



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Ügyszám: Vj-154/2005/31.

Iktatási szám: AM/116/2006/11.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa

- az **Elektro Computer Kereskedelmi Rt.** (Baja),
- a **Budapest Hitel és Fejlesztési Bank Rt.** (Budapest),
- a **Credigen Bank Rt.** (Budapest) és
- a **Magyar Cetelem Bank Rt.** (Budapest)

ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson meghozta az alábbi

### határozatot

A Versenytanács megállapítja, az Elektro Computer Kereskedelmi Rt., a Budapest Hitel és Fejlesztési Bank Rt., a Credigen Bank Rt. és a Magyar Cetelem Bank Rt. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2005. június 1-től október 4-ig terjedő időszakra szólóan érvényes, az interneten is közzétett „Elektro Pont” reklámújságok által a fogyasztók arról kaptak a valóságnak meg nem felelő tájékoztatást, hogy az „Elektro Pont” üzletekben a reklámújságok érvényességi időtartama alatt ingyen hitel igénybevételével vásárolhatnak meg minden azokban forgalmazott terméket.

A Versenytanács megállapítja, az Elektro Computer Kereskedelmi Rt. akkor is a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2005. október 5-től 11-ig és az október 12-től 18-ig terjedő időszakra vonatkozó, az interneten is közzé tett „Elektro Pont” reklámújságokban arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a fogyasztók az „Elektro Pont” üzleteknek a reklámújságok érvényességi időtartama alatt egy akció keretében ingyen hitel igénybevételével vásárolhatnak egyes termékeket, ugyanakkor az ingyen hitel nyújtásával kapcsolatban az „akciós jelleg” nem állt fenn.

A Versenytanács megállapítja továbbá, hogy az Elektro Computer Kereskedelmi Rt. és a Magyar Cetelem Bank Rt. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2005. július 1. és szeptember 31. között közzétett óriásplakátokon arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy valamennyi „Elektro Pont” üzletben az „Electrolux” termékek 0% THM-es, a Cetelem által nyújtott ingyen hitellel vásárolhatók meg, miközben ez nem felelt meg a valóságnak.

A Versenytanács az „Elektro Pont” üzletekben igénybe vehető ingyen hitelekről adott tájékoztatás kapcsán tanúsított jogsértő magatartás további folytatását a határozat kézhezvételétől megtiltja.

A Versenytanács kötelezi

- az Elektro Computer Kereskedelmi Rt-t 105.000.000 Ft (Százötmillió forint),

- a Budapest Hitel és Fejlesztési Bank Rt-t 36.000.000 Ft (Harminchatmillió forint),  
- a Credigen Bank Rt-t 2.000.000 Ft (Kettőmillió forint),  
- a Magyar Cetelem Bank Rt-t 25.000.000 Ft (Huszonötmillió forint)  
bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számla javára kötelesek megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel lehet kérni.

## **I n d o k o l á s**

A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást az Elektro Computer Kereskedelmi Rt., a Budapest Hitel és Fejlesztési Bank Rt., a Credigen Bank Rt. és a Magyar Cetelem Bank Rt. ellen, hogy az „Elektro Pont” műszaki áruházláncra vonatkozó reklámújságokban „ingyen hitel”-ként hirdetett hitelkonstrukciókra vonatkozó tájékoztatási gyakorlattal az eljárás alá vontak megsértették-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit.

### **I.**

#### **Az eljárás alá vontak, az érintett piac**

1. Az Elektro Computer Kereskedelmi Rt. (a továbbiakban: Elektro Computer) fő tevékenysége az iparcikk jellegű vegyes kiskereskedelem. Az általa üzemeltetett „Elektro Pont” műszaki szaküzletekben különböző szórakoztató elektronikai cikkeket és háztartási gépeket értékesít. Üzlethálózata folyamatosan bővül. Jelenleg 61 - többségében vidéki városokban található - üzlettel rendelkezik, amelyek révén áruit országosan forgalmazza. Kereskedelmi tevékenysége során pénzügyi közvetítést is végez. 2004. évi nettó árbevétele 15.185.371.000 forint volt.

Az Elektro Computer-rel szemben fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt korábban több versenyfelügyeleti eljárás indult, jogsértést állapítva meg a Vj-78/2002., a Vj-110/2004. és a Vj-70/2005. számú ügyben. A Vj-54/2004. számú versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésre került, mivel a Versenytanács az eljárás folytatását nem látta indokoltnak.

A Vj-78/2002. számú eljárásban a Versenytanács 500.000 forint bírsággal sújtotta az Elektro Computer-t, mert a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított azzal, hogy a reklámokban közzétett közléssel ellentétesen nem 50%-os kedvezményrel értékesítette az akcióban reklámozott termékeket.

A Vj-110/2004. számú ügyben hozott határozatában a Versenytanács 2.000.000 forint bírságot szabott ki, mert az Elektro Computer 2004 áprilisától 2004 augusztusának első feléig megjelentetett reklámújságaiban közzétett egyes reklámjaival a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított. Egyes reklámújságaiban az Elektro Computer helytelenül tüntette fel a Dimarson házimozsi szett akció előtti árát, mellőzve a valós, akció előtti árat.

A Vj-70/2005. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatában a Versenytanács megállapította, hogy az Elektro Computer a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon reklámozta „ingyenes” beszereléssel a 2004 szeptemberétől 2005. április 30-ig terjedő időszakra az általa értékesített Dimarson klímaberendezést, illetőleg a – PIP funkció – plazma televíziót. Mindezek alapján a Versenytanács 3.000.000 forint bírságot szabott ki. Az eljárás annak vizsgálatára is kiterjedt, hogy az Elektro Computer megsértette-e a Tptv. rendelkezéseit azzal, hogy a 2005. április 20-án megjelenő reklámújságban a Credigen áruhitelére vonatkozó reklám azt állította, hogy az áruhitel ingyen van, miközben ahhoz, hogy a 0% kamat és THM feltételt a fogyasztó elérhesse, külön díj ellenében szerződésmódosítást kellett kezdeményeznie. Ez az állapot 2005. április 20-22. között állt fenn, mivel ezt követően életbe lépett a Credigen 0% THM-es (hétvégi napokon érvényes) hitelkonstrukciója. A Versenytanács e magatartás rövidege, illetve csekély súlya miatt nem tartotta indokoltnak a jogsértés megállapítását, így az eljárást megszüntette.

2. A Budapest Hitel és Fejlesztési Bank Rt. (a továbbiakban: Budapest Bank) a kétszintű bankrendszer létrehozásakor, 1987. január 1-jével alakult meg az állam, állami tulajdonú vállalatok és szövetkezetek közös vállalkozásaként. 1995 decemberében került sor a bank privatizálására a GE Capital International Financing Corporation, az EBRD és az ÁPV Rt. részvételével. A GE Capital International Financing Corporation társaság irányítását biztosító befolyásolásának mértéke jelenleg közvetlen, tulajdoni részesedése 99,68%-ot tesz ki. Az eljárás alá vont országszerte 16 telephellyel és 41 fiókteleppel rendelkezik. Mérlegfőösszege 2004-ben 14%-al nőtt, s 439 milliárd forintra emelkedett. Értékesítésének nettó árbevétele 41.065.758 ezer forintot ért el.

A Vj-170/1999. számú versenyfelügyeleti eljárásban a Versenytanács megállapította, a Budapest Banknak a „Privát kölcsön” 1998 júliusától indult reklámkampánya során tett azon állítása, hogy a hitelt fedezet nélkül nyújtja, illetve, hogy a teljes futamidőre azonos összegű törlesztő részleteket tüntet fel, alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére. A Versenytanács e magatartás folytatását a határozat kézhezvételétől megtiltotta és 5.000.000 forint bírságot szabott ki.

A Vj-65/2003. számú ügyben a Versenytanács megállapította, hogy a Budapest Bank a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított az általa szervezett „Abszolút Nulla” akcióval kapcsolatos reklámjaiban, továbbá a fogyasztók választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszert alkalmazott az akció szervezése során és 6.000.000 forint bírság megfizetésére kötelezte eljárást alá vontat.

A Versenytanács a Vj-62/2005. számú eljárásban hozott határozata szerint a fogyasztói döntések befolyásolására alkalmas volt a Budapest Bank azon közlése, miszerint „Privát Kölcsöne mellé most egy DVD-t is hazavihet”. A Versenytanács 5.000.000 forint bírság megfizetésére kötelezte a Budapest Bankot.

A Versenytanács a Budapest Bankkal (és a Budapest Áruhitel Rt-vel) szemben indított Vj-186/2000. számú eljárást jogsértés hiányában megszüntette.

3. A francia érdekeltségű Credit Agricole Csoporthoz tartozó Banque Sofinco SA tulajdonában lévő Credigen Bank Rt. (a továbbiakban: Credigen) 2000 augusztusában kezdte meg működését. 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 elmúlt év folyamán a 0%-os konstrukcióban folyósított hitelek állománya nőtt. Hiteltermékei mintegy 1.000 üzletben érhetőek el. A 2004. évben mérlegfőösszege 8.045.023.000 forint volt.

A Vj-70/2005. számú versenyfelügyeleti eljárás nemcsak az Elektro Computer-rel, hanem a Credigen-nel szemben került lefolytatásra (az ezen ügyben hozott döntés az 1. pontban kerül ismertetésre.).

A Versenytanács a Credigen és a Bricostore Hungária Kft. ellen indított Vj-106/2005. számú eljárást megszüntette.

4. Az 1996-ban alakult, a francia Le Cetelem S. A. (és egy, a részvények 0,0263%-át birtokló természetes személy) tulajdonában lévő Magyar Cetelem Bank Rt. (a továbbiakban: Cetelem) szakosított pénzintézetként tevékenykedik. Fő tevékenysége a lakossági hitelek nyújtása, befektetési szolgáltatási tevékenységet nem végez. A 2004. évben mérlegfőösszege 61.680.793.000 Ft volt.

