



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

Vj-106/2005/21.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Bricostore Hungária Kft.I. rendű, és Credigen Bank Rt. (Budapest) II. rendű eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban meghozta az alábbi

H a t á r o z a t o t

A Versenytanács az eljárást megszünteti az I. és II. rendű eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben.

A határozat ellen, annak kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál előterjesztendő, de a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel élhetnek az eljárás alá vont vállalkozások.

I.

A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) a 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tptv.) 70. § (1) bekezdése alapján indított eljárást annak megállapítására, hogy az I. rendű Bricostore Hungária Kft. az "Ingyen hitel" szlogennel - a Credigen Bank Rt. II. rendű eljárás alá vont vállalkozás által nyújtott, és a Bricostore áruházakban igényelhető hitelkonstrukcióval - kapcsolatban közzétett tájékoztatással a Tptv. III. fejezetébe ütközően jogsértést valósított-e meg, tekintettel arra, hogy a hitelkonstrukció nem volt elérhető költségmentesen.

Az eljárás kiterjesztésre került a Credigen Bank Rt. "Ingyen hitel" szlogennel hirdetett hitelkonstrukcióival kapcsolatos tájékoztatások közzétételére is, mivel a Bricostore áruházaiában közzétett tájékoztatások a II. rendű eljárás alá vont vállalkozástól eredő téves információkon alapultak, így a Credigen Bank Rt. magatartása szintén sérthette a Tptv. III. fejezetének rendelkezéseit.

II.

1. Az eljárás alá vont vállalkozás 1997 óta folytat piaci tevékenységet, irányítója a francia érdekeltségű Pet A SAS.

A cég főtevékenysége a 5248 '03 alatti egyéb, máshova nem sorolt iparcikk-kiskereskedelem. Első magyarországi áruházát 1998-ban nyitotta meg Törökbálinton, jelenleg hét áruházzal rendelkezik az ország területén, Budapesten és vonzáskörzetében, illetve Székesfehérváron és Győrben. Üzletei a Bricostore áruházlánc tagjai.

1.1. Az I. rendű eljárás alá vont által koordinált kiskereskedelmi üzletek fő tevékenysége a barkácscikk kereskedelem, amely lakberendezési, kertészeti termékkörre is kiterjed.

Az I. rendű eljárás alá vont, tekintettel üzlethálózatára, országosan értékesít.

A kereskedők az árut alapterület és profil szerint osztályozható üzlethelyiségekben, továbbá üzlethelyiséget nem igénylő módon értékesítik, azaz a fogyasztók csomagküldő szolgáltatás útján is hozzájuthatnak a kiválasztott termékhez a hozzájuk eljuttatott nyomtatott katalógusok, televíziós direkt marketing, internetes online megrendelések alapján. Utóbbi forgalmazási módok egyre inkább elfogadottak a vásárlók körében.

1.2. Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás ellen Vj-55/2000. számon folyt eljárás, melynek tárgyát a 2000. január 13-a és 23-a közötti időszakra érvényes reklámkiadványban adott tájékoztatás képezte.

A Versenytanács döntése értelmében a közzétett reklám alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, mivel eljárás alá vont nem mérte fel kellően, hogy milyen mennyiségű készlet áll rendelkezésére az akcióban terjeszteni kívánt áruból. A Versenytanács 500.000 Ft bírságot szabott ki a vállalkozással szemben.

2. A barkács áruk hazai piacát a kiélezett verseny jellemzi.

A barkácsáru legnagyobb választékban a nagy alapterületű, szakosodott áruházláncokban (OBI, Praktiker, Baumax, Bricostore) áll a fogyasztók rendelkezésére.

Ugyancsak széles választékban kínálnak hasonló jellegű cikket az alapvetően élelmiszereket, egyéb termékeket is forgalmazó kereskedelmi láncok hipermarketei (TESCO, Auchan, Cora, Metro), illetve a lakberendezési cikket árusító áruházak (IKEA, KIKI).

A független, szakosodott üzletek/üzlethálózatok kisebb alapterületűek. Előbbiek kombinációjaként a piacon megjelent a Max City, amely nagyszámú kisebb lakberendezési üzletet tömörít egy szakosított áruházon belül.

A KSH adatai szerint évente az ország lakossága közel 1500 milliárd Ft-ot költ a lakására. Számítások szerint ennek 10%-át, évente közel 150 milliárd forintot, tesz ki a barkács piac.

3. A II. rendű eljárás alá vont 2000. augusztusában kezdte meg működését, tulajdonosa a francia érdekeltségű Credit Agricole Csoporthoz tartozó Banque Sofinco SA.

