



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/090-021/2010.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. F.-né dr. F. K. ügyvéd (Dr. Fülöpné Dr. Fazekas Krisztina egyéni ügyvéd irodája) által képviselt **Standard-Company Kft.** (székhelye: Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban meghozta az alábbi

határozatot

1. A Versenytanács megállapítja, hogy a Standard-Company Kft. a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. augusztus 4. és 2010. november 11. között megjelent reklámokkal, az alkalmazott plakátokkal, illetőleg a www.standardkft.eu címen elérhető honlapon 2010. augusztus 4-től közzétett kereskedelmi kommunikációval fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a fogyasztók számára valótlan képet nyújtott az általa kínált szolgáltatásról, s a fogyasztók ezáltal tévesen azt gondolhatták, hogy a szerződés megkötését követően azonnal pénzhez jutnak.

2. A Versenytanács a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. november 11. előtt megjelentetett, a plakátokon és a www.standardkft.eu címen elérhető honlapon közzétett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló, a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását a jelen határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével megtiltja.

3. A Versenytanács kötelezi a Standard-Company Kft.-t, hogy az alábbi szövegű tájékoztatást legalább 90x90 mm méretben, kommentár nélkül jelentesse meg a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül két-két alkalommal a Bors, a Metropol és a Blikk című lapokban:

"A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa határozatában megállapította, hogy a Standard-Company Kft. az általa végzett tevékenységre vonatkozó tájékoztatásokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a nyomtatott sajtóban 2010. augusztus 4. és 2010. november 11. között megjelent reklámokkal, a plakátokkal, illetőleg a www.standardkft.eu címen elérhető honlapon 2010. augusztus 4-től közzétett kereskedelmi kommunikációval. A vállalkozás a tájékoztatásokban nem tette egyértelművé azt, hogy nem kölcsönt nyújt, hanem fogyasztói csoportokat szervez. A tájékoztatások szövege alapján az olvasó - tévesen - azt gondolhatta, hogy azonnal készpénzhez jut, és nem kapott információt arról, hogy valójában vásárlói joghoz juthat, mely megszerzésének időpontja meghatározóan a szerencsétől függ. A Versenytanács a jogsértő magatartás további folytatását megtiltotta és 1.600.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Standard-Company Kft.-t."

A Versenytanács kötelezi a Standard-Company Kft.-t, hogy a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanapon belül a fenti szövegű tájékoztatást kommentár nélkül helyezze el a

www.standardkft.eu című honlap nyitó oldalán, a közzététel időpontjától számított legalább 3 hónapig.

A Versenytanács kötelezi a Standard-Company Kft.-t, hogy a határozat kézhezvételétől számított 45 napon belül igazolja, hogy a fenti tájékoztatást az előirtaknak megfelelően közzétette.

4. A Versenytanács kötelezi továbbá a Standard-Company Kft.-t 1.600.000 Ft (Egymillió-hatszázezer forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára köteles megfizetni.

5. A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Standard-Company Kft. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit a fogyasztók részére a fogyasztói csoportok lényeges tulajdonságairól a kereskedelmi kommunikációiban adott tájékoztatásaival.

I.

Az eljárás alá vont

2. A 2010-ben alakult eljárás alá vont fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik.

II.

A fogyasztói csoport

3. A fogyasztói csoport

- egy olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulás, amely
- speciális előtakarékosági formát kombinál
- részletre történő vásárlással, és amely
- szerencseelemet is tartalmaz, s amelyet
- azzal a céllal hoznak létre, hogy meghatározott áruk (ingó vagy ingatlan dolog) tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék.

4. A csoport tagjai vállalják, hogy meghatározott ideig meghatározott összeget fizetnek be havonta. A fogyasztói csoportokban való vásárlási forma ugyanakkor a hagyományos részletvásárlástól eltérő feltételeket teremt, így például az áruhoz jutás nem az első részlet megfizetésével egyidejűleg történik meg.

A szervező által rendszeresen megrendezett közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása következtében dől el (ez utóbbi esetben annak alapján, hogy melyik tag vállalja a legtöbb még hátra lévő részlet esedékesség előtti megfizetését), hogy a csoport résztvevői közül az adott alkalommal kik jutnak hozzá a vásárlási joghoz (kiket illet meg a kedvezményezett minőség), mely tagok számára nyílik meg a lehetősége annak, hogy megvásárolják a meghatározott ingóságot vagy ingatlant.

A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 5-20 év múlva) a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon (azon fogyasztók esetében, akik a futamidő legelején jutnak a vásárlási joghoz, az előtakarékosági jelleg háttérbe szorul).

5. A fogyasztói csoportok működésének lényeges tulajdonsága a szerencseelem, amely nemcsak a sorsolással, hanem az előtörlesztés vállalásának lehetőségével összefüggésben is megmutatkozik, mivel a csoporttag előtt nem ismert és általa nem befolyásolható a többi csoporttag előtörlesztés-vállalási hajlandósága, nem tudható előre, hogy a vásárlói joghoz jutáshoz hány havi törlesztőrészlet felajánlása szükséges. Az előtörlesztés-vállalás lehetősége tehát olyan helyzetbe hozza a csoporttagokat egymással szemben, hogy kedvezményezettként történő mielőbbi kiválasztásuk érdekében versenyezniük kell, ami a kevésbé fizetőképes csoporttag előre nem ismert, kiszámíthatatlan hátrасorolásával járhat.

Kiemelendő, hogy ha a fogyasztó magasabb szerződéses értéket köt ki (az általa megszerezni tervezett dolog vételárát több millió forintban határozza meg), akkor több szerződéses pozícióval (több tagsággal, szerződéssel) kell rendelkeznie, s így az általa kívánt összeghez csak akkor juthat hozzá, ha mindegyik szerződéses pozícióra egyszerre sorsolják ki, vagy mindegyik csoportban ő ajánlja fel a legnagyobb törlesztőrészletet.

A fentiek egyben azt is eredményezik, hogy a fogyasztó bizonytalanságban van abban a vonatkozásban, hogy mikor jut a vásárlási joghoz, s ezáltal a fogyasztói csoportba történő belépéskor megszerezni kívánt áruhoz.

6. A fogyasztói csoportok szervezését, működését külön speciális jogszabály nem szabályozza.

A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 55. §-ának i) pontjában kapott felhatalmazás alapján 2001-ben elfogadásra került a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet, amely 2002. január 1-jén lépett volna hatályba. Ezt az időpontot a 325/2001. (XII. 29.) Korm. rendelet 2003. január 1-jére, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-jére módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet hatályon kívül helyezte.

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 1999. évi CXXIV. törvény 3. §-ának a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény módosításáról szóló 2004. évi XVI. törvény által beiktatott k) pontja értelmében a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének hatásköre kiterjedt a fogyasztói csoportokról szóló külön jogszabály hatálya alá tartozó szervezetek, személyek és tevékenységek felügyeletére, azonban a törvény által hivatkozott külön jogszabály nem került elfogadásra.

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 2007. évi CXXXV. törvény, illetve 2010. évi CLVIII. törvény már nem tért ki a fogyasztói csoportok intézményére.

7. A fogyasztói csoportok szervezőivel történő kapcsolatfelvétel kezdeményezése reklámokon, ügynöki hálózaton keresztül valósul meg. A fogyasztói csoportok szervezését az elmúlt években jellemzően széleskörű és intenzív reklámozás kísérte. A nyomtatott sajtóban a reklámok reklámújságokban, nagyobb példányszámú ingyenes vagy jellemzően szórakoztató napilapokban, körzeti magazinokban jelentek meg, olyanokban, ahol számos termék és szolgáltatás apróhirdetése mellett hitelközvetítők vagy más pénzügyi termékek hirdetései is megtalálhatóak.

A pénzügyi válság kitörése óta egyre magasabb azon személyek száma, akik felkerültek a Központi Hitelinformációs Rendszer listájára (a továbbiakban: KHR, ismertebb nevén: BAR-lista), s bankoktól, hitelintézetektől, illetve pénzügyi vállalkozásoktól további hitelre nem számíthatnak. A fogyasztói csoportokat szervező cégek ezeket a pénzügyileg sérülékeny fogyasztókat célozzák meg hirdeteikkel.

A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) célcsoportja elsődlegesen tehát az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni, a Bar-listások, akinek a jövedelmi szerkezete nem teszi lehetővé, hogy a bankok által kért feltételeknek megfeleljenek (nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók stb.), nem rendelkeznek a hitelfelvételhez szükséges önerővel, nem rendelkeznek a jelzáloghitel felvételéhez szükséges terhelhető ingatlannal, nem tudnak kezest, adóstársat állítani stb. (erre mutatnak rá maguk a reklámok is: „Nem hitelképes?”, „Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!”). E fogyasztói körnek jellemzően azonnal van szüksége az általa igényelt összegre és nem esetlegesen 10-15 év múlva. Az előbbieken alapján tehát a fogyasztói csoport nyújtotta lehetőség ténylegesen nem tekinthető a hitel alternatívájának.

8. Az elmúlt években a Gazdasági Versenyhivatal több eljárást folytatott fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben, megállapítva, hogy a vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak (Vj-1/2005., Vj-149/2005., Vj-150/2005., Vj-183/2005., Vj-207/2005., Vj-163/2007., Vj-115/2008., Vj-111/2009., Vj-132/2009., Vj-13/2010., Vj-18/2010., Vj-28/2010., Vj-45/2010., Vj-65/2010.). A Versenytanács határozataival szemben benyújtott kereseteket a bíróságok elutasították.