A Versenytanácsa a Vj-149/2002. számú eljárásban hozott határozatába megállapította, hogy a Cetelem és az Auchan Magyarország Kft. ez utóbbi áruházaiban a Cetelem-mel megköthető áruvásárlási kölcsönökkel kapcsolatban az Auchan Magyarország Kft. reklámújságaiban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adtak. A Versenytanács a Cetelem-et 2 millió forint bírság megfizetésére kötelezte. A Versenytanács határozatával szemben benyújtott keresetet elutasító Fővárosi Bíróság ítéletében megállapította, a reklámújságokat megjelentető Auchan Magyarország Kft. tevékenysége a Cetelem tevékenységével szorosan összefonódott, együttműködésük eredménye az áruvásárlási kölcsönök és az erre vonatkozó reklámtevékenység megvalósítása. Erre figyelemmel az együttműködésükkel összefüggésben végzett reklámtevékenység jogszerűségéért mindkét vállalkozás versenyjogi felelősséggel tartozik, jóllehet nem egyenlő mértékben. Az elsőfokú ítéletet helyben hagyó Fővárosi Ítéltábla szerint tekintettel arra, hogy a vásárlók nagy része nem bankszakember, illetve az áruházakba telepített bankfiókok nyújtotta azonnali hitelfelvételi lehetőségek okán is egyre elterjedtebb a kölcsönfelvétel útján való vásárlás, lényeges kérdés, hogy a vásárlás időpontjában nyújtott hitelkonstrukcióról a fogyasztó valós tájékoztatás kapjon. A versenyhelyzetben lévő vállalkozással szemben fokozottan elvárható követelmény, hogy a vevőcsalगतó információk valósak és tényszerűek legyenek. A Fővárosi Ítéltábla kiemelte, az együttműködés során tapasztalható hiányosságokat a vállalkozásoknak maguknak kell megoldaniuk. A Legfelsőbb Bíróság mint felülvizsgálati bíróság a Fővárosi Ítéltábla ítéletét hatályában fenntartotta.

A Versenytanács a Cetelem-mel (és az Elektroház Kft-vel) szemben Vj-160/2000. szám alatt indított versenyfelügyeleti eljárást megszüntette.

5. A jelen eljárásban érintett termékpiacnak minősül egyrészt a műszaki cikkek, másrészt a műszaki cikkek megvásárlásához igénybe vehető fogyasztási kölcsönök piaca. Érintett földrajzi piacnak Magyarország területe tekintendő.

6. Az Elektro Computer által forgalmazott műszaki cikkek (háztartási, nagy és kisgépek, szórakoztató elektronikai, telekommunikációs és számítástechnikai termékek stb.) piacán kiélezett versenyhelyzet jellemző. Műszaki árut legnagyobb választékban a nagy alapterületű, szakosodott áruházláncokban (pl. Elektro Pont, Electro World, Media Markt, Saturn, Euronics) talál a fogyasztó. Ezek körén belül is lehetséges bizonyos specializálódás, mint például az azonos érdekeltségi körbe tartozó Media Markt és Saturn esetében, amelyek közül utóbbi főként a városok belső kerületeiben található, illetve szórakoztatóelektronikai cikkekre fókuszált. Ugyancsak széles választékban kínálnak műszaki cikket az alapvetően élelmiszereket, egyéb termékeket is forgalmazó kereskedelmi láncok hipermarketei (Tesco, Cora, Auchan, Metro). Kisebb alapterületűek a független műszaki cikkekre szakosodott üzletek, üzlethálózatok (Elektro, Surányi Hifi) és a márkakereskedelmi boltok (Braun, SONY).

Az Elektro Computer piaci részesedése meghaladja a 4%-ot.

7. Az Elektro Computer által forgalmazott tartós fogyasztási cikkek megvásárlásához a fogyasztók fogyasztási kölcsönt vehetnek igénybe, s ezeket a termékeket tömegesen csak áruhitellel lehet eladni. A vállalkozásnál minél nagyobb arányban történik a hitelkihelyezés, annál kedvezőbb vásárlási potenciálokat lehet elérni. Ennek megfelelően a tartós fogyasztási cikkek árusító, éles versenyhelyzetben lévő vállalkozásnak az az érdeke, hogy a fogyasztók rendelkezésére álljanak hitelkonstrukciók, ezek között pedig a fogyasztók számára vonzó ingyen hitel konstrukciók, amelyek bankok általi nyújtása iránt a kereskedők részéről igény van. A bankoknak ezeket az igényeket figyelembe kell venniük, mert számukra fontos, hogy jelen legyenek az üzletekben. Hitelt akarnak kihelyezni, s ezért be kell jutniuk az értékesítési helyekre (a szerződött kereskedelmi partnerekhez), ennek érdekében pedig meghatározott korlátok között készek 0%-os hitelkammattal és THM-mel rendelkező ingyen hitelt is nyújtani - ugyanakkor ha az ingyen hitelek mértéke meghaladja a saját üzleti érdekeiket veszélyeztető mértéket, akkor felfüggesztik, illetőleg megszüntetik az ingyen hitel fogyasztók általi igénybevételének lehetőségét az üzlet(ek)ben.

A bankok érdeke az ingyen hitel lehetőségének kínálásával tehát egyrészt az, hogy a bank jelen tudjon lenni az értékesítési helyeken, az üzletekben, amelyek az éles versenyhelyzetben igénylik az ingyen hitel konstrukciókat, másrészt a további üzleti lehetőségeket kínáló adatbázisuk növelése.

A hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Hpt.) értelmező rendelkezéseket tartalmazó 2. számú melléklete „III. Egyéb meghatározások” részének 5. pontja szerint a fogyasztási kölcsön a mindennapi élet szokásos használati tárgyainak megvásárlásához, javíttatásához, illetve szolgáltatások igénybevételéhez - a természetes személy részére - nyújtott kölcsön és a felhasználási célhoz nem kötött kölcsön, ha a kölcsönt a természetes személy nem üzletszerű tevékenysége keretében veszi igénybe. A 13. pont értelmében a fogyasztási kölcsön lakossági kölcsönnek minősül.

E körben is alkalmazandó a betéti kamat, az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló 41/1997. (III. 5.) Korm. rendelet, amelynek [az 1.§ (1) bekezdésében rögzítettek szerint] célja, hogy meghatározott betéti és hitelszerződések, illetőleg értékpapírügyletek tekintetében az ügyfelek megfelelő tájékoztatást kapjanak, biztosítva legyen a különböző ajánlatok összehasonlíthatósága. A rendelet 8.§-ának (1) bekezdése szerint a teljes hiteldíj mutató (a továbbiakban: THM) az a belső kamatláb, amely mellett az ügyfél által visszafizetendő tőke és hiteldíj egyenlő az ügyfél által a hitel folyósításáig bezárólag a kölcsönrel kapcsolatban (a jogszabályban meghatározott kivételekkel) fizetett összes költséggel csökkentett hitelösszeggel. A THM számításánál az ügyfél által a pénzügyi intézménynek fizetett költségeket, valamint a harmadik személynek fizetett költségek közül az ügyfél által felajánlott fedezet értékbecslésének díját és lakásépítéseknel a helyszíni szemlék díját kell figyelembe venni.

A hitelintézeti rendszer és a pénzügyi vállalkozások háztartásokkal szembeni összesített követelésállományában az elmúlt években dinamikus növekedés volt megfigyelhető, a 2000 év végétől 2004 szeptemberéig tartó időszakban a kihelyezések volumene csaknem ötszörösére emelkedett. A hitelintézeti rendszeren belül súlyuknál fogva döntően a bankrendszeri kihelyezések határozzák meg a fogyasztási hitelállomány termékösszetételét. A bankszektor eszközei között a háztartási hitelek 2005. márciusában (bruttó) 2.682,2 milliárd forintot tettek ki. A fogyasztási hitelek átlagkamata 18,66%, átlagos hitelköltség mutatója 28,27% volt 2005 decemberében.

Fogyasztási kölcsönt több bank nyújt, a Budapest Bank, a Cetelem és a Credigen mellett pl. az OTP Bank Rt., illetőleg számos szakosodott pénzügyi vállalkozás is (az Accord Magyarország Pénzügyi Szolgáltató Rt., a Beneficial Rt. stb.). A fogyasztási kölcsönt nyújtó vállalkozások jelentős összegeket fordítanak az értékesítés ösztönzésére, illetve az értékesítési hálózatok kiépítésére. Az akciók, kampányok idején jelentősen nő az adott termék iránti érdeklődés, amely a kihelyezések volumenét is pozitívan befolyásolja.

8. Az Elektro Computer az elmúlt években együttműködési megállapodást kötött a Budapest Bankkal, a Cetelem-mel és a Credigen-nel, annak érdekében, hogy az „Elektro Pont” üzletekben forgalmazott tartós fogyasztási cikkek az Elektro Computer ügynöki tevékenysége révén fogyasztási kölcsön igénybevételével is megvásárolhatók legyenek.

A Hpt. 3.§-ának (9) bekezdése értelmében a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének (a továbbiakban: PSZÁF) engedélye nélkül végezhető a törvény 2. számú melléklete I. fejezete 12. pontjának b) alpontja szerinti pénzügyi szolgáltatás közvetítése mint ügynöki tevékenység, azaz az ügynök pénzügyi intézmény pénzügyi szolgáltatási, illetőleg kiegészítő pénzügyi szolgáltatási tevékenységének elősegítése érdekében végzett tevékenysége, amelynek során az ügyfél pénzt, illetve eszközét nem kezelik és a pénzügyi intézmény kockázatára önállóan kötelezettséget nem vállalnak. A 8.§ (4) bekezdése alapján pénzügyi szolgáltatás közvetítését pénzügyi intézménynek nem minősülő gazdasági társaság, szövetkezet vagy egyéni vállalkozó is végezheti.

A bank és az ügynök közötti jogviszony esetében - amint azt az együttműködési megállapodások is rögzítik - alkalmazandók a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény (a továbbiakban: Ptk.) rendelkezései, így különösen a megbízásra vonatkozó előírások.

Az Elektro Computer az általa közvetített, az adott bank által jóváhagyott (folyósított) hitelösszeg (a havi, illetve az éves hitelforgalom, illetőleg hitelkártya sikeres közvetítése) után díjazásra (jutalékra, forgalmi jutalékra, hitelügyintézési támogatásra) jogosult. A kamatmentes kölcsönök után az Elektro Computer az egyik bank esetében jutalékra nem volt jogosult. A másik bank esetében az Elektro Computer jogosult volt jutalékra, ugyanakkor 2005. július 31-ig azt meghaladó mértékű „pénzügyi szolgáltatási költséget” volt köteles megfizetni a bank számára (a nem kamatmentes kölcsönök esetén az Elektro Computert nem terhelte fizetési kötelezettség). A harmadik bank a kamatmentes kölcsönök esetében is jutalékot fizetett az Elektro Computer számára, amelyet semmilyen fizetési kötelezettség sem terhelt a bank irányában.

