megosztva – részben betéti, részben befektetési termékbe – helyezik el. A betéti rész tekintetében jellemzően rövid – két-három hónapos – periódusra az általános betéti kamatot jóval meghaladó hozamot kínálnak a szolgáltatók, azt követően viszont az általános betéti kamatot biztosítják. A másik termékelem esetében vállalt hosszabb idejű, kockázatosabb döntést is értékelve ezeknél a termékeknél átlagosan magasabb a kamat, mint az akciós betéteknél, de egyes termékeknél ez a kategória „összeérhet”.

IV.

A vizsgált magatartás

18. Jelen vizsgálat tárgyát az Allianz Bank és az Allianz Biztosító közös, HozamMix termékének teljes reklámkampánya képezi, amely során a 2008. augusztus 1-jétől értékesített terméket a „Megtakarítások az Allianztól akár 17, 00%-os kamattal” és az „EBKM: 17, 00%” szlogennel hirdették.
19. A HozamMix termék fő jellemzői:
- a minimum elhelyezendő összeg 400.000 Ft,
 - a megtakarítások 30%-a bankbetétként kerül lekötésre,
 - az Allianz Bank e betéti részre évi 17%-os kamatot kínál az első, 2 hónapos kamatperiódusra, a további kamatperiódusokra folyamatos lekötés esetén a mindenkor érvényben lévő Kondíciós listában szereplő, adott összegsávhoz és normál 2 hónapos lekötéshez tartozó éves betéti kamatot fizeti meg,

- a megtakarítások 70%-a egy egyszeri díjfizetésű, határozatlan tartamú befektetési egységekhez kötött életbiztosításban, a HozamMix Életprogram biztosítási szerződés megkötése révén kerül befektetésre,
- az eszközalapok és portfóliók hozama az eszközalapokban lévő befektetési eszközök hozamától függően változó lehet, sem a hozam, sem a tőke nem garantált,
- az Életprogram szerződésre kezdeti költség (5000,-Ft + az egyszeri díj 1%-a), fenntartási költség (170,-Ft/év) és alapkezelési költség (jelenleg 1,19%/év) kerül levonásra.

20. A vizsgált kampány során kötött szerződések esetében a 2. kamatperiódustól fizetett kamatok mértéke 5,60-6,60% közötti volt (EBKM 5,73-6,78%). Az Allianz Biztosító nyilatkozata szerint a kampány alatt megkötött HozamMix termékhez kapcsolódó biztosítási termék esetében a realizálható (exponenciális módszerrel) évesített hozam az első két hónapra -98% és +142% között alakult az összes felmerülő költség figyelembe vételével, a visszavásárlás költségét is ideértve (1.000.000 Ft értékű biztosítási termék rész esetén).
21. Az Életprogram szerződés életbiztosítási eleme klasszikus életbiztosításnak felel meg, amely a szerződés biztosítottjának bármely okból eredő halála, illetve a biztosított közlekedési balesetből eredő halála esetén nyújt szolgáltatást. A HozamMix Életprogram az Allianz Biztosító által 2006. január 1-jétől értékesített, önállóan is megköthető egyszeri díjfizetésű Allianz Életprogram alapján került bevezetésre, a két termék kombinációját 2008. augusztus 1-ig Betétmix néven értékesítették.
22. A termék az értékesítési hálózatban, üzletkötőkön keresztül, valamint az Allianz Bank fiókjaiban kerül értékesítésre. Az Allianz Bank és az Allianz Biztosító között az Allianz HozamMix termék kialakításáról 2008. július 27-én létrejött megállapodás révén a Biztosító a Hpt. 3. § (1) bekezdése h) pontjában és a 2. számú melléklete I. fejezet 12. pont a) alpontjában meghatározott ügynöki tevékenységet lát el, azaz a Bank szolgáltatásainak közvetítése során a Bank javára, nevében, felelősségére és kockázatára jár el, pénzt, értékpapírt az ügyfelektől átvehet.
23. A vizsgálat tárgyát képező kommunikációs gyakorlat a 2008. augusztus 1-jétől szeptember végéig tartó HozamMix reklámkampány, amely az alábbiakban bemutatott tájékoztatásokat tartalmazta⁴.

⁴ A hirdetések képi megjelenítését a határozat melléklete tartalmazza.

TV reklám

24. A TV2, Viasat, National Geographic - országosan fogható - csatornákon, összesen 384 alkalommal, 2008. augusztus 18. és szeptember 7. között a következő 30 másodperces reklámfilm került sugárzásra:

Látható:	Hallható:
<p>(különböző helyszíneken (utcatáblán, elárusítóhelyen, stb.) a számok 17-esre változnak)</p> <p>1. kép</p> <p><i>Megtakarítások akár 17%* kamattal Allianz</i></p> <p><i>*A HozamMix egy 2 hónapos futamidejű fix forint alapú bankbetétből és egy befektetési eszközalapokhoz kötött életbiztosításba történő befektetésből áll melyek egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Bankunk a kiemelt hozamot csak a bankbetét tekintetében garantálja, a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.</i></p> <p>2. kép</p> <p><i>EBKM: 17,00% Allianz</i></p> <p><i>*A HozamMix egy 2 hónapos futamidejű fix forint alapú bankbetétből és egy befektetési eszközalapokhoz kötött életbiztosításba történő befektetésből áll melyek egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Bankunk a kiemelt hozamot csak a bankbetét tekintetében garantálja, a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.</i></p> <p>3. kép</p> <p><i>Pénzügyi megoldások A-Z-ig 06-40-421-421 Allianz</i></p>	<p>(zene)</p> <p><i>Ezt mindenkinek látnia kell! Allianz megtakarítások akár 17% kamattal! EBKM 17%</i></p>

Nyomtatott sajtó

25. 2008. augusztus 23-án és 30-án, illetve szeptember 6-án a HVG és 2008. augusztus 21-én és 28-án, valamint szeptember 4-én a Figyelő című - országos terjesztésű - lapokban a következő tartalmú hirdetések jelentek meg:

Allianz megtakarítások akár 17% kamattal!*

Allianz. Pénzügyi megoldások A-Z-ig

EBKM: 17,00%

Allianz

**A HozamMix egy 2 hónapos futamidejű fix forint alapú bankbetétből és egy befektetési eszközalapokhoz kötött életbiztosításba történő befektetésből áll melyek egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Bankunk a kiemelt hozamot csak a bankbetét tekintetében garantálja, a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.*

Metróállomásokon kihelyezett anyagok és megállító tábla és járműreklám

26. Az előző pontban (nyomtatott sajtó) leírt tartalommal a további kommunikációs csatornákon jelentek meg HozamMix reklámok:

- peronreklámok a budapesti metróállomásokon 2008. augusztus 18. és szeptember 7. között,
- járműreklámok Székesfehérváron és Dunaújvárosban 2008. augusztus 5. és szeptember 5. között,
- megállító táblák Budapesten az Allianz fiókok előtt 2008. augusztus 1-jétől.

27. Az Észak-Magyarország című megyei napilapban 2008. augusztus 11-én „Sokoldalú megtakarítási lehetőségek” címmel közzétett pr-cikkben a vizsgált termék kapcsán az alábbi információk jelentek meg:

Allianz HozamMix – Bankbetét és befektetés optimális kombinációja

*Az Allianz HozamMix egy olyan megtakarítási lehetőség, amely a befektetési eszközalapok rugalmasságát ötvözi a lekötött betétek biztonságával. Ez annak köszönhető, hogy a termék egy fix kamatozású betét és egy egyszeri díjfizetésű befektetési egységekhez kötött életbiztosítás együttese.**

Bankbetéti rész: 2 hónapos, kiemelkedően magas, évi 17%-os kamattal történő betétlekötés (EBKM: 17,00%), amely az Allianz Banknál lévő bármely lakossági bankszámláról kezdeményezhető. A betét fix kamatozása, a kamatot a futamidő lejárta után írjuk jóvá az Ön bankszámláján (nem akciós EBKM: 5,73 - 6,78%).

Befektetési rész - HozamMix Életprogram: Egy egyszeri díjas befektetési egységekhez kötött életbiztosítás, amelyben Ön dönti el, hogy a 14 különböző eszközalap, vagy az előre összeállított 14 különböző portfólió közül melyikbe kívánja fektetni pénzét. Az előre összeállított portfóliókban, az Allianz Csoport pénzügyi piacokról származó szaktudását és tapasztalatát használtuk fel, hogy ezt ügyfeleink számára is hasznosítani tudjuk. (...)