III.

Az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok

9. A 2010-ben létrejött eljárás alá vont 2010. augusztusától foglalkozik fogyasztói csoportok szervezésével.

10. A fogyasztói csoportok kapcsán – figyelemmel az alkalmazott Részvételi Szabályzatban (egyes dokumentumokban a Részvételi Szabályzat Általános Részvételi Szabályzatként kerül nevesítésre) foglaltakra – kiemelendő, hogy

- az eljárás alá vont mint szervező tevékenységi körébe tartozik fogyasztói csoportok üzletszerű szervezése és működtetése annak elősegítésére, hogy előre meghatározott ingó és ingatlan dolgok tulajdonjogát a fogyasztók mint megbízók részletfizetés mellett megszerezhessék,
- az eljárás alá vont kötelezi magát arra, hogy a szerződés tárgyának eladója valamint a megbízó között létrejövő adásvételi szerződés megkötését elősegíti oly módon, hogy az arra vonatkozó szerződés megköthető legyen és a megbízó a dolog tulajdonjogát a megbízási szerződésben meghatározott számú részlet megfizetése mellett megszerezhesse,

- a megbízás tárgya a szerződés tárgyát képező dolog részletfizetéses megszerzésének elősegítése fogyasztói csoportok szervezése útján,
- az eljárás alá vont mint szervező a befizetett díjelőlegekből a csoport részére elkülönített pénzügyi alapot képez. A regisztrációs díj és a megbízási díj nem része a közös alapnak,
- a megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói jog sorsolása, illetve az előtörlesztés vállalása, azaz a kedvezményezettként való kiválasztása a minimum 3 havonta megtartandó közgyűlésen történik. A közgyűlés a jelenlevők számára tekintet nélkül megtartható,
- az előtörlesztés vállalása nem a megbízók közötti árverseny, hanem a törlesztő részletek esedékesség előtt történő befizetésére vonatkozó felajánlást jelent. Ennek megfelelően az előtörlesztés vállalás eljárás során az lesz a nyertes (az szerzi meg a vásárlói jogot), aki az adott havi közgyűlésen a legtöbb aktuális havi részlet esedékesség előtt befizetését ígéri és teljesíti. A nyertes előtörlesztés vállalás összege a csoport közös alapjának nagyságát növeli. A nyertes előtörlesztés vállalás hónapjainak beszámítása a csoportműködés befejezésének időpontjától történik, azaz a nyertes megbízó törlesztési időtartama az előtörlesztés vállalás mértékével megrövidül,
- ha a megbízó a szerződés tárgyát képező dolog árának kifizetése és egyéb fizetési kötelezettségének teljesítése előtt a dolgot megszerezte, köteles a hátralévő havidíjat továbbra is fizetni,
- a csoporttagok regisztrációs díjat és havi részleteket fizetnek a szervező felé (a szerződés megkötésekor egyszeri regisztrációs díjat és egy havi részletet, majd havonta a további részleteket),
- a regisztrációs díj a szerződésben szereplő vételár 4,4%-a. A regisztrációs díj visszafizetésének joga a megbízót kizárólag akkor illeti meg és a szervezőt akkor terheli, ha legkésőbb a megbízási szerződés megszűnésekor – a futamidő végén, vagy elötöljesítés esetén a futamidő lejártát megelőzően – a megbízó valamennyi pénzügyi, fizetési kötelezettségének eleget tett. A megbízó és a szervező dönthetnek úgy, hogy a regisztrációs díj visszafizetése beszámítással történik, ebben az esetben a megbízó a hátralévő pénzügyi kötelezettségeit a regisztrációs díj levonásával teljesíti, és a szervező teljesít befizetést a megbízó helyett a csoport pénzügyi alapjába a regisztrációs díj erejéig,
- a havi részlet magában foglalja
 - a megbízási díjat [a szerződésben meghatározott, ÁFA-val növelt fennmaradó megbízási díj a csoport működési hónap számával elosztva, amely éves szinten a vételár 1,79 százalékától (5 éves futamidő esetén) a vételár 6,5 százalékáig (25 éves futamidő esetén) terjed a választott futamidőtől függően], és
 - az alapidíjat [a dolog vételára elosztva a csoport működési hónapjainak számával, azaz a vételár 60-ad részétől (5 éves futamidő esetén) a vételár 300-ad részéig (25 éves futamidő esetén) terjedő összeg a választott futamidőtől függően].

Ezek a befizetések képezik a csoport közös pénzügyi alapját,

- a megbízót a szerződés keltétől számított 15 napon belül indoklás nélküli elállási jog illeti meg. Ha a megbízó a soron következő közgyűlésre vonatkozóan előtörlesztést vállal, úgy a számára nyitva álló 15 napos elállási határidő lerövidül a közgyűlés napjáig,
- ha a kedvezményezettként kiválasztásra nem került megbízó jelzi, hogy a szerződést rendes felmondás útján fel kívánja mondani, a szervező a befizetett havi alaprészletek összegét a szerződésben meghatározott időtartam lejártát megelőzően visszafizetheti. E visszafizetés azonban a szervező számára lehetőség és nem kötelezettség, a megbízó az idő előtti visszafizetést a szervezőtől nem követelheti,

- a szervező a kedvezményezettként kiválasztásra még nem került megbízóval szemben a szerződést azonnali hatállyal felmondhatja, amennyiben a megbízó a szerződésben foglalt rendelkezéseket megszegi, így különösen ha kettőnél több havi részletfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget. A szerződés azonnali hatállyal történő felmondása esetén a megbízóval való elszámolásra – a felmondástól függetlenül – a szerződésben rögzített időtartam végén kerül sor, a szervező azonban jogosult visszafizetési lehetőséggel élni. A felmondás időpontjáig befizetett havi részletek a megbízási díj (+ÁFA) levonásával a megbízó részére kamatmentesen a szerződésben meghatározott időtartam végén kerülnek visszafizetésre. A regisztrációs díj nem kerül visszafizetésre.

11. Az eljárás alá vont hat vásárlói csoportot szervez. Az S3-as megjelölésű csoportban a megvásárolni kívánt dolog értéke 300.000 Ft, az S5-ös csoportban 500.000 Ft, a további csoportokban ez az érték (a csoportokon belül vegyesen) 500.000 Ft-tól 2.500.000 Ft-ig terjed.

12. 2010. szeptember 30-ig, azaz két hónap alatt eljárás alá vont több száz szerződést kötött az alábbiak szerint:

Csoport	Szerződéskötések száma	
	2010. augusztus	2010. szeptember
S3	19	45
S5	23	42
S10	27	45
S15	19	46
S20	3	17
S25	21	14

A szerződők közül

- 46 fő rendelkezett 2 szerződéssel (egyenként 1.000.000 Ft feletti összegekre vonatkozóan),
- 1 fő rendelkezett 3 szerződéssel (összesen 7.300.000 Ft értékben),
- 3 fő rendelkezett 4 szerződéssel (7-10.000.000 Ft összértékben).

13. A 2010. augusztus 31-i közgyűlésén eljárás alá vont ügyvezetője mint a közgyűlés levezető elnöke tájékoztatta a közgyűlésen jelenlévőket arról, hogy az S3, 5, 10, 15, 20, 25 csoport pénzügyi alapja vásárlói jog átadását nem teszi lehetővé, így ahhoz ezen a közgyűlésen előtörlesztés útján nem lehetett hozzájutni.

14. A 2010. szeptember 30-i közgyűlésén az S3, 5, 10, 15, 20, 25 csoport pénzügyi alapja csoportonként legalább egy vásárlói jog átadását tette lehetővé, azzal, hogy

- az S3 csoportból 53,
- az S5 csoportból 54,
- az S10 csoportból 61,
- az S15 csoportból 54,
- az S20 csoportból 20,
- az S25 csoportból 30

pozíció kapcsán vállaltak előtörlesztést.

A vállalt előtörlesztések mértéke 1-35 havi törlesztő részlet között volt, s

- az S3 és az S20 csoportban 12,
- az S5 csoportban 15,
- az S10 és az S15 csoportban 35,
- az S25 csoportban 10

havi előtörlesztés vállalása volt a legmagasabb mértékű.

15. 2010. augusztus 4. és 2010. szeptember 30. között a felmondási, illetve elállási joggal élő fogyasztók, illetve a nem fizető tagok száma az alábbiak szerint alakult

Csoport	Felmondó, elálló szerződések száma		Havidíjakat nem teljesítő szerződések száma	
	2010. augusztus	2010. szeptember	2010. augusztus	2010. szeptember
S3	0	3	0	8
S5	0	6	1	12
S10	1	1	0	10
S15	0	5	1	9
S20	0	0	0	0
S25	0	2	4	16

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

16. Az eljárás alá vont a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő, népszerűsítő tevékenységgel kapcsolatban rendszeresen jelentetett meg reklámokat a nyomtatott sajtóban. A rendelkezésre álló adatok szerint

- 2010. augusztus 4. és október 19. között 33 alkalommal a Bors,
- 2010. augusztus 9. és október 28. között 36 alkalommal a Metropol,
- 2010. augusztus 4. és október 20. között 49 alkalommal (ezen belül duplán – címlapon és belső oldalon is – 44 alkalommal) a Blikk

című lapban jelentette meg reklámjait. Ismert továbbá, hogy ezt követően is jelentek meg közelebről nem ismert időpontban reklámok, amint azt a Metropol című lapban 2010. november 11-én megjelent reklám mutatja.

17. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:

Egyenesbe hoz
Nyugdíjasoknak, BÁR-listásoknak és cégeknek is!
Extra ajánlat
300.000 Ft
3 évre csak nálunk
FIX HAVIDÍJ!
1.000.000 Ft 4.990 Ft-tól
3.000.000 Ft 14.970 Ft-tól
5.000.000 Ft 24.950 Ft-tól
10.000.000 Ft 49.900 Ft-tól
20.000.000 Ft 99.800 Ft-tól
HÍVJON MOST!!!

* A tájékoztatás nem teljeskörű. Részletes felvilágosításért hívja ügyfélszolgálatunkat. Cégünk fogyasztói csoportok szervezésével is foglalkozik.

18. A Bors című lap esetében

- a csillaggal jelölt rész jellemzően a hirdetés bal szélén, függőlegesen, apró betűs részként került feltüntetésre,
- kivéve 2010. szeptember 21-én és 28-án, amikor vízszintesen, a megadott pénzeszegek alatt (szintén apró betűvel), illetve
- 2010. augusztus 31-én, szeptember 7-én és 14-én, amikor a hirdetés jobb szélén, függőlegesen (rendkívül apró betűs szövegrészként) volt elhelyezett.

19. A Blikk című lap esetében

- a csillaggal jelölt rész jellemzően a hirdetés bal szélén, függőlegesen, apró betűvel került feltüntetésre,
- kivéve 2010. október 6-án, 8-án, 11-én, 13-án és 15-én, amikor a hirdetés jobb szélén, függőlegesen (rendkívül apró betűs szövegrészként) volt elhelyezett, azzal, hogy
- 2010. szeptember 13-án és 22-én a szöveg rendkívül nehezen volt kivehető.

20. A Metropol című lap esetében

- a csillaggal jelölt rész jellemzően a hirdetés bal szélén, függőlegesen, apró betűvel került feltüntetésre,
- kivéve 2010. október 11-én és 12-én, amikor a reklám jobb szélén, függőlegesen (rendkívül apró betűs szövegrészként) volt elhelyezett,
- a 2010. október 21-i, 28-i és november 11-i számban megjelent reklám a „cégünk fogyasztói csoportok szervezésével is foglalkozik” szöveg helyett a „cégünk fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik” közlést tartalmazta.

21. Az eljárás alá vont www.standardkft.eu címen elérhető honlapja 2010. november 25-én az alábbiakat tartalmazta:

Kezdőlap		
STANDARD Egyenesbe hoz		
IGÉNYLÉS	KALKULÁTOR	KAPCSOLAT
500 000 FT MÁR HAVI 2 495 FT-TÓL! EGYENESBE HOZ!		
<i>(bal szélén)</i>		
MEGOLDÁSAINK		
1 000 000 Ft már havi 4 990 Ft-tól		
További 3 000 000 Ft alatti konstrukciókért kattintson		
3 000 000 Ft már havi 14 970 Ft-tól		
További 5 000 000 Ft alatti konstrukciókért kattintson		
5 000 000 Ft már havi 24 950 Ft-tól		
További 10 000 000 Ft alatti konstrukciókért kattintson		
További ajánlataink >>		
FOGYASZTÓI CSOPORT		
Tagjai egy pénzalapot hoznak létre, majd a futamidő alatt minden hónapban a tagok a megvásárolni kívánt termék árának egy hónapra eső hányadát fizetik meg.		
<i>(középen)</i>		
SZÁMOLJON UTÁNA Online kalkulátor		
Feltöltés alatt...		
Kérjük addig forduljon ügyfélszolgálatunkhoz kérdéseivel>>		
Egyedi ajánlatkérés		
Hogyan tudok igényelni?		

[Elérhetőségeink](#)

RÓLUNK

1 000 000 Ft már havi 4 990 Ft-tól

[További 3 000 000 Ft alatti konstrukciókért kattintson](#)

3 000 000 Ft már havi 14 970 Ft-tól

[További 5 000 000 Ft alatti konstrukciókért kattintson](#)

5 000 000 Ft már havi 24 950 Ft-tól

[További 10 000 000 Ft alatti konstrukciókért kattintson](#)

[További ajánlataink >>](#)

FOGYASZTÓI CSOPORT

Tagjai egy pénzalapot hoznak létre, majd a futamidő alatt minden hónapban a tagok a megvásárolni kívánt termék árának egy hónapra eső hányadát fizetik meg.

Feltöltés alatt...

[Kérjük addig forduljon ügyfélszolgálatunkhoz kérdéseivel>>](#)

[Egyedi ajánlatkérés](#)

[Hogyan tudok igényelni?](#)

[Elérhetőségeink](#)

(jobb szélén)

RÓLUNK

[Igénylés feltételei](#)

[Havi díjjal kapcsolatos információk](#) *(nincs innen elérhető oldal)*

[Online kalkulátor](#)

[Szabályzatunk](#) *(nincs innen elérhető oldal)*

KONSTRUKCIÓK

[Rövid távra](#)

[Közepes távra](#)

[Hosszú távra](#)

ONLINE Igénylés

[Részletek](#)

A kezdőlapra az „**ONLINE IGÉNYLÉS**” alatti „**Részletek**”, illetve az „**Egyedi ajánlatkérés**”, „**Hogyan tudok igényelni?**”, „**Igénylés feltételei**” szövegrészre klikkelve az alábbiak voltak elérhetőek:

ONLINE IGÉNYLÉS

Igényelje meg MOST a kívánt összeget!

(a fogyasztó neve, címe, e-mail címe, telefonszáma, futamidő, hírlevél küldhető-e, egyedi elképzelés)

HOGYAN TUD IGÉNYELNI?

Igényelni tud online az űrlap kitöltésével, illetve személyesen irodánkban, azonban online igénylés esetén is szükség lesz egy személyes, papír alapú szerződéskötésre.

(elérhetőségek)

IGÉNYLÉS FELTÉTELEI

Betöltött 18. életév

Devizabelföldi, magyar állampolgár

Rendszeres jövedelem

Magyarországon lévő, bejelentett állandó lakcím

A kezdőlapra az „**Online kalkulátor**” szövegrészre klikkelve az alábbiak érhetőek el

[Számoljon velünk!](#)

Számolja ki ingyenes online kalkulátorunkkal törlesztő részleteit!

Feltöltés alatt áll....

[Keresse fel ügyfélszolgálatunkat részletes információért>>](#)

ONLINE IGÉNYLÉS

Igényeljen akár MOST online!

[Igénylés>>](#) *(lásd fenn)*

LEGKEDVELTEBB KONSTRUKCIÓK

1 000 000 Ft - már havi 4 990 Ft-tól

3 000 000 Ft - már havi 14 970 Ft-tól

5 000 000 Ft - már havi 24 950 Ft-tól

10 000 000 Ft - már havi 49 900 Ft-tól

A kezdőlapon a „**Konstrukciók**” cím alatti linkekre, illetve az ajánlatokat, konstrukciókat említő szövegrészekre **klikkelve** a következők olvashatóak

Online igénylés (...)

KONSTRUKCIÓK

Tekintse meg konstrukcióinkat. Egyedi ajánlatkéréssel vegye fel velünk a kapcsolatot.

A honlapon elérhető, az „aktuális árakat”, a „szerződési díjakat” és a havonta fizetendő összegeket tartalmazó táblázatot a vizsgálati jelentés (Vj-90-12/2010.) 4. számú melléklete tartalmazza.

22. Az eljárás alá vont kültéri kommunikációs eszközként plakátokat alkalmazott a kifelé néző irodai ablakokon, amelyek az alábbiakat tartalmazták:

1. plakát

STANDARD

Egyenesbe hoz

Nyugdíjasoknak, BÁR-listásoknak és cégeknek is!

500 000 Ft

Csak nálunk már 2495 forinttól

2. plakát

STANDARD

Egyenesbe hoz

Nyugdíjasoknak, BÁR-listásoknak és cégeknek is!

Extra ajánlat:

300 000 Ft 3 évre

23. Az eljárás alá vont a fogyasztókkal való szerződéskötés kapcsán több dokumentumot alkalmaz (Adatlap, Megbízási szerződés, Tájékoztató, Szabályzat, előtörlesztés vállalására vonatkozó nyilatkozat). Ezek alkalmazásának pontos körülményei nem ismertek, így e dokumentumok mint kereskedelmi kommunikációk jelen eljárásban történő értékelését a Versenytanács mellőzte.

V.

