



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 211.

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

Ügyszám: Vj/45/2014.

Iktatószám: Vj/45-27/2014.

Betekinthető!
Üzleti titkot nem tartalmaz!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa dr. T. M. ügyvéd (1450 Budapest, Pf. 15.) által képviselt **CL Brokers GROUP Kft.** (1085 Budapest, Kálvin tér 12-13.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban nyilvános tárgyalást követően meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a CL Brokers GROUP Kft. 2013. november 4. és 2014. április 11. között a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságaira vonatkozó információkat illetően, amelyek alapján a fogyasztók számára egyértelműen érzékelhető lehetett volna, hogy milyen pénzügyi konstrukcióról van szó.

Az eljáró versenytanács kötelezi a CL Brokers GROUP Kft.-t 3.291.900 Ft (azaz Hárommillió-kettőszázkilencvenegyezer-kilencszáz Forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles megfizetni.

Az eljáró versenytanács a fenti kereskedelmi gyakorlat további folytatását a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével megtiltja. Az eljáró versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat, hogy a határozat kézhezvételét követő 30 napon belül tájékoztassa a GVH-t a fenti kereskedelmi gyakorlat további folytatásának megszüntetése tényéről, módjáról és nyújtsa be a megszüntetést alátámasztó dokumentumokat.

Ha a kötelezett fizetési 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, az eljárási díj, illetve a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a végrehajtási eljárást.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a

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

INDOKOLÁS

1. A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást, hogy 2013. október 4. napját követően a CL Brokers Group Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont) az általa működtetett és szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatban a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-a (1) bekezdésének a), b) pontjaiban – különös tekintettel a bd) és bg) alpontokban foglaltakra – és c) pontjában foglalt tényállások megvalósításával megsértette-e az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat, azáltal, hogy a fogyasztói csoportokat népszerűsítő kereskedelmi gyakorlatok a fogyasztók részére valószínűsíthetően nem megfelelő módon jelenítettek meg információkat a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságairól, amelyek alapján a fogyasztók számára egyértelműen érzékelhető lehetett volna, hogy milyen konstrukcióról van szó.

II.

Az eljárás alá vont

2. A 2013 szeptemberében alakult (bejegyezve 2014. 09. 10.) eljárás alá vont fő tevékenysége egyéb pénzügyi kiegészítő tevékenység végzése, melynek keretében fogyasztói csoportok szervezésével, működtetésével foglalkozik. A cég egyedüli tagja (alapítója) a Prima Lavora S.r.o. (Slovákia, 94501 Komarno, Frantiskanov 16/3). A cég 500.000 Ft alaptőkével alakult, amit 2014. májusában 3 millió Ft-ra felemelt az alapító.
Az eljárás alá vont vállalkozás a korábban – a 2010-től – kialakított fogyasztói csoportok működtetését vette át szerződéssel a korábbi működtetőtől.
3. Az eljárás alá vont 2013. évi nettó árbevétele 32.919.829 Ft volt.

III.

A fogyasztói csoport

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

6. A szervező által rendszeresen megrendezett közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása következtében dől el (ez utóbbi esetben annak alapján, hogy melyik tag vállalja a legtöbb még hátra lévő részlet esedékesség előtti megfizetését), hogy a csoport résztvevői közül az adott alkalommal kik jutnak hozzá a vásárlási joghoz (kiket illet meg a kedvezményezett minőség), mely tagok számára nyílik meg a lehetősége annak, hogy megvásárolják a meghatározott ingóságot vagy ingatlant. A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 5-25 év múlva) a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon (azon fogyasztók esetében, akik a futamidő leelején jutnak a vásárlási joghoz, az előtakarékosági jelleg háttérbe szorul).
7. A fogyasztói csoportok működésének lényeges tulajdonsága a szerencseelem, amely nemcsak a sorsolással, hanem az előtörlesztés vállalásának lehetőségével összefüggésben is megmutatkozik, mivel a csoporttag előtt nem ismert és általa nem befolyásolható a többi csoporttag előtörlesztés-vállalási hajlandósága, nem tudható előre, hogy a vásárlói joghoz jutáshoz hány havi törlesztő részlet felajánlása szükséges. Az előtörlesztés-vállalás lehetősége tehát olyan helyzetbe hozza a csoporttagokat egymással szemben, hogy kedvezményezettként történő mielőbbi kiválasztásuk érdekében versenyezniük kell, ami a kevésbé fizetőképese csoporttag előre nem ismert, kiszámíthatatlan hátrasorolásával járhat.
8. Kiemelendő, hogy ha a fogyasztó magasabb szerződéses értéket köt ki (az általa megszerezni tervezett dolog vételárát több millió forintban határozza meg), akkor több szerződéses pozícióval (több tagsággal, szerződéssel) kell rendelkeznie, s így az általa kívánt összeghez csak akkor juthat hozzá, ha mindegyik szerződéses pozícióra egyszerre sorsolják ki, vagy mindegyik csoportban ő ajánlja fel a legnagyobb törlesztő részletet. A fentiek egyben azt is eredményezik, hogy a fogyasztó bizonytalanságban van abban a vonatkozásban, hogy mikor jut a vásárlási joghoz, s ezáltal a fogyasztói csoportba történő belépéskor megszerezni kívánt áruhoz.
9. A fogyasztói csoportok szervezését, működését hosszú ideig külön speciális jogszabály nem szabályozza. Az Fgytv. 55. §-ának i) pontjában kapott felhatalmazás alapján 2001-ben elfogadásra került a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet, amely 2002. január 1-jén lépett volna hatályba. Ezt az időpontot a 325/2001. (XII. 29.) Korm. rendelet 2003. január 1-jére, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-jére módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet hatályon kívül helyezte.
10. A befektetési alapkezelőkről és a kollektív befektetési formákról szóló 2011. évi CXCI. tv. 162. §-ának (6) bekezdésével módosított Fgytv. 16/B. §-a 2012. január 1-jétől előírta, hogy fogyasztói csoport 2014. január 1-jéig nem hozható létre.
11. Az Fgytv.-nek az egyes törvények fogyasztóvédelmi célú módosításáról szóló 2013. évi CLXXXIII. törvény által módosított, 2014. január 1-jétől hatályos 16/B. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos fogyasztói csoportot létrehozni. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdésben foglalt tilalom megsértésével vagy megkerülésével kötött szerződés semmis. A (3) bekezdés szerint tilos fogyasztói csoportba fogyasztókat nyilvános felhívás útján gyűjteni. A 2012. január 1-je előtt létrehozott fogyasztói csoportba új fogyasztó kizárólag a - szerződés felmondással történő megszüntetése következtében - kieső fogyasztó helyére vehető fel. Az Fgytv. 45/A. §-a (1) bekezdésének c) pontja értelmében a fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzi - a szerződés létrejöttére, érvényességére, joghatásaira és megszűnésére vonatkozó rendelkezések kivételével – a fogyasztói csoporttal összefüggő, az

Fgytv.-ben és a végrehajtására kiadott jogszabályokban foglalt rendelkezések betartását, és eljár azok megsértése esetén.

12. 2014. január 1-jén lépett hatályba a fogyasztói csoportokról szóló 530/2013. (XII. 30.) Korm. rendelet, amely előírja, hogy a 2012. január 1-jét megelőzően létrehozott fogyasztói csoportot működtető vállalkozás köteles tevékenységének folytatását a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságnak - a szolgáltatási tevékenység megkezdésének és folytatásának általános szabályairól szóló törvény rendelkezéseinek megfelelően - 2014. január 31. napjáig bejelenteni és részére megküldeni a rendeletben meghatározott adatokat. A jogszabály egyebek között rendelkezik a tagoknak szerződés szerint, rendszeres időközönként teljesített, meghatározott dolog tulajdonjogának megszerzésére fordítandó befizetéseit tartó elkülönített számláról, az arról való rendelkezésről, illetőleg rögzíti, hogy a meghatározott dolog tulajdonjogának megszerzésére lehetőséget szerző tag kijelölése érdekében nyilvános kiválasztást kell tartani, kitérve annak egyes szabályaira is.
13. A korábbi időszakban a fogyasztói csoportok szervezőivel történő kapcsolatfelvétel kezdeményezése reklámokon, ügynöki hálózaton keresztül valósult meg. A fogyasztói csoportok szervezését az elmúlt években jellemzően széleskörű és intenzív reklámozás kísérte. A nyomtatott sajtóban a reklámok reklámújságokban, nagyobb példányszámú ingyenes vagy jellemzően szórakoztató napilapokban, körzeti magazinokban jelentek meg, olyanokban, ahol számos termék és szolgáltatás apróhirdetése mellett hitelközvetítők vagy más pénzügyi termékek hirdetései is megtalálhatóak.
14. A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) célcsoportja elsődlegesen az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni. A Bar-listások, illetve jövedelmi viszonyaik vagy életkoruk (nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók stb.) alapján azonosítható egy olyan fogyasztói réteg, akik nem felelnek meg a bankok által kért feltételeknek. E körben említhető még a fogyasztók azon csoportja, akik nem rendelkeznek a hitelfelvételhez szükséges önerővel, nem rendelkeznek a jelzáloghitel felvételéhez szükséges terhelhető ingatlannal, nem tudnak kezest, adóstársat állítani, stb. Ezt a célzott fogyasztói kört a hirdetések szövegezése is alátámasztja („Nem hitelképes?”, „Kezes és jövedelemigazolás nélkül!”, „Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!”).
15. Az elmúlt években a GVH több eljárást folytatott fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben, megállapítva, hogy a vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak (Vj/1/2005., Vj/149/2005., Vj/150/2005., Vj/183/2005., Vj/189/2005., Vj/207/2005., Vj/163/2007., Vj/115/2008., Vj/111/2009., Vj/132/2009., Vj/13/2010., Vj/18/2010., Vj/28/2010., Vj/29/2010., Vj/45/2010., Vj/65/2010., Vj/79/2010 Vj/90/2010., Vj/91/2010., Vj/2/2011, Vj/3/2011, Vj/5/2011, Vj/33/2011, Vj/57/2011, Vj/69/2011, Vj/71/2011, Vj/88/2011, Vj/49/2012, Vj/86/2012., Vj/101/2012., Vj/102/2012.).

