



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 211.

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

Ügyszám: VJ/74/2013

Iktatószám: VJ/74-35/2013.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Kende, Molnár-Bíró, Katona Ügyvédi Társulás (Bálint, Kállai és Kende Ügyvédi Iroda, 1118 Budapest, Villányi út 47.) által képviselt **Citroen Hungária Kft.** (1194 Budapest, André Citroen u.1.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően – meghozta a következő

h a t á r o z a t o t

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Citroen Hungária Kft. a 2012. december 1. és 2013. november 5. közötti időszakban alkalmazott kommunikációjával tisztességtelen magatartást tanúsított, amikor a Citroen utócsere Program kereskedelmi kommunikációja egyes kommunikációiban megtévesztő módon egyrészt azt közölte, hogy a fogyasztó „vásárlás” útján szerzi meg az új gépkocsit, másrészt megtévesztő módon elhallgatta azt, hogy a feltüntetett legalacsonyabb ár és a kiterjesztett garancia csak a cég által szervezett fizetési konstrukció esetén volt elérhető.

A jogsértés megállapítása mellett az eljáró versenytanács megtiltja a további jogsértő magatartás folytatását és kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást, hogy a jelen határozat kézhezvételét követően 5 napon belül hagyjon fel azzal. Egyben a Citroen Hungária Kft. eljárás alá vont vállalkozást 40.000.000,- – azaz negyvenmillió – Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezi, amely összeget a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlájára köteles megfizetni.

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótlékot köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja

el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

I.

Az eljárás megindítása

1. A vizsgálatot elrendelő, a versenyfelügyeleti eljárást megindító végzés indokolása szerint a Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a Citroen Hungária Kft. a 2012. december 1-jén kezdődő Citroen Autócsere Program népszerűsítésére használt kereskedelmi kommunikációja során egyes kommunikációs eszközökön nem tüntette fel, hogy a Citroen Autócsere Finanszírozás, mint pénzügyi konstrukció a Citroen Autócsere Program szerves részét képezi, és azt sem, hogy a kereskedelmi kommunikációban meghirdetett
 - legalacsonyabb ár,
 - illetve kiterjesztett garanciaelérésére a fogyasztó számára csak akkor nyílt lehetőség, ha a Roncsprémium igénybevétele mellett a kiválasztott gépjárművet, illetve annak vételárát a Citroen Autócsere Finanszírozás keretében ajánlott pénzügyi lízing segítségével egyenlíti ki.
2. A GVH észlelte továbbá, hogy az így ajánlott pénzügyi konstrukció révén többletköltségek is felmerülnek, mely a fogyasztók számára a konstrukció jellegének korlátozott kommunikálása miatt csak egy részletesebb ajánlatkérés után válik világossá.
3. Fenti magatartásával a Citroen Hungária Kft. a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-ának (1) bekezdés c) pontjára, illetve az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdésére figyelemmel valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében rögzített tilalmat. Ezért a GVH 2013. szeptember 23-án versenyfelügyeleti eljárást indított a Citroen Hungária Kft. ellen. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárást megindító végzés indokolása szerint kiterjed „az eljárás alá vont által a Citroen Autócsere Program népszerűsítése során kifejtett teljes kereskedelmi gyakorlatára.”

II.

Eljárás alá vont vállalkozás

4. Az eljárás alá vont vállalkozás, a Citroen Hungária Gépjárműforgalmazó Korlátolt Felelősségű Társaság (rövidített cégnév: Citroen Hungária Kft. Cg.01-09-269.898) 1994. évben alakult, egyedüli tulajdonosa a franciaországi anyacég, az Automobiles Citroen S.A.
5. A Kft. főtevékenysége személygépjármű, könnyűgépjármű-kereskedelem. Az eljárás alá vont a Citroen márkájú gépjárművek hazai kiskereskedelmi értékesítését végzi.

Az eljárás alá vont főbb tevékenységét az alábbiak szerint határozta meg:¹

- termékek beszerzése és továbbértékesítése,
- a márkának az értékesítési területen történő népszerűsítése,
- az értékesítési hálózatok – nevezetesen az újjáépítési-kereskedelmi hálózat, a javítóműhely-hálózat és az alkatrész-kereskedelmi hálózat – kereskedelmi irányítása.

6. A 2013-as évi nettó árbevétel:² 7.564.949.647 Ft.

A 2012-es üzleti évben elért nettó árbevétel:³ 10.470.434.000 Ft (az eljárással érintett promóció kezdő időpontja 2012 decemberére tehető).

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

7. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett szolgáltatás a Citroen Autócsere Program, közvetve a programban szereplő Citroen gépjárművek eladása. Az eljárás alá vont által tanúsított – jelen ügyben vizsgált – magatartás a személygépjárművek kiskereskedelmi értékesítésében nyilvánult meg.
8. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az érintett piaci szektor erősen kínálati piac, mivel statisztikákkal alátámasztottan az új személygépjárművek forgalomba helyezése folyamatosan csökkent.⁴ Az eljárás alá vont vállalkozás személyautó piaci részesedése 3,03%-os, melynek nagyjából 1/3-a tekinthető releváns piacnak tekintve, hogy az akció természetes személy fogyasztókat célozott.
9. A piac keresleti oldalát tekintve – az eljárás alá vont előadása szerint – elmondható, hogy a gépjárművek, azaz a beruházás értékére is figyelemmel a fogyasztók választására jellemző, hogy előzetesen tájékozódnak a kiválasztott gépjármű áráról, elérhetőségéről, felszereltségéről. A fogyasztói döntéseket nagyban segítik, hogy az egyes személygépjárművekkel kapcsolatban a legtöbb szükséges információ a márkakereskedések honlapján megtalálható, így a fogyasztók viszonylag széles körű ismeretekkel kereshetik fel az egyes márkakereskedéseket. Az eljárással érintett Citroen Autócsere Program azokat a magánszemélyeket célozza meg, akik szeretnék régebbi autójukat lecserélni, de azt eddig valamilyen okból nem teheték meg.⁵
10. A Citroen Hungária Kft. 2012 decemberében hirdette meg Citroen Autócsere Programját, mely program részben megváltozott feltételek (pl.: kibővített márkakínálat) mellett és részben megváltoztatott kommunikációval a mai napig elérhető.
11. A vizsgált időszak az akció kezdetétől a 2013. november 5-éig terjedő időszakot öleli fel.

¹Vj/74-15/2013. számú adatszolgáltatás 1. pontja.

²Vj/74-15/2013. számú adatszolgáltatás 2. pontja

³A 2012-es üzleti évet záró eredménykimutatás alapján, Vj/74-9/2013. számú irat

⁴Vj/74-2/2013. számú adatszolgáltatás 1.4. pontja.

⁵Eredetileg P/637-2/2013. számú adatszolgáltatás M/14. számú mellékletének 1.1. pontja, átemelve a Vj/74-8/2013. számú irat 1. számú mellékleteként.