Kérjük, pénzügyi döntése előtt tanulmányozza át a fenti termékekre vonatkozó Általános Szerződési Feltételeket, valamint Kondíciós listákat, melyet megtalál a www.allianz.hu internetes oldalunkon, vagy az Önhöz legközelebbi Allianz bankfiókban, amelynek címe: 3527 Miskolc, Ady Endre u. 16. Amennyiben további kérdése merülne fel, hívja a 06-40-421-421-es központi ügyfélszolgálati számunkat vagy a személyes tanácsadóját!

* A 2 hónapos futamidejű bankbetét és a biztosításba történő befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Továbbá felhívjuk szíves figyelmét arra, hogy a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.

Óriásplakát

28. Vidéki nagyvárosokban 2008. augusztus 18. és szeptember 7. között standard méretű óriásplakát volt látható, amelynek tartalma megegyezik a nyomtatott sajtó esetében leírt hirdetéssel.

Kirakat plakát

29. Az Allianz bankfiókok kirakatában országszerte, egyenként kirakathoz igazítva (maximum 100cm * 200 cm) méretben, 2008. augusztus 5. és szeptember 22. között kirakatmatricák voltak láthatóak az alábbi tartalommal

Megtakarítások akár 17% kamattal!*

30. A másik típusú kirakatmatricán az EBKM mértéke a legnagyobb méretben kiemelt információ.

EBKM: 17,00%.

Plakát

31. Az Allianz csoport valamennyi fiókjának kirakatában, annak kifele vagy befele néző oldalán 2008. augusztus 1-től, A1 méretben az alábbi plakát jelent meg:

Évi 17%-os kamat (EBKM: 17,00%)
Allianz HozamMix
Kiemelkedő hozamlehetőségek
Megtakarítások*

**A HozamMix egy 2 hónapos futamidejű fix forint alapú bankbetétből és egy befektetési eszközalapokhoz kötött életbiztosításba történő befektetésből áll melyek egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Bankunk a*

kiemelt hozamot csak a bankbetét tekintetében garantálja, a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.

Online hirdetések

32. A Pénzcentrum és a Privátbankár internetes oldalakon 2008. augusztus 21-28. között az alábbi banner volt látható:

1. kép

Allianz megtakarítások akár 17% kamattal!*

2. kép

EBKM: 17,00%

3. kép

*Allianz. Pénzügyi megoldások A-Z-ig
Allianz*

4. kép

**A 2 hónapos futamidejű bankbetét és a biztosításba történő befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Továbbá felhívjuk szíves figyelmét arra, hogy a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.*

Allianz Bank honlapja

33. Az Allianz Bank honlapján a következő termékismertető tájékoztatás olvasható 2008. augusztus 1-jétől:

Mi is az az Allianz HozamMix?

Az Allianz HozamMix egy olyan megtakarítási lehetőség, amely egyesíti magában a befektetési eszközalapok rugalmasságát, illetve a lekötött betétek biztonságát. A termék egy fix kamatozású betét és egy egyszeri díjas befektetési egységekhez kötött életbiztosítás - a HozamMix Életprogram együttese.

Az életbiztosítás hosszú távon nyújt kedvező hozamlehetőségeket, míg a lekötött betét rövid távon nyújt kiemelkedően magas kamatot.

Mit nyújt Önnek a termék lekötött betéti része?

Az Allianz HozamMix lekötött betéti része kiemelkedően magas, évi 17%-os kamatot (EBKM: 17,00%) kínál az első, 2 hónapos kamatperiódusra. A betét fix kamatozású, amely bármely Allianz Banknál lévő lakossági bankszámláról lekötethető. Amennyiben a betét elhelyezése folyamatos lekötéssel történt, úgy a Bank a fenti, kiemelt kamatot kizárólag az első kamatperiódusra adja, a további kamatperiódusokra a mindenkor érvényben lévő Kondíciós listában szereplő, adott összegsávhoz és normál 2 hónapos lekötéshez tartozó éves betéti

kamatot fizeti meg, ahol jelenleg az EBKM mértéke 5,73-6,78%-ig terjed összecsávától függően. A bank naponta számolja ki a kamatot, amelyet a futamidő lejártát követően a bankszámlán ír jóvá.

(...)

Milyen lehetőségeket kínál a HozamMix Életprogram?

A HozamMix Életprogram egy olyan egyszeri díjas befektetési egységekhez kötött életbiztosítás, amelyben Ön dönti el, hogy a befektetni kívánt összeget milyen típusú eszközalapba kívánja fektetni. Saját élethelyzetének, pénzügyi igényei és elvárásai szerint Ön választhat 14 különböző befektetési eszközalaphoz, amelyek között meg is oszthatja a befekteteni kívánt összeget. (...)

A fentiekén túl Önnek még lehetősége van további 14 előre összeállított befektetési csomagból (portfólióból) választani. A portfóliók és eszközalaphoz pontos összetételét a jobb oldalon található Befektetési Mellékletben tekintheti meg. (...)

Felhívjuk szíves figyelmét arra, hogy az Allianz HozamMix termékünk egyik részét képező befektetési eszközalap és portfóliók hozama az eszközalaphoz lévő befektetési eszközök hozamától függően változó lehet. Az eszközalap múltbéli hozama nem jelent garanciát a jövőbeni hozamokra. (...)

Az elhelyezendő összeg legalább 400 000 Ft, amelynek 30%-a bankbetétbe és 70%-a a HozamMix Életprogram szerződésbe kerül befektetésre.

(Az oldalról megnyitható linkek:

[Kondíciós Lista Allianz HozamMix](#)

[Általános Szerződési Feltételek Allianz HozamMix kiegészítés](#)

[Ügyféltájékoztató HozamMix Életprogram](#)

[Befektetési melléklet HozamMix Életprogram](#))

34. A kedvező lehetőségre való felhívás a honlap főoldalán is olvasható, ahonnan a termékismertető oldalra lehet jutni.

Évi 17,00%-os kamat!

Allianz HozamMix termékünkkel most kiemelkedő, 17%-os (EBKM:17,00%) kamathoz juthat!

Sajtóközlemény

35. A 2008. augusztus 14-én kiadott sajtóközlemény „17 %-os éves kamat és a GeoTrend - kiváló megtakarítási lehetőségek az Allianztól ” a következő információkat tartalmazta.

Energiától duzzadó” hozamok

Az Allianz 2008. második felében újra kiváló befektetési ajánlatokkal jelentkezik: portfóliójának két kiemelkedő ajánlata az Allianz Bank kínálta, a piac egyik legmagasabb – 17%-os – éves kamatát nyújtó HozamMix megtakarítási terméke (...)

*Allianz HozamMix - a piacon is kiemelkedőnek számító évi 17%-os kamattal (EBKM:17,00%)
Az Allianz HozamMix egy olyan megtakarítási lehetőség, amely mind a magasabb kockázatért magasabb hozamot elváró ügyfeleknek, mind a biztonságosabb befektetést keresőknek optimális megoldás lehet: a termék a befektetési eszközalapok rugalmasságát a lekötött betétek biztonságával ötvözi. Ez abból ered, hogy az Allianz HozamMix egy fix kamatozású betét és egy egyszeri díjfizetésű befektetési egységekhez kötött életbiztosítás együttese. Betéti része 2 hónapos lekötésű, évi 17% kamatot kínál (EBKM: 17,00%); a betétlekötés az Allianz Banknál lévő bármely lakossági bankszámláról kezdeményezhető.*

*(nem akciós EBKM: 5,73-6,78%)**

*A HozamMix másik részét képező HozamMix Életprogram egy egyszeri díjas, befektetési egységekhez kötött életbiztosítás, amelyben az ügyfél eldöntheti, hogy az Allianz által kínált 14 különböző eszközalap, vagy az előre összeállított 14 különböző portfólió közül melyikbe kívánja fektetni pénzét. Így minden ügyfél megtalálhatja saját élet- és pénzügyi helyzetének, illetve jövőbeni céljainak leginkább megfelelő befektetési lehetőséget.***

**A 2 hónapos futamidejű bankbetét és a biztosításba történő befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre.*

*** Az ajánlat másik elemét képező befektetési eszközalap hozama az eszközalapban lévő befektetési eszközök hozamától függően változó lehet. Az eszközalap múltbeli hozama nem jelent garanciát a jövőbeni hozamra.*

A www.allianz.hu oldalon a biztosítási termékek között nem található a HozamMix, a banki termékeknél felsorolt, további tájékoztatás érdekében pedig a fenti, www.allianzbank.hu oldalra lehet a névre klikkelve eljutni. (https://www.allianz.hu/sw31_allianz_internet/online/penzugyi_szolg.php)

Szórólapok

36. 2008. augusztus 1-től, LA4 méretben hatoldalás szórólap került átadásra az Allianz fiókoknak és az üzletkötőknek, amely tartalmazta – többek között – az alábbiakat:

1. oldal:

*Évi 17%-os kamat (EBKM: 17,00%)**

Allianz HozamMix

Kiemelkedő hozamlehetőségek

Megtakarítások

**A 2 hónapos futamidejű bankbetét és a biztosításba történő befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Továbbá felhívjuk szíves figyelmét arra, hogy a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbeli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.*

2. oldal:

Az Allianz HozamMix kiemelkedően magas hozamlehetőségeket kínál (...)