IV.

Az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok

16. Az eljárás alá vont által kezelt fogyasztói csoportokat
 - 2010 márciusában az Intercash Consulting Kft. alapította (amelynek kereskedelmi gyakorlatát korábban a GVH a Vj/45/2010., a Vj/33/2011. és a Vj/101/2012. számú eljárásokban vizsgálta, minden esetben jogsértést állapítva meg), majd később

- a Multi Credit Finance Solutions Kft. (amelynek kereskedelmi gyakorlatát a Vj/101/2012. számú eljárásban vizsgálta a GVH, jogsértést állapítva meg) a 2012. augusztus 17-én kötött megállapodással vette át az Intercash Consulting Kft. által működtetett fogyasztói csoportokat,
 - a Multi Credit Finance Solutions Kft.-től az eljárás alá vont vette át a fogyasztói csoportokat a 2013. augusztus 8-án kötött megállapodás alapján.
17. Az eljárás alá vont által általános szerződési feltételekként alkalmazott Részvételi Szabályzatban (a továbbiakban: RSZ) foglaltak alapján az eljárás alá vont által szervezett és működtetett fogyasztói csoportok kapcsán létrejött jogviszonyok jellemzőit illetően az alábbiak emelhetők ki.
 18. Az eljárás alá vont, mint Szervező kötelezi magát arra, hogy a szerződés tárgyának eladója valamint a fogyasztó, mint Megbízó között létrejövő adásvételi szerződés megkötését elősegíti olyan módon, hogy az arra vonatkozó szerződés megköthető legyen és a Megbízó a dolog tulajdonjogát a megbízási szerződésben meghatározott számú havi díj megfizetése mellett megszerezhesse. A megbízási tárgya – a felek között létrejött szerződés tartalmával összhangban – a szerződés tárgyat képező dolog részletfizetési megszerzésének elősegítése fogyasztói csoportok szervezése útján. Szerződési feladatát a Szervező több Megbízóval együttműködve belőlük, mint résztvevőkből csoportot szervezve látja el. A csoport tagjai, akik valamennyien Megbízók a Szervezővel egyenként állnak szerződési jogviszonyban.
 19. A Megbízók a megbízást egymásra tekintettel adják és tudomásul veszik, hogy a szervező a befizetett díjelőlegekből a csoport részére elkülönített pénzügyi alapot képez. A regisztrációs díj és a megbízási díj nem része a közös alapnak.
 20. A megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói joghoz jutás, illetve az előtörlesztés vállalása, azaz a kedvezményezettként való kiválasztása az ún. záráson történik. A zárás a jelenlévők számára tekintet nélkül megtartható.
 21. A Szervező a megbízási szerződésben foglalt kötelezettségeinek teljesítéséért a Megbízó részéről a szerződésben körülírt dolog teljes vételárának %-ban kifejezett megbízási díjban részesül, amelynek összegét a mindenkor előírt általános forgalmi adóval növeli. A megbízási szerződés megkötésekor (a fogyasztói csoportba történő belépéskor) a Megbízó köteles az előre meghatározott regisztrációs díjat a Szervező részére átadni. A megbízási díj a havi részletfizetések időpontjában a részletek arányában esedékes. A megbízási díj a Szervezőt akkor is megilleti, ha a Megbízó egyszerre többhavi részletet kifizet.
 22. Minden Megbízó egy meghatározott havi részlet összeg fizetésére vállal kötelezettséget, amely az alábbiakból tevődik össze:
 - a) A dolog vételára elosztva a csoport működési hónapjainak számával (havi alaprészlet). Ezek a befizetések képezik a csoport közös pénzügyi alapját.
 - b) A szerződésben meghatározott, ÁFA-val növelt fennmaradó megbízási díj ugyancsak a csoport működési hónap számával elosztva (megbízási díj).
 23. Ha a Megbízó a szerződés aláírásával egy időben előtörlesztést vállal a következő havi zárásra vonatkozóan, úgy a szerződés részt vesz a záráson és ennek megfelelően az elállási joga lerövidül.
 24. A Szervező által Megbízókból szervezett fogyasztói csoport részére a Szervező minden hónap utolsó munkanapján, amennyiben munkaszüneti napra esne, az azt követő munkanapon zárást végez, ahol a vásárlói jog kijelölése történik. A záráson azon Megbízók

szerződésesei vehetnek részt, akik a valamennyi fizetési kötelezettségüknek eleget tettek és ezt igazolni tudják. Az előtörlesztéses kiválasztáson a Megbízó csoporttagok vehetnek részt, ha előtörlesztést vállalnak. Az előtörlesztés vállalása a Részvételi Szabályzat szerint Megbízók között nem árverseny, hanem a törlesztő részletek esedékesség előtt történő befizetésére vonatkozó felajánlást jelent. Ennek megfelelően az előtörlesztés vállalás eljárás során az lesz a nyertes – az szerzi meg a vásárlási jogot –, aki az adott havi zárásig a legtöbb aktuális havi részlet esedékesség előtt befizetését ígéri és teljesíti. Több azonos mértékű előtörlesztés vállalás esetén a jogosultságot sorshúzással döntenek el.

25. A Megbízót a szerződés keltétől számított 8 napon belül indoklás nélküli elállási jog illeti meg, amelyet Szervező részére elküldött írásbeli nyilatkozatával gyakorolhat. A Megbízó elállása a szerződést felbontja és a Szervező részére teljesített szerződésenként egyszeri regisztrációs díj 20.000 forinton felüli részét, valamint a befizetett alaprészletet Szervező Megbízónak visszatéríti.
26. 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 lehetőségei szerint fizeti vissza. Visszafizeti, amennyiben a fogyasztói csoportba a Megbízó helyére másik Megbízót tud szervezni. A visszafizetés feltétele az, hogy ez nem a Szervező saját pénzeszközei terhére, és nem a csoport vagyona terhére történik, hanem amennyiben a Szervező a Megbízó helyére új fogyasztó csoporttagot szervez, annak befizetései terhére, annak befizetéseiből kerül kifizetésre a felmondott Megbízó által befizetett alapidj. 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.
27. Az eljárás alá vont által megküldött adatszolgáltatás alapján az alábbi csoportok kerültek beazonosításra:

Fogyasztói csoport neve	Futamidő	Szerződések száma (db)	Regisztrációs díjból származó bevétel (Ft)	Megbízási díjból származó bevétel (Ft)	Befizetések száma és összege	Sorsolással/előtörlesztéssel elért vásárlói jogok száma (db)

[A táblázat adatai üzleti titkot képeznek]

28. Valamennyi csoport esetén maximum 2.500.000 Ft-ra köthető szerződés. Vannak olyan fogyasztók, akik több szerződést kötöttek az eljárás alá vonttal.
29. Az eljárás alá vont a fogyasztókkal történő személyes megbeszélés során az alábbi dokumentumokat alkalmazza:
 - szerződés, amelynek megkötésével csatlakoznak a fogyasztók a fogyasztói csoporthoz,
 - Részvételi Szabályzat, amely a szerződés mellékletét képezi,

- előtörlesztés vállalást tartalmazó adatlap, amely szerint a záráson az a megbízó vehet részt, aki az esedékes fizetési kötelezettségének eleget tett. A megbízó az adatlap kitöltésével felajánlást tehet egy meghatározott havi törlesztő részlet egyösszegű előtörlesztésére a vásárlói jog elnyeréséért,
- tájékoztató arról, hogy
 - a vásárlói jog elnyerésére a szerződésben meghatározott időtartamon belül az eljárás alá vont megbízottjainak és alkalmazottjainak semmilyen befolyásuk nincs,
 - az eljárás alá vont nem hitelintézet, nem bank, semmilyen pénzügyi szolgáltatást vagy kiegészítő pénzügyi szolgáltatást nem végez, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoportok szervezésére és működtetésére irányul,
 - a csoporttagok vásárlói joghoz juthatnak a csoport futamideje során,
 - a vásárlói jog elnyerésének időpontja előre nem meghatározható, előfordulhat, hogy a csoporttag csak a futamidő végén jut hozzá,
 - melyek az elállási jog gyakorlásának feltételei,
 - egyidejűleg több szerződés kötése esetén a csoporttag valószínűleg eltérő időpontban fog hozzájutni az egyes vásárlói jogokhoz,
 - a csoporttag előtörlesztés felajánlás útján hamarabb juthat a vásárlói joghoz,
- a fogyasztó nyilatkozata arról, hogy elolvasta és megértette a szerződés pontjait, továbbá az ügyvezető teljes körű tájékoztatást adott számára és azt elfogadja.