12. Az eljárás alá vont a következő kommunikációs eszközöket alkalmazta: rádióreklámok, televízió-reklámok, bannerhirdetések, saját honlap, sajtótermékek, plakátok, billboardok és hírlevelek.
A vizsgált időszakban azonban a rádióreklámok nem kerültek adásba, így azokat a GVH sem értékelte.
13. A megjelentetett hirdetéseket részletesen a jelen határozat 1. számú melléklete tartalmazza.
14. A hirdetések részletes megjelenési adatai a jelen határozat 2. számú mellékletében kerülnek bemutatásra.
15. A Citroen Autócsere Programból származó nettó árbevétel:⁶ [üzleti titok] Ft.
16. Az eljárás alá vont az általa meghirdetett Citroen Autócsere Programmal kapcsolatban kereskedelmi kommunikációban:
- a./ a fogyasztók számára nem egyértelmű módon állította, hogy az új gépjárművet megvásárolhatják, vagy lízingelhetik, miközben a Program részeként a Finanszírozás elengedhetetlen volt,
 - b./ a fogyasztókat arról tájékoztatta, hogy a hirdetésben foglalt ajánlat csak tájékoztató jellegű és nem teljes körű, a részleteket az akcióban résztvevő márkakereskedőtől lehet megtudni,
 - c./ a fogyasztók számára érzékelhető módon nem tüntette fel, hogy a Program elválaszthatatlan részét képezi a Citroen Autócsere Finanszírozás, így a meghirdetett legalacsonyabb ár és a kiterjesztett garancia elérésére a fogyasztónak csak akkor nyílik lehetősége, ha a Roncsprémium igénybevétele mellett a kiválasztott gépjármű ellenértékének kiegyenlítésére a Citroen Autócsere Finanszírozás keretében ajánlott pénzügyi lízinggel került sor. A meghirdetett legalacsonyabb ár pedig a pénzügyi lízing igénybevételére tekintettel nem tartalmazza azokat a plusz költségeket, amelyek a lízingszerződés alapján a fogyasztókat még terhelik.

IV.

Az eljárás alá vont álláspontja

17. Az eljárás alá vont álláspontja szerint teljes mértékben jogszabályszerűen járt el, kivétel nélkül valamennyi hirdetésében feltüntette az akció feltételeivel kapcsolatos információkat.
18. A Citroen Hungária Kft. nyilatkozatában kiemelte, hogy a hirdetéseiben kiemelten hangsúlyosan szerepel:

⁶Vj/74-15/2013. számú adatszolgáltatás 2-3. pontja

- hogy a hirdetésben említett és a www.citroen.hu honlapon részletezett kedvezményhirdetésekből feltüntetett összege a Citroen Autócsere Finanszírozás igénybevételéhez kötődik (...);
- hogy az ajánlat tájékoztató jellegű és nem teljes körű (...);
- hogy az ajánlat részleteiről, annak pontos feltételeiről az ügyfél tájékoztatást kaphat a www.citroen.hu honlapon, illetve bármely Citroen márkakereskedésben.

19. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozatot is előterjesztett.

20. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra adott válaszában, illetve a tárgyaláson még az azzal is érvelt, hogy a Társaság kereskedelmi kommunikációja során teljes mértékben a jogszabályoknak megfelelően járt el, az alábbiak szerint.

21. A Társaságnak a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező kereskedelmi gyakorlata

- egyrészt teljes mértékben összhangban van a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló 2005/29/EK irányelvvel, tekintettel arra, hogy a hirdetéseiben és reklámjaiban egyaránt tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy az azokban foglalt ajánlat csak tájékoztató jellegű és nem teljes körű, a részleteket az akcióban résztvevő márkakereskedőktől, valamint a Társaság hivatalos weboldaláról lehet megtudni,
- másrészt pedig a Társaság valamennyi hirdetésében feltüntette az akcióval kapcsolatos lényeges információkat.

22. A Társaságnak a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező kereskedelmi gyakorlata nem valósította meg az Fttv. mellékletében felsorolt egyetlen kirívó jogszértést sem.

A már gépjárművel rendelkező potenciális, a kifogásolt kereskedelmi kommunikációval megcélzott fogyasztók számára köztudott tény, hogy egy gépjármű finanszírozásának (lízingnek) további költségei (kamat) vannak, így ebből a szempontból megtévesztés szóba sem jöhet.

23. A potenciális vevők előtt ismert az, hogy a zárt végű pénzügyi lízinggel a fogyasztó megszerzi a gépjármű tulajdonjogát. A kiterjesztett garancia egy olyan további kedvezmény a fogyasztó számára, melynek értéke nem számszerűsíthető, de jelentős kedvezményeket nyújt a fogyasztónak, ugyanakkor többletköltsége a fogyasztó felé nincs.

24. Az „ügyleti döntés” nem információ beszerzésével kapcsolatban meghozott döntés, hanem arra vonatkozik, hogy a fogyasztó megvásárolja a terméket. Ezzel figyelemmel az üzleti döntésnek nem része a figyelemfelkeltés alapján megkezdett információgyűjtés.

25. A kereskedelmi kommunikációval érintett termék, a gépjárművásárlás vonatkozásában a fogyasztók jól tájékozottak. A megcélzott vásárló kör jellemzően azokból áll, akiknek több mint 10 éves gépkocsi áll a tulajdonukban. A tíz évvel ezelőtti értékesítési adatok alapján megállapítható volt, hogy az akkor elterjedten alkalmazott „finanszírozási” forma, a lízing az akkori vásárlók mintegy 45%-nak ismert volt, mert ezen a módon vásárolták gépkocsijukat. A mai teljes vásárlói szám viszont a tíz évvel ezelőtti vásárlási

számadatnak csak kb. 25%-a, vagyis a mai vevők (gépkocsi csere esetén) nagy számban a korábban „finanszírozott” körből kerültek ki.

26. Hangsúlyozta, hogy a hirdetéseknek és reklámoknak a fogyasztó üzleti döntésére gyakorolt hatása nem számottevő. Előadta, hogy a honlapjának egy havi látogatottsága (kb. 80 ezer megtekintés) és az éves értékesítési adatok (300 darab) is nagyságrendi különbséget mutatnak, így a kommunikációjának hatékonysága jelentéktelen.
27. A fentiek elutasítása esetén a kötelezettségvállalással kapcsolatban megjegyezte:
- jelen ügyben kikristályosodott joggyakorlatról nem lehet szó, tekintettel arra, hogy az a GVH által hivatkozott jogesetek alapján egységes szolgáltatás nyújtásával kapcsolatban áll fenn, és ebben az esetben két különálló gazdasági társaság nyújtja a szolgáltatásokat; és
 - a Társaság maradéktalanul megfelel a kötelezettségvállalás elfogadásához szükséges feltételeknek.
28. Az eljárás alá vont előadta, hogy tekintettel arra, hogy nem áll fenn a Közlemény V. fejezetében részletezett, a kötelezettségvállalási nyilatkozat elfogadása ellen szóló körülmény, és hogy az elfogadása mellett szóló feltételeknek a Társaság maradéktalanul megfelel, ezért kérte, hogy az eljáró versenytanács a Társaság korábbi beadványai és a Vj/074-32/2013. számú beadványa I. pontjában foglaltak alapján a Társaság 2013. november 20-án kelt (Vj/074-6/2013) beadványában foglalt kötelezettségvállalási nyilatkozatát fogadja el, és egyidejűleg a versenyfelügyeleti eljárást a jogsértés tényéről való döntéshozatal nélküli szüntettesse meg.

V.

Jogi háttér

29. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény 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.
30. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
31. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.

Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint 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.

A h) pont szerint 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.

32. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

33. Az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése 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 (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 fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

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

35. 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.

36. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének c) pontja 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 különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

37. Az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerint 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).

38. Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése alapján, 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.
39. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 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.
40. 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.
41. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
42. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács határozatában a d) pont alapján megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, az f) pont alapján megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
43. 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.

VI.