9. A vizsgált időszakban (a Credigen esetében a 2005. június 25. és július 1. közötti időszakot kivéve) mindhárom bank rendelkezett kamatmentes kölcsön, ingyen hitel konstrukcióval, amelyek a hirdetményekben meghatározott korlátok között valamennyi tartós fogyasztási cikk megvásárlásához igénybe vehetők voltak. A 2005. június 1-től július 13-ig terjedő időszakban a Budapest Bank „Tizedelő” konstrukciója csak meghatározott termékekre volt igénybe vehető.

<b>Budapest Bank</b>			
konstrukció neve	Tizedelő (csak így meghirdetett termékekre)	Hetedelő	Előleg nélküli tizedelő
konstrukció rendelkezésre állása	2005. június 1-től	2005. augusztus 1-től (konstrukció kódja:	2005. október 1-től

		HET/HET ET) 2005. szeptember 1-től (konstrukció kódja: HET)	
futamidő	9 hó	7 hó	10 hó
hitel lehetséges összege	22.500-500.000 Ft	19.900-300.000 Ft	24.900-500.000 Ft
önrész	10%	0%	0%

Cetelem				
konstrukció kódja	H10	H4, H6, H8 (Démász akciós hitelkonstrukció a felsorolt fajtájú elektromos háztartási berendezések vásárlása esetén)	H9 (Panasonic típusú termékekre, munkáltatói igazolás nélkül is)	H9 (Indesit és Ariston típusú mosogatógép termékekre)
konstrukció rendelkezésre állása	2005. június 1-től (2005. június 7-től munkáltatói igazolás nélkül is)	2005. július 1-től	2005. június 1-től július 31-ig	2005. június 1-től június 30-ig
futamidő	10 hónap	4, 6, 8 hónap	9 hónap	9 hónap
hitel lehetséges összege	25.000- 2.000.000 Ft	25.000- 2.000.000 Ft	29.990- 199.990 Ft	89.990- 139.990 Ft
önrész	200.000 Ft-ig 0%, 200.001-300.000 Ft vételár 10%-a, 300.001 Ft vételár 20%-a	0%	minimum a vételár 10%-a	minimum a vételár 10%-a

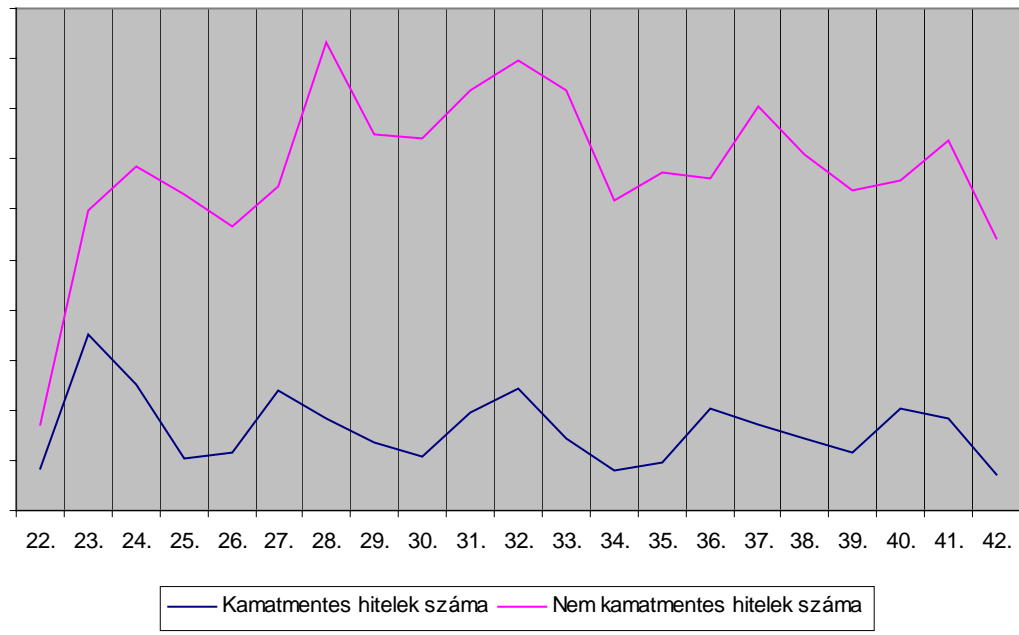
Credigen	
konstrukció neve	Elektropont Ingyenhitel
konstrukció rendelkezésre állása	2005. június 1-től (kivéve 2005. június 25. és július 1. között)
futamidő	10 hó
hitel lehetséges összege	25-450.000 Ft
önrész	0%

10. A vizsgálattal érintett időszakban (2005. június 1-től október 18-ig) az „Elektro Pont” üzletekben a Budapest Bank, a Cetelem és a Credigen nemcsak kamatmentes, hanem más, nem kamatmentes hitel konstrukcióit is kínálták a fogyasztóknak.

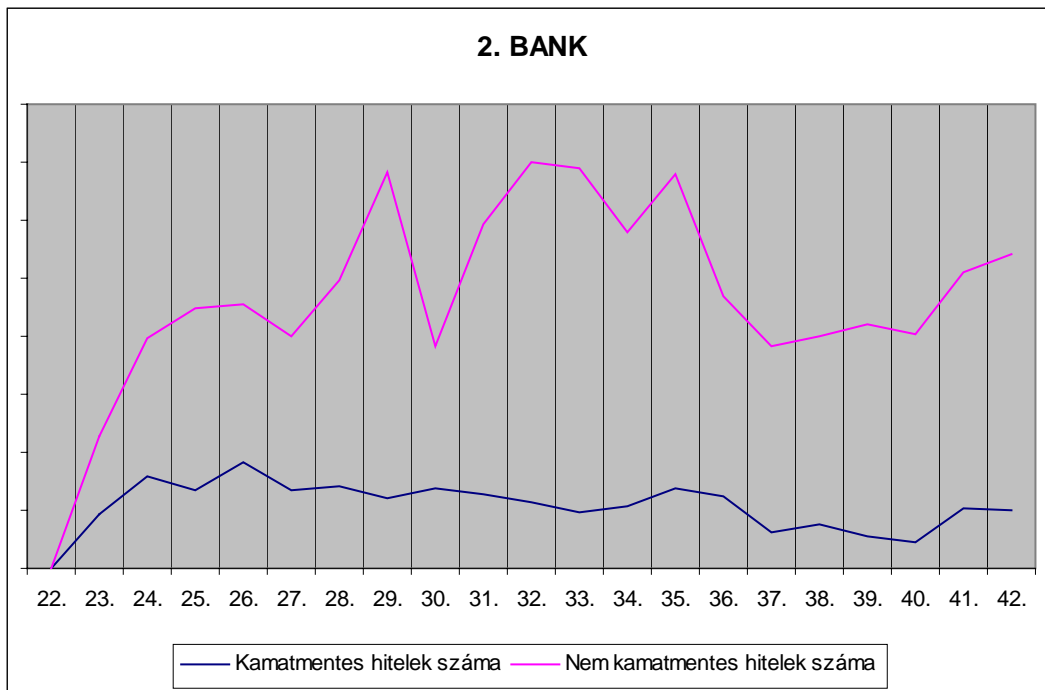
Az alábbi, az eljárás alá vont bankok által szolgáltatott adatok alapján készített grafikonok heti bontásban (22-42. hetek között) bemutatják, hogy a vizsgált időszakban miként alakult az adott héten jóváhagyott kamatmentes és a nem kamatmentes hitelek száma.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Az eljárás alá vontak üzleti titkainak védelme érdekében a Versenytanács előzetes álláspontjában mellőzi a bankok által szolgáltatott konkrét adatok szerepeltetését. A grafikonok esetében a bankok sorrendje (1. bank, 2. bank, 3. bank) nem az eljárás alá vontak alfabetikus sorrendjét tükrözi, illetőleg a skálát nem tartalmazó grafikonokból nem állapítható meg, hogy az adott bank által megkötött szerződések száma hogyan aránylik a másik két bank által megkötött szerződések számához.

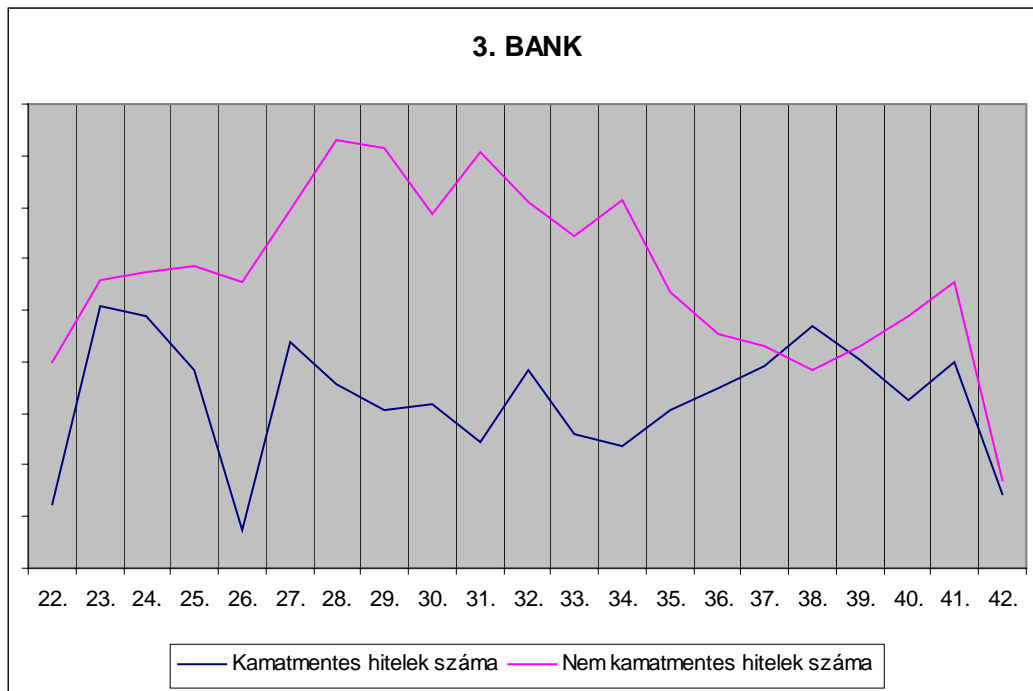
### 1. BANK



### 2. BANK







11. A három bank által a vizsgált időszakban nyújtott ingyen hitelekre vonatkozó összesített adatokból megállapítható, hogy az összes hitelszerződések számán belül az ingyen hitelek aránya heti átlagban nem érte el a 22%-ot, s kizárólag a vizsgált időszak legelején, a 22., a 23. és a 24. héten érte el, illetve haladta meg a 30%-ot, ezt követően ezt a mértéket egyetlen héten sem érte el.