Az eljárás alá vont előadása

24. Az eljárás alá vont előadta, hogy

- az általa folytatott kereskedelmi gyakorlat nem minősül tisztességtelennek, mivel nem megtévesztő és nem is agresszív,
- a hirdetéseiben, reklámfelületein, honlapján és az ezen kívül folytatott kommunikációjában kellő körültekintéssel és gondossággal járt el, a közlései egyértelműek és nem félreérthetőek. A reklámok nem félreérthetőek, de amennyiben valaki mégis félreértené, úgy a szerződéskötést megelőzően több lépcsőben kapott tájékoztatásból ez számára kiderül, s a tényeknek megfelelő döntési helyzetbe kerül. Ha a reklám nem volna egyértelmű, vagy téves gondolatokat ébresztene, a személyes megbeszélés során tapasztalja a fogyasztó, hogy pontosan miről is van szó, így nem fog pusztán a hirdetés alapján végleges, főleg nem magának esetleg rossz döntést hozni,

- a kereskedelmi kommunikációval sem direkt, sem indirekt módon egyetlen fogyasztót sem ösztönzött tévesen olyan magatartásra, amely a fogyasztói csoport lényeges tulajdonságaival ellentétes volna, vagy nem volna megvalósítható. A fogyasztókban nem alakulhat ki az a téves kép, hogy a fogyasztói csoport pénzügy gondjaikra kínál megoldást. Hirdetéseiben nem szerepelnek a „bank”, „pénz” kifejezések azok félreértelmezhetősége miatt, s a telefonos tájékoztatások során azonnal kitér arra, hogy nem bank, hanem fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik. Kereskedelmi kommunikációi nem erősítik azt, hogy pénzügyi problémákra, likviditási gondokra ajánlana megoldást,
- a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete által lefolytatott eljárás (próbavásárlás) is igazolja, hogy működése tisztességes, ügyfelei teljes körű tájékoztatást kapnak. Ennek során megállapításra került, hogy a fogyasztók részére korrekt, valós és kimerítő tájékoztatást ad mind telefonon, mind személyesen, a feltett kérdésekre megfelelő, és felvilágosító (nem megtévesztő, vagy befolyásoló) választ ad. Az általa használt okiratokat (megbízási szerződés, részvételi szabályzat, stb.) a vizsgálat ugyancsak megfelelőnek találta,
- a mai magyar viszonyok között meglehetősen nagy létjogosultsága van a fogyasztói csoportoknak, melyek sajátossága és előnye, hogy bárki, aki jogilag nagykorú, az nemre/korra tekintet nélkül részt vehet a szervező által létrehozott csoportokban. Ez a rendszer normálisan működik több európai országban,
- a fogyasztói csoportok banki szférához képesti óriási előnye a kiszámíthatóság, az állandóság – nincs kamat, nincs konverziós jutalék, nincs kamatperiódus, nincs kezelési költség, nincs szerződésbontási díj, nincsenek rejtett költségek. Ezáltal a fogyasztói csoportok sok ember számára nyújtanak hosszú távú, kiszámítható megoldást. Egyre jobban tudatosul a fogyasztókban, hogy a vásárlói csoportokban való részvétel egy kiszámítható megoldás számukra,
- célja a lehető legrövidebb úton minden egyes tagot hozzájuttatni a kívánt „dolog”-hoz, és minél több tagot segíteni abban, hogy általuk életminőségét biztosíthassa, a tervezett célt megvalósíthassa,
- egy reklámtól vagy hirdetéstől nem elvárható, hogy a népszerűsített dologról minden, akár pozitív, akár negatív információt tartalmazzon. Reklámjai semmiben sem térnek el a jelenleg a piacon megtalálható és hangsúlyozottan nem a fogyasztói csoportokat népszerűsítő reklámoktól: rövid, lényegre törő, nem kíván más célt elérni, mint a figyelem felkeltését. Nem tartalmaznak teljes körű tájékoztatást, jellegüknél fogva ez nem is volna megoldható, hiszen a reklámoknak nem ez a rendeltetése. Reklámjainak tehát nem célja, hogy az olvasó döntését végérvényesen befolyásolja, pusztán a figyelmét kívánja felkelteni olyan mértékben, hogy amennyiben számára tetszetős az adott hirdetés, úgy a kínált termékkel, vagy szolgáltatással kapcsolatos bővebb információk beszerzésére induljon,
- nemcsak az eljárás alá vont, hanem minden egyes szereplő a piacon, aki valamilyen terméket, vagy szolgáltatást kíván eladni, nem úgy hirdeti a termékét, hogy a negatívumokat felsorolva arról próbálja meggyőzni a fogyasztót, hogy az ő termékét miért ne vegye meg. Minden egyes vállalkozás profitorientált, a termékét, vagy szolgáltatását igyekszik a legjobb színben feltüntetni, és ez rendben is van mindaddig, amíg valótlan dolgokat nem állít. Az eljárás alá vont hirdetéseiben csak valós tényeket állított, melyekért felelősséget vállalt és vállal a jövőben is. Nem tüntetett fel semmilyen információt hamis színben, vagy megtévesztésre alkalmas módon,
- a bővebb információk beszerzésének lehetőségét írott és verbális formában is messzemenőig biztosítja. A fogyasztó döntését ez befolyásolja meghatározóan, s nem a hirdetés. Ha ez nem így volna, akkor nem volna szükség a telefonos és személyes ügyfélszolgálatra, mely kollégák munkájának legnagyobb részét a tájékoztatás teszi ki. Tájékoztatásra sem volna szükség, hiszen a fogyasztók a hirdetés elolvasását követően

azonnal szerződni jönnének, ez azonban nem így van, a hirdetés megjelenése és a szerződés megkötése között még számos a kereskedelmi kommunikáció fogalmába tartozó aktus előzi meg a végleges fogyasztói döntés meghozatalát. Alkalmazottai teljes körű felvilágosítást adnak az ügyfeleknek, minden nyomtatvány egyértelmű,

- a fogyasztói csoportszervező cégeknek nincsen elsődleges vagy kiemelt célcsoportja, így neki sincs célcsoportja, mindenki által elérhető alternatív finanszírozási formát kíván nyújtani. A kínált szolgáltatás mindenkinek szól, minél szélesebb fogyasztói kört igyekszik megnyerni magának, hiszen alapvető érdeke az, hogy a tevékenységéből minél nagyobb bevétele származzon. Az eljárás alá vont (de más csoportszervező cég is) sokkal inkább abban érdekelt, hogy minél több nagyobb jövedelmű fogyasztóval kössön szerződést, akik képesek nagyobb összegű, akár több tízmilliós szerződés megkötésére és főleg teljesítésére. Kifejezetten ellenérdeket abban, hogy az általa szervezett fogyasztói csoportokba főként a Versenytanács által felsorolt fogyasztókat tömörítse. Ez nem jelenti azt, hogy az egyébként alacsony jövedelemmel rendelkezőket vagy nyugdíjasokat, illetve bankok által bevezetett adóslistán szereplő fogyasztókat el kellene utasítania. Ezek az emberek a fogyasztói csoport működésének alapvető jellemzői alapján nem rejtenek többlet- vagy akár vállalhatatlan kockázatot, hiszen a fogyasztói csoportok esetében alapvetően előtakarékoskodásról beszélhetünk. Ebből következően nincsen szükség olyan bírálatokra és kockázatelemzésekre, amelyeket egy bank vagy pénzügyintézet végez a hitelképesség elbírálásakor,
- a fogyasztói csoport valóban megoldást jelenthet az alacsony jövedelemmel vagy be nem jelentett jövedelemmel rendelkezőknek, a nyugdíjasoknak, vagy BÁR-listásoknak egyaránt. Ezt azonban nem negatívan, hanem pozitívan kellene értékelni, hiszen egy embernek ugyanolyan esélyre van joga attól, hogy ebbe körbe tartozik, ettől még lehet olyan ember, aki a fizetési kötelezettségeit pontosan teljesíti. Nem szólva a BÁR listán szereplő emberekről, akik közül nagyon sokan nem is a saját hibájukból, hanem mások meggondolatlansága vagy a bank hanyag, sok esetben jogellenes magatartása, kapcsolódó vállalkozások külső tényezői miatt kerültek fel az adóslistára, s onnan öt évig nem is fognak lekerülni,
- nem alátámasztott, hogy a fogyasztók sürgős vagy akkut pénzügyi gondjaik megoldása miatt kívánnak a fogyasztói csoportok tagjaivá válni, s hogy az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi gyakorlat azt a téves látszatot kelti, hogy erre kínál megoldást számukra,
- a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjai kapcsán nem mellőzhető, hogy
 - azok tartalmazták azt a fontos felhívást, hogy a tájékoztatás nem teljes körű, a fogyasztó a részletes felvilágosításért hívja ügyfélszolgálatot. Ez is azt támasztja alá, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi gyakorlat tisztességes, s igyekszik elkerülni annak a lehetőségét, hogy a fogyasztót tévesen, vagy megtévesztésre alkalmas módon informáljuk. Azt támasztja alá, hogy a fogyasztó figyelmét felhívják arra, a végleges döntésének meghozatala előtt bővebben tájékozódjon, s a döntést ne a reklám alapján hozza meg,
 - közlésre került, hogy a reklámot megjelentető társaság fogyasztói csoport szervezésével foglalkozik. Az „is” szócska nyomdai hiba, melyet sajnos nem időben vett észre, ezzel nem volt szándékában a fogyasztók megtévesztése,
 - a hirdetés mérete, s ebből eredően a betűk nagysága (nemcsak a fenti közlés betűmérete, hanem a teljes hirdetés betűmérete) a felület nagyságától függően sokszor nem volt szerencsés, de ez az egész hirdetésre, annak minden részére vonatkozik. Ebből nem lehet azt a következtetést levonni, hogy a hirdetéssel a cél a fogyasztók megtévesztése lett volna,
- a nyomtatott sajtóban megjelent hirdetések behatárolt terjedelmével szemben az eljárás alá vont honlapján jóval bővebb információk találhatóak, melynek segítségével

már személyes egyeztetés előtt, illetve nélkül is láthatják a fogyasztók, hogy az elérni kívánt célt (a termék megvásárlását, vagy a szolgáltatás igénybevételét) előtakarékoskodással, ún. belső finanszírozással, saját magukra utalva tudják megvalósítani. Tisztában vannak azzal, hogy a fogyasztói csoport tagjaiként egy közös pénzügyi alapot kell létrehozniuk, melybe már a dolog megvásárlása előtt havonta fizetik azokat a törlesztő részleteket, amelyeket a hirdetésben, vagy a honlapon olvashattak. Ebből következően megalapozatlan az a megállapítás, hogy az alkalmazott kereskedelmi kommunikációból nem állapítható meg az a fogyasztó számára, hogy a fogyasztói csoport esetében előtakarékoságról, belső finanszírozásról van szó,