3.1. Az Credigen Bank Rt. 2004 évi Üzleti jelentése szerint fő tevékenysége a lakossági hitelezés, amelyet kereskedelmi partnerek bevonásával bonyolít. Az áruhitel és a hitelkártyához kapcsolódó vásárlási hitelezés (revolving hitelek) a lakossági hitelezés két fő területe, a hitelállományon belül a 0%-os konstrukcióban folyósított hitelek állománya nőtt elmúlt év folyamán.

Fő kereskedelmi partnerei a Bricostore, KIKI és Baumax áruházak.

Partnereinek száma jelenleg körülbelül 600, azaz a hiteltermékek megközelítőleg 1.000 üzletben érhetőek el.

A II. rendű eljárás alá vont a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (a továbbiakban: PSZÁF) által kiadott I-756/2000. számú engedély alapján folytat kereskedelmi banki tevékenységet.

A PSZÁF a Credigen Bank Rt.-t a kisbankok között tartja nyilván.

3.2. A II. rendű eljárás alá vont vállalkozás ellen Vj-145/2000. számon versenyfelügyeleti eljárás volt folyamatban. A Versenytanács jogsértést nem állapított meg, az eljárást megszüntette.

A Vj-70/2005. számon folyamatban volt eljárást a Versenytanács ugyancsak megszüntetette.

4. A PSZÁF az áruhitelt nyújtó bankok között a Budapest Bank Rt.-t, a Credigen Bank Rt.-t, a Magyar Cetelem Bank Rt.-t, és az OTP Bank Rt.-t tartja nyilván. Ezen kívül számos más, erre szakosodott pénzügyi vállalkozás is ellát ilyen tevékenységet, mint pl. a Beneficial Rt.

4.1. Az MNB 2005. áprilisi pénzügyi stabilitásról szóló jelentése alapján a bankszektor a hitelezési kockázatok dinamikus növekedése jellemzi mind a vállalati, mind a háztartási szektorban, melyben a hitelállomány bővülése és összetételének változása is szerepet játszik.

A bankok egyre szélesebb és egyben kockázatosabb ügyfélkört céloznak meg az újabb hitelkonstrukciók kidolgozásánál, melynek során egyre jobban igyekeznek feloldani a háztartások likviditási (devizahitel, hosszabb futamidő) és vagyoni korlátját (csökkenő önerő). Míg 1999-ben a háztartások fogyasztási kiadásainak kb. 4%-át finanszírozták hitel felvételével, addig 2004-re ez az arány megduplázódott.

Az MNB fogyasztási hitelezési tendenciákkal foglalkozó tanulmányának megállapításai szerint a növekvő kínálatot tükrözi, hogy a bankok a háztartási üzletágban jelentős összegeket fordítanak az értékesítés ösztönzésére, illetve az értékesítési hálózatok kiépítésére.

A háztartási piacépítés több ok miatt is költséges. Az elaprózott potenciális kereslet megtalálása, megfelelő tájékoztatás nyújtása, a pénzügyi kultúra növelése költséges tömegmarketing-eszközöket igényel, a potenciális ügyfélhez közel kell kerülni, az értékesítési hálózatok növelésére jelentős erőfeszítéseket igényel. Az elmúlt években a háztartási szegmens felfutásával párhuzamosan a marketingköltségek a működési kiadásokat meghaladóan növekedtek.

4.2. Az alkalmazott hirdetési csatornákat illetően leghatékonyabb közvetítőnek a televízió minősül, melyet, a termék jellegétől függően, a nyomtatott sajtó, plakát, rádió, valamint az Internet egészít ki.

Jellemzőek még a hirdetések, a kereskedelmi partnerek által terjesztett szórólapok, számlakivonatokhoz mellékelte tájékoztatók, illetve az internetes megjelenésekkel párhuzamosan a honlapon elhelyezett tájékoztatások.

A piaci szereplők tapasztalatai szerint a kampányok idején jelentősen nő az adott termék iránti érdeklődés, ami a kihelyezések volumenét is pozitívan befolyásolja.

Ennek hátterében az áll, hogy a fogyasztási hiteltermékek igénybevételét a bankok jellemzően nem kötik hosszabb számlavezetési múltéhoz, így a hitelkereslet hirdetési kampányokkal jelentősen befolyásolható.

5. Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás 2000. szeptember 1-én kötött Hitelforgalmazási Együtműködési Szerződést a Credigen Bank Rt.-vel az Rt. hiteltermékeinek az eljárás alá vonti üzletekben történő értékesítésére.

A szerződés értelmében az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás az ügyfelek részére olyan pénzügyi termék- és szolgáltatáscsomagot kívánt felajánlani, mely a törzsvevők megnyerését és az áruház kereskedelmi kínálatának kiegészítését, és gazdagítását célozta.

A II. rendű eljárás alá vont vállalkozás az értékesítés, a privát kártyák kezelése és a hitelműveletek területén kínálta fel szakértelmét.