12. Az év egyes heteiben megkötött kamatmentes és nem kamatmentes kölcsönszerződésekre vonatkozó, az egyik bank által szolgáltatott adatokból megállapítható, hogy az „Elektro Pont” üzletek minden héten több olyan nem kamatmentes hitelt közvetítettek, amelyek esetén a futamidő ugyanakkora, kevesebb, vagy néhány hónappal volt több, mint a kamatmentes hitel futamideje.

Az egyik bank esetében a szűrőpróbaszerű mintavétel alapján az alábbi adatok kerültek megállapításra:

	07.01.	07.02.	08.01.	08.02.	09.01.	09.02.	09.24.	10.1.	10.2.	10.3.
<b>adott nap kamatmentes hiteleinek száma</b>	16	11	16	16	14	16	5	9	8	19
<b>adott napon az olyan nem kamatmentes hitelek száma, amelyeknek a futamideje ugyanannyi, mint a kamatmentes hitelek futamideje</b>	-	-	-	-	-	-	-	8	5	14
<b>adott napon az olyan nem kamatmentes hitelek száma, amelyeknek a futamideje kevesebb volt, mint a kamatmentes hitelek futamideje</b>	4	3	7	3	4	1	2	5	2	4
<b>adott napon az olyan nem kamatmentes hitelek száma, amelynek a futamideje egy vagy két hónappal volt több, mint a kamatmentes hitelek futamideje</b>	10	10	1	-	-	-	-	9	7	12
<b>adott napon az olyan nem kamatmentes hitelek száma, amelynek a futamideje három hónappal volt több, mint a kamatmentes hitelek futamideje</b>	17	11	12	6	7	10	6	-	-	-

Egy másik bank esetén szintén megállapítható, hogy az „Elektro Pont” üzletekben minden héten kötöttek 6, 8, illetve 9 hónapos futamidejű nem kamatmentes hitelszerződéseket, sokszor 38% feletti THM-mel - abban az időszakban, amikor a reklámújságok arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy bármely termék megvásárlása esetén mindhárom banknál ingyen hitelt vehetnek igénybe.

13. Az egyes „Elektro Pont” üzletek által a vizsgálattal érintett időszakban közvetített kamatmentes hitelekre vonatkozó, a Versenytanács rendelkezésére álló adatok elemzéséből megállapítható, hogy vannak üzletek, amelyekben a fogyasztók egy-egy hónapon belül időben arányosan elosztva vették igénybe a kamatmentes hitelek nyújtott lehetőségeket, ugyanakkor voltak olyan üzletek, amelyek esetében a fogyasztók időben nem arányosan kötöttek szerződést valamely bank (bankok) kamatmentes hitel konstrukcióira.

Az egyik bank által szolgáltatott adatokból megállapíthatóan egyes üzletek esetében aránytalanul kevés fogyasztó vett igénybe kamatmentes hitelt a hónapok 19. napját követően (a torzításmentesség érdekében az október 1. és 18. közötti szerződéseket a Versenytanács figyelmen kívül hagyta):

„Elektro Pont Csepel”:	5%
„Elektro Pont Dunaújváros”:	23%, (egy másik bank esetében 22%)
„Elektro Pont Euro Center”:	12% (egy másik bank esetén: 11%)
„Elektro Pont Kaposvár”:	2%
„Elektro Pont Pécs Interspar”:	22%
„Elektro Pont Százhalombatta”:	16% (egy másik bank esetében 16%)
„Elektro Pont Szolnok”:	14%

14. A Gazdasági Versenyhivatalhoz panaszok érkeztek, amelyekben a fogyasztók azt ismertették, hogy valamely „Elektro Pont” üzletben a reklámújság közlése ellenére nem sikerült ingyen hitelhez jutniuk.

Az egyik panaszos ismertette, hogy 2005. június 22-én „Electrolux” hűtőgépet szeretett volna vásárolni a miskolci „Elektro Pont” üzletben, figyelemmel a reklámújságban a Budapest Bank ingyen hiteléről adott tájékoztatásra. Az üzletben közölték vele, hogy az ajánlat nem minden boltra érvényes, így a miskolcira sem, a hitelkeretük kimerült, s egy másik konstrukciót (nem ingyen hitelt) ajánlottak számára.

A másik panaszos a székesfehérvári „Elektro Pont” üzlet vonatkozásában jelezte, hogy ott a reklámújság tájékoztatása ellenére 2005 augusztusában nem tudott ingyen hitelt felvenni.

15. A vizsgáló a vizsgálattal érintett időszakban, 2005. szeptember 15-én több „Elektro Pont” üzletet hívott fel telefonon, személyét nem felfedve, fogyasztóként érdeklődve ingyen hitel iránt. A megkeresett 11 üzletből 5 esetében az alábbi tájékoztatást kapta:

- hitelkeret még van”,
- „betelt a hitelkeret ingyen hitelre”,
- „hitelkeretből még van, ezt fenn tudja tartani egy-két napig”,
- „ingyen hitel elfogyott, hó elején szokott lenni”,
- „nincs ingyen hitel lehetőség.”

2006. január 20-án a vizsgáló ismét felhívott 11 üzletet (ebből 10 üzletet korábban is megkeresett). Hat üzletben a következő tájékoztatással szolgáltak (négy esetben ugyanaz az üzlet, amely 2005. szeptember 15-én is utalt valamilyen keret létre):

- „keretfüggő, mindenki szeretne”,
- „nincs, januárra nem kaptak”,
- „van, de csak minimális keret és csak egy banknál”,
- „van hitelkeretük”,
- „nincs, talán jövő hónapban lesz keret”,
- „van, bár ami egész évben elérhető, az a Démász hitel”.

## II.

### A fogyasztóknak nyújtott tájékoztatások

16. Az „Elektro Pont” üzletekben megvásárolható termékekhez igénybe vehető kamatmentes kölcsönökről a fogyasztóknak tájékoztatást adtak az „Elektro Pont” elnevezésű

reklámújságok, az Elektro Computer www.elektropont.hu című internetes honlapja és óriásplakátok.

## 17. Reklámújságok

Az Elektro Computer havonta 2-4 alkalommal jelenteti meg 1.250.000 példányban az „Elektro Pont” című reklámújságját, amely valamennyi „Elektro Pont” üzletre érvényesen vonatkozik (egy-egy üzletre szólóan üzletnyitás esetén jelenik meg külön reklámújság, illetve ritkán egy-egy budapesti üzlet esetében). A reklámújságok tartalmát a központ állítja össze. A reklámújságok arculatát, tartalmát az Elektro Computer határozza meg abban az esetben is, ha fogyasztási kölcsönök (áruhitelek) kerülnek meghirdetésre.

A reklámújságokat elsősorban postaládák útján, az üzletek vonzáskörzetében terjesztik.

17.1. Az Elektro Computer a Versenytanács rendelkezésére álló 2005 júniusától október elejéig hetente megjelent reklámújságjai (18 reklámújság) címlapján az alábbi tájékoztatást adta:

**INGYEN  
HITEL  
MINDEN TERMÉKRE**  
0% KAMAT, 0% KEZELÉSI KÖLTSÉG  
0% SAJÁT ERŐ, THM 0,00%  
Részletek, hiteltájékoztató a szaküzletekben

A reklámújságok más módon is felhívták a figyelmet az ingyen hitelekre:

A 2005. június 1-től érvényes reklámújság

2. oldalán a Budapest Bank nevének és logójának megjelenítésével a következő szerepelt:

**INGYEN HITELEK MINDEN TERMÉKRE**  
0% kamat,  
0% kezelési költség,  
0% THM.  
A bank a hitelbírálat jogát fenntartja! Részletes tájékoztató az üzletekben.

4. oldalán a Credigen nevének és logójának megjelenítésével a következő volt olvasható:

**KERESSE A CREDIGEN INGYEN HITELEK!**  
**0%** KAMAT  
KEZELÉSI KÖLTSÉG  
THM

6. oldalán az alábbi került elhelyezésre:

**INGYEN HITELEK!**  
0% kamat, 0% THM,  
0% kezelési költség,  
Részletek, hiteltájékoztató a szaküzletekben.

A bankok által kínált ingyen hitelekről a 2. oldalon igen apró betűs tájékoztatás is elhelyezésre került, amelyben további, az igénybe vehető hitel összegére és a futamidőre vonatkozó információk szerepeltek.

A 2005. június 8-tól, a június 15-től, a június 22-től, július 6-tól, július 13-tól érvényes reklámújság

1. oldalán jelent meg a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

2. oldalán az alábbi volt olvasható:

**KERESSE A CREDIGEN INGYEN HITELT!**

0% kamat, 0% kezelési költség, 0 THM

4. oldalán a következő szerepelt a Budapest Bank nevének és logójának megjelenítésével:

**INGYEN HITEL MINDEN TERMÉKRE**

0% kamat,

0% kezelési költség,

0% THM.

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja! Részletes tájékoztató az üzletekben.

A bankok által kínált ingyen hitelekről a 2. oldalon igen apró betűs tájékoztatás is elhelyezésre került, amelyben további, az igénybe vehető hitel összegére és a futamidőre vonatkozó információk szerepeltek.

A 2005. június 29-től érvényes két oldalas reklámújság

előlapján az alábbi volt olvasható a Budapest Bank nevének és logójának megjelenítésével:

**INGYEN HITEL MINDEN TERMÉKRE**

0% kamat,

0% kezelési költség,

0% THM.

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja! Részletes tájékoztató az üzletekben.

A bankok által kínált ingyen hitelről a hátoldalon további igen apró betűs tájékoztatás került elhelyezésre.

A 2005. július 6-tól érvényes reklámújság 5. oldalán az alábbi volt olvasható:

**INGYEN HITEL!**

0% kamat, 0% THM,

0% kezelési költség,

Részletek, hiteltájékoztató a szaküzletekben.

A 2005. július 20-tól, július 27-től, augusztus 10-től, augusztus 17-től érvényes reklámújság

1. oldalán szerepelt a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

A bankok által kínált ingyen hitelekről a 2. oldalon igen apró betűs tájékoztatás is elhelyezésre került, amelyben további, az igénybe vehető hitel összegére és a futamidőre vonatkozó információk szerepeltek.