- az általa alkalmazott nyomtatványokban kihangsúlyozza a fogyasztói csoportok sajátosságait is, így például a „Tájékoztató”-ban leírja, hogy a hozzájutásig eltelhet 5, 10, 15, 20 vagy 25 év is. A Részvételi szabályzat részletesen tartalmaz mindent, amit a fogyasztói csoportról tudni kell. Az ügyfelei minden nyomtatványt ellátnak kézjegyükkel, ezáltal elfogadják az eljárás alá vont szerződési feltételeit, mint akaratukkal egyezőeket. A Versenytanács nem kívánta értékelné az eljárás alá vont számára kedvező és a kereskedelmi gyakorlat helyességét alátámasztó okirati bizonyítékokat. Nem fogadható el a Versenytanács azon álláspontja, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának vizsgálata során mellőzte az összes, általa alkalmazott okirat (adatlap, megbízási szerződés, tájékoztató, szabályzat, előtörlesztés vállalására irányuló nyilatkozat, stb.) eljárásban történő értékelését. A Gazdasági Versenyhivatal vizsgálatot végző és a vizsgálati anyagot a Versenytanács számára összeállító munkatársai előtt pontosan ismert kellett legyen az, hogy a fenti okiratokat az eljárás alá vont hogyan és mikor alkalmazza. Amennyiben véletlenül bármilyen körülmény ezzel kapcsolatosan nem lett volna világos, akkor kérhetett volna felvilágosítást, melyet készséggel megadott volna az eljárás alá vont, mint ahogyan az egész eljárásban végig együttműködő és segítőkész volt,
- téves az az álláspont, hogy a mivel a fogyasztó az előtörlesztés vállalása folytán az eredetileg szerződött összegnél kevesebb összeget kap kézhez az általa kívánt dolog megvásárlásához, így a szerződés tárgya változik meg. A szerződés tárgya egy adott termék megvásárlása, vagy szolgáltatás igénybevétele. Ez nem változik meg attól, hogy a fogyasztó előtörlesztést vállal, és ennek összege levonásra kerül a megbízási szerződésben megjelölt összegből. Az előtörlesztés vállalásával, illetve azzal, hogy ennek útján lehet a vásárlói joghoz hozzájutni, továbbá azzal, hogy az előtörlesztés összege a megbízási szerződésben megjelölt összegből levonásra kerül, már a szerződés megkötését, a végleges döntés meghozatalát megelőzően tisztában van a fogyasztó és a döntését ennek birtokában hozza meg,
- a fogyasztói csoportok szervezésére irányuló tevékenység megkezdése óta panasz nem érkezett hozzá.

Az eljárás alá vont kérte a jogsértés megállapításának, a bírság kiszabásának, a sérelmezett magatartás további folytatása megtiltásának és a helyreigazító közlemény közzétételére történő kötelezésnek a mellőzését.

VI. Jogi háttér

25. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok

megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint a törvény 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.

Az Fttv. 2. §-ának

- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
- c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
- d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
- h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termék megnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
- b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,

c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.

Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.

Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d), f) és h) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását, h) elrendelheti a jogsértő tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét.

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 (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. 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. A Versenytanács döntése

26. A Gazdasági Versenyhivatal által a fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozásokkal szemben korábban lefolytatott eljárásokban (lásd a 8. pontot) megszületett határozatok bírósági felülvizsgálata során hozott ítéletekben a bíróságok világos, egyértelmű megállapításokat tettek a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő vállalkozások kereskedelmi kommunikációival összefüggésben (a Vj-1/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.673/2005/5. számú és a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.707/2006/7. számú ítéletét; a Vj-149/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.275/2006/7. számú ítéletét; a Vj-150/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.843/2006/6. számú ítéletét; a Vj-183/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.243/2006/9. számú és a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.223/228. számú ítéletét; a Vj-207/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 11.K. 33.078/2006/10. számú és a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.124/2007/6. számú ítéletét; a Vj-163/2007. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 2.K.33. 174/2008/7. számú és a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.097/2009/5. számú ítéletét).

Az ítéletekben foglaltak alapján a Versenytanács az alábbiakat emeli ki:

- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, valós képet adjon a szolgáltatásról. Jogilag tilalmazott, hogy a kereskedelmi kommunikáció (így pl. a reklám) akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti,
- ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor annak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóság-hű módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a vállalkozásé a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. A reklámot alkalmazó vállalkozásnak mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson, ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra,
- minden olyan reklámmal szemben, amely bármi módon a pénzhez jutás ígéretével kecsegtet, egy magasabb elvárhatósági szint fogalmazódik meg a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt. Ezen esetekben a hitelesség, a pontosság kiemelkedő szerepet kap,
- a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,
- a reklámok címzettjei az átlagos fogyasztótól eltérő hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett rászoruló fogyasztók (BAR-listások, nyugdíjasok stb.), akik az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a

hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közlése,

- a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor, amely tovább növeli a fogyasztói várakozások teljesülésének bizonytalanságát, mivel a teljesítés jelentős részben azon fogyasztók jövőbeni, több éven (akár 20 éven) át tartó rendszeres teljesítésétől függ, akik fizetőképességét/fizetőkészségét a bankok korábban már kétségesnek ítélték, s akik anyagi helyzete ezt követően valószínűsíthetően nem javult,
 - a szerencseelem léte,
 - az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,
- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 20 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható,
- a reklám jogsértő jellegét nem szünteti meg, hogy abban közzétételre kerülnek olyan kitételek, mint például „Nem kap hitelt?”, „Nehezen teljesíthető banki feltételek”, „Van más megoldás”, mivel a fogyasztó a reklám egésze alapján arról győződhetett meg, hogy a kívánt pénzösszeghez azonnal hozzájuthat,
- a fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának,
- a fogyasztói csoportok tevékenységét jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás,
- nem megalapozott az a védekezés, hogy a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kell vizsgálni, a kapcsolatfelvételt követően a fogyasztók, ügyfelek teljes körű tájékoztatást kapnak, mivel
 - nemcsak a teljes információs folyamat végeredményének, hanem annak minden elemének, és különösen a reklámnak is korrektnek kell lennie,
 - a reklám közzétételével megvalósult a jogsértés,
 - a reklám célja nem csupán információátadás, hanem ezen túlmenően egy adott termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelése, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítása,
 - a reklám megtévesztő jellegét attól függetlenül kell vizsgálni, hogy az azt közzétevő vállalkozás más jogszabály [pl. a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény 205.§-ának (3) bekezdése, illetve 205/B.§-ának (2) bekezdése] alapján egyébként milyen módon köteles a vele (adott esetben éppen egy sikeres reklámkampány hatására) szerződni kívánó fogyasztókat tájékoztatni a megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről. A reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére,

vagyis ha a vállalkozás a külön jogszabályokban foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz,

- ha a védekezés elfogadást nyerne, az azt is eredményezhetné, hogy amennyiben egy termékről vagy szolgáltatásról telefonos vagy személyes megbeszélés során pontos tájékoztatás kapható, akkor az azt megelőző reklámban bármi következmények nélkül állítható lenne.