A megállapodás felek által rögzített célja a tartós együttműködésre irányult, ami kiterjedt minden hitelműveletre, így különösen a „Bricostore” cégtáblát viselő áruházban történő eladások finanszírozására, illetve a fizetési eszközök, különösen co-branded hitelkártyák kibocsátására.

Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás két hiteltípussal rendelkezett a szerződésben rögzítettek szerint, így a „Bricostore” márkajelzéses, vásárlásra igénybe vehető, meghatározott futamidőre szóló fogyasztási kölcsönrel, és revolving hitelkártyával.

A szerződés szerint az együttműködés keretén belül a hitelek értékesítése az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás kizárólagos felelősségét képezte, amely magában foglalta a promóció, a kommunikáció, és a direkt marketing minden formáját is.

Az II. rendű eljárás alá vont vállalkozás szaktudásának biztosítását vállalta a termékmarketing területén.

A szerződés „Közös vezetéssel” kapcsolatos rendelkezései értelmében az együttműködésnek a kereskedelmi ajánlatok jellemzőire, a reklámkommunikációs és értékesítési eszközökre vonatkozó tevékenységre, a kitűzött célok és az azok elérésének érdekében végzendő tevékenységekre vonatkozó rendszeres egyeztetésben kellett megnyilvánulnia.

A szerződés értelmében a kooperáció egy havonta összeülő bizottság révén valósult meg azzal, hogy a bizottság által hozott döntések közös jellege nem mentesíti a feleket a saját illetékességi és beavatkozási területükön rájuk háruló felelősségük alól.

A megállapodás meghatározta, hogy a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás milyen összegű hozzájárulást köteles fizetni az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás részére az együttműködési megállapodás szerinti reklámtevékenységgel összefüggésben.

6. Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás rendszeresen jelentet meg az általa árusított áruk egy adott körét, az aktuális akciókat bemutató több százszázados példányszámú reklámújságot.

Az áruházlánc fennállásának évfordulóján az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás speciális akciós ajánlatokat tartalmazó reklámújságokat tett közzé.

A 2005. május 25-től június 12-ig érvényes reklámújság 1.198.666 példányban jelent meg az "1 hónapig SZÜLINAPI mánia" szövegezéssel.

A 2005. június 4-19-i időszakra vonatkozó újság 1.150.009 példányban került piacra "még 2 hétig SZÜLINAPI mánia" szlogennel.

A termékakcióhoz kapcsolódóan az újságok a "SZÜLINAPI INGYEN HITEL"-re vonatkozóan az alábbi tájékoztatásokat tartalmazták:

címlapon kiemelten	SZÜLINAPI INGYEN HITEL! Credigen felirat és logó
--------------------	---

kisebb betűmérettel	Részletek a hátoldalon
hátoldalon kiemelten	SZÜLINAPI INGYEN HITEL!
kisebb méretben	Amennyiben 3 hónapon belül visszafizeti a teljes hitelösszeget, a THM 0%, ez esetben 3%-os szerződésmódosítási díjat számítunk fel. Amennyiben részletekben fizet, a THM 48 hónapos futamidő esetén 40,04%. A Credigen Bank a hitelbírálat jogát fenntartja. Ez a hirdetés nem minősül a bank részéről nyilvános tájékoztatónak és ajánlattételnek. A hitelről részletes tájékoztatást az üzletben elhelyezett hirdetésmények adnak. Credigen felirat és logó

Az ingyenességre vonatkozó információ nagy, szembetűnő betűvel, míg a szerződésmódosítási díjra vonatkozó közlés apró betűvel lett szedve az újságokban.

7. A II. rendű eljárás alá vont Hirdetményekben teszi közzé a termékeire vonatkozó információkat

7.1. A 2005. május 24-től június 26-ig, majd a 2005. június 27-től július 31-ig hatályos "Credigen Bank Rt. által nyújtott Halasztott Futamidejű Fogyasztási Kölcsön feltételei a Bricostore üzleteiben" megnevezésű Hirdetmény a hitelnyújtás feltételei között a következőket tartalmazza

<p>Futamidő: Minimum 8 hónap, maximum 50 hónap Első törlesztő részlet fizetése: A hiteligény elfogadása esetében a visszaigazoló levélben szereplő napon (munkaszüneti napok függvényében átlag 3 hónap múlva) Hitelkamat: 0% 3 hónapon belüli, egyösszegű visszafizetés esetén. Egyébként 31,00% Fizetési mód változtatási díj: az eredeti hitelösszeg 3%-a Teljes hiteldíj mutató: A teljes hiteldíj mutató mértéke a Credigen Bank Rt. által nyújtott kölcsön összege, a hitelkamata, a kezelési költsége és a hitel futamidejének függvényében 3 hónapon belüli visszafizetés esetén 0%, egyébként 40,04% és maximum 62,20% Ha 3 hónapon belül visszafizeti a felvett hitelösszeget, a Credigen elengedi a teljes kamatot.</p>

7.2. A 2005. június 15-től július 31-ig hatályos Hirdetmény ezeken túl tartalmazta az utolsóként idézett mondathoz kapcsolódó alábbi lábjegyzetet:

* szerződésmódosítási díj 3%

8. A reklámújság hátoldalán közölt tájékoztatással azonos szöveggel, illetve grafikai megjelenéssel az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás áruházi plakátokat helyezett el az akció időtartama alatt.