A vizsgált magatartás értékelése

44. Az értékelendő magatartás a következőképpen foglalható össze: az eljárás alá vont vállalkozás az általa alkalmazott kommunikációs eszközökben, a megjelentetett hirdetéseiben nem minden esetben tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy a régi autójuk leadása mellett elengedhetetlenül szükséges az is, hogy az új gépkocsit a Citroen Autócsere Finanszírozás igénybevételével szerezzék meg és csak ebben az esetben illeti meg a vásárlót a legolcsóbb ár és a kiterjesztett garancia. Egyes kommunikációs eszközökön pedig a vásárlást jelölte meg az eljárás alá vont a kedvezmények igénybevételére. A két, némileg összefüggő kedvezmény az elérhető legalacsonyabb ár és a 4 évre kiterjesztett garancia.
45. A 1. sz. mellékletben közölt hirdetések szövegéből megállapítható, hogy a vizsgált 15 féle hirdetésből
- 4 sem a Citroen Autócsere Finanszírozást, sem az emelt szintű, 4 éves garanciát nem tartalmazta (a TV. 1. és 2. számú hirdetés, és a Hírlevél 2. és 3. sz. hirdetés),
 - 2 nem tartalmaz az emelt garanciára utaló ismertetést (a plakát és a billboard),
46. A megjelentetett 15 kommunikációban egy kivétellel (hírlevél 3. sz. hirdetés) valamennyiben szerepelt az, hogy „vásárlás” útján szerzi meg a fogyasztó az új gépkocsit, miközben a valóságban csak lízing esetén voltak elérhetőek az ígért kedvezmények. Abban az esetben, ha esetleg a fogyasztó régi gépkocsijának leadása mellett készpénzzel kívánta az új gépkocsi árát kiegyenlíteni, akkor viszont 300.000 Ft-tal magasabb áron tudta csak megszerezni a gépkocsit többlet garanciával.
47. A jelen eljárásban ezek után azt vizsgálta az eljáró versenytanács, hogy a közreadott, illetve hiányosan közölt információk olyan jogsérelmet okoztak-e a fogyasztónak, amely a törvény rendelkezéseibe ütközik, illetve, hogy az esetleg alkalmazott állítások révén – a mulasztástól függetlenül – önmagukban megtévesztőnek minősülnek-e az egyes hirdetések.
48. Az eljárás alá vont vállalkozás a 2012. december 1. és 2013. november 5. közötti kereskedelmi gyakorlata során
- a.) egyrészt a vizsgált hirdetéseiben egyes esetekben a vizsgált állításaival azt az üzenetet közvetítette a fogyasztók felé, hogy
 - korábbi öreg gépkocsijuk leadásával
 - akár a meghirdetett legalacsonyabb áron,
 - 4 éves kiterjesztett garanciával a Citroen Autócsere Program segítségével egyes, hirdetett Citroen típusú gépjárművek **megvásárolhatóak**. (Fttv. 6.§.)
 - b.) másrészt elhallgatta azt a tényt, hogy a kiterjesztett garanciát és a legjobb árat csak akkor lehet elérni, ha a fogyasztó igénybeveszi a cég által nyújtott lízing-szolgáltatást. (Fttv. 7.§.)

A valótlan információ kereskedelmi gyakorlatban történő megjelenítése kapcsán kiemелendő, hogy az Fttv. 6. §-a szerinti jogsértő megtévesztés megállapításához

elegendő, ha a kereskedelmi gyakorlat alkalmas a fogyasztók döntésének befolyásolásra, nem szükséges, hogy a torzítás ténylegesen megtörténjen.

49. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdésében rögzített megtévesztő mulasztásról van szó, ha a kereskedelmi gyakorlat nem vagy nem megfelelően tartalmaz egy, a fogyasztó üzleti döntését meghatározó, ezért a jogalkotó által jelentősnek ítélt körülményt. Az az információ minősül jelentősnek, amely az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott üzleti
50. Az adott esetben az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljáró alá vont valótlan tájékoztatás közölt azon kommunikációs eszközeiben, amelyekben a Citroen Autócsere Program keretében ígért kedvezményeket a gépjármű „vásárlása” esetén ígérte a fogyasztóknak, holott azok csak pénzügyi lízing konstrukció igénybevétele esetén voltak elérhetőek. Erre figyelemmel az eljáró versenytanács az eljárás alá vont vizsgált kereskedelmi gyakorlatát valótlan információ megjelenítése miatt az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja, az elhallgatott információ miatt pedig az Fttv. 7.§. (1) bekezdése alapján értékelte.

Az értékelés jogi kerete

51. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.
52. Tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat végfelhasználóknak, így természetes személy fogyasztóknak is szól, a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. rendelkezései szerint értékelendő.
53. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:
- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”), vagy
 - ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-okban szabályozott feltételeket, vagy
 - ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek.
54. A szabályozás logikájából (generális-speciális viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.

A fogyasztó megtévesztése

Az érintett fogyasztó, a célcsoport

55. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat elsősorban azon fogyasztókra irányul, akik személygépkocsi vásárlását tervezik, tervezhetik. A megcélzott fogyasztói kör

elsősorban olyan, már gépjárművekkel rendelkező személyeket ölelt fel, akik rendelkeznek már gépjárművel, de az általuk használt gépjármű gyártására 2002. december 31-ét megelőzően került sor.

56. Ezen fogyasztói kör esetén, figyelemmel a beruházás értékére is, az ésszerűen eljáró átlagfogyasztó jellemzőit kell alapul venni.
57. A kereskedelmi kommunikációval megcélzott fogyasztók esetében, akik tervezik meglévő gépjárműveik lecserélését, a gépjármű csere, a cserével elérhető árelőny – különös figyelemmel arra, hogy egyes régebbi típusú gépjármű esetén az 1 millió Ft-os beszámítás meghaladja a régi gépjármű értékét -, illetve az ezekre vonatkozó állítások alkalmasak lehetnek arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
58. Nem fogadta el az eljáró versenytanács az eljárás alá vont vállalkozásnak azt a védekezését, hogy az adott esetben nem az általános fogyasztó ismereteit kell figyelembe venni, illetve, hogy a megcélzott fogyasztói kör ismerné a „zárt végű pénzügyi lízing” összes fontos paraméterét. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ugyanis a tíz évvel korábban vásárlóként fellépő fogyasztók és a jelen eljárásban megcélzott fogyasztók közötti átfedést az eljárás alá vont nem igazolta, az általa felhívott számadatok nem utalnak valódi, egzakt összefüggésre a két csoport között, valamint a pénzügyi lízing konstrukciója nem tekinthető olyan finanszírozási formának, amelyről külön figyelemfelhívás nélkül a fogyasztók tudomással bírnának. A Versenytanács I.6.26. sz. elvi állásfoglalása szerint:

I.6.26. A fogyasztók megtévesztése csak akkor történik [...], ha a bármilyen módon megtévesztésre alkalmas információ az ésszerűen eljáró fogyasztókat olyan döntésre sarkallhatja, amit a valós információ ismeretében nem hoztak volna. Ebből azonban nem következik az, hogy a megtévesztésre alkalmas reklámot automatikusan jogszerűvé tenné az, ha a fogyasztó a vásárlás helyszínén hozzájut(hat) a valós (teljes körű) információhoz. A megtévesztésre alkalmas reklám által felkeltett fogyasztói igényt ugyanis nem feltétlenül oltja ki a vásárlásban való végső döntést megelőzően kapott valós tájékoztatás. (Vj-191/2007.lásd: a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának elvi jelentőségű döntései: I.6.26. pont.)