30. A fenti dokumentumok alkalmazásának körülményei, illetve az eljárás alá vont által a fogyasztóknak nyújtott szóbeli tájékoztatások tartalma nem ismert.

31. Az eljárás alá vont 2014. január 1-jén szolgáltatási szerződést kötött az Innovation Callcenter Kft.-vel (Vj/45-002/2014.), aki a call-center szolgáltatás keretében átvette a hirdetési tevékenységet is. A szerződés értelmében

- az Innovation Callcenter Kft. egy telefonközpontot (call-centert) működtető vállalkozás, amely a call-center szolgáltatás során a pénzügyi/ingatlanközvetítői szolgáltatást nyújtó szerződött partnerek megbízásából telefonos ügyfélszolgálati szolgáltatást nyújt oly módon, hogy a bejövő hívások (ügyfél hívások) szerinti igények/érdeklődések között a szerződött partnerek által leadott paraméterek (feltételrendszerek) szerint szelektál és az ügyfelet a kérésnek (igénynek) leginkább megfelelő szerződött partnerhez irányítja,
- az eljárás alá vont megbízta az Innovation Callcenter Kft.-t, hogy az eljárás alá vont tevékenységéhez (fogyasztói csoport koordinálás) kapcsolódóan, azt elősegítendő call-center szolgáltatást nyújtson,
- az Innovation Callcenter Kft. a saját neve alatt folytat hirdetési tevékenységet, amely során a vele szerződött partnerek által nyújtani vállalt szolgáltatásokat hirdeti a törvényi előírások megtartása mellett.

32. Az Innovation Callcenter Kft. nemcsak az eljárás alá vonttal van kapcsolatban, megbízási szerződéses viszonyban áll az Royal Financial Kft.-vel is, amely több bankkal kapcsolatban álló közvetítő cég. Az ezen szerződésben (Vj/45-004/2014.) meghatározott, az Innovation Callcenter Kft.-t megillető díj a töredéke az eljárás alá vonttal megkötött szerződésben rögzített díjnak. ¹

33. A Baranya Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége információi szerint (Vj/45-010/2014.) a hirdetésekre jelentkezett ügyfeleket az Innovation Callcenter Kft.

¹ Az Innovation Callcenter Kft nyilatkozata szerint hirdetéseiben együtt jelentette meg a fenti két cégre vonatkozó információkat (lásd Vj/045-25/2013 sz. irat)

adatlap/szűrő segítségével különíti el. A 2014. évben több ezer ügyfél adatát vette fel, ezek döntő többségét (több mint 90%-át) az eljárás alá vont részére, kisebb részben pedig a másik vállalkozás részére.

34. A Baranya Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége BAO/001/00384-0012/2014. számú határozatával az eljárás alá vontnak megtiltotta tagok fogyasztói csoportokba nyilvános felhívás útján való gyűjtését, illetve a megtévesztő kereskedelmi gyakorlat folytatását. A Felügyelőség a Metropolban 2014. február 10-én és a Blikk TV-ben 2014. január 23-án megjelent hirdetések nyomán indított vizsgálatot, majd végzett telefonon próbaellenőrzést. A call-center munkatársa adatfelvételt végzett, majd visszahívást ígért. Későbbiekben egy férfi munkatárs hívta vissza a felügyelőt, aki saját tőkéből történő finanszírozásra („hitel”-ezés) utalt és az eljárás alá vont székhelyére kérte iratok megküldését. A Felügyelőség megállapítása szerint az Innovation Callcenter Kft. hitelt reklámozó hirdetés útján gyűjtött új tagokat az eljárás alá vont számára. A reklám megjelentetése mindkét vállalkozás közvetlen érdekében állt. A Felügyelőség megállapítása szerint az eljárás alá vont magatartása az Fgytv. 16/B. §-ának (3) bekezdése, illetve az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése, 7. §-ának (1) bekezdése és 3. §-ának (1) bekezdés alapján jogsértő. A BAO/001/00384-0012/2014. számú határozattal kapcsolatosan előterjesztett jogorvoslati kérelem elbírálása folyamatban van.
35. A Baranya Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége BAO/001/00456-0010/2014. számú határozatával pedig az Innovation Callcenter Kft.-nek is megtiltotta tagok fogyasztói csoportokba nyilvános felhívás útján való gyűjtését, a jogsértő reklámok megjelenítését, illetve a megtévesztő kereskedelmi gyakorlat folytatását.

V.

A vizsgált reklámok

36. Az eljárás alá vont rendszeresen jelentetett meg reklámokat a nyomtatott sajtóban.
37. A reklámokat a 2013. évben közvetlenül az eljárás alá vont, a 2014. évben az Innovation Callcenter Kft. rendelte meg.
38. A Metropol, a Bors, a Blikk és a Blikk TV Magazin című lapok kiadóinak megkeresését követően a következő reklámok kerültek beazonosításra, azzal, hogy a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg, hogy a megadott megjelenési időpontokban pontosan mely hirdetések jelentek meg², de mindegyik tartalmazott jogsértő állításokat. Az alábbiakban laponkénti bontásban először a megjelenési időpontok, majd a különböző hirdetések kerülnek bemutatásra.
39. A Metropol című lapban megjelent reklámok közül
- az alábbiakat rendelte meg az eljárás alá vont:
 - Metropol országos: 2013. november 4., 2013. november 5., 2013. november 11., 2013. november 12., 2013. november 18., 2013. november 19., 2013. november 25., 2013. november 26., 2013. december 2., 2013. december 3.
 - Metropol vidék: 2013. november 6., 2013. november 13., 2013. november 20., 2013. november 27., 2013. december 4.
 - az alábbiakat rendelte meg az Innovation Callcenter Kft.:

² Tekintettel arra, hogy a megjelentetett hirdetések gyakorlatilag azonos tartalmúak voltak, a GVH nem csoportosította azokat megjelenési idő és tartalom alapján.

- Metropol országos: 2014. január 13., 2014. január 14., 2014. január 20., 2014. január 21., 2014. január 27., 2014. január 28., 2014. február 10., 2014. február 11., 2014. február 17., 2014. február 18., 2014. március 3., 2014. március 4., 2014. március 10., 2014. március 11., 2014. március 17., 2014. március 18., 2014. március 24., 2014. március 25.
- Metropol vidék: 2014. január 15., 2014. január 22., 2014. január 29., 2014. február 12., 2014. február 19., 2014. március 5., 2014. március 12., 2014. március 19., 2014. március 26.

Metropol 1. reklám

*Pénzügyi gondja van? Elutasítják a bankok?
Itt a garantált lehetőség!
Vállalkozásoknak is!*

<i>1 millió Ft ></i>	<i>3 335 Ft/hó</i>
<i>3 millió Ft ></i>	<i>9 999 Ft/hó</i>
<i>5 millió Ft ></i>	<i>16 665 Ft/hó</i>
<i>10 millió Ft ></i>	<i>33 335 Ft/hó</i>
<i>20 millió Ft ></i>	<i>66 665 Ft/hó</i>

*☎ Hívjon most!
06 1 235 3050
fax 06 1 235 3059
info@cashlinebrokers.hu
CASHLINE
BROKERS*

*- fix forint alapon
- ingatlanfedezet nélkül
- nyugdíjasoknak is
- életkorhatár nélkül
- BAR listásoknak is!
NYITVA TARTÁS
h-p 9-17, szombat 10-14
Kálvin Center Irodaház
1085 Budapest, Kálvin tér 12.*

Hirdetésünk nem teljes körű

Metropol 2. reklám

*A MINDENIT!
Remek hitelkonstrukciók!*

<i>1 millió Ft -</i>	<i>3.801 Ft/hó</i>	<i>NE HABOZZON,</i>
	<i>THM 6,3%-tól</i>	
<i>3 millió Ft -</i>	<i>15.071 Ft/hó</i>	<i>HÍVJON!</i>
	<i>THM 5,8%-tól</i>	
<i>5 millió Ft -</i>	<i>26.342 Ft/hó</i>	<i>06 1 235-3055</i>
	<i>THM 5,7%-tól</i>	
<i>10 millió Ft -</i>	<i>53.417 Ft/hó</i>	<i>nyitva tartás: h-p 9-17,</i>
	<i>THM 5,7%-tól</i>	<i>szó 10-14</i>
<i>20 millió Ft -</i>	<i>106.834 Ft/hó</i>	<i>A feltüntetett Teljes</i>
	<i>THM 5,6%-tól</i>	<i>Hiteldíj Mutató (THM)</i>

** BAR (KHR) listán szereplőknek is!
* ingatlan fedezet nélküli hitelek
* nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is
* hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is*

*aktuális feltételek, illetve
a hatályos jogszabályok
figyelembevételével
történt. A feltételek
változása esetén a
mértékek módosulhatnak.
A THM mutató értéke
nem tükrözi a változó
kamatozású hitelek
kamatkockázatát.*

INNOCALL

Metropol 3. reklám

AZ ÖRDÖGIT!!!
Micsoda jó ajánlatok!