27. A korábbi eljárásokban hozott határozatok részletesen ismertetik azokat a reklámokat, amelyeket a Versenytanács és a bíróságok jogsértőnek minősítettek. Példaként emelhető ki, hogy

- a Vj-1/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - 2.000.000 Ft most csak 25.000 Ft/hó; 5.000.000 Ft most csak 62.500 Ft/hó; Kezes és jövedelemigazolás nélkül igényelhető!
 - 2.000.000 Ft most csak 25.000 Ft-tól; 5.000.000 Ft most csak 62.500 Ft-tól; Kezes és jövedelemigazolás nélkül
 - NÁLUNK FIX A RÉSZLET!
 - kezes és jövedelemigazolás nélkül, 500.000 Ft – 10.000.000 Ft-ig; Ingatlanfedezetre!
- a Vj-149/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - kezes, jövedelem ig., munkáltatói ig. nélkül
 - kezes, munkáltatói ig., adóstárs nélkül
 - csoportos ingatlanfinanszírozás, kezes és jövedelemigazolás nélkül is!
 - lakások részletre
 - használt lakásokra is 2,77%
- a Vj-150/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - ha már mindent megpróbált, de sehol sem tudtak segíteni! Mi segítünk! Akár önerő nélkül vagy minimálbérre
 - már mindent megpróbált, de sehol sem tudtak segíteni? mi segítünk! vásároljon kezes és jövedelem igazolás nélkül, ingatlan fedezetre
 - fix törlesztő részletre, akár ingatlan fedezetre! alacsony jövedelemre, korhatár nélkül!
 - fix törlesztő részletek
 - jövedelemigazolás és korhatár nélkül!
 - ingatlant, autót vásárolna? felújítana, építene? vásároljon fix törlesztő részletre akár ingatlant vagy autót!
- a Vj-183/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - önerő nélkül, adóstárs nélkül, jövedelemigazolás nélkül
 - pénzügyi forrásra lenne szüksége? Minimálbér után adózik? Nincs lehetősége banktól kölcsönt felvenni?
 - nálunk az is kap, akinek szüksége van rá. Bárki igényelheti 1,5 milliótól több 10 millió Ft-ig
- a Vj-207/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - nem kap hitelt? Nehezen teljesíthető banki feltételek? V an más megoldás!
 - kezes és jövedelemigazolás nélkül!
 - BÁR-listásoknak és nyugdíjasoknak is
 - fix részletre
 - fix törlesztő részletek

- a Vj-163/2007. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - vásárolna, de nincs miből? Van megoldás! Előtakarékossággal egybekötött áruvásárlási finanszírozás. Fogyasztói csoport!
 - -lakás, -telek, -felújítás, -építés, -autó, -egyéb áruvásárlás, stb... BÁR-listásoknak és nyugdíjasoknak is. Kezes és jövedelemigazolás nélkül! Ingatlan fedezetre!
 - lakás, telek, autó, stb... Kezes és jövedelemigazolás nélkül! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
 - ragadja meg a lehetőséget! Felhasználhat: ingó és ingatlan vásárlásra! Hívjon minket és számoljon utána! Fix törlesztőrészletek! Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálati irodánkat! Fogyasztói csoport mindenkinek!
 - nem hitelképes? Itt a megoldás! Fogyasztói csoport mindenkinek! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is! Fix törlesztőrészletek!
- a Vj-115/2008. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - nem hitelképes? Itt a megoldás! Fogyasztói csoport mindenkinek! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
 - fix törlesztő részletek!
 - Fogyasztói csoport mindenkinek! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
 - társaságunk pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoport szervezésére irányul.
- a Vj-111/2009. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - a BAR listásoknak és nyugdíjasoknak is
 - fix törlesztő részletek
 - társaságunk pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoportok szervezésére irányul!
 - nem hitelképes? Nehezen teljesíthetőek a banki feltételek? A lehetséges megoldás
 - fogyasztói csoport bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
- a Vj-132/2009. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - elutasítják a bankok? Nem kap hitelt? VAN MÁS MEGOLDÁS!!!
 - pénzre van szüksége? De elutasítják a bankok? VAN MÁS MEGOLDÁS!!!
 - fogyasztói csoport mindenkinek! (Bárlistásoknak és nyugdíjasoknak is!) FIX HAVI DÍJ!
- a Vj-13/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - ne vegyen fel hitelt! Amíg minket meg nem hallgat!
 - fix törlesztés
 - a lehetséges megoldás: fogyasztói csoport BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
 - MI
 - nem vagyunk bank,
 - nem adunk hitelt,
 - nálunk nincs THM – EBKM,
 - nálunk nincs árfolyamváltás,
 - nálunk nincs rejtett költség
 - fogyasztói csoport rendszer a bankok helyett Önért
 - vásárlói csoport már 20 éve Magyarországon

- nem bankhitel, részletes tájékoztatás irodánkban!
- lehetőség előtörlesztésre!
- lehetőség költségmentes előtörlesztésre
- a Vj-18/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - pénzügyi gondja van? Megoldjuk!
 - ha BAR-listás, ha nyugdíjas, ha elutasították a bankok
 - fogyasztói csoportok nyugdíjasoknak, BAR-listásoknak is
 - vásárlói csoport rendszer
- a Vj-28/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - Nem hitelképes? Elutasítják a bankok? A lehetséges megoldás: Fogyasztói csoport mindenkinek!
 - Nehezen teljesíthető banki feltételek? Mi nem ismerünk akadályt!
 - BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
- a Vj-45/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - Pénzre van szüksége? Elutasítják a bankok? Nálunk van a megoldás!
 - BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
- a Vj-65/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
 - Pénzt szeretne? Hívjon minket!
 - Kamatmentesen és kezelési költség nélkül, csak nálunk!
 - Vásárlói csoport mindenkinek!
 - Mi mindenkinek tudunk pénzt adni!
 - A tájékoztatás nem teljes körű. A pénzhez jutásnak feltételei vannak.
 - BAR listásoknak is!

Érintett fogyasztói kör

28. A jelen eljárásban vizsgált kommunikációs eszközök által népszerűsített szolgáltatás vonatkozásában megkülönböztetendő két fogyasztói kör:

a) azon fogyasztók, akiket a bankok elutasítanak, a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülnek, abból kirekesztettek, nem hitelképesek. Ezek a fogyasztók az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztóhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Amint azt a bírói gyakorlat aláhúzza (lásd a 26. pontot), az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közlése,

b) a fenti körbe nem tartozó fogyasztók, akik számára szintén pénzügyi megoldást kínál az adott szolgáltatás.

Az eljárás alá vont előadta, kifejezetten ellenérdeket abban, hogy az általa szervezett fogyasztói csoportokba főként az a) pontban felsorolt fogyasztókat tömörítse, azzal, hogy a nyugdíjasok, illetve bankok által bevezetett adólistán szereplő fogyasztók nem jelentenek többlet- vagy akár vállalhatatlan kockázatot, s ebből következően nincs szükség olyan bírálatokra és kockázatelemzésekre, amelyeket egy bank vagy pénzügyi intézet végez a hitelképesség elbírálásakor. A Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont előadásával

összhangban nem álló módon kifejezetten a reklámokban nevesítette a nyugdíjasokat és a BÁR-listásokat. Az eljárás alá vont semmilyen módon sem támasztotta alá az ezen fogyasztók által megtestesített kockázat kapcsán tett előadását, így egyebek között e körben nem tért ki arra, hogy a fogyasztói csoport működése szempontjából például milyen sajátos kockázatot jelenthet egy 25 éves futamidő egy korosabb nyugdíjas esetén, illetve egy, a bankok által elutasított, általuk hitelképesnek nem minősített fogyasztó hosszú távú, akár 25 évre szóló elkötelezettsége.

29. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

Az „ésszerűség” kapcsán a Versenytanács – figyelemmel a bírói gyakorlatra is – kiemeli,

- a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak, s a fogyasztó - számára költségmegtakarítást eredményezően - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
- a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül,
- az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékozási folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

Az adott helyzetben általában elvárható magatartás, s azon belül adott helyzetben általában elvárható figyelmesség és körültekintés vonatkozásában a Versenytanács kiemeli, hogy

- a fogyasztó által tanúsított magatartás egy olyan döntési folyamat eredménye, amelynek összetett volta és az e folyamatra hatást gyakorló tényezők sokszínűsége alapján megállapítható, hogy a fogyasztói döntést nem lehet egy tisztán racionális megfontolás eredményének tekinteni, mivel megszületésében más (indulati, érzelmi stb.) tényezők is szerepet játszanak. Ennek nem mond ellent az Fttv. sem. A törvény 4. §-ának (1) bekezdése maga sem követeli azt meg, hogy valamely kereskedelmi gyakorlat megítélése során a különböző alternatívák között hideg fejjel, a döntés meghozatalához szükséges információkat teljes körűen feltárva és saját preferenciáit pontosan ismerve eljáró, a számára legkedvezőbb, kizárólag a racionalitásra alapozott döntést meghozó fogyasztót tartsa szem előtt a jogalkalmazó. Az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró fogyasztó nem azonosítható egy, kizárólag az ésszerűségi követelményeknek megfelelően eljáró fogyasztóval. A törvény alkalmazása során egy olyan fogyasztó a mérce, aki általában nem kizárólag az ésszerűség által meghatározottan hozza meg döntéseit. Ezzel nem ellentétes az Fttv. 4. §-a (1) bekezdésében az „ésszerűen tájékozottan” kitétel sem, mivel ez nem abszolutizálja az ésszerűség követelményét, hanem éppen relativizálja azt – hiszen (amint arra előzőleg rámutatott a Versenytanács) az a fogyasztó is ésszerűen tájékozott, aki nem kételkedik a reklámokban tett állításokban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, mivel a kölcsönös bizalmon alapuló gazdaságban a reklámokat egy költséghatékony tájékozási lehetőségnek tekinti,
- a fogyasztói döntési folyamat nem racionális elemeinek szerepe az átlagosnál erőteljesebben jelentkezik azon fogyasztók esetében, akik különösen kiszolgáltatottnak minősülnek.

30. 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 kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, már kifogásolható, hiszen ennek során a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat.