9. 2005. május 25. és június 26. között összesen 87 hitelszerződés került megkötésére, 8.726.273.- Ft értékben.

III.

10. Az I. rendű eljárás alá vont kérte az eljárás megszüntetését.

10.1. Eőadta, az eljárás tárgyát képező "Szülinapi Ingyen Hitel" a II. rendű eljárás alá vont által nyújtott szolgáltatás. A hitelnyújtás feltételeinek megfogalmazásában, a konstrukció kialakításában nem volt szerepe, illetve arra felhatalmazással nem bírt.

10.2. Az „ingyen hitel" szlogent akként értelmezte, hogy ha a vásárló/hitelfeltevő, a felvett hitel összegét - a tájékoztatásában közzétett feltételeknek megfelelően - 3 hónapon belül maradéktalanul visszafizeti a Credigen Bank Rt. részére, a THM 0% mértékű.

A szerződésmódosítási díjjal kapcsolatosan nem nyilatkozott, tekintettel arra, hogy a hirdetemény időközben módosításra került, és a szerződésmódosítási díjat a Credigen Bank Rt. törölte, továbbá arra, hogy tudomásuk szerint szerződésmódosítási díj egyetlen esetben sem került a Credigen Bank Rt. által felszámításra.

11. A II. rendű eljárás alá vont előadta, hogy a „Szülinapi Ingyen Hitel" konstrukció bevezetése során sajnálatos módon hibás Hirdetemény került kézbesítésre az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás részére, azaz szándékuk ellenére lett feltüntetve egy 3%-os szerződésmódosítási díj.

A hiba észlelését követően 2005. július 4-én azonnal intézkedtek a hiba korrigálásáról, továbbá meghozták az intézkedést az ügyfelek kártól való megóvása érdekében.

Ennek megfelelően, mint leghatékonyabb orvoslási mód, a 3%-os szerződésmódosítási díj törlésre került.

Azon csekély számú ügyfél esetében, akik időközben befizették ezen 3%-os díjat, a Credigen Bank Rt. ezt haladéktalanul visszafizette. Továbbá haladéktalanul intézkedtek a hibás Hirdetemények megfelelő tartalmú Hirdeteményekre történő kicseréléséről az érintett üzletekben.

Csatolta az iratot, miszerint 2005. július 4-én tájékoztatta kereskedelmi partnereit arról, hogy a 2005. június 15. és 2005. július 31. közötti kedvező feltételű áruhitel konstrukciókkal kapcsolatos hirdeteményt néhány pontban módosította és kéri lecserélését.

Mellékelte a PSZÁF részére megküldött, fentiekkel azonos tartalmú levelét is.

IV.

12. A vizsgálati jelentés megállapította, hogy az eljárás alá vontak magatartása versenyjogilag releváns, mivel alkalmas volt a fogyasztói döntések befolyásolására abban a vonatkozásban, hogy a fogyasztók a I. rendű eljárás alá vont vállalkozás termékét vásárolják meg a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás által nyújtott hitel igénybevételével.

A hiteltermékek esetén azok ára, költségvonzata, jelen esetben "ingyenessége" a termék lényeges tulajdonságát képezi.

A mindennapi értelemben véve az "ingyenes" kifejezés a költségmentességgel, 0 Ft díjjal azonosítható. Jellemzően a 0% THM-el rendelkező hitelek hirdetései tartalmazzák az "ingyen hitel" szlogent.

12.1. A jelentés rögzítette, hogy jelen vizsgálatnak a hiteldíj mutató összetétele nem képezte tárgyát. A Credigen Bank Rt. szakmai felügyeletét az 1996. évi CXII. törvény (továbbiakban: Hpt.) alapján a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (továbbiakban PSZÁF) látja el, amely az vizsgált kérdést a 0% THM-re vonatkozó tájékoztatás kapcsán észlelte.

A PSZÁF részére adott tájékoztatásában a bank elismerte, hogy a szerződésmódosítási díj a hiteldíj mutató részét képezné a vonatkozó jogszabályok értelmében.

12.2. A hiteldíj mutató mértékébe beszámítandó tételektől függetlenül is megállapíthatónak látta a jelentés, hogy a "Szülinapi Ingyen hitel" esetében a 3% szerződésmódosítási díj szükségszerűen, mintegy a konstrukció részeként felmerült, így annak ingyenessége nem valósult meg.