1 millió Ft >	3.801 Ft/hó	THM 6,3%-tól
3 millió Ft >	15.071 Ft/hó	THM 5,8%-tól
5 millió Ft >	26.342 Ft/hó	THM 5,7%-tól
10 millió Ft >	53.417 Ft/hó	THM 5,7%-tól
20 millió Ft >	106.834 Ft/hó	THM 5,6%-tól

- BAR (KHR) listán szereplőknek is!
- ingatlan fedezet nélküli hitelek!
- nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is
- szerződéskötési díj 0 Ft
- hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is

NE KÉSLEKEDJEN, HÍVJON!
06 1 235 3055

h-p 9-17,
szo 10-14

A feltüntetett Teljes Hiteldíj Mutató (THM) meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt. A feltételek változása esetén a mértékek módosulhatnak. A THM mutató értéke nem tükrözi a változó kamatozású hitelek kamatkockázatát.
INNOCALL

Metropol 4. reklám

AZ ÖRDÖGIT!!!
Micsoda jó ajánlatok!

1 millió Ft >	3.801 Ft/hó	THM 6,3%-tól
3 millió Ft >	15.071 Ft/hó	THM 5,8%-tól
5 millió Ft >	26.342 Ft/hó	THM 5,7%-tól
10 millió Ft >	53.417 Ft/hó	THM 5,7%-tól
20 millió Ft >	106.834 Ft/hó	THM 5,6%-tól

- BAR (KHR) listán szereplőknek is!
- ingatlan fedezet nélküli hitelek!
- nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is
- hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is

NE KÉSLEKEDJEN, HÍVJON!
06 1 235 3055

h-p 9-17,
szo 10-14

A feltüntetett Teljes Hiteldíj Mutató (THM) meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt. A feltételek változása esetén a mértékek módosulhatnak. A THM mutató értéke nem tükrözi a változó kamatozású hitelek kamatkockázatát.
INNOCALL

40. Az Innovation Callcenter Kft. által megrendelt reklámok a Bors című lap alábbi számaiban jelentek meg: 2014. január 1., 2014. január 13-15., 2014. január 17., 2014. január 20-22., 2014. január 27-29., 2014. január 24., 2014. január 27-28., 2014. január 31., 2014. február 3-5., 2014. február 7., 2014. február 10-12., 2014. február 14., 2014. február 24-26., 2014. február 28., 2014. március 3-5., 2014. március 7., 2014. március 10-12., 2014. március 14., 2014. március 17-19., 21., 2014. március 31., 2014. április 1., 2014. április 2., 2014. április 4., 2014. április 7-9., 2014. április 11.

Bors 1. reklám

A MINDENIT! Remek hitelkonstrukciók!		
1 millió Ft >	3.801 Ft/hó	THM 6,3%-tól
3 millió Ft >	15.071 Ft/hó	THM 5,8%-tól
5 millió Ft >	26.342 Ft/hó	THM 5,7%-tól
10 millió Ft >	53.417 Ft/hó	THM 5,7%-tól
20 millió Ft >	106.834 Ft/hó	THM 5,6%-tól
* BAR (KHR) listán szereplőknek is! * ingatlan fedezet nélküli hitelek * nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is * hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is		
NE HABOZZON, HÍVJON! 06 1 235-3055 nyitva tartás: h-p 9-17, szo 10-14		
<i>A feltüntetett Teljes Hiteldíj Mutató (THM) meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt. A feltételek változása esetén a mértékek módosulhatnak. A THM mutató értéke nem tükrözi a változó kamatozású hitelek</i> INNOCALL		

Bors 2. reklám

AZ ÖRDÖGIT!!! Micsoda jó ajánlatok!		
1 millió Ft >	3.801 Ft/hó	THM 6,3%-tól
3 millió Ft >	15.071 Ft/hó	THM 5,8%-tól
5 millió Ft >	26.342 Ft/hó	THM 5,7%-tól
10 millió Ft >	53.417 Ft/hó	THM 5,7%-tól
20 millió Ft >	106.834 Ft/hó	THM 5,6%-tól
- BAR (KHR) listán szereplőknek is! - ingatlan fedezet nélküli hitelek! - nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is - szerződéskötési díj 0 Ft - hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is NE KÉSLEKEDJEN, HÍVJON! 06 1 235 3055		
		h-p 9-17, szo 10-14
<i>A feltüntetett Teljes Hiteldíj Mutató (THM) meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt. A feltételek változása esetén a mértékek módosulhatnak. A THM mutató értéke nem tükrözi a változó kamatozású hitelek kamatkockázatát.</i> INNOCALL		

41. A Blikk és a Blikk TV magazin című lapokban (együtt: Blikk) megjelent reklámokat az Innovation Callcenter Kft. rendelte meg:

- Blikk: 2014. január 14., 2014. január 15., 2014. január 21., 2014. január 22., 2014. február 4., 2014. február 5., 2014. február 11., 2014. február 12., 2014. február 18., 2014. február 19., 2014. február 25., 2014. február 26., 2014. március 4., 2014. március 5., 2014. március 11., 2014. március 12., 2014. március 18., 2014. március 19., 2014. március 25., 2014. március 26., 2014. április 1., 2014. április 2.
- Blikk TV Magazin: 2014. január 16., 2014. január 23., 2014. február 6., 2014. február 13., 2014. február 20., 2014. február 27., 2014. március 6., 2014. március 13., 2014. március 20., 2014. március 27., 2014. április 3.

Blikk 1. reklám

A MINDENIT! Remek hitelkonstrukciók!		
1 millió Ft >	3.801 Ft/hó	THM 6,3%-tól
3 millió Ft >	15.071 Ft/hó	THM 5,8%-tól
5 millió Ft >	26.342 Ft/hó	THM 5,7%-tól
10 millió Ft >	53.417 Ft/hó	THM 5,7%-tól
20 millió Ft >	106.834 Ft/hó	THM 5,6%-tól
* BAR (KHR) listán szereplőknek is! * ingatlan fedezet nélküli hitelek * nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is * hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is		
NE HABOZZON, HÍVJON! 06 1 235-3055 nyitva tartás: h-p 9-17, szo 10-14		
<i>A feltüntetett Teljes Hiteldíj Mutató (THM) meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt. A feltételek változása esetén a mértékek módosulhatnak. A THM mutató értéke nem tükrözi a változó kamatozású hitelek</i> INNOCALL		

Blikk 2. reklám

AZ ÖRDÖGIT!!! Micsoda jó ajánlatok!		
1 millió Ft >	3.801 Ft/hó	THM 6,3%-tól
3 millió Ft >	15.071 Ft/hó	THM 5,8%-tól
5 millió Ft >	26.342 Ft/hó	THM 5,7%-tól
10 millió Ft >	53.417 Ft/hó	THM 5,7%-tól
20 millió Ft >	106.834 Ft/hó	THM 5,6%-tól
- BAR (KHR) listán szereplőknek is! - ingatlan fedezet nélküli hitelek! - nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is - hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is NE KÉSLEKEDJEN, HÍVJON! 06 1 235 3055		
		h-p 9-17, szo 10-14
<i>A feltüntetett Teljes Hiteldíj Mutató (THM) meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt. A feltételek változása esetén a mértékek módosulhatnak. A THM mutató értéke nem tükrözi a változó kamatozású hitelek kamatkockázatát.</i> INNOCALL		

Blikk 3. reklám

AZ ÖRDÖGIT!!! Micsoda jó ajánlatok!		
1 millió Ft >	3.801 Ft/hó	THM 6,3%-tól
3 millió Ft >	15.071 Ft/hó	THM 5,8%-tól
5 millió Ft >	26.342 Ft/hó	THM 5,7%-tól
10 millió Ft >	53.417 Ft/hó	THM 5,7%-tól
20 millió Ft >	106.834 Ft/hó	THM 5,6%-tól
- BAR (KHR) listán szereplőknek is! - ingatlan fedezet nélküli hitelek! - nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is - szerződéskötési díj 0 Ft - hitelkonstrukciók vállalkozásoknak is NE KÉSLEKEDJEN, HÍVJON!		

A feltüntetett Teljes Hiteldíj Mutató (THM) meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt. A feltételek változása esetén a mértékek módosulhatnak. A THM mutató értéke nem tükrözi a változó kamatozású hitelek kamatkockázatát.
INNOCALL

42. A reklámok megjelentetésével kapcsolatos költségekre vonatkozó ismert adatokat a Vj/45-002/2014., a Vj/45-004/2014. és a Vj/45-007/2014. számú iratok tartalmazzák, a teljes költség összege [üzleti titok] Ft volt.