Erre is tekintettel nem fogadta el az eljáró versenytanács az eljárás alá vontnak azt az érvelését, mely szerint a 2005/29/EK irányelv 7. cikk (4) bekezdés a) pontja alapján elegendő lehet a figyelemfelkeltést követően a vásárlás helyszínén megadni a szükséges további részleteket, még abban az esetben sem, ha a döntési folyamat valójában több hetet vesz igénybe és a termék lényeges tulajdonságait a kereskedő megadja és a további adatokkal kapcsolatban utal a saját internetes oldalára, ahol az alapvető jelentőségű információk megtalálhatóak.

A hivatkozott irányelv adott pontja a fenti megállapításokat nem tartalmazza, hanem azt, hogy „Vásárlásra való felhívás esetén az alábbiakra vonatkozó információ minősül jelentősnek, amennyiben az a körülményekből nem tűnik ki: a.) a termék lényeges tulajdonságai, a kommunikációs eszköznek és a terméknek megfelelő mértékben;”

Az eljárás alá vont vállalkozás által ugyanezen kérdéskörben hivatkozott EBH2013.K.4. számú határozatra is, amely utal a C-122/10 számú ítéletre. Ezek szerint ugyancsak „akkor megfelelő a reklám, ha a termék lényeges tulajdonságait megadja, és a további

adatokkal kapcsolatban utal a kereskedő internetes oldalára, ahol az alapvető jelentőségű információk megtalálhatók.”

A fogyasztó üzleti döntése

59. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat kapcsán a megtévesztésre a fogyasztók figyelmének felkeltésekor került sor. Ez a pont az Fttv. értelmében üzleti döntésnek minősülhet, mert a fogyasztó arra irányuló döntését testesíti meg, hogy a vállalkozással kössön-e, illetve milyen feltételek mellett szerződést. Jelen esetben a fogyasztó üzleti döntését képezheti az is, hogy a kereskedelmi kommunikáció nyomán a fogyasztó felkeresi a www.citroen.hu weboldalt, és ott a Citroen Autócsere Finanszírozás részleteivel kezd foglalkozni. Az ilyen irányú döntés egyik legmeghatározóbb kiindulópontja – a beruházás értékére is figyelemmel – a vizsgálattal érintett termék esetében annak ára, illetve az autócseréhez kapcsolódó pénzügyi konstrukciók megismerése, a kapcsolódó kedvezmények igénybevételének lehetősége. A fogyasztó döntését továbbá befolyásolni képes, hogy az ajánlat reálisan elérhető-e a számára.
60. Fentiekre tekintettel az eljárás alá vont kedvezményes árra, meglévő gépjármű kedvező beszámítására vonatkozó közlése az üzleti döntés befolyásolására képes volt.
61. Utal az eljáró versenytanács arra a töretlen és a bíróságok által is jóváhagyott gyakorlatára, amely szerint az üzleti döntés első lépése a figyelemfelkeltő kommunikáció megismerése.

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.

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. § üzleti 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, s így üzleti döntésnek minősülnek például a fogyasztó azon döntései, hogy azonosítja a kielégítendő szükségletet, s ezzel kapcsolatban a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik szolgáltatását (termékét), s azt milyen feltételekkel választja,

A fogyasztó egyre több esetben hosszú távú, nemritkán számos alkalommal módosítandó szerződéses kapcsolat megkötéséről dönt, amely esetben a szerződés módosítására, vagy akár a szerződés megszüntetésére vonatkozó ügyleti döntés fontossága a szerződés megkötésének fontosságát is felülmúlhatja.

Az ügyleti döntés kapcsán tehát kiemelendő, hogy

- a. az ügyleti döntés elválhat a szerződés megkötésének aktusától,
- b. egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés meghozatalára is sor kerülhet.

Az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában, így például ha a fogyasztó az esetlegesen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat hatására módosítja az adott esetben szóba jöhető helyettesítő árukra vonatkozó preferencia-sorrendjét, vagy egy kereskedelmi kommunikáció hatására olyan árut von be az alternatívák értékelési körébe, amely addig nem volt ismert számára, a fentiek alapján az Fttv. védett jogi tárgya a fogyasztói döntés teljes folyamata. (Vj-104/2009., Vj-132/2009., lásd: a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának elvi jelentőségű döntései: I.2.2. pont.)

62. Utal arra is az eljáró versenytanács, hogy a joggyakorlat a mulasztással megvalósuló megtévesztés körében is azonos módon értékeli a megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot.

I.7.1. Az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében rögzített tilalom megsértése nemcsak aktív tényállítással, hanem megtévesztő mulasztással is megvalósulhat. 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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Annak elbírálása során, hogy az első feltétel teljesül-e, figyelembe veendő valamennyi tényyszerű körülmény és a kommunikációs eszköz korlátai. Ez utóbbi vonatkozásában alkalmazandó az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése is, amely szerint ha a kommunikációs 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.

E rendelkezés kapcsán kiemelendő, hogy a megtévesztő mulasztás (jellemzően valamely lényeges információ kommunikációs eszközről történő mellőzése vagy a kommunikációs eszköz kivitelezése révén történő elrejtése) esetén önmagában nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli mentesüléséhez, ha a kommunikációs eszköz térbeli vagy időbeli korlátokkal rendelkezik és nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli mentesüléséhez az sem, ha a vállalkozás később biztosítja a kommunikációs eszköz által nem közölt információk megismerését, adott esetben legkésőbb szerződés megkötésekor lehetővé téve a szerződési feltételek részletes megismerését, mivel ez jellemzően teljes egészében már nem tudja meg nem történté tenni a döntési folyamat korábbi szakaszával összefüggésben tanúsított tisztességtelen magatartást.

Ettől eltérő a helyzet, ha a vállalkozás a valamely információt elhallgató vagy elrejtő kommunikációs eszköz megismerésével azonos időpontban, illetve még a döntési folyamat azonos szakaszában az információt eljuttatja a fogyasztók számára. A második feltétel kapcsán aláhúzendő, hogy [az] üzleti döntés befolyásolására való alkalmasság is elegendő a jogsértés megállapításához. (Vj-6/2009., Vj-117/2009., lásd: a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának elvi jelentőségű döntései: I.2.2. pont.)

A fogyasztó által észlelt üzenet (a kereskedelmi kommunikáció összhatása)

63. Az eljárás alá vont által közzétett kereskedelmi kommunikáció nyomán a fogyasztó az alábbi üzeneteket észlelhette:

- korábbi öreg gépkocsija leadásával
- akár a meghirdetett legalacsonyabb áron,
- 4 éves kiterjesztett garanciával elérhetőek a Citroen Autócsere Program segítségével egyes, hirdetett Citroen típusú gépjárművek,
- a fogyasztó a gépkocsit megvásárolhatja.

A vizsgált magatartás értékelése az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés c) pontja alapján

64. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének c) pontja 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 különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

65. Az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

a) – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott üzleti 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 üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas

(a továbbiakban: megtévesztő mulasztás).

66. Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése alapján, 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.