A 2005. augusztus 3-tól érvényes reklámújság

1. oldalán szerepelt a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

A bankok által kínált ingyen hitelekről az 5. oldalon igen apró betűs tájékoztatás is elhelyezésre került, amelyben további, az igénybe vehető hitel összegére vonatkozó információk szerepeltek.

A 2005. augusztus 24-től és szeptember 28-tól érvényes két oldalas reklámújság

előlapján szerepelt a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

A bankok által kínált, minden termék esetén igénybe vehető ingyen hitelről a hátoldalon további igen apró betűs tájékoztatás került elhelyezésre.

A 2005. augusztus 31-től érvényes reklámújság

1. oldalán szerepelt a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

A bankok által kínált ingyen hitelekről a 4. oldalon igen apró betűs tájékoztatás is elhelyezésre került, amelyben további, az igénybe vehető hitel összegére vonatkozó információk szerepeltek.

A 2005. szeptember 7-től érvényes reklámújság

1. oldalán szerepelt a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

A bankok által kínált ingyen hitelekrol a 6. oldalon igen apró betűs tájékoztatás is elhelyezésre került, amelyben további, az igénybe vehető hitel összegére vonatkozó információk szerepeltek.

A 2005. szeptember 14-től és a szeptember 21-től érvényes reklámújság

1. oldalán szerepelt a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

A bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

A bankok által kínált ingyen hitelekrol a 4. oldalon igen apró betűs tájékoztatás is elhelyezésre került, amelyben további, az igénybe vehető hitel összegére vonatkozó információk szerepeltek.

17.2. Az Elektro Computer 2005. október 5-től és a 2005. október 12-től érvényes reklámújságjainak

1. oldalán a következő jelent meg:

**INGYEN**

**HITEL**

**AKCIÓ!**

TV, HŰTŐ, MOSÓGÉP, TŰZHELY,  
BEÉPÍTHETŐ KÉSZÜLÉKEK

Részletek, hiteltájékoztató a belső oldalakon

ugyancsak az 1. oldalán szerepelt a Cetelem és az Elektro Computer együttműködésének keretében kibocsátott „Elektro-Pont – AURA” co-branded hitelkártya reklámja, arról adva tájékoztatást, hogy

**3 hónapig** kamatmentesen

**THM: 0%**

THM 30,49 – 35,54%

A THM meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt és a feltételek változása esetén a mértéke módosulhat.

A Bank a hitelbírálat jogát fenntartja. A részletes feltételeket a hatályos Hirdetmény tartalmazza.

a 2005. október 5-től érvényes reklámújság 6. oldalán, a 2005. október 12-től érvényes reklámújság 4. oldalán a Cetelem logója mellett az alábbi került elhelyezésre:

Hitelösszeg 25.000 Ft – 2.000.000 Ft-ig, Futamidő: 10 hónap, Saját erő: 0% 200.000 Ft-g, THM: 0,00% A meghirdetett hitelkonstrukciók és részletmódoszatok kizárólag a figyelemfelkeltés célját szolgálják, nem minősülnek az áruhitelző bank nyilvános tájékoztatójának vagy ajánlattételének. A bank a hitelbírálat jogát fenntartja, a részletes feltételeket a hatályos hirdetmény tartalmazza.

ugyanitt a Budapest Bank logója mellett egyebek között a következő szerepelt:

Hitelösszeg: 24.900 Ft – 500.000 Ft-ig, Futamidő: 10 hónap, Saját erő: akár 0%, THM: 0%. A meghirdetett hitelkonstrukciók és részletmódoszatok kizárólag a figyelemfelkeltés célját szolgálják, nem minősülnek az áruhitelző bank nyilvános tájékoztatójának vagy ajánlattételének. A bank a hitelbírálat jogát fenntartja, a részletes feltételeket a hatályos hirdetmény tartalmazza. Részletes hiteltájékoztatók az üzletekben.

A reklámújságok egyes termékek mellett feltüntették (az adott bank szerepeltetésével), hogy az ingyen hitellel, 0% THM-mel vásárolható meg.

#### 18. Internet

Reklámújságjait az Elektro Computer hozzáférhetővé teszi a [www.elektropont.hu](http://www.elektropont.hu) címen elérhető internetes honlapján.

#### 19. Óriásplakátok

Az Elektro Computer 2005. július 1. és szeptember 30. között 130, a Cetelem logóját is magán viselő óriásplakátot helyeztetett el Budapesten és több városban.

Az óriásplakát három „Electrolux” termék (tűzhely, hűtő és mosogatógép) képe mellett az alábbiakat tartalmazta:

### **ELEKTRO PONT**

TV · HŰTŐ · MOSÓGÉP · DVD · HÁZIMOZI · VIDEO · LEHET OLCSÓBBAN MINT MÁSHOL!

(igen nagy méretben) **0% THM**     **ingyen hitel**

(a Cetelem logója alatt kis betűkkel)

Az itt meghirdetett konstrukció a készlet erejéig érvényes, részletes hiteltájékoztató az üzletekben. A bank a hitelbírálat jogát fenntartja, a részletes feltételeket a hatályos hirdetmény tartalmazza. A THM meghatározása az aktuális feltételek, illetve a hatályos jogszabályok figyelembevételével történt, a feltételek változása esetén mértéke módosulhat. Futamidő 10 hónap.

20. Az Elektro Computer és a három másik eljárás alá vont vállalkozás között létrejött megállapodások kitérnek a reklámtevékenységben történő együttműködésre is, rögzítve, hogy a hitel igénybevételével történő eladásokra irányuló reklámozásra csak a bank előzetes írásbeli beleegyezésével kerülhet sor.

### **III.**

#### **A vizsgálati jelentés**

21. A vizsgálati jelentés megállapítása szerint a fogyasztók korlátozottan élhettek az ingyenes hitellehetőséggel. Ezt támasztják alá a Gazdasági Versenyhivatalhoz beérkezett panaszok, az egyes „Elektro Pont” üzletek által adott tájékoztatás, valamint a bankok által megküldött adatok is. A fogyasztók az ingyen hitel igénylés lehetőségével párhuzamosan felvettek hasonló futamidejű, ugyanakkor THM-el rendelkező hiteltermékeket is. Utóbbiak kondíciói, feltételei nyilvánvalóbban kedvezőtlenebbek az ingyen hitelénél, valamint amennyiben a fogyasztó törleszteni tudja tartozását 6 hónap alatt több mint 20%-os THM mellett, ésszerűbb ezt 7 hónap alatt 0% THM mellett megtennie.

Kiemelte, az Elektro Computer 2005. október 5-től meghatározott termékekre hirdette meg az ingyen hitel lehetőségét, amely szintén a hiteligenybevételi lehetőségek szűkítésére való törekvést tükrözi.

22. Az Elektro Computer magatartását befolyásolják a hiteltermékeket biztosító bankokkal kötött megállapodásai is, lévén kamatmentes hitel közvetítése esetén fizetési kötelezettsége



merül fel, kifizetésektől eleshet, valamint az előirányzott portfólió összetétel megtartása az ügynök jól felfogott érdeke a későbbi együttműködés céljából.

A vizsgáló szerint az Elektro Computer nem biztosította egész hálózatára vonatkozóan a hirdetett „ingyen hitel” igénybevételének lehetőségét, amely azon túlmenően, hogy a Tptv. 8.§-ának rendelkezéseibe ütközhet mint versenyjogilag értékelhető tájékoztatás, alátámasztja a Tptv. 10.§-át sértő gyakorlat módszeres folytatását.

Az Elektro Computer 0% THM-mel rendelkező hitelt reklámozott, ugyanakkor a hitelfelvételi lehetőség korlátozott jellegéről a reklámkiadványok nem adtak tájékoztatást.

23. A Budapest Bank vonatkozásában a vizsgálati jelentés kiemelte, a 2005. június 1. és július 13. között megjelent reklámújságok esetében „Ingyen hitel minden termékre! - 0% kamat, 0% kezelési költség, 0% THM” tájékoztatást tartalmaztak, miközben a Budapest Bank „Tizedelő” elnevezésű konstrukciója „csak az így hirdetett termékekre” vonatkozott, így a reklámújság a Tptv. 8.§-ának rendelkezéseibe ütköző téves tájékoztatást tartalmazott. A „Tizedelő” ezen változata 2005. június 1. és július 31. között volt igényelhető, ezt követően a „Hetedelő”, majd 2005. október 1-től a „Tizedelő” korlátozás nélküli változatát vehették fel a fogyasztók az ekkor hatályos Hirdetmények és a Budapest Bank által rendelkezésre bocsátott adatbázis alapján.

24. A vizsgáló az Elektro Computer és a Budapest Bank vonatkozásában jogsértés megállapítását és bírság kiszabását indítványozta.

## V.

### Az eljárás alá vontak védekezése

#### *Az Elektro Computer védekezése*

25. Az Elektro Computer előadta, valamennyi üzletére kiterjedt az ingyen hitel igénylésének a lehetősége. Az ingyen hitel volumenét sem az adott bank, sem az Elektro Computer nem korlátozta le. Az egyes üzletek részére ingyen hitel keretet nem állapít meg, azonban a hitelforgalom tervezése és ellenőrizhetősége érdekében a központban értékesítési volumeneket (elvi kereteket) állapítanak meg az egyes boltokat illetően, ugyanakkor a bankokkal kötött megállapodás hitelkeretre vonatkozó kitévelt nem tartalmazott, s a tervezés nem azonos a keretek felállításával. Ezek nem kötik a boltot, annyi ingyen hitelt értékesít, amennyi vevői igény van. Az értékesítési volumenek semmilyen kihatással nincsenek a vevőre, az ingyen hitel igénylésének lehetősége nincs lekorlátozva pénzügyi keretekkel. Ha az adott keret kimerül, az üzletnek igényelnie kell bővítését, erre az üzletvezető rendelkezik jogosultsággal. A banki hiteligénylés lehetősége ettől függetlenül fennáll, egyes üzletek 10-20%-kal is túllépi hitelkeretüket. Nincs tehát arról szó, hogy egy konkrét korlát lenne, hogy elfogyhatna az ingyen hitel lehetőség. Ha elérték a tervszámot, akkor a bankok ezt követően is folyamatosan biztosítottak további hitelfelvételi lehetőséget. Az érdeke az, hogy minél több hitelkonstrukció álljon a rendelkezésére, s nem érdeke, hogy korlátozza a hitelek felvételét.

26. Ismertette, hogy mivel tartós műszaki cikkeket értékesítenek, elsősorban a hosszabb futamidejű termékeket ajánlják a vásárlók részére. Az ingyen hitelek általában elég rövid futamidőkkel bírnak, bár a fogyasztókat vonzza, így ennek megfelelően pozicionálják.