VI.

Az eljárás alá vont előadása

43. Az eljárás alá vont nem tett a vizsgálati eljárás során érdemi nyilatkozatot, de az eljáró versenytanács előzetes álláspontjára az alábbiak szerint nyilatkozott.
44. Hangsúlyozta, hogy a társaság működését a hatályos jogszabályi környezet előírásainak szem előtt tartásával végzi, valamint azt is, hogy ő maga csak a vizsgált időszak közepéig, 2014. január 1-ig tett közzé hirdetéseket. Előadta, hogy ekkortól kezdődően egy harmadik személy, az Innovation Callcenter Kft. végezte ezt a tevékenységet, aki telefonos adatgyűjtés útján megvalósuló adatbázis-építéssel és az ezen alapuló adattovábbítással foglalkozik. A GVH által vizsgált hirdetéssel kapcsolatban becsatolta az Innovation Callcenter Kft nyilatkozatát, amely szerint az „gyűjtő” jellegű hirdetés, és az jelenleg két cég hirdetését tartalmazza egyidejűleg.³
45. Hivatkozott arra is, hogy az Innovation Callcenter Kft. az őket felkereső ügyfeleket minősíti aszerint, hogy milyen pénzügyi szolgáltatás igénybevételére lennének jogosultak, majd ennek alapján továbbítja az adatokat az egyes pénzügyi szolgáltatók részére. Az általa megjelentetett hirdetések tehát többféle pénzügyi szolgáltatás igénybevételét reklámozzák egyidejűleg. A hirdetés tehát több társaság, egymástól eltérő szolgáltatásának lényegi feltételeit tartalmazza, így az nem tekinthető fogyasztói csoportba történő belépésre irányuló felhívásnak. A hirdetés célja az adatgyűjtés, amely tehát nem segít elő szerződéskötést, döntést nem befolyásol, mivel az eljárás alá vont vállalkozással az ügyfél csak a minősítést követő visszahívás után kerül kapcsolatba, és ez után kapja meg az ügyfél a részletes információkat. Nem alapos tehát az a feltételezés, hogy a hirdetés kizárólag az eljárás alá vont társaság érdekét szolgálja, hiszen több társaság is érdekelt a hirdetés közzétételében.
46. A hirdetésben szereplő THM jellemzőre utalás arra enged következtetni, hogy a hirdetés lízingelésre, vagy egyéb pénzügyi szolgáltatásra, és nem kizárólag fogyasztói csoportra vonatkozóan tartalmaz adatot, tehát több társaság érdekében áll annak megjelenése. A vitatott reklám tehát nem fogyasztói csoportban történő részvételre irányuló nyilvános felhívás, nem fogyasztói csoportban történő részvételre ösztönzi a fogyasztót, aki a minősítés alapján másik szolgáltatóval is kapcsolatba kerülhet, ami kétségesse teszi az érdek-elv érvényesülését.
47. Az Innovation Callcenter Kft. díjazásával kapcsolatban előadta, hogy azt az Innovation Callcenter Kft. javaslata alapján határozták meg a két „közös hirdető” társaság között

³ lásd a Vj/045-25/2013 sz. irat

olyan arányban, amilyen arányban szolgáltat adatokat a minősítés alapján. A díjmegosztást a felek megállapodása alapján időszakonként felülvizsgálják.

48. Legutóbbi beadványában összefoglalta korábbi érvelését, kifogásolta a GVH általános joggyakorlatát a döntési folyamattal és a fogyasztói magatartás értékelésével kapcsolatban, és kiemelte, hogy a fogyasztók az elmúlt időszakban megfelelő ismereteket szerezhettek a fogyasztói csoportokkal kapcsolatban. Végezetül utalt arra, hogy az esetleges bírság meghatározásakor a tárgyévet megelőző év árbevételeit kell alapul venni, nem pedig az előzetes álláspontban írtak szerinti hirdetési költségeket.
49. Becsatolta az Innovation Callcenter Kft. írásbeli nyilatkozatát, amely gyakorlatilag alátámasztja az eljárás alá vont korábban kifejtett álláspontját, megerősíti az abban előadottakat.⁴

VII. Jogi háttér

50. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen § (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
51. 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.
52. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (Fttv. 6. § és 7. §) vagy agresszív (Fttv. 8. §).
53. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése értelmében a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése szerinti melléklet 9. pontja értelmében tisztességtelen annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése - akár

⁴ lásd Vj/045-25/2013 sz. irat

önmagában az árunak a kereskedelmi gyakorlatban való megjelenítése által -, hogy az áru jogszerűen forgalmazható.

54. 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, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatékosságuk 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.
55. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:
- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
 - b) az áru lényeges jellemzői, így különösen
 - ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai,
 - bb) mennyisége,
 - bc) származási helye, eredete,
 - bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja,
 - be) beszerezhetősége, szállítása,
 - bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek,
 - bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei,
 - bh) veszélyessége, kockázatai,
 - bi) környezeti hatásai,
 - bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy
 - bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,
 - c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.
56. 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.
57. 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.
58. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a

tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

59. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
60. 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 Tpv. 78. §-ának (3) bekezdése 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.
61. A Tpv. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tpv. eltérő rendelkezése hiányában - a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni az ott felsorolt kivételekkel.
62. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tpv. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.

VIII. Jogi értékelés

Hatáskör, illetékesség

63. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének b) pontja értelmében a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg.
64. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott, több hónapon keresztül, a fogyasztók széles körét elérő kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lapok (Metropol, Bors, Blikk) útján valósult, megállapítható a GVH hatásköre az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének a) pontja és az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének b) pontja alapján.
65. A GVH illetékességét a Tpv. 46. §-a állapítja meg.

66. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének.
67. 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.
68. A GVH által a fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozásokkal szemben korábban lefolytatott eljárásokban megszületett határozatok bírósági felülvizsgálata során hozott ítéletekben a bíróságok világos, egyértelmű megállapításokat tettek a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő vállalkozások kereskedelmi kommunikációival összefüggésben
- a Vj/1/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.673/2005/5. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.707/2006/7. számú ítéletét;
 - a Vj/149/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.275/2006/7. számú ítéletét;
 - a Vj/150/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.843/2006/6. számú ítéletét;
 - a Vj/183/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.243/2006/9. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.223/228. számú ítéletét;
 - a Vj/207/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 11.K.33.078/2006/10. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.124/2007/6. számú ítéletét;
 - a Vj/163/2007. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 2.K.33.174/2008/7. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.097/2009/5. számú ítéletét;
 - a Vj/13/2010. számú ügy kapcsán a Fővárosi Törvényszék 2.K.34.217/2010/6. számú ítéletét;
 - a Vj/33/2011. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Törvényszék 16.K.30.924/2012/6. számú ítéletét;
 - a Vj/49/2012. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 2.K.31.789/2013/6. számú ítéletét).
69. A GVH határozatainak felülvizsgálatát végző bíróságok ítéletei alapján a Versenytanács az alábbi gyakorlatot követi a fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozások által megjelentett, vizsgált reklámok értékelése, megítélése során:
- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valósághű legyen,
 - ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe bocsátkozik, akkor elsődlegesen a vállalkozás a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét,
 - magasabb elvárhatósági mérce érvényesül a pénzhez jutás ígéréssel kecsegtető reklámok esetében a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt,
 - a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,

- a reklámok címzettjei hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett, rászoruló fogyasztók (BAR-listások, nyugdíjasok stb.), akik az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhöz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra,
- a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - a) az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására ténylegesen „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor, ami tovább növeli a fogyasztói várakozások teljesülésének bizonytalanságát, mivel a teljesítés jelentős részben azon fogyasztók jövőbeni, több éven (akár 20-25 éven) át tartó rendszeres teljesítésétől függ, akik fizetőképességét/fizetőkészségét a bankok korábban már kétségesnek ítélték, s akik anyagi helyzete ezt követően valószínűsíthetően nem javult,
 - b) a szerencseelem léte,
 - c) az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,
- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
- az előtakarékossági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 25 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a 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.