12.3. A reklámozott hiteltermékkel kapcsolatos téves tájékoztatásra vonatkozóan a II. rendű Credigen Bank Rt. elismerte felelősségét a 2005. június 15-i Hirdetményében közöltekre nézve.

Az ezt követő időszakra nézve a jelentés kifejtette, hogy az "Ingyen hitel"-re vonatkozó tájékoztatás 2005. május 25. óta szerepelt a Bricostore Kft. reklámújságjában a Credigen Bank Rt. ezen időszakra hatályos Hirdetményével egyezően, amit, továbbá a felek közötti konzultációs kötelezettséget is figyelembe véve, a Credigen Bank Rt. felelőssége a későbbi időszakra is megállapítható.

Rögzítette, hogy az eljárás alá vont vállalkozások megállapodása tartalmazta, hogy az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás értékesítése növelése céljából közvetíti az érintett hiteltermékeket. E minőségében nem minősül a reklámújság kiadójának, mivel érdekkörén belüli reklámot jelentetett meg. Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozást konzultációs kötelezettség terheli, a reklámújság alapvetően a cégnél kerül kialakításra, továbbá a mindennapi szóhasználat alapján is mérlegelhető, hogy amennyiben 3% díj felszámításra kerül, a termék ingyenessége nem valósul meg.

13. A jelentés figyelembe vette a Versenytanács Vj-149/2002. számú ügyben hozott határozatát, mely az áruvásárlási kölcsönökkel kapcsolatban kifejtette, hogy a reklámújságokat megjelentető kiskereskedő nem tekinthető egyszerűen a reklám közzétévőjének (akinek közvetlen érdeke nem fűződik az általa közzétett reklám eredményességéhez) vagy reklámszolgáltatónak. A Versenytanács határozatát a Fővárosi Bíróság helybenhagyta

A Fővárosi Ítéltábla fenti ítéletet felülbíráló döntésében kimondta, hogy az együttműködés során tapasztalható hiányosságokat a felpereseknek maguknak kell megoldaniuk.

A jelentés figyelembe vette, hogy a Versenytanács korábbi határozatai szerint a jogsértés valamely lényeges körülmény elhallgatásával, illetve hiányos tájékoztatással is megvalósítható.

(Legfelsőbb Bíróság Vj-137/1998. sz. ügyben hozott Kfv. X.39.924/2002/8. számú, illetve Vj-168/1998. számú ügyben hozott Kf. II. 39.908/2001/5. számú ítélete, a Vj-91/2002. számú ügyben hozott Fővárosi .Bíróság.2.K.30.624/2003/3. ítélete).

14. A jelentésben kifejtettek szerint az "Ingyen hitel" szlogennel kapcsolatban 2005. május 25. és július 4. között megjelent tájékoztatások alkalmasak a Tpv. 8.§-ban foglalt tilalmak megsértésére.

Indítványozta a jogsértés megállapítását a Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja szerint, továbbá a 78.§ (1) bekezdése és (2) bekezdése alapján - figyelembe véve a vizsgált magatartás jelentőségét, piaci hatását, a már befizetett díjak visszatérítését, illetve a jogsértő magatartás megszüntetését – az I. rendű eljárás alá vont vállalkozással szemben 2.000.000.- Ft, a II. rendű eljárás alá vont vállalkozással szemben pedig 4.000.000.- Ft bírság kiszabását.

V.

15. A hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény (továbbiakban: Hpt.) Hpt. 3. § (1) bekezdés b) pontja alapján hitel és pénzkölcsön nyújtása, illetve h) pontja alapján pénzügyi szolgáltatás közvetítése (ügynöki tevékenység) pénzügyi szolgáltatásoknak minősül, amelyek a (4) bekezdés értelmében kizárólag a PSZÁF e törvény alapján kiadott engedélyével végezhetőek.

A Hpt 3.§ (9) bekezdése alapján a PSZÁF engedélye nélkül végezhető az (1) bekezdés h) pontjában meghatározott, a 2. számú melléklet I. fejezet 12. pont b) alpontja szerinti ügynöki tevékenység. Ebben az esetben az ügynök személyét a hitelintézet a Felügyelet által meghatározott módon és gyakorisággal a Felügyeletnek bejelenti.

A. Hpt 8.§ (4) bekezdése értelmében pénzügyi szolgáltatás közvetítését - a 2. számú melléklet I. fejezet 12. pont b) alpontja szerint - pénzügyi intézménynek nem minősülő gazdasági társaság is végezhet. A Hpt 12. pont b) alpontja szerinti pénzügyi szolgáltatás közvetítése (ügynöki tevékenység) az ügynök pénzügyi intézmény pénzügyi szolgáltatási, illetőleg kiegészítő pénzügyi szolgáltatási tevékenységének elősegítése érdekében végzett tevékenysége, amelynek során az ügyfél pénzét, illetve eszközét nem kezelik és a pénzügyi intézmény kockázatára önállóan kötelezettséget nem vállalnak.