Az Allianz most egy olyan befektetési lehetőséget kínál Önnek, ami egyesíti magában a biztonságot és a magas hozam lehetőségét. (...)

Az Allianz HozamMix egy olyan megtakarítási lehetőség, amely a befektetési eszközalapok rugalmasságát ötvözi a lekötött betétek biztonságával. Ez annak köszönhető, hogy a termék egy fix kamatozású betét és egy egyszeri díjas befektetési egységekhez kötött életbiztosítás -a HozamMix Életprogram együttese. Míg ez utóbbi – a rugalmasan alakítható HozamMix Életprogram – a hosszú távon kedvező hozam lehetőségét nyújtja Önnek, addig a banki lekötött betét rövid távon ad kiemelkedően magas kamatot. (...)*

** Az Allianz HozamMix életbiztosítással kombinált betét olyan megtakarítási forma, amelynél a megtakarítás egy része hagyományos bankbetétben a Banknál, másik része befektetési egységekhez kötött életbiztosítási szerződés keretében – biztosítási befektetésként – az Allianz Hungária Biztosító Zrt.-nél kerül elhelyezésre. A bankbetét és a biztosítási befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül meghatározásra.*

5. oldal:

Kiugró, 17%-os hozam a betétlekötés kamatperiódusára*

2 hónapos kiemelkedően magas, évi 17%-os kamatozású betétlekötés (EBKM: 17,00%), amely az Allianz Banknál lévő bármely lakossági bankszámláról leköthető. A betét fix kamatozású, a bank naponta számolja ki a kamatot, amelyet a futamidő lejártá után bankszámláján ír jóvá. (...)

Bruttó éves kamat, az első kiemelt kamatperiódusra (EBKM: 17,00%). Folyamatos lekötés esetén a további kamatperiódusokra a mindenkor érvényben levő Allianz lekötött betétekre vonatkozó Kondíciós listában szereplő, 2 hónapos, normál Lekötött Fix Betét mindenkor meghirdetett betéti kamata az érvényes (nem akciós, 2008. augusztus 1-én érvényben levő EBKM 5,73-6,78%).

Hátoldal:

*Allianz Bank Zrt.
06-40-421-421
www.allianz.hu*

37. 2008. augusztus 1-től, LA4 méretben kétoldalas szórólap került terjesztésre

Veszprémben, amely a következőket tartalmazta:

1. oldal:

*Évi 17%-os kamat (EBKM: 17,00%)**

Allianz HozamMix

Kiemelkedő hozamlehetőségek

Megtakarítások

**A 2 hónapos futamidejű bankbetét és a biztosításba történő befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Továbbá felhívjuk szíves figyelmét arra, hogy a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.*

2. oldal:

** Az Allianz HozamMix életbiztosítással kombinált betét olyan megtakarítási forma, amelynél a megtakarítás egy része hagyományos bankbetétben a Banknál, másik része befektetési egységekhez kötött életbiztosítási szerződés keretében – biztosítási befektetésként – az Allianz Hungária Biztosító Zrt.-nél kerül elhelyezésre. A bankbetét és a biztosítási befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül meghatározásra.*

Direkt marketing

38. Az alábbi információkat tartalmazó direct-mail-ek kerültek kiküldésre 2008. augusztus 6-án és 21-én postai úton saját ügyfelek és további fogyasztók részére, 2008. augusztus 18. -szeptember 1. között pedig az üzletkötők felé.

1. oldal:

(...) Kérem, engedje meg, hogy mint egyik pénzügyi partnere, a figyelmébe ajánljuk legújabb befektetési termékünket, az Allianz HozamMix-et, amelyet jelenleg évi 17%-os (EBKM: 17,00%) kamattal kínálunk Önnek!*

*Most éljen ezzel a lehetőséggel! Hiszen az Allianz HozamMix egy rövid és egy hosszú távú megtakarítás olyan optimális kombinációja, ahol az Ön által elhelyezni kívánt összeg egy részét biztonságos, évi 17%-os kamatot nyújtó 2 hónapos betétbe helyezzük el, míg az összeg másik részét az Ön hozamvárásainak megfelelően, akár magasabb kockázatú, de ennek megfelelően magasabb hozamvárakozásokkal rendelkező eszközalapokba irányíthatja.***

Allianz megtakarítások akár 17% kamattal!

EBKM: 17,00% (...)

** Nem akciós EBKM a két hónapos Lekötött Fix Betéti részre: 5,73-6,78%*

*** A 2 hónapos futamidejű bankbetét és a biztosításba történő befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Továbbá felhívjuk szíves figyelmét arra, hogy a termék biztosítási elemét képező, alább bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függően változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.*

2. oldal:

Lássuk, mit nyújt Önnek az Allianz HozamMix betéti része?

Az Ön pénzének 30%-a – a piaci hozamok alakulásától függetlenül – 2 hónap alatt évi 17%-os kamattal gyarapszik.

Magas kamat, biztos hozammal! Ebbe érdemes most pénzét elhelyeznie!

És miből áll az Allianz HozamMix befektetési része, azaz a HozamMix Életprogram?

Az Allianz HozamMix Életprogram az eszközalapok széles választékát kínálja, amelyek közül Ön szabadon választhat. Forint vagy euró alapú befektetésben gondolkodik? A biztonságot vagy a magasabb hozam lehetőségét részesíti előnyben? Ez az Ön döntése. A HozamMix Életprogram mindkettőre megoldást nyújt.

Az Allianz HozamMix igényléséhez nem kell mást tennie, mint felkeresni az Önhöz legközelebb eső Allianz fiókot, ahol munkatársaink további információkkal segítenek Önnek döntése meghozatalában. (...)

További információért kérjük, forduljon a fent megjelölt fiókhoz, vagy hívja a 06-40-421-421-es számot, esetleg keresse fel személyes tanácsadóját. Munkatársaink készséggel állnak rendelkezésre. (...)

Jelen levelünk nem minősül ajánlattételnek, befektetési tanácsadásnak, illetve a fenti kondíciók az akció visszavonásáig érvényesek.

Az itt fel nem tüntetett, egyes termékekre vonatkozó további tudnivalókat a vonatkozó Általános Szerződési Feltételek, illetve a mindenkor érvényben lévő vonatkozó Kondíciós Listák tartalmazzák.

Telemarketing

39. A telemarketing során tájékoztató ügyintézők az eljárás alá vontak által csatolt anyagok alapján informálták az ügyfeleket arról, hogy a megtakarítás összege minimum mennyi, az összeg megosztottan helyezendő el 30-70%-os arányban, a

kamat mértéke 2 hónapos lekötésre vonatkozik, az Életprogram pedig hosszú távú megtakarítást jelent. Az ügyintézők felajánlották az ügyfelek részére, hogy amennyiben érdekli a lehetőség akkor díj- és kötelezettség-mentesen, akár otthonában is felkeresi őket egy tanácsadó.

Call-center tájékoztató

40. 2008. augusztus 1-től az ügyfelek az alábbi tájékoztatáshoz juthattak az automata rendszer által:

Az Allianz HozamMix egy olyan megtakarítási lehetőség, amely a befektetési eszközalapok rugalmasságát és kedvező hozamlehetőségeit a lekötött betétek biztonságával egyesíti, hiszen a termék egy fix kamatozású betét és egy egyszeri díjas életbiztosítás együttese. A HozamMix Életprogram hosszú távú, kedvező hozamlehetőséget kínál Önnek, ugyanakkor a lekötött betét rövid távon nyújt kiemelkedően magas kamatot, ezáltal Ön egy olyan konstrukcióhoz jut, amelyben pénzét rugalmasan alakíthatja megtakarítási céljainak megfelelően.

Az Allianz HozamMix lekötött betéti része egy 2 hónapos kiemelkedően magas 17%-os kamatozású betét, amely az Allianz Banknál lévő bármely lakossági bankszámláról leköthető. A betét fix kamatozású, a két hónapos futamidő alatt a kamat mértéke nem változik. A bank naponta számolja ki a kamatot, amelyet a futamidő lejárta után egy összegben ír jóvá a bankszámláján.