Az eljárás tárgya

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

Felelősség a kereskedelmi gyakorlatért

71. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése az ún. „érdek-elvet” alkalmazva mondja ki, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Az Fttv. 9. §-ának (2) bekezdése alapján ez a vállalkozás felel akkor is a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

72. Az általa megrendelt és a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokért fennáll azon eljárás alá vont Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése szerinti felelőssége, amelynek közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett szolgáltatást értékesítése, eladásának ösztönzése.
73. Az Fttv. 9. §-ának (2) bekezdésével összefüggésben az eljáró versenytanács kiemeli, a törvény nem követeli meg azt, hogy a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítésében, eladásának ösztönzésében közvetlenül érdekelt vállalkozás és egy másik, e vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személy között írásbeli szerződés jöjjön létre, illetve az Fttv. 9. §-a (2) bekezdésének alkalmazása nem feltételezi a polgári jog előírásai szerint érvényes szerződés létét. Hangsúlyozza az eljáró versenytanács, hogy az adott esetben az eljárás alá vont vállalkozás és az Innovation Callcenter Kft. között írásbeli szerződés jött létre.
74. Az Fttv. 9. §-a (2) bekezdésének alkalmazását az sem akadályozza, ha nem válik ismertté a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítésében, eladásának ösztönzésében közvetlenül érdekelt vállalkozás és egy másik vállalkozás közötti olyan szerződés, amelyben a felek megállapodnak abban, hogy a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítésében, eladásának ösztönzésében közvetlenül érdekelt vállalkozás érdekében vagy javára a másik vállalkozás megvalósítja az adott kereskedelmi gyakorlatot, illetőleg az sem érinti, ha a két vállalkozás közötti, általuk az eljárás során ismerttetett szerződés ilyen kitéletet nem tartalmaz. Ezen esetekben is sor kerülhet az Fttv. 9. §-a (2) bekezdésének alkalmazására, ha az eljárás során ismertté vált adatokból megállapítható a felek közötti azon megállapodás, amely szerint a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítésében, eladásának ösztönzésében közvetlenül érdekelt vállalkozás érdekében vagy javára a másik vállalkozás valósítja meg az adott kereskedelmi gyakorlatot.
75. A jelen esetben az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont és az Innovation Callcenter Kft. megállapodott abban, hogy az eljárás alá vont érdekében az Innovation Callcenter Kft. valósítja meg az adott kereskedelmi gyakorlatot, jelenteti meg a nyomtatott sajtóban az eljárás alá vont számára ügyfeleket eredményező reklámokat. A megállapodás értelmében
- az eljárás alá vonttal megkötött szolgáltatási szerződésben kikötött díj több, mint tizennyolcszorosa az Innovation Callcenter Kft. által az Royal Financial Kft.-vel 2014. január 3-án azonos szolgáltatásra megkötött szolgáltatási szerződésben kikötött díjnak, ami alátámasztja azt az előadást, hogy az Innovation Callcenter Kft. a nála jelentkező, az általa minősített fogyasztók túlnyomóan nagyobbik részét az eljárás alá vonthoz irányította,
 - az Innovation Callcenter Kft. által 2014. január 1. és április 11. között megjelentetett reklámok ismert költsége is számottevő volt, miközben az Innovation Callcenter Kft. a szolgáltatási szerződésben kikötött díj fix jellegéből adódóan nem volt érdekelt egy ilyen jelentős mértékű reklámozási tevékenységben,
 - a fentiekből következően az eljárás alá vont érdekét szolgáló reklámok megjelentetésének költségét a felek az Innovation Callcenter Kft.-t megillető havi díjba foglalták bele,
 - az Innovation Callcenter Kft. által irányított fogyasztók döntő többsége, több mint 90%-a az eljárás alá vonttal került kapcsolatba, míg csak a maradék kb. 10% az Royal Financial Kft.-hez.
 - az Innovation Callcenter Kft. és az eljárás alá vont nem igazolta, hogy az Royal Financial Kft.-hez irányított fogyasztók (így például a KHR (korábbi nevén:BAR)-listások) a reklámokban feltüntetett ismérvek szerinti szolgáltatásban részesültek volna.

76. Az eljárás alá vont és az Innovation Callcenter Kft. közötti kapcsolat sajátos voltát támasztja alá az is, hogy már az eljárás alá vont által közvetlenül megrendelt reklámokban (2013. dec. 31. előtt) feltüntetett telefonszám előfizetője is az Innovation Callcenter Kft. volt (Vj/45-007/2014.).
77. Mindezek alapján az eljáró versenytanács – figyelemmel az Fttv. 9. §-ának (2) bekezdésére - az eljárás alá vont felelősségét megállapította az Innovation Callcenter Kft. által megrendelt és a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokért is.
78. Az eljárás alá vont védekezésére tekintettel az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a hirdetések érdek-elv alapján történő értékelését nem az eljárás alá vont vállalkozás és az R...F...Kft. közötti érdekek megosztása alapján kell elvégezni, hanem az eljárás alá vont vállalkozás és a hirdetéseket az ő érdekében (is) közzetevő Innovation Callcenter Kft. tevékenysége alapján. Az Fttv. 9.§-ának helyes értelmezése alapján ugyanis a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megszegéséért az a vállalkozás felel, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, az eladás ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Az a tény, hogy ugyanazon hirdetés alapján adott esetben másik vállalkozás is érdekelt lehetett, azonban ennek ténye illetve mértéke nem került hitelt érdemlően igazolásra, csak arra adhat okot, hogy a hirdetés költségeit megosszák egymás között, de ez az eljárás alá vont érdekében megjelentetett hirdetések kapcsán a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatti felelősség alól nem mentesítenek. Ezen túlmenően a hirdetések költségének megosztása nyilvánvalóan nem tartozik a GVH eljárásának körébe.

A vizsgált reklámokkal célzott fogyasztói kör

79. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat címzettjei – elsődlegesen – azon fogyasztók, akik a pénzügyi intézmények banki, pénzügyi szolgáltatásából nem részesülnek, jövedelmi szerkezetük, életkoruk stb. okán a bankok által támasztott hitelfeltételeknek nem felelnek meg. Ezen fogyasztók az átlagosnál kiszolgáltatottabb, sérülékenyebb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel, pénzügyi megoldásokkal kapcsolatos lehetőségeket *(Elutasítják a bankok?; Remek hitelkonstrukciók!; Ingatlanfedezet nélküli hitelek!)* felvázoló reklámokra. Az eljárás alá vont által alkalmazott kommunikációs eszközök jellegére (napilapok, hetilapok) is figyelemmel, a vizsgált kommunikációs eszközök az elsődleges fogyasztói kör mellett ezen körbe nem tartozó fogyasztókat is megcéloztak, illetve elértek, nekik is pénzügyi megoldást kínálva.
80. A jelen esetben a valamennyi reklám külön megszólította a BAR-listásokat és a nyugdíjasokat, időseket *(BAR listásoknak is; BAR (KHR) listán szereplőknek is; nyugdíjasoknak is; életkorhatár nélkül; nyugdíjasoknak, akár 75 éves kor felett is)*. A Fővárosi Bíróság 2.K.35.796/2010/6. számú ítéletében (Vj/45/2010.) osztotta a GVH azon általánosan elfogadott gyakorlatát, hogy a pénzkínálathoz való hozzáférés tekintetében a nyugdíjasok és a BAR-listások kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztók: *„A bíróság a határozat indokolásának 20. pontjában tett megállapításokkal maradéktalanul egyetértett, a reklámok kifejezetten és hangsúlyosan emelték ki a nyugdíjasokat és a BAR listára került személyeket, akik ennek megfelelően elsődlegesen érintett fogyasztói körnek tekinthetők, különös tekintettel a reklámok szövegében ugyancsak kiemelt banki elutasításra, és a pénzszükségre. Az alperes megállapításának okszerűségét nem befolyásolja a felperes által kiemelt „is” kötőszó, mert a reklámok megfogalmazása, összehatása alapján logikailag sem lehet arra a következtetésre jutni, hogy felperes elsősorban a banknál hitelképes vagy potenciálisan hitelképes fogyasztói körnek kínál „megoldást” pénzszűke, vagy banki elutasítás esetére. A reklámok utóbbiaknak is szólnak (e tekintetben nem vitatható a banki*

finanszírozáshoz képest az alternatív kínálatra történt felperesi hivatkozás), de csak másodlagosan. Abban a tekintetben pedig a bíróság osztotta az alperes álláspontját, hogy a pénzkínálatához való hozzáférés tekintetében a nyugdíjasok és a BAR-listások kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztók”.