A Hpt.10.2. a) pont értelmében pénzkölcsön nyújtásnak minősül a hitelező és az adós között létesített hitel-, illetőleg kölcsönszerződés alapján adott összeg rendelkezésre bocsátása, amelyet az adós a szerződésben megállapított időpontban - kamat ellenében vagy anélkül - köteles visszafizetni.

Fogyasztási kölcsön a mindennapi élet szokásos használati tárgyainak megvásárlásához, javíttatásához, illetve szolgáltatások igénybevételéhez -a természetes személy részére- nyújtott kölcsön ("Egyéb meghatározások" között szereplő 5. pont).

16. A Hpt. 203.§ (1) bekezdése előírja, hogy a pénzügyi intézmény egyértelműen és közérthetően köteles ügyfeleit, illetve jövőbeni ügyfeleit tájékoztatni a pénzügyi intézmény által nyújtott szolgáltatások igénybevételének feltételeiről, valamint e feltételek módosulásáról. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdésben meghatározott tájékoztatást a

pénzügyi intézmény köteles az ügyfélfogadásra nyitva álló helyiségeiben könnyen hozzáférhető helyen kifüggeszteni, valamint az ügyfél kívánságára azt ingyenesen az ügyfél rendelkezésére bocsátani, továbbá elektronikus kereskedelmi szolgáltatás nyújtása esetén az ügyfelek számára folyamatosan és könnyen hozzáférhető módon, elektronikus úton is elérhetővé tenni.

17. A betéti kamat, az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló 41/1997. (III. 5.) Korm. rendelet (R.) - a jogszabály 1. §-ának (1) bekezdésében rögzített - célja, hogy meghatározott betéti és hitelszerződések, illetőleg értékpapírügyletek tekintetében az ügyfelek megfelelő tájékoztatást kapjanak.

Az R. 1. § (4) bekezdése szerint a THM számítására és közzétételére vonatkozó előírásokat a pénzügyi intézmények által folyósított, 3 hónapnál hosszabb lejáratú rendelkező fogyasztási kölcsönök esetén kell alkalmazni.

Az R. 8. § (1) bekezdés meghatározása szerint a THM az a belső kamatláb, amely mellett az ügyfél által visszatérítendő tőke és hiteldíj egyenlő az ügyfél által a folyósításkor a pénzügyi intézménynek fizetett, költségekkel csökkentett hitelösszeggel.

A THM kiszámításánál alkalmazandó módszert az R. 9. §-a határozza meg.

VI.

18. A Tpv. 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni.

A Tpv. 8. §-a (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha valamely vállalkozás az áru ára, lényeges tulajdonsága - tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad.

A Tpv. 8. §-a (2) bekezdésének c) pontja alapján jogsértőnek minősül, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A Tpv. 9. §-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

18.1. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indított versenyfelügyeleti eljárás szempontjából alapvető jelentőséggel bír, hogy a vállalkozói magatartás versenyjogilag releváns legyen, vagyis a piaci viszonyok torzulásához vezessen vagy vezethessen (Vj-127/2003. számú határozat).

A tényállásban írtak szerint mindkét eljárás alá vont vállalkozás kínálati piacon valósította meg a vizsgált magatartást, hol a versenytársak között kiélezett verseny folyik a fogyasztók megnyeréséért.

Fentiek folytán a Versenytanács álláspontja szerint megállapítható az eljárás alá vont vállalkozások magatartásával kapcsolatban, hogy a Tpv. 8. § (1) bekezdésében írt egyik tényállási elem, azaz a magatartás gazdasági versenyben történő megvalósítása, fennáll.

18.2. A Versenytanács ezt követően azt vizsgálta, hogy elvben megállapítható-e mindkét eljárás alá vont vállalkozás versenyjogi felelőssége.

A Versenytanács Vj-149/2002. számú ügyben hozott határozatában – amint arra jelentés is utalt - az áruvásárlási kölcsönökkel kapcsolatban megállapította, hogy a reklámújságokat megjelentető kiskereskedő nem tekinthető egyszerűen a reklám közzétevőjének (akinek nem fűződik közvetlen érdeke az általa közzétett reklám eredményességéhez).

Az eljárás alá vontak tevékenysége oly módon összefonódik az áruvásárlási kölcsönök és az ezekre vonatkozó reklámtevékenység körében, hogy az ezzel összefüggő tájékoztatásért nemcsak a Bank, hanem a kiskereskedő is versenyjogi felelősséggel tartozik.

A reklámújságban megjelenő reklámok tartalmának a meghatározásában az eljárás alá vontak kötelesek az együttműködésre.