A HozamMix Életprogram pedig egy olyan egyszeri díjas, befektetési egységekhez kötött életbiztosítás, amelyben Ön hozamvárásai és kockázatvállalási hajlandósága alapján megválaszthatja, hogy milyen típusú eszközalapba fekteti be pénzét. Választhat teljesen biztonságos árfolyamgarantált állampapírt, vagy akár magasabb várható hozamú befektetést is megvalósíthat, például a Kína- és Távol-Kelet részvény vagy az Ipari nyersanyagok eszközalap segítségével. Ön befektetését forint vagy euró alapon is megvalósíthatja.

Az Allianz HozamMix esetében Ön külön költség nélkül kétszeres életbiztosítási védelemben is részesül. Egyrészt a termékhez kapcsolódik egy 3.000.000 Ft összegű közlekedési baleseti halál esetére szóló életbiztosítás, másrészt egy tragédia esetén a lekötött betéten kívül, annak további 50%-a is kifizetésre kerül a kedvezményezett számára.

A tájékoztató ismételt meghallgatására az 1-es gomb megnyomásával van lehetősége.

Ha további információra van szüksége, a 0-s gomb megnyomásával ügyintézőnk bővebb felvilágosítást tud adni.

A # gomb megnyomásával visszatérhet a főmenübe.

Köszönjük figyelmét.

Hírlevél

41. Az Allianz csoport ügyfelei részére 2008. augusztus 4-én postai úton kiküldött

Hírlevél vonatkozó részei szerint:

Allianz HozamMix

(...) Az Allianz HozamMix egy olyan megtakarítási lehetőség, amely a befektetési eszközalapok rugalmasságát ötvözi a lekötött betétek biztonságával. Ez annak köszönhető, hogy a termék egy fix kamatozású betét és egy egyszeri díjfizetésű befektetési egységekhez kötött életbiztosítás együttese. Betéti rész: 2 hónapos, kiemelkedően magas, évi 17%-os kamattal történő betétlekötés (EBKM: 17,00%), amely az Allianz Banknál lévő bármely lakossági bankszámláról kezdeményezhető. A betét fix kamatozású, a kamatot a futamidő lejárta után írjuk jóvá az Ön bankszámláján. (nem akciós EBKM: 5,73-6,78%) HozamMix*

Életprogram: Egy egyszeri díjas befektetési egységekhez kötött életbiztosítás, amelyben Ön dönti el, hogy a 14 különböző eszközalap, vagy az előre összeállított 14 különböző portfólió közül melyikbe kívánja fektetni pénzét. (...)

Jelen tájékoztató nem minősül ajánlattételnek, befektetési tanácsadásnak. A termékek és szolgáltatások részletes leírását az Allianz Hungária Biztosító Zrt. és az Allianz Bank Zrt. által kiadott vonatkozó szerződések, valamint a mindenkor hatályos Általános Szerződési Feltételek és Kondíciós Lista tartalmazzák. (...)

**A 2 hónapos futamidejű bankbetét és a biztosításba történő befektetés egymáshoz viszonyított, kötelező aránya a mindenkor hatályos vonatkozó Kondíciós Listában kerül megjelölésre. Továbbá felhívjuk szíves figyelmét arra, hogy a termék biztosítási elemét képező, fent is bemutatott HozamMix Életprogram keretein belül választható eszközalapok és portfóliók hozama a bennük található befektetési eszközök hozamától függő változó lehet. A befektetés kockázatát a szerződő viseli. Az eszközalapok múltbéli teljesítménye nem jelent garanciát a jövőbeni hozamok nagyságára.*

V.

Az eljárás alá vontak álláspontja

Nyilatkozat a jogsértés tekintetében

42. Az Allianz Bank és az Allianz Biztosító (a továbbiakban: eljárás alá vontak vagy Allianz) nem vitatják a Versenytanács előzetes álláspontjában kifogásolt magatartások (a továbbiakban: kifogásolt kampány) jogsértő voltát. Egyrészt nyilatkozatban elismerik, a kifogásolt kampány során a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon jelenítették meg, hogy a megtakarításokkal összefüggésben ígért kamat mértéke 17 %. Másrészt a kifogásolt kampányban szereplő (biztosítási, befektetési, életbiztosítási) kombinált termék kapcsán elismerik, hogy a kampányban erőteljes hangsúlyt helyeztek a betéti rész után járó kamatláb népszerűsítésre, és ezáltal e kombinált termék egyéb lényeges tulajdonságainak (mint pl.: az elhelyezhető minimális összeg vagy a termék összetételének arányai) közlése háttérbe szorult, aminek következtében a kifogásolt kampány alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére.

Bírságcsökkentő tényezők

43. Az Allianz kéri hogy a méltánylást érdemlő enyhítő körülmények megfontolása mellett, illetve tekintettel az Allianz fenti, jogsértés elismerő nyilatkozatára a Versenytanács a bírság kiszabásától tekintsen el, illetve csupán csekély, legfeljebb figyelmeztető jellegű bírságszankciót alkalmazzon.
44. Az Allianz álláspontja szerint jóhiszeműen járt el a kifogásolt kampány tartalmának kialakítása során. Az Allianznak nem volt tudomása a kifogásolt kampány tervezése során arról, hogy időközben a Versenytanács a Vj-118/2007/20. számú joggyakorlat

formáló végzését az Interneten közzé tétette. Megjegyzi, amennyiben az Allianz ismerte volna e végzés tartalmát, akkor sem lett volna az Allianztól ésszerűen elvárható, hogy a kifogásolt kampány tartalmát alapvetően megváltoztassa, ugyanis

- (i) egyrészt a fenti végzés közzé tételének időpontjában szervezeti okokból aránytalanul nagy nehézséget jelentett volna a kampány tartalmának megváltoztatása; továbbá
- (ii) az Allianz számára a fenti végzésnek a joggyakorlat formáló hatása - egyetlen eseti döntésről lévén szó, amelyben a kifogásolt magatartás jogsértő voltával kapcsolatban a Versenytanács nem tett határozati megállapítást - nem volt ésszerűen előrelátható.

45. A kifogásolt kampány tartalmának kialakítása tekintetében az Allianz úgy járt el, ahogyan az az adott helyzetben általában elvárható, így felróhatóság nem terheli. A felróhatóság teljes hiányát pedig - a versenyfelügyeleti bírságszankció speciális prevenciók céljára figyelemmel - jelen esetben különös nyomatékkel indokolt figyelembe venni egy esetlegesen bírságot kiszabó határozat meghozatala során (ld. a Fővárosi ítélet tábla 2.Kf.27.057/2008/15. sz. ítéletének I/d. pontját).
46. Az eljárás alá vontak arra is utalnak, hogy annak ellenére, hogy az Allianz a kifogásolt kampányban a kombinált termék betéti pillérének jellemzőit kiemelt módon hangsúlyozta egyes médiumokon, az információáramlás egyéb csatornáin keresztül (pl. internet, tájékoztató füzetek, személyes ügyfélszolgálat) a korábbi beadványokban (és az előzetes álláspontban) is részletezett, teljes körű szóbeli és írásbeli tájékoztatást nyújtott a fogyasztóknak. Ez a körülmény is azt támasztja alá, az Allianznak nem volt célja, hogy a kombinált termékkel kapcsolatban valamilyen lényeges információt megtévesztő módon elhallgasson a fogyasztók előtt.
47. Véleménye szerint az Allianzzal szemben alkalmazandó esetleges bírságszankció nem járna megfelelő generál-prevenciók hatással, ugyanis a kifogásolt kampány olyan adekvát információs szolgáltatással egészült ki a jelen esetben, amely az Allianz kifogásolt magatartásának társadalomra veszélyességét jelentősen csökkenti. Ennek figyelembe vétele pedig az esetleges bírságösszeg meghatározása során nem kerülhető meg.
48. Az Allianz a jelen eljárás során teljeskörűen együttműködött a GVH-val. A jelen eljárás során a megalapozott döntéshez szükséges valamennyi információ megadásával, példásan együttműködött a GVH-val, komoly erőfeszítéseket tett annak

érdekében, hogy a Versenytanács versenyjogi aggályainak eloszlatására és a közérdek megfelelő védelmére alkalmas kötelezettségvállalásokat terjesszen elő. Az Allianz szándékának komolyságát, és a tevékeny jóvátételre való hajlandóságát mutatja a kötelezettségvállalásának tartalma.