A termékkel kapcsolatos kommunikáció a vásárlással, mint tulajdonszerzési móddal kapcsolatban

67. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a vizsgált valamennyi (15 féle) kommunikáció tartalmazta azt, hogy a fogyasztó a gépkocsit „megvásárolja”, ami az ésszerűen eljáró fogyasztó számára nyilvánvalóan a legelterjedtebb tulajdonszerzési módra, az adásvételi szerződésre utalást jelent.
68. Ez a megállapítás csak a két televíziós reklámnak az apró betűs részére nem vonatkozik, tekintettel arra, hogy azokat az eljáró versenytanács úgy minősítette, hogy a vásárlásra utalás nem volt észlelhető, az ilyen módon megjelenített kommunikációt a versenyjogi gyakorlat nem tekinti „észlelhető kommunikációnak”.
69. A vásárlásra utalást az sem módosítja, hogy a kereskedelmi kommunikáció tartalmazza a * jelet követően – bár egyes esetekben a képi megjelenítésnél jóval kevésbé érzékelhető módon - a „Citroen Autócsere Programmal” kitélt. Ez a szűkítő feltétel a televízió-reklámok, plakátok, billboardok esetében a fogyasztók számára nem érzékelhető, így a fogyasztókat kizárólag a kommunikáció fő üzenete befolyásolhatja az üzleti döntése során. Továbbá megállapítható, hogy a fogyasztók számára sem a Citroen Autócsere Program, sem a Citroen Autócsere Finanszírozás megjelölés nem hordoz olyan tartalmat, ami alapján tudnák, vagy tudniuk kellene, hogy az egy lízing szerződést jelenthet.
70. Fentiekre figyelemmel az eljárás alá vont az eljáró versenytanács szerint a Citroen Autócsere Programmal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációjával megvalósította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének c) pontjában foglalt tényállást, mellyel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében rögzített tilalmat, mikor azt a benyomást keltette, hogy a kereskedelmi kommunikációban megjelölt kedvező kezdő áron gépjárművek vásárolhatóak meg.
71. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kereskedelmi kommunikációban megjelent kezdő ár, és a „cserélje le öreg autóját” kitétel, mint a kommunikáció fő üzenetei együttesen sem jelentik azt egy ésszerűen eljáró fogyasztó számára, hogy a Citroen Hungária Kft.-vel a legnagyobb árelőny és a kiterjesztett garancia elérése érdekében nem adásvételi, hanem lízingszerződést szükséges kötnie.
- A lízingszerződéssel kapcsolatban az eljáró versenytanács megjegyzi továbbá, hogy a vonatkozó ÁSZF alapján a lízingdíj két elemből tevődik össze, egyrészt a lízingtőkéből, másrészt a lízingszerződés alapján felszámított kamatok és díjak összegéből. A lízingtőke vonatkozásában a fogalmak alapján megállapítható, hogy az nem más, mint az eladó által a gépjármű beszerzéséről kiállított számla összege, mely tartalmazza a regisztrációs adót, ÁFA-t. Ehhez adódnak még a költségek, melyekről előzetesen pontos számadatot nem tesz közzé az eljárás alá vont (a képlet ismerhető meg, amely alapján kiszámolják).
72. Fentiekre figyelemmel összességében megállapítható, hogy amennyiben a fogyasztó a hirdetésben szereplő legalacsonyabb áron kívánta – a Finanszírozási Programban való részvétel nélkül – a gépjárművet megvásárolni, akkor arra nem volt lehetősége. Egyrészt az

ár a készpénzes vásárlás választása esetén mindig magasabb, másrészt a pénzügyi lízing választása esetén a meghirdetett legalacsonyabb vételáron felül további költségek terhelik a vevőt, amit nem tartalmaztak a hirdetések. Ezen üzenet tartalmán az sem módosít, hogy később a honlapon tájékozódhat a fogyasztó, illetve nem változat a „program”-ban történő részvételre –és - az apró betűs, így a fogyasztók számára nem minden hirdetési formában érzékelhető - finanszírozásra történő utalás sem.

A termék árával kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció („legalacsonyabb ár”) és a kiterjesztett garanciára utaló kereskedelmi kommunikáció megítélése az Fttv. 7.§. (1) bekezdése alapján

73. Az eljáró versenytanács e körben először az eljárás alá vont által közzétett azon kereskedelmi kommunikációkat kívánja értékelni, melyek a Programban szereplő **gépjárművek árára** vonatkozó üzenetet tartalmaznak.

A gépjárművek ára a gépjárművekkel kapcsolatban jelentős információnak minősíthető, mivel az ilyen jellegű beruházások esetén a fogyasztó elsősorban az anyagi lehetőségeihez képest, az ár, elérhető árelőny, kedvezmény mértékére figyelemmel dönt a vásárlás kérdésében függetlenül attól, hogy a vételárat egy összegben vagy részletekben kívánja kiegyenlíteni.

74. A Citroen Hungária Kft. által közzétett kereskedelmi kommunikációban a kommunikációs eszközön a termék árával kapcsolatban az alábbi fő üzenetek kerültek megfogalmazásra:

- a Citroen Hungária Kft. az „öreg” autókért 1 millió Ft-ot ad csere esetén,
- egyes gépjárművek esetén a gépjármű képi megjelenítése mellett szerepelt a legalacsonyabb kezdő vételár.

75. A vételár mellett feltüntetett „-tól*” jelző egy ésszerűen eljáró fogyasztó számára azt az üzenetet hordozza, hogy a kereskedelmi kommunikációban meghatározott feltételek teljesítése esetén reálisan lehetősége van a megjelölt kezdő áron pl. egy alapfelszereltségű gépjárműhöz jutni.

76. A kommunikációkból megállapítható volt, hogy az „öreg autókra” utalás valamennyi kommunikációban megjelent, azzal kapcsolatban nem merült fel kifogás, de a legalacsonyabb vételárral kapcsolatban az eljáró versenytanács megállapította, hogy ugyancsak megtévesztő, mivel a kommunikáció nem tartalmazta azt, hogy ez az ár csak a „finanszírozási konstrukció (értse az eladó által szervezett lízing) igénybevételével volt elérhető.

77. A kereskedelmi kommunikáció egyik főüzenete a „több/akár 1 millió Ft”-os árelőny elérésének lehetősége volt, mely állítás a Programban szereplő gépjárművek esetén teljesült. Ezen üzenethez társult továbbá a csere, gépjárműcsere üzenete, valamint a kereskedelmi kommunikáció második fő üzenete a gépjármű elérhető legalacsonyabb ára.