27. Hangsúlyozta, a reklámújságokban szereplő, egyes bankokra utaló feliratok mindig a bankokkal történő egyeztetést követően kerültek elhelyezésre az újságokban.

28. Az „ingyen hitel minden termékre” szlogennel összefüggésben előadta, az minden, az üzletben megvásárolható termékre vonatkozott. A vizsgált időszakban valóban minden termékre igénybe lehetett venni az ingyen hitelt. A Cetelem, illetőleg a Credigen nem korlátozta az ingyen hitellel megvásárolható termékek körét.

29. A 2005. október 5-i és 12-i reklámújságokkal összefüggésben felhívta arra a figyelmet, hogy az akció konkrét termékekhez kapcsolódott, olyan termékekhez, melyeknek változott a köre. Ha valami nem általános, akkor az akciónak tekinthető.

30. A Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott fogyasztói panaszokkal kapcsolatban jelezte, nem került vizsgálatra, hogy az adott fogyasztók miért nem kaptak ingyen hitelt. Ugyancsak meg kellett volna azt vizsgálni, hogy például Miskolcon ugyanebben az időszakban más fogyasztó kapott-e ingyen hitelt.

31. Kiemelte, a Vj-70/2005. számú ügyben a Versenytanács megállapította, az Elektro Computer többféle ingyenes áruhitel konstrukciót tartott számon, melyek vagy adott termékre, vagy bármely termékre igényelhetőek voltak. 2004 decembere óta rendelkezik olyan banki szerződéssel, mely alapján bármely termékre 0%-os THM-es áruhitel igényelhető volt (Cetelem, „Aura Joker hitelkártya”). A Versenytanács a magatartás rövidege, illetve csekély súlya miatt nem tartotta indokoltnak a jogsértés megállapítását. Az Elektro Computer szerint a Versenytanács tehát valamennyi általa alkalmazott ingyen hitel nyújtásával kapcsolatos szerződéseket és gyakorlatát közvetlenül ezen vizsgálatot megelőzően 2005-ben már vizsgálta, s azt nem találta jogsértőnek. Ugyanazon kérdésben ismételt vizsgálat lefolytatása nem lehetséges az államigazgatási eljárás általános szabályairól szóló 1959. évi IV. törvény (a továbbiakban: Áe.) vonatkozó rendelkezései szerint.

32. Az Elektro Computer kérte a versenyfelügyeleti eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését.

### ***A Budapest Bank védekezése***

33. Hangsúlyozta, az Elektro Computer-rel sem szóban, sem írásban nem kötött olyan tartalmú megállapodást, amely a közvetített hiteltermékek kapcsán az ügyfelekre is kiterjedő hatállyal szabályozta volna a közvetítés időtartamára, összegére vagy az igényelhető hitelkeretre vonatkozó szabályokat. Az értékesítési volumenek követhetősége, azok pénzügyi tervezhetősége biztosítására partnerének informálisan jelezte az ideális áruhitel portfólió összetételt, azonban ez az egyes ügyfelek hitelkérelmének elbírálására, a közvetítés időtartamára nem tartalmazott rendelkezést. Nem tartott nyilván ilyen kereteket, az üzleti célok elérése érdekében a partnertől visszaérkező adatokat elemezte és nyilvántartotta, a portfólió összetételét vizsgálta.

34. Mindazonáltal előadta, nem adott korlátlan ingyen hitelt. Kalkulációjával egy portfólió került megállapításra, és ezt ismertették is az Elektro Computer-rel. Maga a portfólió valamifajta korlátot jelent. A bank természetesen ugyanakkor nem fogja meghatározni, hogy a partner mire használja fel az ingyen hitel lehetőséget, milyen termékek vonatkozásában fogja meghirdetni. Egy ingyen hitelkeretet bocsátott az Elektro Computer rendelkezésére, amely vállalkozás aztán a bank nevét, illetve az általa nyújtott hitelt olyan termékekhez használhatja fel, amelyet ő indokoltnak tart, ez azonban már az ő felelőssége.

A bank az értékesítési volumeneket tervezte meg, azt határozva meg, hogy mi az az ideális összetétele az értékesítési volumennek, amit el szeretne érni, amely azt is magában foglalja, hogy az ingyen hitelek vonatkozásában x %-ot ne lépjen túl a kereskedő. A banknak természetesen lehetősége van arra, hogy ha ezt indokoltnak látja, a következő időszakban ne adjon ingyen hitel lehetőséget az adott kereskedőnek. Ha a banknak nem volt érdeke, akkor nem kínált ingyen hitel lehetőséget, mint az (nem a vizsgált időszakban) meg is történt. Amennyiben tehát a hitelezésekkel kapcsolatos havonkénti számok ezt indokoltá tették, akkor beavatkozott.

35. Előadta továbbá, az Elektro Computer üzleteiben nem helyezte el „ingyen hitelre” vagy 0%-os konstrukcióra vonatkozó reklámanyagokat. Az Elektro Computer által megjelentetett „Elektro Pont” reklámújságba szolgáltatott bizonyos információkat, megküldte az újságban szerepeltetni kívánt logo-ját, valamint a konstrukcióhoz tartozó kötelező jogi szöveget is. A reklámújságokból megjelenés előtt nem kapott próbapéldányt, így annak megállapodás szerinti előzetes ellenőrzésére sem volt módja. A kommunikációt nem a Budapest Bank határozta meg, tehát nem az ő kommunikációja volt. Az „Elektro Pont” reklámújságokat előzetesen nem hagyta jóvá. Az Elektro Computer elzárkózott attól, hogy ezeket a Budapest Bank jóváhagyja, hivatkozással arra, hogy három bankkal áll kapcsolatban és ezért nincs lehetősége bizonyos információk átadására.

Aláhúzza, hogy a Budapest Bank nem minősül reklámozónak. A reklámújságok termékeket hirdetnek, azt kívánják eladni.

Utalt továbbá a Hpt. 201.§-ára, amely önálló jogán behozza az ügynököt a hirdetési szabályokba.

36. Emlékeztetett rá, kivételesnek minősül az a helyzet, hogy az „Elektro Pont” üzletekben egyszerre három bank van jelen. Ez azt jelenti, hogy a bankoknak versenyezniük kell, de ez befolyásolja a hitelezés folyamatát, de a kommunikáció megvalósulását is. A reklámújságok első oldala sem azt közli például, hogy melyik bank ingyen hitelt lehet igénybe venni a fogyasztók részéről, ez mindig a helyszínen dől el. A Budapest Bank részéről az volt az érdekes, hogy az általa nyújtott ingyen hitel benne maradjon a portfólióban.

Kiemeli, hogy az üzletekben a vásárlót a kereskedő viszi oda ahhoz a személyhez, akitől fel lehet venni a hitelt, és mindhárom bank képviselteti magát az üzletekben. A bank nem is tudja, hogy a három bank közül kihez ültetik le a fogyasztót, illetve az sem ismert előtte, hogy a fogyasztó konkrétan milyen termékhez veszi igénybe az ingyen hitel lehetőséget. A bank utólag tudja kontrollálni, hogy miként használják fel az ingyen hitel lehetőséget.

37. A Budapest Bank jogsértés hiányában kérte a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését.

### ***A Cetelem védekezése***

38. A Cetelem kiemelte, a közte és az Elektro Computer között létrejött együttműködési megállapodás szerint az Elektro Computer kizárólag a megállapodásban rögzítettek teljesítésére jogosult, minden egyéb tevékenység kizárása mellett. Az Elektro Computer hitelműveletet nem végezhet, illetve jognyilatkozatot nem tehet a Cetelem nevében. A szerződésben kifejezetten kizárták annak lehetőségét, hogy a hiteligenylő fogyasztók kérelmeivel kapcsolatban az Elektro Computer bármilyen természetű, érdemi jognyilatkozatot

tegyen, ideértve természetesen a hitelkérelem elutasítását is (ez a Hpt. értelmében üzletszerűen csak engedéllyel lenne végezhető).

39. Hangsúlyozta, az egyes üzletek vonatkozásában a „hitelkeretek” megállapításáról nem rendelkezett semmiféle információval, az Elektro Computer-rel megkötött megállapodások nem tartalmaznak rendelkezést az igényelhető hitelekre vonatkozó keretéről, magánjogi szempontból az Elektro Computer megbízás nélküli ügyvivőnek tekintendő. A jelen eljárás szempontjából azonban nem a felek egymás közötti viszonyának magánjogi minősítése az elsődleges fontosságú, hanem az, hogy a Tptv. 8., illetve 10.§-ába ütköző magatartás megvalósítható-e úgy, hogy a fogyasztók megtévesztését, illetve a fogyasztók választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazását eredményező „cselekmény” a Cetelem előtt ismeretlen. Az Elektro Computer üzleteiben saját maga nem hirdet 0%-os THM-mel („ingyen hitel”) hitelterméket, az Elektro Computer által megjelentetett reklámok tényleges tartalmáról nem rendelkezett érdemi információval, mivel az Elektro Computer nem minden esetben tett eleget az együttműködési megállapodásban foglalt kötelezettségének, ezért többször fel is hívta az Elektro Computert az egyeztetési kötelezettség teljesítésére.

Felhívta a figyelmet arra, hogy a Tptv. fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmával kapcsolatos bármelyik tényállásának megállapításához szükséges annak bizonyítása, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a tényállás megvalósításában - bármilyen formában - szándékosan közreműködött. A megjelentetett reklámmal, illetve a „keretszámok” megállapításával kapcsolatban a Cetelem „cselekvősége” semmilyen formában nem állapítható meg, sőt, az Elektro Computer több nyilatkozata ennek ellenkezőjét bizonyítja.

Álláspontja szerint annak a körülménynek, hogy a felek között egyébként megbízási „jellegű” jogviszony jött létre, nincs jelentősége, mert a versenyjogi jogsértés megvalósítására nem e megbízási szerződés keretében, hanem éppen annak megsértésével, az abban foglalt szabályokkal teljesen ellentétesen került sor. Az Elektro Computer által megvalósított, a jelen eljárás tárgyát képező cselekményekre a Cetelem megbízást nem adott, a reklámújságok arculatát, tartalmát az Elektro Computer határozza meg abban az esetben is, ha fogyasztási kölcsönök (áruhitelek) kerülnek meghirdetésre.