49. A kifogásolt kampány valóban országos körű volt, ténylegesen azonban csupán kisszámú fogyasztót érintett. Állítását az Allianz adatokkal igazolta, melyet üzleti titokként kért kezelni. Az Allianz úgy véli, hogy nem mutatható ki szignifikáns összefüggés a kifogásolt kampány meghirdetése, és az Allianz ügyfélállományának növekedése között. Így kétségesnek tartja, hogy a kifogásolt kampány ténylegesen hatással volt a fogyasztókra, amely körülményt az Allianzzal szemben esetlegesen alkalmazott bírság mértékének meghatározása körében kéri figyelembe venni.
50. Az Allianz álláspontja szerint, még abban az esetben is, ha - bár vitatja, de - feltételezi, hogy egyes ügyfelek a kifogásolt kampány hatására kötöttek szerződést Hozammix konstrukcióban, életszerűtlen volna feltételezni, hogy minden, ezen terméket választó ügyfél a kifogásolt kampányra tekintettel választotta az Allianzt. A rendelkezésre bocsátott, üzleti titoknak számító adatokból álláspontja szerint jól látható, hogy a kifogásolt kampány országosan csekély számú ügyfélre lehetett hatással, így a kifogásolt kampányból az Allianz legfeljebb bagatell (*de minimis*) előnyre (ha egyáltalán) tehetett szert. Ennélfogva a kifogásolt kampány az Allianz számára legkedvezőtlenebb értelmezés mellett is versenyszempontból elhanyagolhatóan csekély hatást fejtett ki, amely körülményt az esetleges bírság meghatározása során enyhítő körülményként szükségesnek tartja figyelembe venni.
51. Az eljárás alá vontak a bírság összegét csökkentő körülmény körében részletezték, hogy az Allianz Biztosító (sem annak jogelődje, a Hungária Biztosító Rt.), sem pedig az Allianz Bank (sem annak jogelődje, a Dresdner Bank Rt.) gazdasági tevékenysége során egyetlen alkalommal sem tévesztette meg a fogyasztókat. Így a jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező magatartás elkövetése tekintetében az Allianz büntetlen előéletűnek minősül, amely tényt enyhítő körülményként indokolt figyelembe venni az Allianzzal szemben esetlegesen bírságot kiszabó határozat meghozatalakor (lásd a Fővárosi ítéltábla 2.Kf.27.057/2008/15. sz. ítéletének I/a. pontját).
52. Az Allianz rámutat, hogy a kifogásolt kampánnyal érintett időszakban több olyan kombinált termék volt a piacon, amely hasonlóan magas kamatot ígért a betéti rész után: a Volksbank-nál 17%; MKB Bank-nál 16%; K&H Bank-nál 15%. Az Allianz kombinált terméke a betéti kamat nagysága tekintetében felvette a versenyt az említett

versengő termékekkel, azonban a kombinált termékek közötti éles verseny miatt ezzel nem keltett az átlagosnál nagyobb fogyasztói figyelmet, így önmagában a betéti rész után járó kamat magas mértéke nem vehető figyelembe súlyosító körülményként.

53. Az Allianz a fogyasztói kör kiterjedtségével, a kifogásolt reklám intenzitásával, időtartamával, illetve a reklámeszközök érintettségével kapcsolatban kiemeli, hogy a kifogásolt kampány csupán két hónapon keresztül (2008. augusztus 1-jétől 2008. szeptember 30-áig) tartott. E kéthónapos időszakon belül az ATL időszak augusztus 18-ától szeptember 7-áig tartott. Így csupán ez a 22 nap nevezhető intenzív kampánynak, hiszen erre az időszakra estek a televízió, a sajtó, illetve az óriásplakát megjelenések. Az Allianz álláspontja szerint a korábbi beadványaiból is jól kitűnik, hogy a kifogásolt kampány nem tekinthető sem hosszan tartónak, sem pedig olyan intenzitásúnak, ami az esetlegesen alkalmazni tervezett bírságszankció mértékének növelésére hivatkozási alapul szolgálhatna.
54. Az Allianz hangsúlyozza, nem osztja a Versenytanács álláspontját azzal kapcsolatban, hogy pusztán az a körülmény, hogy az Allianz a piac jelentős szereplője, súlyosító körülményként volna felhozható. Ugyanis versenyjogilag nem definiált a „piac jelentős szereplője” kifejezés, így még ha az Allianz megfelelné is e fogalomnak - amit vitat -, alkotmányos keretek között (különösen a jogbiztonság követelményének szem előtt tartásával) nem kapcsolható hozzá joghátrány; továbbá a hivatkozott körülmény a Tpv. 78. § (3) bekezdése, illetve a Fővárosi ítéltábla elvi iránymutatást tartalmazó 2.Kf.27.057/2008/15. sz. ítéletének egyetlen kategóriájába sem illeszkedik; továbbá számos eseti döntésében - így jelen eljárás tárgyát képező jogsértésnél jóval súlyosabb, közpénzek terhére elkövetett, éveken át tartó, egységes/komplex jogsértést megvalósító kökemény versenykorlátozó megállapodások esetén - sem vette figyelembe, hogy a „piac jelentős szereplői” követték el a jogsértést, (lásd pl.: a Vj-102/2004. számú határozatot). Ettől véleménye szerint a jelen ügy kapcsán eltérni indokolatlan volna, és sértené az arányosság követelményét.
55. Az Allianz mindemellett a banki/befektetési szolgáltatások körében kifejezetten a kisebb (nemrégén piacra lépett) vállalkozások közé tartozik. Az Allianz kiemeli, hogy az Allianz Bank a kifogásolt kampány meghirdetését megelőző, 2007. év végén lépett csupán a piacra. Ugyancsak lényeges hangsúlyozni, hogy az Allianz Biztosító a jelen ügyben érintett biztosítási termékek (életbiztosítás) piacán sem rendelkezik túlnyomó pozíciókkal, sőt a 2008. év negyedik negyedévében az ún. *unit linked* életbiztosítások piacán mindössze 8,14%-os volt a piaci részesedése (miközben az életbiztosítási

piacon - figyelemmel a piac nagyságára és struktúrájára - a kombinált termék hatása egyébként még a fent bemutatott bagatell szintet sem érthette el).

VI.

Jogi háttér

56. A Tpv. (2008. szeptember 1. előtti időszak vonatkozásában irányadó) 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A fogyasztók megtévesztésének minősül ugyanezen cikk (2) bekezdése a) pontja értelmében, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak, valamint d) pontja értelmében, ha különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik
57. A Tpv. 9. §-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
58. A Tpv. 10. §-a rögzíti, hogy tilos a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazása. Ilyen módszernek minősül különösen, ha olyan körülményeket teremtenek, amelyek jelentősen megnehezítik az áru, illetve az ajánlat valós megítélését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyszerű összehasonlítását.
59. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartásokra irányadó Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint 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 cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

60. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében a fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.
61. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
62. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy 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. A (2) bekezdés 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.
63. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) és c) pontja rögzíti, megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:
- b) az áru lényeges jellemzői, így különösen

- bg) az adott célra való alkalmassága, használatától várható eredmények, előnyei
- c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte,

64. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás). A (2) bekezdés rögzíti, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztóhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
65. A Tpv. 75. § (1) bekezdése szerint, ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza e törvény rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná.
66. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
67. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., 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. A (3) bekezdés rögzíti, hogy 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 meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII.

Az eljárás alá vontak vállalásai

68. Az eljárás alá vontak a Versenytanács előzetes álláspontjára reagálva kötelezettségvállalást terjesztettek elő. A Versenytanácsnak a kötelezettségvállalást nem áll módjában elfogadni, mert azt nem értékelte olyannak, amely a jogsértés tekintetében teljesíti a Tptv. 75. §-ában foglaltakat.
69. A Versenytanács megjegyzi, a Fővárosi Bíróság 2K.30044/2008/18. sz. ítéletében a Tptv. 75. §-ának alkalmazhatósága vonatkozásában kifejtette, hogy a GVH-nak akkor sincsen törvényi kötelezettsége e jogszabályhelyet alkalmazni, ha a vonatkozó kötelezettségvállalást az ügyfél megteszi. A GVH diszkrécionális jogkörében – függetlenül attól, hogy az eljárás alá vontnak volt-e kötelezettségvállaló nyilatkozata – alappal mellőzheti e kedvezményt az eljárás alá vonttal szemben. (Vj-73/2007. sz. versenyfelügyeleti eljárás)

VIII.

A Versenytanács döntése

70. Általános követelményként fogalmazódik meg mind a Tptv. mind a Fttv. alapján, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata megfeleljen a tisztesség követelménynek, s így a fogyasztóknak - magáról vagy termékeinek tulajdonságairól - szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.
71. 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. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s 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 hatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat, így különösen egy tisztességtelen reklám.