81. Azzal együtt, hogy a fentiek alapján a vizsgált kereskedelmi gyakorlat címzettjei eltérő helyzetben lévő fogyasztók lehetnek, az eljáró versenytanács nem tartotta szükségesnek, hogy tekintetükben külön-külön értékelje a vizsgált gyakorlatot, így annak megítélése során az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott, ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó magatartásából indult ki.
82. Az eljáró versenytanács – bíróságok által is megerősített – állandó gyakorlata szerint 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 tájékozódási folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínáljanak, s a fogyasztó – számára költségmegtakarítást eredményezően – valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
83. Az adott helyzetben általában elvárható magatartás, s azon belül adott helyzetben általában elvárható figyelmesség és körültekintés vonatkozásában az eljáró versenytanács kiemeli, hogy
- a fogyasztó által tanúsított magatartás egy olyan döntési folyamat eredménye, amelynek összetett volta és az e folyamatra hatást gyakorló tényezők sokszínűsége alapján megállapítható, hogy a fogyasztói döntést nem lehet egy tisztán racionális megfontolás eredményének tekinteni, mivel megszületésében más (indulati, érzelmi stb.) tényezők is szerepet játszanak. Ennek nem mond ellent az Fttv. sem. A törvény 4. §-ának (1) bekezdése maga sem követeli azt meg, hogy valamely kereskedelmi gyakorlat megítélése során a különböző alternatívák között hideg fejjel, a döntés meghozatalához szükséges információkat teljes körűen feltárva és saját preferenciáit pontosan ismerve eljáró, a számára legkedvezőbb, kizárólag a racionalitásra alapozott döntést meghozó fogyasztót tartsa szem előtt a jogalkalmazó,
 - az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró fogyasztó nem azonosítható egy, kizárólag az ésszerűségi követelményeknek megfelelően eljáró fogyasztóval. A törvény alkalmazása során egy olyan fogyasztó a mérce, aki általában nem kizárólag az ésszerűség által meghatározottan hozza meg döntéseit. Ezzel nem ellentétes az Fttv. 4. §-a (1) bekezdésében az „ésszerűen tájékozottan” kitétel sem, mivel ez nem abszolutizálja az ésszerűség követelményét, hanem éppen relativizálja azt – hiszen (amint arra előzőleg rámutatott az eljáró versenytanács) az a fogyasztó is ésszerűen tájékozott, aki nem kételkedik a reklámokban tett állításokban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, mivel a kölcsönös bizalmon alapuló gazdaságban a reklámokat egy költséghatékony tájékozódási lehetőségnek tekinti,
 - a fogyasztói döntési folyamat nem racionális elemeinek szerepe az átlagosnál erőteljesebben jelentkezik azon fogyasztók esetében, akik különösen kiszolgáltatottaknak minősülnek.

Ügyleti döntés

84. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés meghozatalára is sor kerülhet, amelyek mindegyikének meghozatala esetén súlya lehet a vállalkozások által folytatott kereskedelmi gyakorlatoknak. A fogyasztói csoporthoz való csatlakozás, illetve abban való részvétel során a fogyasztó szintén számos ügyleti döntést hoz, pl. szükségletei, pénzügyi lehetőségei alapján a pénzügyi termékek közötti választással, a fogyasztói csoportok szervezői közötti választással, a konstrukció (áru, összeg, futamidő) kiválasztásával, előtörlesztés vállalásával, a szerződéstől való elállással, a szerződés felmondásával stb. Az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában, vagyis a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelensége a döntési folyamat egésze során vizsgálható.
85. A fogyasztói döntési folyamat ugyanakkor a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, és a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is. Az eljárás alá vont védekezésére tekintettel hangsúlyozza az eljáró versenytanács, hogy önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, a kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással (vagy az annak érdekében eljáró másik vállalkozással), már kifogásolható, hiszen ennek során a vállalkozás (az érdekében eljáró másik vállalkozás) „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat, különösen egy tisztességtelen reklám.
86. Az eljárás alá vont azzal is érvelt, hogy az általa (illetve megbízottja által) megjelentetett hirdetések többféle pénzügyi szolgáltatás igénybevételét reklámozzák egyidejűleg. A hirdetés tehát több társaság, egymástól eltérő szolgáltatásának lényegi feltételeit tartalmazza, így az nem tekinthető fogyasztói csoportba történő belépésre irányuló felhívásnak. Ezzel kapcsolatban az az eljáró versenytanács álláspontja, hogy az ügyleti döntés első lépéseként a kapcsolatfelvétel értelemszerűen nem tartalmazza valamennyi (vagy a legtöbb) fontos információt, azok átadására a folyamat később időszakában kerül sor. Ebben a körben tehát nem befolyásolja a jogsértés megállapítását, hogy az Innovation Callcenter Kft. saját mérlegelése alapján később esetleg a másik által képviselt vállalkozáshoz, vagy az eljárás alá vont vállalkozáshoz irányítja a hirdetésre jelentkezett fogyasztót. A fogyasztói csoportba történő felhívással a fogyasztó közvetlenül csak később szembesül, amikor telefonon visszahívja őt az eljárás alá vont vállalkozás munkatársa, de az első lépést a hirdetés alapján a fogyasztó teszi meg.

A vizsgált reklámok értékelése

87. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésében foglalt tényállás kapcsán
- egyfelől azt kell vizsgálni, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg,

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

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

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

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

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

90. A fogyasztói csoport fenti jellemzői – figyelemmel az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésére – olyan lényeges kategóriaképző tulajdonságnak minősülnek, amelyek ismerete nélkül nem hozható tájékozott üzleti döntés vagy akár körütekintő összehasonlítás. Ily módon, ha ezekről a lényeges jellemzőkről a reklám megtévesztésre alkalmas módon tájékoztat, az ésszerűen eljáró átlagfogyasztó nincs abban a helyzetben, hogy megalapozott üzleti döntést hozzon.

91. A befolyásolás lehetősége, illetve a megtévesztésre való alkalmasság megítélése kapcsán az eljáró versenytanács - az eljárás alá vont által előadott védekezés ellenére – fenntartotta álláspontját és figyelembe vette azt is, hogy
- a lakosság pénzügyi ismeretei jellemzően alacsonyak,
 - a fogyasztói csoport fogalma, működésének lényegi jellemzői nem tekinthetők közismertnek, erre utal az elmúlt években a fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben a GVH-hoz és más hatóságokhoz érkező panaszok, illetve a lefolytatott eljárások magas száma és jellege.
92. A vizsgált reklámok elsődleges célcsoportját a nehéz pénzügyi helyzetben lévő, korlátozott hitelképességgel bíró személyek jelentik, akiknek a figyelmét kétség kívül felkeltik az esetleges anyagi gondjaikra megoldást kínáló hirdetések. A hazai lakosság magas szintű érzékenységből, illetve a hitelpiaci mozgásokból kiindulva a reklámokkal elért további – adott esetben pénzügyileg kevésbé kiszolgáltatott helyzetben lévő – fogyasztók figyelmét is felkeltik a valamilyen akció révén vagy más módon kedvező, fix havi törlesztőrészek. A jelen esetben az ezekre történő utalás minden reklámban megjelent:
- *fix forint alapon* (Metropol 1. reklám)
 - *Remek hitelkonstrukciók* (Metropol 2. reklám, Bors 1. reklám, Blikk 1. reklám)
 - *ingatlan fedezet nélküli hitelek* (Metropol 2., 3. és 4. reklám, Bors 1. és 2. reklám, Blikk 1., 2. és 3. reklám)
 - *Micsoda jó ajánlatok* (Metropol 3. és 4. reklám, Bors 2. reklám, Blikk 2. és 3. reklám)
 - *szerződéskötési díj 0 Ft* (Metropol 3. reklám, Bors 2. reklám, Blikk 3. reklám)
93. Az elérni kívánt fogyasztók szerződéskötésre, de legalábbis a fogyasztói csoport szervezőjével való kapcsolatfelvételre vonatkozó ügyleti döntését tehát jelentős mértékben befolyásolhatta a reklám – még ha utólag, a közvetlen kapcsolatfelvétel keretében esetlegesen tájékoztatták is őket a konstrukció kevésbé kedvező jellemzőiről.
94. A nyomtatott sajtóban megjelent, a jelen eljárásban vizsgált reklámok fogyasztói döntés befolyásolására való alkalmasságát önmagában az a tény is igazolja, hogy az eljárás alá vont folyamatosan, több hónapon keresztül szükségesnek ítélte a reklámok közzétételét, hiszen a leendő ügyfelei számára ez jelentette a kapcsolatfelvétel alapját.
95. A vizsgált reklámokban az érintett szolgáltatásról adott információk alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére is, mivel azok valótlan üzenetet közvetítettek a fogyasztók részére. A fogyasztók számára a reklámokból nem derül ki, hogy a reklám alapján történő kapcsolatfelvételt és szerződéskötést követően igen nagy valószínűséggel az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok tagjai lesznek. Az eljárás alá vontnak fokozott figyelmet kellett volna fordítania arra, hogy a fogyasztókat megcélzó tájékoztatások ennek megfelelő tartalommal bírjanak.
96. A Metropol 1. reklámnak a tájékoztatás hiányosságaira való felhívást tartalmazó kitétele (*Hirdetésünk nem teljes körű*) kapcsán kiemelendő, hogy egy, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás nem szünteti meg a reklámok jogsértő jellegét, még esetleges észlelés esetén sem.

Az igényelhető összegek, az időtartamok, a havi (fix) részletek és a Metropol 1. reklám kivételével a THM megjelenítése révén, a mindennapi életben elfogadott reklámozási és tájékoztatási gyakorlata alapján, a fogyasztó a reklám összehatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy az eljárás alá vont pénzügyi szolgáltatást kínál, és a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa

igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. Ezzel szemben a reklámokban felkínált telefon-kapcsolati lehetőségekkel élő fogyasztók döntő többsége, több mint 90%-a az Innovation Callcenter Kft. révén az eljárás alá vonttal került kapcsolatba és egy fogyasztói csoport tagja lett.