A Versenytanács határozatát a Fővárosi Bíróság helybenhagyta, kifejtve, hogy a Versenytanács helyesen állapította meg, hogy a reklámújságokat megjelentető (kiskereskedő) vállalkozás tevékenysége szorosan összefonódott a bank tevékenységével, vagyis együttműködésük eredménye az áruvásárlási kölcsönök és az erre vonatkozó reklámtevékenység megvalósítása.

A Fővárosi Ítéletében megállapította, hogy az együttműködés során tapasztalható hiányosságokat a felpereseknek maguknak kell megoldaniuk.

Fentieket, valamint az eljárás alá vont vállalkozások között létrejött szerződés tartalmát figyelembe véve, a Versenytanács jelen ügyben is megállapíthatónak látja, hogy az esetleges jogsértésért mindkét vállalkozás felelősséggel tartozik.

A vizsgált, rövid ideig tartó "Szülinapi ingyen hitel" viszonylag alacsony összegtől, 25.000 Ft-tól volt felvehető, miáltal a reklám széles réteget célozott meg, többek között azokat is, akik ténylegesen fontosnak tartották a kölcsön azonnali, rövid időn belüli felvételét, illetve egyben a magas THM elkerülését.

18.3. Fentiek szem előtt tartásával – reklámokban írtak alapján – kellett állást foglalni arról, hogy a reklámokban közölt és vizsgált tények valóságos-e, illetve valóságuk esetén azokat megtévesztésre alkalmas módon közölték – e a fogyasztókkal, vagy bármilyen más, módon megtévesztésre alkalmas tájékoztatás történt-e az áru lényeges tulajdonságáról.

A megtévesztésre való alkalmasság szempontjából figyelemmel kellett lenni az adott reklámok teljes szövegbeli üzenetére, az információk összességének tartalmára, és a közlés módjára is.

A Versenytanács tekintettel volt arra is, hogy az esetben, ha valamely árura vonatkozó reklámot a Tívt. alkalmazásában, versenyjogi szempontból kell megítélnie, a versenyjogi megítélés nem függ attól, hogy más hatóság a saját, vagyis nem versenyjogi szempontrendszer alapján, a rá vonatkozó más jogszabályok értelmében és alkalmazásával, a magatartást jogszerűtlennek minősíti-e (Vj. 139/2004.számú határozat), vagyis az a körülmény, hogy a V. pontban írt egyes jogszabályhelyek sérültek-e, nem alapozza meg feltétlenül a versenyjogi jogsértést is.

18.4. A Bricostore Hungária Kft. 2005. május 25. és június 19. közötti időszakra hirdetett "Szülinapi ingyen hitel"-t, O THM feltüntetésével, mely időszakban megjelent reklámok feltüntették a 3 %-os díjat szerződésmódosítási is.

A 2005. május 24 és június 26., illetve a június 27. és július 31. között érvényes banki Hirdetmények, bár konkrétan a szerződésmódosítási díj kitéltet nem tartalmazták, a 3 hónapon belüli fizetési mód változtatásról informáltak, mint többletkiadásról.

A Hirdetmény szerint a „fizetési mód változtatási díj” 3 % volt, a reklámújság szerinti „szerződésmódosítási” díjjal egyezően.

A II. rendű eljárás alá vont vállalkozás 2005. június 15-től július 31-ig hatályos Hirdetménye már kifejezetten tartalmazta a 3% szerződésmódosítási díj megjelölését.

18.5. Fenti reklám szövegeket a Tpv.8. § (2) bekezdése alkalmazásában - vagyis a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására való alkalmasság szempontjából - a reklámokban használt kifejezések, illetve azok információtartalma figyelembevételével (Tpv. 9. §-a), a szavak által a fogyasztók felé közvetített tartalomtól kiindulva minősítette a Versenytanács.

Jelen ügyben a Versenytanácsnak azt kellett eldöntenie, hogy az a körülmény, miszerint az I. r. eljárás alá vont vállalkozás által közzétett reklámok részben „ingyen hitel” kifejezéssel, illetve a „0” THM feltüntetésével reklámozták a terméket, másrészt pedig az előző szövegezés apró betűs kiegészítéseként feltüntették azt is, hogy amennyiben a fogyasztó három hónapon belül visszafizeti a teljes hitelösszeget, úgy 3 %-os szerződésmódosítási díjat kell fizetnie, együttesen alkalmas volt-e a fogyasztók megtévesztésére.

Az alkalmasság körében előrebocsátja a Versenytanács, hogy vállalkozások nem alapozhatnak arra, hogy a reklám bármit állíthat, figyelemmel arra, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztónak eleve ellenőriznie kell, hogy a reklám állítása megfelel-e a valóságnak. (Vj-6/2004.)

A banki termékek, pénzügyi szolgáltatások esetében a termék jellegére tekintettel – hol a felvett hitel hosszabb időre szóló szerződéses kapcsolatot hoz létre a fogyasztó és a kölcsönt folyósító vállalkozás között – alapvető követelményként jelentkezik a fogyasztók megfelelő, tévedést kizáró informálása, de a fogyasztók körültekintő tájékozódása is.