72. Ez a megközelítés tükröződik a Tpvt. körében

- a Tpvt. III. fejezetének a címében is, amely nem a fogyasztói döntések tisztességtelen meghatározásának, hanem a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról beszél,
- a Legfelsőbb Bíróság Kf.II. 39.104/2000/3. számú ítéletében is, amelynek értelmében a Tpvt. III. fejezetébe nemcsak az a tisztességtelen reklámtevékenység ütközik, amelyik a fogyasztók döntési szabadságát megszünteti, hanem az is, amely azt csökkenti.

73. Az Fttv. körében a fentieket támasztják alá az alábbiak:

- az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése az Fttv.-t rendeli alkalmazni az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, külön is emlékeztetve az Fttv. 2. §-ának d) pontjára, amely a kereskedelmi gyakorlat körébe tartozó magatartások között külön is nevesíti a reklámot. Mindezen nem változtat a 2. § ügyleti döntés fogalmát rögzítő h) pontja sem, amely vonatkozásában (figyelemmel a törvény indoklására is) kiemelendő, hogy annak tartalma eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezéseként való értékelésétől. Így ügyleti döntésnek minősül pl. a fogyasztó azon döntése, mely során azonosítja a szükségletét, s azt, hogy szükségletét kielégítendő a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik termékét, szolgáltatását, milyen feltételekkel választja,
- az Fttv. mellékletében rögzített, minden körülmények között tisztességtelennek minősülő tényállások közül több megvalósulásának nem feltétele, hogy a fogyasztó döntést hozzon a vállalkozással való szerződéskötésről.

74. A rendelkezésre álló adatok – így különösen az eljárás alá vontak által csatolt marketing kampány előkészítő iratok⁵- alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vontak a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot általában a megtakarítási termékek iránt érdeklődő – akár meglévő, akár új Allianz ügyfél – lakossági fogyasztóknak szánták. A hirdetések országos megjelenést biztosító integrált kommunikációs kampányt

⁵ Vj-137/2008/14. irat 4. számú melléklete

alkalmaztak, amellyel a fogyasztók széles körét érték el. Mivel a kamatadó bevezetésének időszakából származó lekötések augusztus végén szabadultak fel, ezért a kampány nyár végi időzítése is azt jelzi, hogy a reklámok fő célcsoportja a más bankoknál megtakarításokkal rendelkező fogyasztók voltak.

75. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során mind a Tpvt., mind az Fttv. alkalmazásában az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. A pénzügyi termékekkel kapcsolatos fogyasztói magatartást alapvetően befolyásolja e termékek bizalmi jellege. E jellemző ugyanis eleve hordozza annak a lehetőségét, hogy a termék egyes tulajdonságai rejtve maradnak a fogyasztó előtt. A pénzügyi szolgáltatások területén a szolgáltatók javára általában fennálló információs aszimmetriát erősíti:

- a lakosság pénzügyi ismereteinek alacsony szintje,
- a nagyszámú termék áttekintésének szükségessége (figyelemmel az új, akciós, esetleg változó konstrukciókra is);
- a tájékoztató anyagok és szerződések nagy terjedelme/nehéz áttekinthetősége (például az Általános Szerződési Feltételek esetében),
- az ügyfélszolgálaton elhangzó szóbeli tájékoztatások rekonstruálásának problematikussága.

76. Az eljárás alá vontak által folytatott kommunikáció fő üzenete - a vizsgálat során benyújtott marketing kampányt előkészítő iratok alapján is – a kamat mértéke volt. A kampánydokumentumok szerint a hirdetők kifejezett szándéka volt azt az üzenetet erősíteni, hogy az Allianz kedvező megtakarításokat nyújt, ezért a tájékoztatások lényege a legvonzóbb kamat feltüntetése volt. Az alkalmazott tömegkommunikációs csatornák révén a vizsgált tájékoztatások a fogyasztók széles körét érhették el.

77. A kiemelten hirdetett betéti kamat mértéke olyan lényeges tulajdonságnak minősül, amely alapvető hatással van a fogyasztók döntésére a versenytársak vagy a versenyző termékek közötti választás során.

VIII.1. A 2008. szeptember 1. előtt tanúsított magatartás Tpvt. szerinti értékelése

A kamat mértékére vonatkozó valótlan állítás

78. Valamennyi kommunikációs eszköz esetében a Tpvt. 8. §-a általános érvennyel fogalmazza meg azt az igényt, hogy a kommunikációs eszköz révén a fogyasztó ne alkothasson irreális képet a termékről, illetve a termék valamely lényeges tulajdonságáról.

79. A televízió reklám, az óriásplakát, a plakát, a kirakat plakát, a metróplakát, járműreklám, megállító tábla és az internetes banner kommunikációs csatornákon a reklám egyetlen információ közvetítésére koncentrál: az „EBKM: 17,00%” és a „Megtakarítások akár 17% kamattal!” szlogenekből megismerhető 17%-os betéti kamat mértékére. Ezek a kommunikációs eszközök a főüzenettől elkülönítve, apró betűs lábjegyzetben tartalmzták a fogyasztói döntés szempontjából meghatározó tulajdonsághoz kapcsolódó egyéb feltételeket.
80. Nem vitatott, hogy egyes reklámhordozók különbözhetnek üzenetközvetítő képességük tekintetében, hiszen a reklám felülete, időtartama meghatározott korlátokat teremt a reklámozók számára. A Versenytanács álláspontja szerint ugyanakkor ezen sajátossághoz a reklámozóknak a jogszerűség keretein belül szükséges alkalmazkodniuk, azaz a reklámozó döntése szerint kiemelt lényeges tulajdonság értelmezéséhez szükséges feltételek tekintetében teljes körű tájékoztatást szükséges adni az adott reklámhordozó felületen.
81. Ha a vállalkozás azt a döntést hozza, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges, adott esetben a termék negatív, a fogyasztó számára kevésbé, vagy nem előnyös tulajdonságait ismertető információkat is közölnie kell, kiegyensúlyozott, a termékről, illetve a termék adott tulajdonságáról reális képet adó tájékoztatást adva.
82. A Versenytanács következetes gyakorlata szerint (lásd többek között Vj-4/2007.) meghatározott reklámfelületen – például rádiós és televíziós reklámokban – elhelyezett információ befogadására a fogyasztónak korlátozott idő áll rendelkezésére. Mindezek következtében az ilyen típusú reklámhordozókon nehezen felismerhető módon (pl. apró betűvel szedett), ám a reklám valamely kiemelt fő üzenetéhez kapcsolódó lényeges információk valójában nem is válnak a reklámüzenet részévé.
83. A Versenytanács álláspontja szerint azok a HozamMix reklámok, amelyek a fentebb említett szűk információátbocsátási kapacitással rendelkező kommunikációs csatornákon jelentek meg, a fogyasztók számára érzékelhető módon csupán és a termék tulajdonságainak egyetlen részlemét, a 17%-os betéti kamatot népszerűsítő szlogent tartalmzták.
84. A Versenytanács megítélése szerint azonban a betéti és befektetési jellegű megtakarításokat kombináló HozamMix, mint egységes termék vonatkozásában a 17%-os kamat eredmény ígérete nem valós. A 17%-os kamat kizárólag a megtakarítás 30%-át képező betéti termék részre értelmezhető, és ez esetben is csak az első kéthavi

kamatperiódusra. A megtakarítás további 70%-a életbiztosítási szerződés díjaként fizetendő meg, azaz hosszabb időtartamra kötelezi el magát az ügyfél, a hozam nem garantált és erősen változó mértékű lehet, így a 17%-os eredmény ígérete erre nem érvényes.