Az eljárás alá vont előadására figyelemmel a Versenytanács – visszautalva a hasonló tárgyban született bírósági ítéletek megállapításaira (lásd a 26. pontot) – ismételten aláhúzza, nem megalapozott az a védekezés, hogy a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kell vizsgálni, a kapcsolatfelvételt követően a fogyasztók, ügyfelek teljes körű tájékoztatást kapnak, mivel nemcsak a teljes információs folyamat végeredményének, hanem annak minden elemének, és különösen a reklámnak, a fogyasztói figyelem felkeltésének is korrektnek kell lennie, s a reklám közzétételével megvalósult a jogsértés – amely egyben azt is jelenti, irreleváns az eljárás alá vontnak az az egyébként semmilyen módon sem alátámasztott előadása, hogy a fogyasztói csoportok szervezésére irányuló tevékenység megkezdése óta panasz nem érkezett hozzá. Amint azt a Versenytanács által maradéktalanul osztott bírói gyakorlat megállapította, ha a védekezés elfogadást nyerne, az azt is eredményezhetné, hogy amennyiben egy termékről vagy szolgáltatásról telefonos vagy személyes megbeszélés során pontos tájékoztatás kapható, akkor az azt megelőző reklámban bármi következmények nélkül állítható lenne.

31. A fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának, s a fogyasztói magatartást jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás. A nyomtatott sajtóban megjelent, a jelen eljárásban vizsgált reklámok (lásd a 16-20. pontot) kétségek nélkül alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, amelyet önmagában az a tény is igazol, hogy az eljárás alá vont folyamatosan szükségesnek ítélte a reklámok igen jelentős költséggel történő közzétételét, hiszen a leendő ügyfelei számára ez jelenti a kapcsolatfelvétel alapját. A www.standardkft.eu honlapon közzétett kereskedelmi kommunikáció (lásd a 21. pontot) és a plakátok (22. pont) ugyanancsak alkalmasak a fogyasztói döntések befolyásolására.

32. A nyomtatott sajtóban megjelent, a fogyasztó anyagi helyzetének „egyesbe hozatalát” kínáló reklámoknak (lásd a 17. pontot) fontos figyelemfelkeltő hatása van, összehatásuk eljárás alá vont szolgáltatására irányítja azon kiszolgáltatót fogyasztói csoportok figyelmét, akik az elsődleges célcsoportot jelentik. Ezen fogyasztói kört nevesítetten is megszólítja a reklám, amint azt a kültéri plakátok (22. pont) kis teszik („nyugdíjasoknak”, „BÁR-listásoknak”).

33. A fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben lefolytatott eljárások kapcsán született korábbi bírósági ítéletek és versenytanácsi határozatok által is kiemelten

- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak ki kell terjedniük a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége [így pl. az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor],
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 20 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnnyújtással azonosítható.

34. A jelen eljárásban vizsgált, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok (lásd a 17. pontot) ezeknek a követelményeknek nem tettek eleget, hiszen a fogyasztó részére kínált összeg mértékére és a fogyasztó által havonta fizetendő összegre vonatkozó közlést és a havonta fizetendő díj fix voltára történő utalást szerepeltető reklám elolvasásakor a fogyasztó az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján, a reklám összhatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. Ezt az értelmezést erősítették a reklámok azon közlései, amely szerint a kínált szolgáltatás „egyenesbe hoz”, mivel a fogyasztók, s különösen a 28. a) pontban jelzett fogyasztók számára a felmerülő pénzügyi gond megoldása jellemzően nyilvánvalóan nem 3-25 év múlva esedékes. E reklámközlésekkel összefüggésben kiemelendő, hogy a fogyasztói csoportok a vásárlói joghoz, s nem a (kész)pénzhez való jutást célozzák. A reklámállításokkal szemben a fogyasztó a fogyasztói csoportba történő belépést követően nem szükségszerűen juthat közvetlenül pénzhez, mivel a Részvételi Szabályzat értelmében a fogyasztó által megszerezni kívánt dologra irányuló adásvételi szerződés megkötésében meghatározott vételárnak az eljárás alá vontat mint szervezőt terhelő részét az eladónak vagy magának a megbízónak az eljárás alá vont fizeti meg.

A összhatásukban pénzkölcsön nyújtására utaló reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet, hogy a kívánt dologhoz előtörlesztés-vállalással (a szerencseelem által befolyásoltan, lásd az 5. pontot), esetleg 25 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire van szükség, egyfajta sajátos belső hitelezésre, amely más oldalról azt eredményezi, hogy miközben a reklámok összhatása pénzkölcsönt, azonnali pénzhez jutási lehetőséget kínál, addig a fogyasztó olyan sajátos, akár 25 évig tartó előtakarékoskodásra kényszerül, amely után nem illeti meg kamat.

35. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámokban az eljárás alá vont szerepeltette annak közlését, hogy „a tájékoztatás nem teljeskörű. Részletes felvilágosításért hívja ügyfélszolgálatunkat.” A Versenytanács megítélése szerint önmagában ez, illetve egy, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás, de a fogyasztót megillető elállási jog sem szünteti meg a reklámok jogsértő jellegét. Ebből adódóan nem mutatkozott szükségesnek annak külön történő értékelése, hogy a reklámok

jellemzően a fenti közlést a tényleges észlelést megnehezítő módon, apró betűvel, többször a reklám egyéb részeinek olvasási irányára merőlegesen tartalmazták. Megjegyzendő, azt az eljárás alá vont is elismerte, hogy a reklámok mérete, s ebből eredően a betűk nagysága sokszor nem volt szerencsés.

36. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok tartalmazták azon közlést, hogy „cégünk fogyasztói csoportok szervezésével is foglalkozik”. Önmagában ennek reklámban való szerepeltetése nem változtat azon, hogy a fogyasztó a jelen esetben a reklám egésze alapján nem kapott reális tájékoztatást a szolgáltatás tényleges természetéről, illetve csak erősíti azon képzetet, hogy a kínált szolgáltatás révén az azonnali pénzhez jutás lehetősége nyílik meg, hiszen a közlés azt sugallja, hogy a jelen esetben nem fogyasztói csoport szervezése zajlik. E körben a Versenytanács nem fogadta el az eljárás alá vont azon védekezését, hogy az „is” szócska használata csak egy nyomdai hiba volt.

A Metropol című lap 2010. október 21-i, 28-i és november 11-i számában megjelent reklám a „cégünk fogyasztói csoportok szervezésével is foglalkozik” szöveg helyett a „cégünk fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik” közlést tartalmazta, ugyanakkor ezen módosítás nem eredményezte a fogyasztók pontos tájékoztatását. Ezzel összefüggésben a Versenytanács utal a Vj-163/2007. számú ügyben hozott (a bíróságok által megerősített) határozatában foglaltakra: a „fogyasztói csoport mindenkinek” szlogen nem alkalmas a reklám fő üzenetének, összhatásának a módosítására, a fogyasztók tényleges tájékoztatására a szolgáltatás valódi tartalmáról, hiszen a kifejezés nem utalt megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás és konstrukció mivoltára.

37. A Versenytanács kiemeli továbbá, ha a fogyasztó a számára kedvező kimenetelű sorsolás hiányában előtörlesztés vállalása révén jut vásárlási joghoz, akkor a reklámozott és a szerződésben meghatározott összegnél ténylegesen alacsonyabb mértékű juttatásban részesül.

Amint azt a Vj-132/2009. számú eljárásban is aláhúzta a Versenytanács, a fogyasztó által igényelt összeg nagyságától függetlenül megállapítható, hogy nem, vagy csak kivételes esetben felelnek meg a valóságnak a fix havi díjakra vonatkozó reklámállítások. A fogyasztói csoport tagjainak csak töredékére lehet igaz, hogy a reklámban szereplő havidíj mellett, a tagsági jogviszony keletkezésétől számított rövid időn belül ténylegesen hozzá is juthat a reklámban szereplő értékhez.

Ahhoz, hogy valaki meghatározott összegű vásárlói joghoz jusson, jelentős összegű előtörlesztést kell vállalnia. Ebben az esetben azonban megváltozik a szerződés tárgya, a szerződésben meghatározott összegnél sokkal alacsonyabb érték kerül rögzítésre. Az előtörlesztést vállaló számára a vásárlói jog elnyerését követően sem a fix havi díjak, sem a vásárlói jog értéke (a termék eladója által igényelt vételárhoz történő „közös” hozzájárulás) nem a tájékoztatások szerint alakul. „Sikeres” tehát csak a reklámokban megjelenítettektől számottevően eltérő feltételekkel lehet a fogyasztói csoport tagja.

38. A reklámokban szereplő nagyobb összegű (pl. 5, 10, 20 millió Ft-ot kitevő) vásárlói jogokkal kapcsolatos tájékoztatások kapcsán további problémák forrása, hogy ehhez több szerződést kell kötnie a fogyasztónak. A nagyobb összegek több megbízási szerződéssel, többszöri regisztrációs díjjal, még magasabb törlesztési hajlandósággal és nyilvánvalóan más nyerési eséllyel érhetőek el, így ezen összegek sem igazak önmagukban, megjelenítésük a reklámokban látható összefüggésben megtévesztő.

39. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére.