40. Előadta, viszonylag jól kalkulálható, hogy egy adott időszakban, amikor ilyen hitelkonstrukciót kínálnak, hány hitelkérelem fog beérkezni, s az sem mellőzhető, hogy 0%-os THM esetében a partner is vállal bizonyos költségeket az akcióval összefüggésben (az Elektro Computer a 0%-os THM mutatójú termékek után pénzügyi szolgáltatási költség megfizetését vállalta a Cetelem felé). Megjegyezte, hogy az Elektro Computer tevékenysége éppen jogszerű gazdasági érdekeivel ellentétes eredményre vezetett, hiszen a Cetelemmel - akár a 0%-os THM mutatójú kölcsön igénylése kapcsán - kapcsolatba kerülő ügyfelek a továbbiakban újabb, más típusú termékkel lettek volna megkereshetők.

41. Felhívta a figyelmet arra, félrevezető lehet a különböző hiteltermékek összehasonlítása pusztán azon az alapon, hogy a termékek THM mutatója eltérő. A Cetelemnek számos olyan hitelkonstrukciója van (munkáltatói igazolás nélkül igényelhető kölcsönök, olyan kölcsönök, ahol a törlesztést nem a folyósítást követő hónapban, hanem a folyósítást követő harmadik hónapban kell megkezdeni), amely - esetleg magasabb THM mellett - más típusú előnyt biztosít a fogyasztónak. Pontatlan az a megállapítás, amely szerint a nem 0% THM mutatójú termékek feltétlenül kedvezőtlenebbek volnának a fogyasztók számára.

42. A Cetelem szerint a Versenytanács nem szerepeltetheti a 15. pontjában leírtakat, mivel azok törvénysértő voltak miatt az eljárás során bizonyítékként nem használhatók fel.

43. Megjegyezte, pénzügyi szolgáltatás reklámozására irányuló hirdetésekben teljesen életszerűtlen és a mindennapi gyakorlatban megvalósíthatatlan az az elvárás, hogy a hirdetésnek valamennyi információt tartalmaznia kellene. Az arról való tájékoztatás, hogy további részletes információk pontosan hogyan szerezhetők be, nem jelenti azt, hogy a reklámban egyébként szereplő információk eleve valótlan, pontatlan információkat tartalmaznának. Ezzel kapcsolatban felhívta a figyelmet a Versenytanács Vj-99/2000. számú ügyben hozott határozatára.

44. A 2005. október 5. és 18. közötti időszak vonatkozásában előadta, hogy a vizsgált időszakban az üzletekben hozzáférhetőek voltak 20% feletti THM mutatójú termékek, így a 2005. október 5. és október 18. közötti hirdített 0 % THM mutatójú termék a kamatfeltételek szempontjából egyértelműen kedvezőbb volt az „általános” hiteltermékekhez képest, ezért az „akció” kifejezés nem kifogásolható.

45. A Cetelem jogsértés hiányában kérte a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését.

### ***A Credigen védekezése***

46. A Credigen előadta, hogy a vizsgált időszakban folyamatosan minden üzletben biztosították az ingyen hitel konstrukciót a fogyasztók számára, kivéve a 2005. június 25. és július 1. közötti időszakot, amelynek technikai oka volt. Az ingyen hitel minden termékre vonatkozott, nem tettek különbséget márkák, termékek között. Folyamatosan nyújtották az Elektro Pont üzletek hálózatán keresztül az ingyen hitelt mindarra, amire a kereskedő kínálta. Hitelkeret nem került meghatározásra. A bank és a kereskedő ugyanakkor természetesen előre tervez, így például a bank is eltervezi, hogy egy adott hónapban az ingyen hitel nagyságrendileg mekkora lesz. Ez azonban nem kerül szerződésben rögzítésre. A hónap végén az adott tárgyhónap vonatkozásában elkészítik a mérleget, megvizsgálják azt, hogy a tervek miként valósultak meg.

47. Ismertette, hogy a reklámújságokban a Credigenre vonatkozó reklámrészek az Elektro Computerrel közösen kerültek kialakításra.

48. A Credigen jogsértés hiányában kérte az eljárás megszüntetését.

## **V. Jogi háttér**

49. A Tptv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének c) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének 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 Tptv. 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.

A Tpv. 10.§-a értelmében tilos a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazása. Ilyen módszernek minősül különösen, ha olyan körülményeket teremtenek, amelyek jelentősen megnehezítik az áru, illetve az ajánlat valós megítélését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyszerű összehasonlítását.

A Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének d) és f) pontja szerint az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) bekezdés szerint 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 fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## VI.

### A Versenytanács döntése

#### **A vállalkozások által a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatások versenyjogi értékelésének egyes általános szempontjai**

50. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásnak a magáról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló, tájékoztatása igaz és pontos legyen.

51. A Tpv. III. fejezetének (a Tpv. 8. és 10.§-ának) célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgynak az áruk, illetve szolgáltatások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A Tpv. III. fejezete a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásnak a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.

A kialakult vásárlói szokások alapján az „Elektro Pont” üzletekben forgalmazott termékek megvásárlása kapcsán több fogyasztói döntés bír versenyjogi relevanciával, így különösen

- annak fogyasztó általi megválasztása, hogy vásárlásait milyen típusú üzletben kívánja lebonyolítani (szaküzletben, hipermarketben, hagyományos, kisebb forgalmú kiskereskedelmi egységben, piacon, valamely lánchoz tartozó áruházban stb.),
- annak eldöntése, hogy konkrétan melyik üzletet keresi fel a vásárlás megvalósítása érdekében,
- annak elhatározása, hogy a fogyasztó megvásárolja-e az adott terméket,
- döntés abban, hogy a fogyasztó a termék megvásárlásához igénybe vesz-e fogyasztási kölcsönt vagy sem,
- ha a fogyasztó fogyasztási kölcsönt vesz igénybe a vásárláshoz, az adott banki konstrukció megválasztása.

A fogyasztói döntés befolyásolásának tekinthető minden olyan magatartás, amely ezen döntésekre hatást gyakorol. Amint azt az eljárás alá vontak ismertették, az „Elektro Pont” üzletekben árusított termékeket forgalmazó vállalkozások számára elengedhetetlen, hogy vonzó hitelkonstrukciókkal rendelkezzenek, így alappal állapítható meg, hogy a fogyasztó befolyásolásában a termékek megvásárlásához igénybe vehető fogyasztási kölcsön, s különösen az ingyen hitel igénybe vételének lehetősége a fogyasztó döntését befolyásoló tényezőnek tekintendő, így az ezzel kapcsolatban a vállalkozások által nyújtott tájékoztatás, illetve az ezzel kapcsolatban alkalmazott üzleti módszer versenyjogi értékelés tárgya lehet.

52. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását tiltó rendelkezéseknek nem tényállási eleme sem a fogyasztóknak okozott sérelem bekövetkezése, sem a fogyasztói panaszok rendelkezésre állása, ezek hiányában is megállapítható a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás tanúsítása, ugyanakkor kiemelendő, a jelen esetben a Gazdasági Versenyhivatalhoz érkeztek olyan fogyasztói panaszok, amelyek azt sérelmezték, hogy az „Elektro Pont” reklámújság tájékoztatása ellenére nem jutottak ingyen hitelhez.

53. A versenyjogi relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a Tpv. a maga eszközeivel. Ez a folyamat a figyelemfelhívást is magában foglalja, s a fogyasztók megtévesztésének tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván. Már maga a figyelemfelhívás sem lehet tisztességtelen (annak megjegyzésével, hogy ami reklámszakmai szempontból jó, hatásos megoldás, az versenyjogi szempontból elfogadhatatlan lehet). 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.

54. A jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb a fogyasztóknak módjuk van a teljes körű valós információ megismerésére, a Tpv. ugyanis a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik. Ennek megfelelően a jogsértés megállapíthatósága körében nem vehető figyelembe egy olyan védekezés, hogy a reklámokban a további részletes információk elérhetősége is feltüntetésre került, illetve a helyszínen (a jelen esetben az „Elektro Pont” üzletekben) a fogyasztók további információkhoz juthatnak. Ezzel összefüggésben a Versenytanács utal a Fővárosi Bíróság Vj-200/1999. számú ügyben hozott, 2.K. 33.533/2000/2. számú ítéletére, amely szerint a kialakult gyakorlatnak megfelelően a jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb mód van a teljes körű valós információ megismerésére, a Tpv. 8.§ (1) és (2) bekezdése ugyanis a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik. A Fővárosi Bíróság a Vj-119/1998. számú ügyben hozott 2.K. 30.735/1999/2. számú ítéletében azt is megállapította, veszélyes vizekre vezet az az álláspont, hogy lényeges kérdésben is adottnak kell venni a fogyasztók információ-kiegészítési képességét, mert ezzel a vállalkozást terhelő tisztességes tájékoztatási kötelezettség helyett, a szakmailag nem képzett fogyasztóra hárulna át a felelősség.

A reklámokban megjelenő „részletes tájékoztató az üzletekben” és hasonló közlések kritika nélküli elfogadása azt jelentené, hogy a fogyasztó nem hagyatkozhat a reklámbeli tájékoztatásra, hanem a helyes információt magának kell megszereznie az „Elektro Pont” üzletben történő tájékoztatásból, amely a versenyjogi tilalmak érvényesítésével ellentétes, mivel a felelősség áthárításával nem várható el, hogy a fogyasztó akárcsak egy piaci tájékoztatás (reklám) valóság tartalmát ellenőrizze.

Egy reklám nem alapozhat arra, hogy a tartalma szabadon meghatározható, bármit állíthat, mivel a fogyasztónak kell elől járnia annak ellenőrzésében, hogy a reklám állítása megfelel-e

a valóságnak. Az ilyen elvárás a fogyasztókra helyezné a vállalkozás jogsértő magatartása elhárításának terhét.

Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács nem tartotta elfogadhatónak a Cetelem 43. pontban ismertetett védekezését.

55. A Tpvt. alapján követelményként fogalmazódik meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozás által alkalmazott üzleti módszer ne korlátozza indokolatlanul a fogyasztók választási szabadságát, így különösen ne teremtsen olyan körülményeket, amelyek jelentősen megnehezítik a reklámban közölt ajánlat valós megítélését.

A versenyjogi szempontú döntést befolyásoló üzleti módszerek körébe sorolandó egy vállalkozás azon általános jelleggel követett gyakorlata, amelynek eredményeként a vállalkozás a gazdasági versenyben rendszeresen olyan magatartást tanúsít, amely már nem tekintendő kizárólag alkalmilag jelentkező, csak egyes fogyasztók vonatkozásában egyedi (adott esetben például kizárólag polgári jogi szempontból értékelhető) piaci megnyilvánulásnak.