85. A fentiekből következően ezen kommunikációs eszközök a termék e lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan információt tartalmaztak és ezért fogyasztók megtévesztésére alkalmasak voltak.
86. A Versenytanács megjegyzi, az „EBKM” szerepeltetése a tájékoztatásokban nem pontosítja a teljes termék esetében az elérhető eredményre vonatkozó ismereteket, hanem inkább azt sugallja, hogy egy klasszikus akciós betéti termékről van szó, ezáltal tovább erősíti a reklám megtévesztő hatását.
87. A magatartás megítélésén az egyes kommunikációkban alkalmazott „akár” fordulat sem változtat. A Versenytanács álláspontja szerint ugyanis az „akár” fordulatot szerepeltető reklámállítás a feltételek legalább közvetett megjelenítésére alkalmas magatartás, de mindezzel együtt is megtévesztőnek minősülhet abban az esetben, ha:
- a tájékoztatást közlétező vállalkozásnak nincs olyan terméke, melyre a hirdetett mérték jellemző,
 - a reklámban kiemelten megjelenő – elsősorban ár/árjellegű – üzenetet a feltételek lényegesen módosítják,
 - a feltüntetett mérték csak szélsőséges esetben, a vizsgált terméktulajdonság tekintetében atipikus fogyasztói kör számára elérhetően érvényesül.(Vj-81/2008)
88. Bár a „Megtakarítások akár 17% kamattal!” szövegű tájékoztatásban az „akár” fordulat utal további feltételek létére, a tájékoztatásban megjelenő ígéretnek mégsem felel meg az Allianz hirdetett terméke (és más terméke sem). Az alkalmazott technikai megoldás ugyanis azt a képzetet kelthette a fogyasztóban, hogy a kiemelt tulajdonság – 17% kamat - a termék általános jellemzője. Az Allianz Banknak és Biztosítónak azonban nincs olyan terméke, amelyre a hirdetett mérték jellemző, a HozamMix termék választása esetén a fogyasztónak nincs reális lehetősége e 17%-os kamat elérésére.
89. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak, amikor a televízió reklámokban, illetve az óriásplakáton, plakáton, kirakat plakáton, metrőplakáton, járműreklámokon, megállító táblákon és az internetes banneren valótlan tájékoztatást adtak a HozamMix termékkel elérhető kamat mértékéről. A

Versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vontak e magatartása a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) és d) pontjába ütköző.

90. A Versenytanács megjegyzi, hogy az online bannerek esetében akkor nem kerülne sor jogsértés megállapítására, ha azokról a fogyasztó egyetlen kattintással olyan felületre (landing page-re) juthat, ahol további tájékozódás, „kutakodás” nélkül egyértelmű, világos tájékoztatást kap a reklámozott termékkel kapcsolatban. A jelen esetben az eljárás alá vontak „17% kamat” közlést tartalmazó online bannerek kapcsán a határozat meghozataláig nem bizonyították, hogy azokról a fogyasztó egyetlen kattintással olyan felületre juthatott, ahol az állítás reális megítéléséhez szükséges információkat megkapta.

A kombinált termék lényeges tulajdonságainak elhallgatása

91. A Legfelsőbb Bíróság szerint a fogyasztók megtévesztése nemcsak aktív tényállítással, hanem a termék egyes tulajdonságainak elhallgatásával is megvalósulhat [Kf.II. 39.908/2001/5. számú ítélet, (Vj-168/1998.)], azaz a jogsértés azzal is elkövethető, ha az árut forgalomba hozó vállalkozás az áru lényeges tulajdonságát elhallgatja, s ezáltal hiányos tájékoztatást ad [Kfv.X. 39.924/2002/8. (Vj-137/1998.)].
92. A Versenytanács megítélése szerint ez a követelmény nem jelenti azt, hogy egy vállalkozásnak a terméke reklámozása során annak minden tulajdonsága kapcsán korlátok nélküli tájékoztatási kötelezettsége lenne minden reklámhordozó tekintetében. Elvárja ugyanakkor a versenyjog azt a vállalkozásoktól, hogy amennyiben termékük vagy szolgáltatásuk valamely lényeges tulajdonságára (pl. a betéti kamat mértékére) adott reklámhordozón felhívják a figyelmet, ezen tulajdonsághoz szorosan kapcsolódó – azzal elválaszthatatlanul összekötődő – feltételek tekintetében ugyanazon reklámhordozón biztosítsanak fogyasztóiknak teljes körű tájékoztatást annak érdekében, hogy a fogyasztó megfelelően fel tudja mérni adott termék jellemzőit.
93. Ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem vagy nem szűk körben támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, akkor elvárt, hogy a kereskedelmi kommunikáció ne csak az adott termék pozitív, hanem annak negatív tulajdonságait is tartalmazza, lehetővé téve, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson a termékről. Különösen ez a helyzet azon kommunikációs eszközök esetében, amelyektől – a

bennük elhelyezett információk milyensége, illetve mennyisége révén – a fogyasztó alappal várhatja el a részletes tájékoztatást.

94. A Versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vontak által reklámozott HozamMix termék egységes megtakarítási terméknek minősül, amely többféle termék, a betét és a befektetés, valamint az életbiztosítás jegyeit viseli magán. A kombinált megtakarítási termék esetében a fogyasztónak a termék mindhárom elemének alapvető jellemzőit szükséges értékelnie a megalapozott döntéshozatal érdekében. Az eljárás alá vont vizsgált reklámozási gyakorlatában a termékjellemzők tekintetében egyensúlytalanság figyelhető meg: a betéti jellemzők egyes, önmagukban előnyös elemeivel megismerkedhettek a fogyasztók, az adott termékhez, a hirdetett terméktulajdonság megvalósulásához szorosan kötődő egyéb alapvető feltételekkel azonban már nem.
95. Az eljárásban vizsgált termék lényeges tulajdonsága, hogy
- (i) a termék egy forint alapú bankbetétből és egy befektetési eszközalapokhoz kötött életbiztosításból áll,
 - (ii) a megtakarított összeg 30%-a betéti, míg 70%-a befektetési-életbiztosítási termékben kerül elhelyezésre,
 - (iii) a minimum elhelyezendő összeg 400.000,- Ft.
96. Az eljárás alá vont a nyomtatott sajtóban, a szórólapokon, a direkt-mailekben, a call-center szóbeli automatán és a hírlevelekben közzétett tájékoztatásokban, vagyis azokon a csatornákon, ahol a reklám főüzenetével együtt a termék egyéb feltételei is - jól olvashatóan vagy egyéb közvetlen módon - eljuttathatóak a fogyasztóhoz, nem adott információt
- a bankbetét és a befektetési egységhez kötött életbiztosítás pontos – 30%-70%-os – arányáról,
 - valamint a 400.000 Ft feletti lekötés előírásáról.
97. A megtakarítások 30-70%-os megosztási arányának elhallgatása olyan lényeges tulajdonság ismeretétől fosztotta meg a fogyasztókat, amely hiány a bankbetét kamatának előnyös megítélését jelentősen módosíthatja. A termékek közötti választást ugyanis lényegesen befolyásolja, hogy a fogyasztó az elhelyezett összeg mekkora hányadán tudja realizálni a 17%-os magas betéti kamatot.
98. A reklám fő üzeneteként megjelent, igen magasnak számító 17%-os betéti kamat ígérete mind a kisebb mind a nagyobb megtakarítással rendelkező fogyasztók számára igen vonzóan tűnhetett. Ezen feltétel a magas kamatok elérésének lehetőségéből

azokat az új és már meglévő ügyfeleket zárhatja ki, akik nem rendelkeznek az előírt nagyságú összeggel. A Versenytanács előtt nem ismert olyan nyilvános adatforrás és az eljárás alá vontak sem szolgáltatottak erre vonatkozóan adatot, hogy a kiemelt kamat elérésére az átlagos fogyasztónak reális lehetősége lett volna. A reklám ily módon becsalogató hatással lehetett a kisebb megtakarítással rendelkező ügyfelekre is.

99. Az eljárás alá vontaknak a nyomtatott sajtóban, a szórólapokon, a direkt-mailekben, a call-center szóbeli automatán és a hírlevelekben megjelenő tájékoztatása – a termék lényeges tulajdonságainak elhallgatása tekintetében - beleütközik a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába.

VIII.2. A 2008. szeptember 1-jétől tanúsított kereskedelmi gyakorlat Fttv. szerinti értékelése

100. Jelen eljárásban a 2008. szeptember 1-jétől megvalósuló magatartás vonatkozásában ahhoz, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat ténye bizonyítást nyerhessen, egyfelől azt kell bizonyítani, hogy az eljárás alá vont magatartása alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, továbbá azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ megtévesztő volt-e, akár akként, hogy a valótlan információt, vagy valós információt megtévesztésre alkalmas módon tett közzé, akár úgy, hogy a tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgatott, elrejtett, homályos, félreérthető, időszerűtlen módon bocsátott rendelkezésre (azaz az Fttv. 6. és 7. §-ai szerinti jogsértés megvalósulását).