Az eljárás alá vont hivatkozott arra is, hogy a hirdetésben szereplő THM jellemzőre utalás arra enged következtetni, hogy a hirdetés lízingelésre, vagy egyéb pénzügyi szolgáltatásra, és nem kizárólag fogyasztói csoportra vonatkozóan tartalmaz adatot, tehát több társaság érdekében áll annak megjelenése. A vitatott reklám tehát nem fogyasztói csoportban történő részvételre irányuló nyilvános felhívás, nem fogyasztói csoportban történő részvételre ösztönzi a fogyasztót, aki a minősítés alapján másik szolgáltatóval is kapcsolatba kerülhet, ami kétségesse teszi az érdek-elv érvényesülését.

97. Ezzel kapcsolatban az eljáró versenytanács utal a fentebb már írt azon álláspontjára, mely szerint az ügyleti döntés kialakulásának teljes folyamatát kell figyelembe venni az értékelés során és az érdek elv törvény alapján történő értelmezése szerint nem a másik érdekelt társaság tevékenységéért áll fenn a felelőssége, hanem a hirdetést az eljárás alá vont érdekében közzétevő harmadik személy illetve saját hirdetési tevékenységéért.
98. A reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet az az értelmezési lehetőség, hogy a kapcsolatfelvétel után egy fogyasztói csoport tagja lesz, amelynek révén nem az igényelt pénzügyi összeghez, hanem vásárlói joghoz juthat, és a kívánt dologhoz is csak előtörlesztés vállalással (a szerencsejelen által befolyásoltan), esetleg több (akár 20-25) év elteltével juthat hozzá. Nem derül ki az sem, hogy az ígért pénzügyi összeghez (pontosabban a vásárlói joghoz nyújtott támogatáshoz) a tagok befizetéseire – egyfajta belső hitelezésre – van szükség, ennek következtében, még előtörlesztés vállalása esetén is a vásárlói joghoz jutás időpontját a rendelkezésre álló közös csoportalap mértéke – azaz a csoporttagok száma és más csoporttagok fizetési hajlandósága – befolyásolja.
99. A reklámokban megjelenített igényelhető összegek és azok költsége kapcsán kiemelő továbbá, hogy a csoporttag előtörlesztés vállalása mellett juthat hozzá a vásárlói joghoz, azonban előtörlesztés vállalása esetén megváltozik a szerződés tárgya, az előtörlesztés összege a vásárlói jog összegét csökkenti. Ennek következtében az előtörlesztést vállaló számára a vásárlói jog elnyerését követően a vásárlói jog értéke nem a tájékoztatások szerint alakul. Az előtörlesztés vállalása ugyan külön díjjal, költséggel nem jár, azonban az a fogyasztói csoport sajátosságainál fogva nem a szerződéses összeg hamarabbi visszafizetéséhez, hanem az ahhoz való korábbi hozzájutáshoz (vásárlói jog megnyíltához) kapcsolódik, továbbá az előtörlesztés vállalás a fogyasztó számára azzal a következménnyel („költséggel”) jár, hogy a megszerezhető vásárlói jog értéke jelentősen csökken a dolog árához képest. Erre való tekintettel a reklámokban megjelenített összegek, mivel valójában nem érhetőek el, valótlanok.
100. Mindezek alapján az eljáró versenytanács értékelése szerint a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére a fent leírt jellemzők vonatkozásában. Mint arra az eljáró versenytanács fentebb már utalt, az a körülmény, hogy a fogyasztónak utóbb – pl. az eljárás alá vont által szóban adott tájékoztatás alapján – esetlegesen módja van a reklámmal érintett áru, szolgáltatás lényeges jellemzőire vonatkozó teljes körű, valós információ megismerésére, a kapcsolatfelvétel alapjául szolgáló reklám jogsértő jellegének megállapítását nem érinti. A különböző kommunikációs eszközök útján adott tájékoztatásoknak ugyanis önmagukban kell egyértelműnek, hitelesnek, igaznak és pontosnak lenniük.

Összefoglalás

101. A fentiekre figyelemmel az eljáró versenytanács a Tpv. 77. §(1) bekezdés d) pontja alapján megállapította, hogy az eljárás alá vont 2013. november 4. és 2014. április 11. között a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságaira vonatkozó információkat illetően, amelyek alapján a fogyasztók számára egyértelműen érzékelhető lehetett volna, hogy milyen konstrukcióról van szó.. Az eljárás alá vont az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése a), b) pontjának bd), bg) alpontjai és c) pontja szerinti tényállást megvalósítva megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerinti tilalmat.
102. Ezen túlmenően a rendelkezésre álló bizonyítékok tanúsága szerint az eljárás alá vont nem hagyott fel a fentiek szerint kifogásolt kereskedelmi gyakorlatával, ezért az eljáró versenytanács a Tpv. 77. § (1) bekezdés f) pontjának alkalmazásával megtiltotta a fenti kereskedelmi gyakorlat további folytatását a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével. Az eljáró versenytanács kötelezte az eljárás alá vontat, hogy a határozat kézhezvételét követő 30 napon belül tájékoztassa a GVH-t a fenti kereskedelmi gyakorlat további folytatásának megszüntetése tényéről, módjáról és nyújtsa be a megszüntetést alátámasztó dokumentumokat.
103. Erre tekintettel az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben.
104. A bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú Közleménye (a továbbiakban: Közlemény) foglalja össze. A Közlemény 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. Az eljáró versenytanács Közleményben 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.
105. A Közleményben foglaltakra figyelemmel az eljáró versenytanács a bírság kiszabása során az eljárás alá vont érdekében a vizsgált időszakban megjelentetett reklámok ismert költségéből indult ki.

Lap neve	Megjelenés ideje	Megjelenések száma	Költség
Metropol	2013. november 4., november 5., november 6., november 11., november 12., november 13., november 18., november 19., november 20., november 25., november 26., november 27., december 2., december 3., december 4. 2014. január 13., január 14., január 15., január 20., január 21., január 22., január 27., január 28., január 29., február 10., február 11., február 12., február 17., február 18., február 19., március 3., március 4., március 5., március 10., március 11., március 12., március 17., március 18., március 19., március 24., március 25., március 26.	42	[üzleti titok]
Bors	2014. január 1., 13-15., 17., 20-22., 27-29., 24., 27-28., 31., február 3-5., 7., 10-12., 14., 24-26., 28., március 3., 7., 10., 14., 24., 28.3-5., 7., 10-12., 14., 17-19., 21., 31., április 1., 2., 4., 7-9., 11.	54	[üzleti titok]
Blikk	2014. január 14., 15., 21., 22., február 4., 5., 11., 12., 18., 19., 25., 26., március 4., 5., 11., 12., 18., 19., 25., 26., április 1., 2.	22	[üzleti titok]
Blikk TV Magazin	2014. január 16., 23., február 6., 13., 20., 27., március 6., 13., 20., 27., április 3.	11	[üzleti titok]
Összesen		129	[üzleti titok]

106. A kiszabandó bírságösszeg meghatározása során az eljáró versenytanács kiemelt súlyosító körülményként veszi figyelembe, hogy
- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele időben elhúzódott (több hónapon át zajlott),
 - a jogsértő reklámok a fogyasztók széles körét érték,
 - a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb,
 - az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül a szerencseelemekre is tekintettel,
 - a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés, 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.
107. Enyhítő körülményként veszi ugyanakkor figyelembe az eljáró versenytanács, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthattak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban.
108. Végezetül, a fentieknek megfelelően kalkulált bírságösszeget az eljáró versenytanács megvizsgálta abból a szempontból is, hogy az – figyelemmel az ügy összes körülményeire – kellő mértékű elrettentő erőt képvisel-e. Az eljáró versenytanács arra tekintettel a Tptv. 78. § (1) bekezdése szerinti törvényi maximumhoz közeli értékben határozta meg az eljárás alá vonttal szemben kiszabott bírság mértékét, mert az eljárás alá vont a hivatalosan ismert és következetes joggyakorlat ellenére folytatott olyan kereskedelmi gyakorlatot, amely a fogyasztók számára nem megfelelően kommunikálta a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságait, amelyek alapján a fogyasztók számára egyértelműen érzékelhető lehetett volna, hogy milyen konstrukcióról van szó.

109. Az eljáró versenytanács a bírságkiszabás során az eljárás alá vont vállalkozás 2013. évi árbevételét, mint a kiszabható törvényi maximumot is figyelembe vette és így határozta meg a rendelkező rész szerinti bírságot amely nem haladja meg a Tptv. 78. § (1) bekezdése szerinti törvényi maximumot, azonban lényegesen kevesebb a kommunikációs költségnél.
110. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács a rendelkező részben meghatározott mértékű bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben és egyben eltiltotta őt a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat további folytatásától.

IX. Egyéb kérdések

111. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő.
112. 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 a Versenytanács nem foganatosíthatja.
113. 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).
114. A Tptv. 44. §-a alapján a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) versenyfelügyeleti eljárásra is irányadó 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.
115. 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.
116. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. A Versenytanács tájékoztatja az eljárás alá vontat, hogy a Tptv. 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.

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

Budapest, 2014. december 22.

dr. Ruzshtiné dr. Juhász Dorina s.k.
versenytanácsstag

dr. Berki Ádám s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Kőhalmi Attila s.k.
versenytanácsstag