40. A Versenytanács megállapította, hogy a www.standardkft.eu címen elérhető honlap útján közzétett kereskedelmi kommunikáció (lásd a 21. pontot) is alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, mivel az téves képzetet kelt a fogyasztóban a kínált szolgáltatás természetét illetően. A fogyasztó részére kínált összeg mértékére és a fogyasztó által havonta fizetendő összegre vonatkozó közlések elolvasásakor a fogyasztó az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján, a reklám összhatása eredményeként arra a következtetésre juthat, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. Ezt az értelmezést erősítették például a honlap azon közlései, amely szerint a kínált szolgáltatás „egyenesbe hoz”, mivel a fogyasztók, s különösen az eljárás alá vont tevékenységével elsődlegesen megcélzott fogyasztói kör számára a felmerülő pénzügyi gond megoldása nyilvánvalóan nem 3-25 év múlva esedékes. A kereskedelmi kommunikáció alapján a fogyasztóban fel sem merülhetett, hogy a kívánt dologhoz előtörlesztés-vállalással (a szerencseelem által befolyásoltan, lásd az 5. pontot), illetőleg esetleg 25 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire (egyfajta belső hitelezésre) van szükség.

Kiemeli a Versenytanács, hogy a honlap tényleges korlátot nem képez a fogyasztók igen részletes, a valóságnak megfelelő tájékoztatása előtt. Ezzel a lehetőséggel eljárás alá vont nem élt, s a fogyasztók megtévesztésére alkalmas olyan kereskedelmi kommunikációt tett közzé, amely – az eljárás alá vont előadásával ellentétben – nem tárta fel a kínált szolgáltatás valódi természetét.

A honlap kapcsán a Versenytanács egyebekben visszautal a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok vonatkozásában kifejtettekre (33-38. pont).

41. Az eljárás alá vont által alkalmazott plakátok (22. pont) ugyancsak alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére, mivel téves képzetet keltenek a fogyasztóban a kínált szolgáltatás természetét illetően. A „300 000 Ft 3 évre” és az „500 000 Ft már 2495 forinttól” közlések elolvasásakor a fogyasztó arra a következtetésre juthat, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. A kereskedelmi kommunikáció alapján a fogyasztóban fel sem merülhetett, hogy a kívánt dologhoz előtörlesztés-vállalással (a szerencseelem által befolyásoltan, lásd az 5. pontot), illetőleg esetleg 25 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire (egyfajta belső hitelezésre) van szükség.

A plakátok kapcsán a Versenytanács egyebekben visszautal a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok vonatkozásában kifejtettekre (33-38. pont).

42. A Versenytanács megjegyzi, hogy a fogyasztók felé irányuló kereskedelmi kommunikáció problematikus voltára mutat rá az is, hogy az eljárás alá vont által szervezett és működtetett fogyasztói csoportok esetében a rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan magas az elállási, illetve felmondási joggal élő, illetőleg a havidíjat nem teljesítő fogyasztók aránya (lásd a 15. pontot).

A Versenytanács döntése

43. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. augusztus 4. és 2010. november 11. között reklámokkal, a plakátokkal, illetőleg a www.standardkft.eu címen elérhető honlapon 2010. augusztus 4-től a közzétett kereskedelmi kommunikációval fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a

fogyasztók számára valótlán képet nyújtott az általa kínált szolgáltatásról, s a fogyasztók ezáltal tévesen azt gondolhatták, hogy a szerződés megkötését követően azonnal pénzhez jutnak. Az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-ának (1) bekezdésére] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A Versenytanács a jogsértéssel érintett időszakot a kereskedelmi kommunikációk azok alkalmazásának ismert időpontjai alapján határozta meg.

44. A jogsértés Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével megtiltotta az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. november 11. előtt megjelentetett, a plakátokon és a www.standardkft.eu címen elérhető honlapon közzétett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló, a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását. A határozat értelmében az eljárás alá vont a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével nem teheti közzé a jogsértőnek minősülő tartalommal bíró kereskedelmi kommunikációkat.

A korábban valamely reklám nyomtatott sajtóban történő megjelenése tárgyában megkötött szerződés teljesülését az eljárás alá vont köteles oly módon megakadályozni, hogy 5 munkanap elteltével jogsértő reklám az adott lapban ne jelenjen meg.

45. A fogyasztók megfelelő tájékoztatása érdekében a Versenytanács a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének h) pontja alapján a jogsértő tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét rendelte el. Az előírt tartalom szerinti tájékoztatást az eljárás alá vont köteles bármilyen kommentár nélkül

- a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül két-két alkalommal, legalább 90x90 mm méretben azon lapokban megjelentetni, amelyekben a jogsértő tartalommal bíró kereskedelmi kommunikációk közzétételre kerültek (lásd a 13. pontot),
- a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanapon belül helyezze el a www.standardkft.eu című honlap nyitó oldalán, a közzététel időpontjától számított legalább 3 hónapig.

A Versenytanács kötelezte az eljárás alá vontat, a határozat kézhezvételétől számított 45 napon belül igazolja, hogy a meghatározott tájékoztatást az előírtaknak megfelelően közzétette, azaz a tájékoztatást

- a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül két-két alkalommal, legalább 90x90 mm méretben az adott lapokban megjelentette,
- a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanapon belül elhelyezte a www.standardkft.eu című honlap nyitó oldalán.

46. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpvt. 78. §-ának (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele időben elhúzódott, több mint három hónapon át zajlott,
- az elkövetési mód kapcsán nagyfokú intenzitás állt fenn, a jogsértő reklámok jelentős példányszámú, a fogyasztók igen széles körét elérő lapokban sok alkalommal jelentek meg (lásd Vj-90-004/2010., illetve a határozat 16. pontja),

- a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb (lásd a 28. pontot),
- az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül,
- a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés, s így a kereskedelmi gyakorlat hatása időben elhúzódó,
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthatnak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban.

A fentiek mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert költségek (a kiszabott bírságot többszörösen meghaladó) mértékére (lásd Vj-90-004/2010.), s a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 1.600.000 Ft-ban, a kiszabható legmagasabb összeghez közeli mértékben határozta meg. A bírság kiszabása során a Versenytanács az eljárás alá vont 2010. évi nettó árbevétele kapcsán az eljárás során ismertté vált adatokra (Vj-90-006/2010., Vj-90-015/2010.) volt figyelemmel.

47. 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. §-a (1) bekezdésének a) pontja 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.

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése 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 Tpv. 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.

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).

VIII. Egyéb kérdések

48. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok nemcsak az Fttv. szerinti fogyasztókat célozták meg [az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztónak minősül az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy], hanem vállalkozásokat („cégeket”) is, mindazonáltal a Versenytanács az ügyindító végzés szabta

keretek között eljárva kizárólag eljárás alá vontnak a fogyasztókkal szemben tanúsított kereskedelmi gyakorlatát értékelte az Fttv. alapján.

49. A Versenytanács az eljárás alá vont által előadottakra figyelemmel kiemeli, hogy a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének eljárás alá vont által hivatkozott, PJ-I-115/2010. számú határozata nem bír relevanciával a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációk Fttv. szerinti megítélése vonatkozásában. A határozat rögzíti, a piacfelügyeleti eljárás célja annak megállapítása volt, hogy az eljárás alá vont fogyasztói csoportszervező tevékenysége megvalósít-e valamely, a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény 3. §-ának (1) és (2) bekezdésében felsorolt pénzügyi szolgáltatást vagy kiegészítő pénzügyi szolgáltatást.

50. Amint azt a Versenytanács rögzítette (lásd a 23. pontot), mellőzte az eljárás alá vont által a fogyasztókkal való szerződéskötés kapcsán alkalmazott dokumentumok kereskedelmi kommunikációként történő értékelését. A Versenytanács nem osztotta eljárás alá vontnak ezzel kapcsolatos előadását, mivel a Versenytanács megítélése szerint a szerződéskötési folyamat során szerepet játszó dokumentumok alkalmazása pontos körülményeinek, így különösen a vizsgálattal érintett időszakban a szerződéskötések során a különböző dokumentumok kapcsán elhangzott szóbeli tájékoztatások pontos feltárása a jelen eljárásban nem várható, azzal, hogy a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok, a plakátok és a honlap értékelése ennek hiányában is elvégezhető volt.

51. 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.

Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

Az Fttv. 11. §-ának (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.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennállását. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- a vizsgált kereskedelmi gyakorlat részben országos terjesztésű napilap útján valósult meg,
- a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el.

52. A Tptv. 74. §-ának (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács tárgyalást tart, ha azt az ügyfél kéri, vagy az eljáró versenytanács szükségesnek tartja. Az eljáró versenytanács az

előzetes álláspont megküldésével egyidejűleg nyilatkozattételre hívja fel az ügyfelet arról, hogy kéri-e tárgyalás tartását. A tárgyalás napját úgy kell meghatározni, hogy az ügyfélnek módjában álljon a tárgyalásra felkészülni.

A Versenytanács a Tpvt. előírásainak megfelelően megküldte az eljárás alá vont részére előzetes álláspontját, s felhívta, nyilatkozzon arról, kéri-e tárgyalás tartását. Az eljárás alá vont a megadott határidőig tárgyalás tartását nem kérte, a tárgyalásra megjelölt időpontban nem jelent meg, ezért a tárgyalás tartását szükségesnek nem ítéltő Versenytanács határozatát tárgyalás mellőzésével hozta meg.

53. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2011. január 27.

dr. Tóth András sk.
a Versenytanács elnöke
versenytanácstagként eljárva

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanács tag

dr. Zlatarov László sk.
versenytanács tag