78. Az eljárás alá vont nyilatkozataiból megállapítható, hogy a legnagyobb árelőny, és a kereskedelmi kommunikációban megjelölt alapár elérésére a fogyasztónak akkor nyílt lehetősége, ha egyidejűleg élt a Roncsprémium és Citroen Autócsere Finanszírozás nyújtotta lehetőségekkel. Utóbbi vonatkozásában szükséges kiemelni azt, hogy a Citroen Hungária Kft. által kínált finanszírozási forma egy zárt végű pénzügyi lízing konstrukció, melynek részletesebb szabályait a kommunikáció értelemszerűen nem tartalmazhatta, de magára a lízing konstrukcióra történő utalás hiányzik a hirdetések szövegéből.
79. A pénzügyi finanszírozást választó fogyasztók a lízingszerződés keretében a felvett összeget a kapcsolódó kamatokkal és finanszírozási költségekkel növelten kötelesek visszafizetni. Így megállapítható, hogy a legalacsonyabb áron értékesített gépjárművek esetén a lízingszerződésre figyelemmel fizetett pluszköltségek miatt a fogyasztók számára a kereskedelmi kommunikációban megjelölt áron reális lehetőségük nem volt a megjelölt gépjárművek megvásárlására.
80. Fentiekre figyelemmel a gépjárművek kezdő árát tartalmazó kereskedelmi kommunikációk a kezdő ár vonatkozásában megtévesztésre alkalmasnak minősülnek, mivel az ár elérésére nem adásvételi szerződés keretében, esetlegesen a vételárat készpénzzel kiegyenlítve nyílt lehetőségük a fogyasztóknak, hanem kizárólag lízingszerződés keretében, további költségek generálása mellett.
81. Kiemelendő továbbá, hogy a kereskedelmi kommunikációban megjelölt legalacsonyabb ár azon fogyasztók számára nem volt elérhető, akik bár rendelkeztek a kondíciókban meghatározott „őreg” gépjárművel, azonban a vételárat készpénzzel vagy egyéb, nem az eljárás alá vont által közvetített lízing-konstrukcióval egyenlítették ki. Az ő esetükben a kereskedelmi kommunikációban megjelölt kezdő vételárnál 300.000 Ft-tal többet kellett a kívánt gépjárműért megfizetniük. Ezen üzeneten az sem módosít jelentősen, hogy a kereskedelmi kommunikációban a kezdő ár megjelölése mellett a „-tól” kitétel szerepelt, mivel e körben a fogyasztóknak nem szükségszerűen kiegészítő pénzügyi finanszírozás igénybevételére kell gondolniuk, hanem pl. arra, hogy a megjelölt áron az alapfelszereltségű modell érhető el.
82. A vizsgált kommunikációs eszközök közül a **kedvező garanciális feltételekre** közvetlenül, és a fogyasztó számára is érzékelhető módon az eljárás alá vont saját honlapján, az 1. sz. bannerhirdetésben, a nyomtatott sajtóhirdetéseken, valamint az 1. számú hírlevél esetében történt utalás. Az eljárás alá vont vállalkozás által használt fenti kommunikációs eszközök mindegyike olyan, hogy azokon minden információ „érzékelhető” volt. (Megállapította az eljáró versenytanács, hogy azokon a kommunikációs eszközökön, amelyek elvileg alkalmasak arra, hogy az érzékelhetőség hiányának kérdése felmerüljön, nem történt utalás sem a növelt garanciális időszakra, sem a finanszírozás lízing útján elvárt módjára. Nem történt utalás a kiterjesztett garanciára a TV reklámok (apró betűs részében), a 2. sz. bannerhirdetésen, a plakáton és a billboard-on.)
83. A kedvező garanciális feltétel speciális árelőnyként értelmezhető, figyelemmel arra, hogy a fogyasztók számára a kiterjesztett 4 éves garancia alapesetben csak külön díjazás ellenében érhető el, melyre az eljárás alá vont által becsatolt kereskedelmi igazgatósági körlevélben és értékesítési útmutatóban is történik utalás (lásd 23. pont). A fogyasztók széles köre előtt ismert az érintett piacon, hogy a gépjárművekre

általában 2 éves garancia vonatkozik, és ennél szélesebb körű, kiterjesztett garancia elérésére a fogyasztóknak csak külön díjazás esetében van lehetőségük. Az alábbiakban kifogásolt egyes kommunikációk üzenete szerint azonban külön fizetési kötelezettség nélkül lehetősége van a fogyasztóknak a kiterjesztett garancia igénybevételére, amivel jelentős árelőnyhöz juthatnak.

84. A megjelölt elektronikus kommunikációs eszközök és a nyomtatott sajtóhirdetések esetén is az alábbi szöveget alkalmazta az eljárás alá vont: „Citroen Autócsere Finanszírozás részeként 4 év garanciát nyújtunk”. A fenti szöveg esetében a fogyasztó észlelhette azt az üzenetet, hogy speciális finanszírozással, azaz valamilyen pénzügyi konstrukció esetében érhető el a kedvezményes garanciális feltétel. A bannerek esetén továbbá egy kattintással elérhető volt az információ is, miszerint a 4 éves garancia 80.000 km futáskorlátozással együtt érvényes.
85. Ezen kiegészítő információk esetén a fogyasztó számára rendelkezésre állt az az információ, miszerint a kedvező, 4 éves garancia igénybevételének előfeltétele a Citroen Hungária Kft. által ajánlott finanszírozási forma választása.
86. Az ismertetett nyomtatott sajtóhirdetés esetén az eljárás alá vont az alábbi szöveget alkalmazta: „A kedvezményt 4 év garancia és kedvező finanszírozási ajánlat teszi teljessé.” A fenti megfogalmazás azt a benyomást keltheti a fogyasztókban, hogy a kedvező ár, mint ajánlat kiegészül 4 éves garanciával és ajánlott finanszírozási lehetőségével. Az eljárás alá vont által alkalmazott megfogalmazásból azonban nem tűnik az ki, hogy a kedvező 4 éves garancia igénybevételének a feltétele az eljárás alá vont által ajánlott finanszírozási forma választása, nem pedig egy további feltételek nélkül igénybe vehető kedvezmény, választható lehetőség.
87. Az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont a Citroen Autócsere Program népszerűsítése keretében az általa közzétett hirdetések közül a meghirdetett legalacsonyabb ár és a 4 éves garancia, mint elérhető – árat befolyásoló - kedvezmény vonatkozásában a közzétett információkkal a ténylegesen megkötendő lízing szerződésre utalás hiányában megvalósította az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdésében foglaltakat, mivel az 1. sz. mellékletben ismertetett kommunikációk esetében a kedvező ár, a garancia és a lízing-finanszírozás kapcsolatára nem történt utalás.

Összegzés

88. Mindezek alapján az eljáró versenytanács szerint a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján a Citroen Hungária Kft. Citroen Autócsere Programmal kapcsolatos - 2012. december 1. és 2013. november 5. közötti időszakban alkalmazott - kereskedelmi kommunikációja során:
- megvalósította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállást, amivel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében rögzített tilalmat, mikor azt a benyomást keltette, hogy a kereskedelmi kommunikációban megjelölt kedvezményekkel és megadott garanciális feltételekkel a gépjárművek megvásárolhatóak, illetve
 - megvalósította az Fttv. 7 §-ának (1) bekezdésében foglalt megtévesztő mulasztás tényállását, amivel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében rögzített tilalmat azáltal, hogy az általa közzétett kommunikáció nem tartalmazta a szükségeszerű

kapcsolatot a 4 éves garancia, mint elérhető kedvezmény, az árelőny és a finanszírozási ajánlat között, valamint azt a tény, hogy ténylegesen lízing szolgáltatás történik.

Csupán megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy, továbbá nem tartalmazta az eljárás alá vont kommunikációja a vásárlás és a lízing közötti különbség lényeges elemeit, a lízing szerződés sajátosságait, részleteit és annak költségeit sem.

A felelősség megállapításának jogszabályi alapja és értékelése

89. Figyelembe véve az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdésének rendelkezéseit és azon tényeket, hogy jelen esetben a Citroen Hungária Kft. részesedett a termékek értékesítéséből származó bevételből, egyértelműen rögzíthető, hogy a Citroen Hungária Kft.-nek a vizsgált magatartás megvalósítása közvetlen érdekében állt, így a felelőssége megállapítható.

VII.

Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása⁷

90. Az eljárás alá vont 2013. november 21-én érkezett beadványával kötelezettségvállalást terjesztette elő. Ebben kifejtette álláspontját az általa használt kommunikáció tartalmával kapcsolatban, ismertette a nyilatkozatának elfogadása mellett fennálló érveket és releváns körülményeket. Kitért a környezetvédelmi és közlekedésbiztonsági összefüggésekre is.
91. Az eljárás alá vont vállalkozás kötelezettségvállalásának összefoglalása

1) A honlapon végrehajtott változtatások

A Citroen Hungária Kft. tájékoztatta a Gazdasági Versenyhivatalt, hogy 2013. november 5. napjával az alábbi módosításokat hajtotta végre a www.citroen.hu internetes oldalán:

- *a Citroen Hungária Kft. még kiemeltebben jelzi, hogy az Autócsere Finanszírozás az Autócsere Program részét képezi, ugyanakkor azt is, hogy az Autócsere Program készpénzfizetés esetén is igénybe vehető;*
- *a Citroen Hungária Kft. egyértelműen jelöli az akcióleírás oldalán (<http://www.citroen.hu/fooldal/#/modellkinalat/akcios-ajanlatok/aktualis/>), hogy*

⁷Vj/74-6/2013. számú beadvány

- mennyi a csak finanszírozással együtt elérhető legkedvezőbb ár, amely így ráadásul +2 év (összesen 4 év) garanciát tartalmaz;*
- *a Citroen Hungária Kft. külön jelöli, mennyivel kisebb a kedvezmény finanszírozás nélkül, készpénzfizetés esetén, és pontosítja, hogy a plusz 2 év kiterjesztett garancia ebben az esetben térítés ellenében választható (az oldalról közvetlen link vezet a kiterjesztett garancia szerződések ismertető oldalára:*
 - *a Citroen Hungária Kft. átstrukturálta az Autócsere Programra vonatkozó tájékoztató szövegét oly módon, hogy az Autócsere Finanszírozásra vonatkozó – a hirdetett zártvégű pénzügyi lízinggel kapcsolatos információkat is részletesen feltüntető – részt közvetlenül az akció leírása után, az Autócsere Program ismertetőjének oldalán jeleníti meg (korábban a finanszírozásra vonatkozó információk részben az oldal alján, részben pedig az akcióleírás oldaláról közvetlenül elérhető linken helyezkedtek el). Természetesen a részletes leírás továbbra is elérhető marad az Autócsere Finanszírozás oldalán (<http://www.citroen.hu/modellkinalat/akcios-ajanlatok/aktualis/#/finanszirozas/Citroen-autocsere-finanszirozas/>) is, amely az akciós oldalról közvetlen linken elérhető marad.*

2) A print, illetve online hirdetések szövegében végrehajtott pontosítások (ugyancsak 2013. november 5.)

- *a Citroën Hungária Kft. még kiemeltebben jelzi, hogy az Autócsere Finanszírozás az Autócsere Program részét képezi;*
- *a Citroën Hungária Kft. egyértelműbben jelöli a hirdetésben, hogy az ott feltüntetett ár, illetve a +2 év (összesen 4 év) ingyenes garancia csak finanszírozás igénybevétele (azaz pénzügyi lízingszerződés megkötése) esetén érvényes;*
- *a Citroën Hungária Kft. átstrukturálta a tájékoztató szöveget, oly módon, hogy az Autó-csere Finanszírozásra vonatkozó – a hirdetett zártvégű pénzügyi lízinggel kapcsolatos információkat is részletesen feltüntető – részt hangsúlyosabbá tette.*

3) Az Autócsere Program egyéb hirdetési

A Citroën Hungária Kft. más médiában jelenleg nem tervez hirdetni, amennyiben erre mégis sor kerülne, arra az esetre vállalja, hogy a fentiekben megjelölt változásokat az egyéb hirdetéseiben is átvezeti.

4) A Citroën Hungária Kft. egyéb hirdetéseivel kapcsolatban vállalta, hogy a jövőben értékesítendő termékeire, szolgáltatásaira vonatkozó kereskedelmi gyakorlata tekintetében is alkalmazza a fentiekben megjelölt, a fogyasztók szempontjából kedvező változásokat.

A kötelezettségvállalás értékelése

92. A Tpvt. 75. §-ának (1) bekezdése szerint ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a Tpvt., illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének 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. Az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése rögzíti, hogy a Tpvt. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megismétlésétől való tartózkodásra lehet kötelezettséget vállalni.
93. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban GVH) Elnökének és a Versenytanács elnökének a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról szóló 3/2012. számú közleménye (a továbbiakban Közlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH megítéli az Fttv. megsértése tárgyában indult eljárásban a Tpvt. 75. §-a, illetve az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése alapján benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozatokat. A Közlemény 3. pontja rögzíti, hogy a közlemény azokat a szempontokat részletezi, amelyek alapján a GVH az Fttv. megsértése tárgyában indult eljárásban a Tpvt. 75. §-a, illetve az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése alapján benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozatokat ítéli meg.
94. A Közleményében foglaltakra figyelemmel a kötelezettségvállalás elfogadására az alábbi körülmények megléte esetén kerülhet sor:
- a kötelezettségvállalás benyújtására az eljárás vizsgálói szakában került sor,
 - a GVH az eljárás alá vonttal szemben korábban nem folytatott versenyfelügyeleti eljárást fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában,
 - az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatát önként módosította.
95. A Közleményében foglaltakra figyelemmel a kötelezettségvállalás elfogadása ellen szóló körülmények lehetnek az alábbiak:
- az adott kereskedelmi gyakorlat megítélése kapcsán már a kereskedelmi gyakorlat tanúsítását megelőzően kikristályosodott a joggyakorlat,
 - a kereskedelmi gyakorlat jelentős súlyúnak minősül, így különösen jelentős számú fogyasztót érint.
96. A Közlemény 36. pontjának b) alpontja értelmében a GVH csak kivételesen indokolt esetben fogadja el a kötelezettségvállalási nyilatkozatot, ha az adott kereskedelmi gyakorlat megítélése kapcsán már a kereskedelmi gyakorlat tanúsítását megelőzően kikristályosodott a joggyakorlat, s a vállalkozások egyértelmű eligazítással bírhattak a jogszerű magatartással szembeni elvárás tekintetében.

97. Mindezek alapján az eljáró versenytanács nem látott lehetőséget a jelen versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésére az eljárás alá vont kötelezettségvállalására tekintettel, figyelemmel arra is, hogy a Versenytanács a magatartás vonatkozásában – szemben az eljárás alá vont állításával - kikristályosodott gyakorlattal rendelkezik. Az eljáró versenytanács ennek kapcsán utal a Fővárosi Bíróság egy az autóértékesítési piacon folytatott reklámkampány tekintetében hozott ítéletére, amely szerint (11. K. 32. 113/2007/14. sz. ítélet a Vj/170/2006. sz. ügyben):