A kamat mértékére vonatkozó valótlan állítás

101. A kamat mértékére vonatkozó kommunikációs üzenet tekintetében a Versenytanács fenntartja a 2008. szeptember 1-jét megelőző magatartás értékelésekor kifejtetteket. Az eljárás alá vontak által a kiemelkedő kamat, illetve EBKM mérték feltüntetése révén természetesen az az üzenet juthatott el a fogyasztóhoz, hogy érdemes felkeresnie a hirdető szolgáltatót és 17%-os kamathoz juthat (17,00%-os EBKM mellett).
102. A fogyasztó tájékozott döntés meghozatalára való lehetőségét a vizsgált kereskedelmi gyakorlat érzékelhetően ronthatta. A Versenytanács álláspontja szerint a fogyasztó ügyleti döntését önmagában befolyásolhatja az a tény, ha a kommunikáció általános szakmai gyakorlatból ismert, köztudomású fogalmakat – jelen esetben a betéti kamat – használ, miközben azokat a megszokottól eltérő tartalommal ruházza

fel. Ennek következtében ugyanis a racionálisan eljáró átlagos fogyasztó által „fogott” üzenet nem valós, hiszen az másról szól, mint amit a reklámozó valójában teljesíteni akar vagy tud.

103. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésében foglalt, a)-tól g)-ig számozott egyes feltételek a jogalkotó szándéka szerint jelentősnek minősülnek, hiszen ezen tényezőkkel kapcsolatos megtévesztő állításokhoz kapcsolja a jogsértés megállapíthatóságát. A Tpvt. értékelésénél is kifejtettek szerint a kamat/hozam mértéke a termék lényeges tulajdonsága, amely az Fttv. esetében a 6. § (1) bekezdésének bg) pontja szerinti eredményként minősül.

104. A fentiekben kifejtettekre tekintettel, az „EBKM: 17,00%” és a „Megtakarítások akár 17% kamattal!” szlogennel népszerűsítő televízió reklám, óriásplakát, plakát, kirakat plakát, metróplakát, járműreklám, megállító tábla és internetes banner kommunikációk valótlan állítást tartalmaztak, amikor 17%-os kamattal elérhető megtakarítási lehetőséget hirdettek, ami a HozamMix termék - mint két részből álló kombinált termék – egésze tekintetében nem reálisan elérhető eredmény.

105. Mindezekre tekintettel a Versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vontak tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak az előző pontban részletezett tájékoztatási eszközök tekintetében. Ezen tájékoztatások közzétételével a CIB Bank megvalósította az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésének bg) pontjában leírt tényállást és ezáltal megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A kombinált termék lényeges tulajdonságainak elhallgatása

106. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, s ezáltal
- a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

107. Annak elbírálása során, hogy az első feltétel teljesül-e, figyelembe veendő valamennyi tényszerű körülmény és a kommunikációs eszköz korlátai. Ez utóbbi vonatkozásában alkalmazandó az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése is, amely szerint ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat

és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

108. A Tpv. szerinti értékeléshez hasonlóan, a hiányos tájékoztatással megvalósuló megtévesztést a Versenytanács azon kommunikációs csatornákon – így a nyomtatott sajtóban, a szórólapokon, direkt maileken, a call-center szóbeli automatán és a hírlevelekben megjelent reklámokban – is megállapíthatónak látja, amelyek a kamat mértékén kívül tartalmaztak további leírást a termék lényeges jellemzőiről. Ezek a tájékoztatások elhallgatták a termék fő üzenetét lényegesen módosító megtakarítások 30-70%-os megoszlásáról szóló információt, valamint azt, hogy a minimális elhelyezhető összeg 400.000 forint, ezért megtévesztőnek minősülnek.
109. A Versenytanács kiemeli, a vizsgált esetben a reklámok nem kiegészítő információkat hallgattak el, hanem az eljárás alá vontak által kiemelten hirdetett terméktulajdonság értelmezéséhez nélkülözhetetlen, így a fogyasztói döntést befolyásoló információkról nem szóltak. Az Fttv. szerinti értékelés így az elhallgatással megvalósuló jogsértés tekintetében is megegyezik a Tpv. szerinti elemzéssel.
110. A Versenytanács megállapította továbbá, hogy
- a kifogásolt reklámeszközökön nem korlátozott a részletes adatok közzétételi lehetősége, jelen esetben a kiemelt reklámállítás értelmezéséhez szükségszerűen tartozó feltétel ismertetése egyik reklámeszközön sem ütközött ezen korlátba, továbbá
 - ha lettek volna ilyen korlátok, akkor az eljárás alá vontaknak tekintettel kellett volna lenniük arra, hogy a kommunikációs eszközök, milyen térbeli korlátok között fejtik ki a hatásukat és ehhez kellett volna igazítaniuk a reklám tartalmának meghatározását.
111. Ezen kommunikációs eszközök tekintetében az eljárás alá vontak a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen gyakorlatot valósítottak meg az Fttv. 7. §-a szerinti mulasztás révén.
112. A Versenytanács a megállapított jogsértésekért mindkét eljárás alá vont felelősségét megállapította, tekintettel az Allianz Biztosító nyilatkozatára, mely szerint a kampány kidolgozását és finanszírozását közösen végezték.
113. A 2008. szeptember 1-jét követő időszak tekintetében különösen figyelembe veendő, hogy az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi

gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A 9. § (2) bekezdése értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. Bár az eljárás alá vontak nyilatkozatai szerint a vizsgált tájékoztatók közös kampány keretében jelentek meg, ez utóbbi rendelkezés révén az Allianz Biztosító azon esetben is felelősséggel bírna a vizsgált kommunikáció tekintetében, amennyiben kizárólag az Allianz Bank volt a kampány megrendelője.

114. A Versenytanács a jogsértés megállapításán túl bírság kiszabását is indokoltnak tartotta. A bírság mértékének meghatározása során a Versenytanács a reklámköltségeket vette figyelembe, a bírságot csökkentő és súlyosító körülményeket a Tptv. 78. § (3) bekezdésében foglaltak szerint eljárva vette figyelembe.
115. A Versenytanács a bírságot súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy
- a kiemelten magas kamat ígérete az átlagosnál nagyobb figyelmet generál,
 - a jogsértés több reklámeszközt érintett és
 - az eljárás alá vontak az alkalmazott tájékoztatási eszközök révén jelentős fogyasztói kört érthettek el.
116. A Versenytanács a bírságot enyhítő körülményként értékelte, hogy az egyes reklámok nem kizárólag jogsértőnek minősülő elemet tartalmaztak, hanem más közléseket is.
117. A Versenytanács a bírságot jelentősen enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy az eljárás alá vontak a jogsértést elismerték. Továbbá, a bírság összegének megállapítása során a Versenytanács tekintettel volt arra a tényre, hogy az eljárás alá vontakkal szemben sem fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása, sem a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében nem került sor jelen eljárást megelőzően jogsértés megállapítására.
118. A fentiek alapján a Versenytanács a Bankkal szemben kiszabott bírság összegét 2.000.000 Ft-ban, a Biztosítóval szemben kiszabott bírság összegét 2.000.000 Ft-ban állapította meg.
119. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110. §-ának (1) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

120. A Ket. 138. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpvt. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.
121. A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla javára történő befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő
- az eljárás alá vont neve,
 - a versenyfelügyeleti eljárás száma,
 - a befizetés jogcíme (bírság).

IX.

Egyéb kérdések

122. Az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelv implementálására megszabott határidőt túllépve, 2007. december 12-ét követően került csak elfogadásra a 2008. szeptember 1-jén hatályba lépett Fttv. Ezért az olyan ügyekben, ahol e jogalkotói késedelem folytán a szóban forgó gyakorlatot még a Tpvt. alapján kell értékelni, a Versenytanács vizsgálta, hogy az irányelvben foglaltak alkalmazása kedvezőbb eredménnyel járna-e az eljárás alá vont számára. A Versenytanács megállapította, hogy - bár ugyanazt a kommunikációs gyakorlatot mindkét jogalapon értékelte - az eljárás alá vont által tanúsított magatartás az Irányelv rendelkezéseinek figyelembe vétele esetén sem eredményezne enyhébb elbírálást.
123. A 2008. szeptember 1. előtt tanúsított magatartás vonatkozásában a Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpvt. 45. §-án, illetékessége a Tpvt. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

124. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartás vonatkozásában a Versenytanács kiemeli, hogy az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.
125. Az eljárás alá vont reklámjai három országosan fogható csatornán, valamennyi megyeszékhelyen óriásplakáton, két országos hetilapban, és országsszerte valamennyi Allianz fiók kirakataiban plakáton megjelentek. Erre tekintettel a Gazdasági Versenyhivatal hatásköre jelen ügyben fennáll.
126. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § biztosítja.

Budapest, 2010. január 15.

Bártfai-Mager Andrea s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Szántó Tibor s.k.
versenytanácsstag

dr. Zavodnyik József s.k.
versenytanácsstag