Utóbbiak esetében - a mindennapi, nem nagy értékű, gyakran vásárolt fogyasztási cikkek reklámozásakor tanúsítandó magatartással szemben, ahol a fogyasztótól nem várható el, hogy a kapott információhalmazt a vásárlás előtt alaposan megvizsgálja, azaz pl. az áru címkéjén szereplő információkat hosszadalmasan tanulmányozza (Vj-139/2004.) - a huzamosabb, nagyobb értékű ügylet esetén a fogyasztókkal szemben is magasabb elvárás támasztható, főként akkor, ha nem valótlan, hanem a THM fogalmát ismerő fogyasztó több, számukra esetleg ellentmondó információval találkozhat. Megjegyzendő, hogy a fogyasztók egy része nem fektétlen ismeri a THM jogszabályi fogalmát, így a reklámban két külön, egymás mellett szerepeltetett információval találkozhat.

18.6. A THM a kölcsönt felvevő fogyasztók számára egységesített formában, éves százalékban kifejezve mutatja meg, hogy mekkora kiadást jelent az adott kölcsön törlesztése.

A mutató a kamatokon kívül tartalmazza minden más költség, jutalék számított hatását is, elősegítve a különböző feltételek összehasonlítását.

A rendelkezésre álló adatok (és a II. r. eljárás alá vont vállalkozás előadása) szerint, a II. r. eljárás alá vont vállalkozás, a rá irányadó jogszabály szerint, helytelenül használta a THM fogalmát az I. rendű eljárás alá vont felé, mivel ennek tartalmaznia kellett volna a szerződésmódosítási díj összegét is.

A THM tartalmára vonatkozó jogszabályok megsértése azonban önmagában, a Versenytanács szerint - a fent már kifejtetteknek megfelelően – -nem alapozza meg feltétlenül a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörét.

A Gazdasági Versenyhivatal a reklámtevékenység felügyelete során nem a terméket - adott esetben a hitelkonstrukció egyéb jogszabályok szerinti helyességét - minősíti, hanem a kínált terméket megjelenítő reklám szövegét.

18.7. A Versenytanácsnak a Tpv. 9. §-a alkalmazásában kellett állást foglalni arról, hogy a 3 %-os szerződés módosítási díj, és a fizetési kötelezettség feltételének feltüntetése folytán alkalmas volt-e fenti fogyasztók megtévesztésére olyan reklámként, mely a jogszabályoknak meg nem felelő módon alkalmazta a THM fogalmát úgy, hogy a szerződésmódosítási díjat kiemelve csak a többi összetevőt (pl. kamat, kezelési költség) vette figyelembe az ingyenesség meghirdetésekor.

18.8. A Versenytanács álláspontja szerint a fenti szövegezés mellett megjelent reklám nem tekinthető alkalmasnak a fogyasztók megtévesztésére, tekintettel arra, hogy a reklám feltüntette a többletkiadás tényét.

A reklám – a termékre vonatkozó jogszabályok nem megfelelő alkalmazásával - összességében, képi megjelenítését is figyelembe véve, nem adott a fogyasztók vételi szándékát erősítő, a termékre kedvezőbb információt - ami a fogyasztó megtévesztését szolgáló reklámok sajátja - hanem egy szakmailag nem megfelelő számítás alapján, más jogszabályok megsértésével a terméket kedvezőtlenebbnek tüntette fel, illetve így értékesített. Versenyjogi szempontból jogsértőnek az esetben minősült volna a reklám, ha az eljárás alá vont vállalkozások a „0” THM és az ingyenesség hirdetése mellett esetleg elhallgatták volna a ténylegesen kifizetendő 3%-os szerződésmódosítási díjat.

Jelen ügyben ez nem történt meg, így a jogsérelem más hatóság által volt orvosolható.

A Versenytanács fentieknél figyelembe vette azt is, hogy az ingyenességre utalás mellett, a 3 %-os szerződésmódosítási díj közzlése, mintegy egymás kizáróan jelent meg, arról informálva a fogyasztókat, hogy a 3 %-os szerződésmódosítási díjon túl nincs más költségkihatása a hitelfelvételnek.

Megjegyzzi a Versenytanács, hogy a II. r. eljárás alá vont vállalkozás hirdetményei is tartalmazták tartalmilag a 3 %-os szerződésmódosítási díjat, részben „fizetési mód változtatási díjként”, részben „szerződésmódosítási díjként” megjelölve.

20.9.. Fentiekre tekintettel a Versenytanács a Tpv. 77. § (1) bekezdés j) pontja alapján - versenyjogi jogsértés hiányában - az eljárást megszüntette.

Budapest, 2005. december 1.