„A fentiekből kiindulva a bíróság az alperessel egyezően azt állapította meg, hogy a felperes által közzétett reklámokból a fogyasztók nem ismerhették meg az akciók személygépkocsi vásárlás olyan lényeges tulajdonságait, amelyek megalapozott döntésük kialakításában szerepet játszhattak volna....a... fogyasztó azonban csak a kereskedőnél értesülhetett arról a további feltételről, hogy a kedvezmény az előzőekben felsorolt körülmények esetén adott. A felperes azzal érvelt, hogy az alperes jogsértően nem vette figyelembe a különbséget a figyelemfelhívás és a lényeges tulajdonságot közlő reklám között, elvárva, hogy a rádióreklámban valamennyi lényeges tulajdonságot közöljön. A felperesi érvelés ugyan helyes abból a szempontból, hogy a hirdetés és a reklám lényege nem más mint figyelemfelhívás, tájékoztatás, azonban nem hagyható figyelmen kívül annak célja: a fogyasztásra ösztönzés, a fogyasztók befolyásolása egy adott termék, szolgáltatás kiválasztására. Amennyiben ugyanis ezen cél megvalósítása érdekében a reklámozó úgy dönt: a termék lényeges, konkrét kedvező tulajdonságainak közlésébe bocsátkozik, ezt úgy kell tennie, hogy a fogyasztók az egymással összefüggő, egymástól elválaszthatatlan feltételeket... egyidejűleg a reklámból megismerhessék. Ezt nem pótolhatja az, hogy pl. a sajtó-, internetes- és szórólapos reklámban a rádióreklámhoz képest más lényeges tulajdonságok közzétételre kerültek, illetve a kereskedőknél elérhetőek voltak a szükséges információk. A felperes által folytatott rádióreklámok nem adtak megbízható tájékoztatást a fogyasztó döntésének kialakításához. Azon felperesi érvelésre, miszerint eseti versenyjogi döntésekben kimondta a hatóság: a reklámmal szemben az a követelmény, hogy a részinformációk valósak és pontosak legyenek, illetve nem félrevezető, ha a hirdetés utal a részletes információk másutt való közlésére, a bíróság a következőképpen foglalt állást. Az alperes jelen ügyben sem vitatta a részinformációk valóságtartalmát, de alappal jutott arra a következtetésre, hogy a felperes által közölt részinformációk nem mutattak koherenciát a reklámszövegek egészében sugallt kedvezményes vásárlás üzenetével,... mindkét reklám egésze az akció szélesebb körben érvényesülő, a lízingkonstrukciós termékeken túl is kiterjedő képzetét vetette fel. A "Tök jó Opel-napok" rádió szlogene továbbá nem utalt arra, hogy a rendkívül előnyösnek hangzó 14.990,- Ft összeg valójában lízinghez kapcsolódó törlesztőrészlet, és az első 12 hónapban érvényes. A felperesnek a becsatolt szórólapokkal kapcsolatos bizonyításával szemben a bíróság rámutat arra: a jelen ügyben nem az a vitatott, hogy a személygépkocsik piacán a lízing népszerű-e vagy sem, hanem az: az adott reklám egyáltalán utalt-e lízingkonstrukcióra. A bíróságnak az értelmezés körében egyébként is azt kellett alapul vennie, ahogyan az adott hirdetést az átlagos fogyasztó feltehetően érthette. A bíróság álláspontja szerint önmagában a "már 14.990 ,- Ft-tól" kifejezésből még maga a lízingkonstrukció sem derült ki, és ez okozta a félrevezető jelleget. A felperes által mellékelte szórólapokból is - a felperesi érveléstől eltérően - inkább az volt megismerhető: a forgalmazók megnevezik a lízingkonstrukciót és a havi induló

törlesztőrészletet is, vagyis megjelölnek szűkítő feltételt. A felperes azzal, hogy terméke egyes lényegi tulajdonságait megjelenítette, saját magát hozta abba a helyzetbe - az együttesen érvényesülő feltételekre figyelemmel -, hogy nem szorítkozhatott volna a részletes információk egyéb módon való elérhetőségére, hanem az egymástól elválaszthatatlan körülményeket ugyanazon rádióreklámban közölni kellett volna.”

VIII.

A jogkövetkezmény

98. Az eljáró versenytanács a jelen határozat VII. részében értékelt jogsértés megállapítása mellett a Tpt. 77. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján a jövőre nézve eltiltja az eljárás alá vontat a Citroen Autócsere Program fentiek szerint részletezett jogsértő kommunikációjától azzal, hogy a jelen határozat kézhezvételétől számított 5 napon belül köteles felhagyni a jogsértő kommunikációval, továbbá a jogsértés miatt bírságot szab ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján.
99. A bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének „A bírság meghatározásának szempontjai a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása esetén” című, 1/2007. számú Közleménye (a továbbiakban: Közlemény 1/2007) foglalja össze. A Közlemény 1/2007 a Kúria (korábbi elnevezéssel: Legfelsőbb Bíróság) megközelítését figyelembe véve kiemeli, hogy a bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz, s olyan összegű, amely az eljárás alá vontat és más vállalkozást hasonló magatartástól visszatart. A Versenytanácsnak a Közlemény 1/2007-ben összefoglalt gyakorlata szerint a bírság összegének kiindulópontjául szolgálhat a jogsértő tájékoztatással járó költség, vagy a jogsértéssel érintett piacon realizált időarányos árbevétel, amely mértéket a releváns súlyosító és enyhítő körülmények növelhetnek, illetve csökkenthetnek. Ezt követően szükséges annak mérlegelése, hogy az így kalkulált bírságösszeg összességében alkalmas-e a kívánatos következmények elérésére.
100. A Közlemény 1/2007-ben foglaltakra figyelemmel az eljáró versenytanács a bírság kiszabása során a vizsgált időszakban közzétett, jogsértőnek tekintett kommunikációk költségéből indult ki. A határozat 2. számú melléklete tartalmazza a bírság mértékének megállapításánál figyelembe vett adatokat.
101. A kiszabandó bírságösszeg vonatkozásában az eljáró versenytanács enyhe fokú súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének,
 - a jogsértő kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók széles körét érte el,
 - a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele időben elhúzódott.

Az eljáró versenytanács közepes súlyú enyhítő körülményként értékelte, hogy az az eljárás alá vont által ígért kedvezmények pénzügyi lízingkonstrukció melletti igénybevételéről a fogyasztó még a szerződéskötés előtt tudomást szerezhetett, mivel ugyancsak elfogadta azt a tényt, hogy – általában – a gépkocsivásárlás egy hosszabb folyamatban meghozott döntés végeredménye.

102.Végezetül, a fentieknek megfelelően kalkulált bírságösszeget az eljáró versenytanács megvizsgálta, abból a szempontból, hogy az – figyelemmel az ügy összes körülményeire – kellő mértékű elrettentő erőt képvisel-e, illetve hogy nem haladja-e meg a Tptv.-ben meghatározott törvényi maximumot. Az eljáró versenytanács a kiszabott bírságot érintően a speciális és a generális prevenció szempontjaira tekintettel nem tartotta indokoltnak annak további korrekcióját, valamint megállapította, hogy a kiszabott bírság jelentős mértékben alatta marad a törvényi maximumnak.

IX. Egyéb körülmények

103.Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

104.Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel arra, hogy a kifogásolt kommunikáció részben országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósult meg. Így az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjai alapján az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik.

105.A GVH illetékességét a Tptv. 46. §-a állapítja meg.

106.A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő.

107. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-ának (2a) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig az eljáró versenytanács nem foganatosítja.

108.A bírságnak a GVH 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

- 109.A Ket. 140. §-ának (1) bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. §-ának (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.
- 110.A Ket. 132. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része.
- 111.A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. Az eljáró versenytanács tájékoztatja a kötelezetteket, hogy a Tpvt. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a GVH által kiszabott, teljesítési határidőben meg nem fizetett bírság (valamint a meg nem fizetett bírság után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék) behajtása iránt az állami adóhatóság intézkedik.
- 112.Az eljárást befejező döntést a Tpvt. 63. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. A Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő az ügyintézési határidőbe nem számít be. A jelen ügyben a végső ügyintézési határidő 2014. június 15-én járt le. Az eljárási határidő kismértékű túllépését adminisztrációs problémák okozták.
- 113.A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2014. június 30.

dr. Berki Ádám sk.
előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella sk.
versenytanácsstag

dr. Ruszthiné dr. Juhász Dorina sk.
versenytanácsstag