#### **A 2005. június 1-től október 4-ig terjedő időszakban érvényes, interneten is közzétett „Elektro Pont” reklámújságok**

56. A 2005. június 1-től október 4-ig terjedő időszakra szólóan érvényes, az interneten is közzétett „Elektro Pont” reklámújságok fogyasztóknak szóló üzenete (Tpvt. 9.§) egyértelmű volt: a fogyasztó az „Elektro Pont” üzletekben a reklámújságok érvényességi időtartama alatt ingyen hitel igénybevételével (azaz minden költségtől és kamattól mentes hitellel) vásárolhat meg bármely azokban forgalmazott terméket. A 2006. február 16-i tárgyaláson az Elektro Computer képviselője ennek megfelelően nyilatkozta, hogy az „ingyen hitel minden termékre” szlogen minden, az üzletben megvásárolható termékre vonatkozott.

57. A Versenytanács a rendelkezésére álló bizonyítékokat - az Áe. 26.§-a (4) bekezdésének megfelelően - egyenként és összességükben értékelte, s megállapította, hogy az interneten is közzétett, 2005. június 1-től október 18-ig terjedő időszakra érvényes „Elektro Pont” reklámújságok alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére, mivel noha ebben az időszakban a Budapest Bank, a Cetelem és a Credigen rendelkezett kamatmentes hitel konstrukciókkal (egyes esetekben csak meghatározott termékekre szólóan, illetve a Credigen esetében a 2005. június 25. és július 1. közötti időszakot kivéve), ezek elvileg elérhetőek voltak az „Elektro Pont” üzletekben, s az „Elektro Pont” üzletek közvetítettek is ingyen hitel szerződéseket, ugyanakkor az eljárás alá vontak között létrejött együttműködési megállapodások által létrehozott rendszer azt eredményezte, hogy az „Elektro Pont” hálózatban, minden üzletben ezek a hitelkonstrukciók nem voltak mindig, minden esetben, minden, az „Elektro Pont” üzletekben forgalmazott termék megvásárlásához elérhetőek minden fogyasztó számára.

58. Az eljárás alá vontak által megkötött együttműködési megállapodások által létrejött rendszer nem teszi lehetővé, hogy a fogyasztók számára korlátlanul nyújtsanak ingyen hitelt.

A bankok oldalán az ingyen hitelek mennyiségének a korlátozását az ésszerű gazdálkodás, a prudens működés (és így a Hpt. rendelkezései tiszteletben tartásának) követelménye szükségsszerűvé teszi, hogy csak meghatározott korlátok között nyújtsanak ingyen hitelt. Nyilvánvalóan nem szolgálná a bankok üzleti érdekeit, illetőleg a biztonságos gazdálkodás



ellenében hat, ha valóban korlátlanul, minden fogyasztói igényt elfogadva nyújtanának ingyen hiteleket.

A Budapest Bank ismertette, hogy nem adott korlátlan ingyen hitelt, egy kívánatos (valamifajta korlátot jelentő) portfóliót közölt az Elektro Computerrel, az üzleti célok elérése érdekében a partnertől visszaérkező adatokat elemezte és nyilvántartotta, a portfólió összetételét vizsgálta. Ez azt mutatja, hogy a bankoknak lehetőségük volt a hitelezési portfólió folyamatos figyelemmel kísérésére, s ezt nyilvánvalóan mindhárom bank meg is tette, hiszen e nélkül a prudens működés követelményét sértette volna meg.

Az ingyen hitelek korlátozása más oldalról is a bankok érdekét szolgálta. Két bank arról nyilatkozott, hogy az Elektro Computernek fizetendő jutalék vonatkozásában nem tesz különbséget a kamatmentes és a nem kamatmentes hitelek között, vagyis a kamatmentes hitelek esetében is fizet jutalékot az Elektro Computer számára – miközben a fogyasztót nem terheli fizetési kötelezettség a bank felé, így a bankok számára jelentőséggel bír a kamatmentes hitelek általuk meghatározott korlátok (a hitelkeretek) között történő tartása. A két bank közül az egyik vonatkozásában az Elektro Computer az engedélyezett kölcsönök esetében kötelezettséget vállalt arra, hogy az ügyfelei részére nyújtott kamatmentes kölcsönök meghatározott százalékat kitevő mértékű összeget pénzügyi szolgáltatási költségként megfizet a bank részére, azonban ez a kötelezettség egyes konstrukciók esetén csak 2005. július 31-ig terhelte az Elektro Computert. A harmadik bank a kamatmentes hitelkonstrukciókon keresztül realizált hitelforgalom után nem fizetett díjazást az Elektro Computernek, ugyanakkor ezen banknak sem volt érdeke, hogy korlátlan legyen a kamatmentes hitelezés, hiszen a fogyasztók vonatkozásában a kamat és a THM 0%-ban került meghatározásra, így a fogyasztó (vagy valamilyen címen az Elektro Computer) a felmerült költségeket sem fizette meg a bank részére.

Az ingyen hitelek rendelkezésre állásának korlátozott voltát bizonyítja az Elektro Computer nyilatkozata is, amely szerint a hitelforgalom tervezése és ellenőrizhetősége érdekében a központban értékesítési volumeneket állapítanak meg az egyes boltokat illetően, s ha az adott keret kimerül, az üzletnek igényelnie kell bővítését.

Az Elektro Computer előadta, az ingyen hitel igénylésének lehetősége ezzel nincs korlátozva, ha az adott keret kimerül, az üzletnek igényelnie kell bővítését, erre az üzletvezető rendelkezik jogosultsággal. Ezt az ingyen hitel korlátlan igénybe vételének lehetőségének igazolására ismertetett érvelést a Versenytanács nem tudta elfogadni, mivel egyrészt ennek ellentmondanak a rendelkezésre álló adatok, másrészt amint arra rámutatott a Versenytanács, a bankok nyilvánvalóan nem nyújthattak korlátlanul ingyen hitelt. Az Elektro Computernek folyamatosan figyelemmel kellett lennie ez utóbbi körülményre, hiszen ha túl sok ingyen hitelt közvetít ki, akkor (amint azt a Budapest Bank előadása alátámasztja) a bankok nem fogják vásárlói számára hozzáférhetővé tenni az ingyen hitel konstrukciót, amely hátrányba hozná a tartós fogyasztási cikkek forgalmazó vállalkozások közötti versenyben.

59. A Versenytanács nem tartotta elfogadhatónak azt a védekezést, amelynek értelmében azért nem korlátozott az ingyen hitel igénybe vételének lehetősége, mert az Elektro Computer és a bankok közötti megállapodás semmilyen keretet sem határoztak meg. A Budapest Banknak a kívánatos portfólióról való informális kommunikációról történő nyilatkozata rámutat arra, hogy az Elektro Computer és a bankok közötti tényleges együttműködést nemcsak az megkötött megállapodás, hanem az ezt követő egyeztetések, kommunikációk is meghatározták.

Az ingyen hitelek korlátozott hozzáférhetőségét egyértelműen bizonyítják az eljárás alá vontak által szolgáltatott adatok, amelyek azt mutatják, hogy az ingyen hitelek számának

alakulását nem a tényleges fogyasztói kereslet határozta meg, hanem az eljárás alá vontak magatartása.

Az ingyen hitelek alakulásának mesterséges, nem a tényleges fogyasztói igényeket tükröző voltát igazolja, hogy vannak üzletek, amelyekben a fogyasztók időben nem arányosan kötöttek szerződést valamely bank (bankok) által kínált kamatmentes hitel konstrukcióra, ez a hónapok utolsó harmadában az egyébként indokoltnál kisebb arányban valósult meg.

Szintén az ingyen hitel keretek meghatározását és tényleges érvényre juttatását igazolják az egyes bank kamatmentes és nem kamatmentes hiteleit heti bontásban bemutató grafikonok. Az 1. bank esetében egyértelműen megmutatkozik, hogy a kamatmentes hitelszerződések elsősorban a hónapok első időszakában kerülnek megkötésre, majd minden hónapban második felében visszaesik a számuk. Megfigyelhető, hogy a nem kamatmentes hitelek száma a 24., a 28., a 37. és a 41. héten emelkedik, miközben a kamatmentes hitelek száma csökken. A 2. banknál a kamatmentes hitelek száma egyenletes, a meghatározott keretek között marad, arra a fogyasztói kereslet láthatóan nincs hatással, míg a nem kamatmentes hitelek esetében ez a befolyás egyértelműen megmutatkozik. A 3. bank adatai azt mutatják, hogy több esetben amikor csökken a kamatmentes hitelek száma, akkor ezzel párhuzamosan növekedés látható a nem kamatmentes hitelek körében (pl. a 23. hét utáni időszakban, a 34. héten, illetve a 29. és a 40. héten).

Az ingyen hitelszerződések számának alakulásába történő mesterséges beavatkozást (korlátozást) mutatja az is, hogy az összes hitelszerződés számán belül az ingyen hitelek aránya heti átlagban kizárólag a 22., a 23. és a 24. héten érte el, illetve haladta meg a 30%-ot, ezt követően ezt a mértéket egyetlen egy héten sem érte el, vagyis az Elektro Computer ügyelt rá, hogy az ingyen hitelek aránya ne legyen túl magas, ne érjen el egy olyan arányt, amely a bankokat arra indítaná, ne tegyék lehetővé az ingyen hitelek igénybevételét, ezzel versenyhátrányba hozva az Elektro Computert a fogyasztóknak ingyen hitelt kínáló kereskedőkkel szemben.

Az ingyen hitelek fogyasztók általi tényleges hozzáféréseinek korlátozott voltát alátámasztják a Gazdasági Versenyhivatalhoz beérkezett fogyasztói panaszok is, amelyek azt sérelmezték, hogy a fogyasztók a reklámújság tájékoztatása ellenére nem vehettek igénybe ingyen hitelt.

60. A bankok által szolgáltatott adatokból megállapíthatóan a fogyasztók egy része számára előnytelen hitelszerződést kötött, amikor ugyanannyi vagy kevesebb hónapra szólóan is igénybe vett nem kamatmentes hitelt, mint az eljárás alá vontak által állítottan mindig, minden fogyasztó számára rendelkezésre álló kamatmentes hitel esetén, amely esetben külön vizsgálódás nélkül is megállapítható, hogy ez a fogyasztó számára igen előnytelen. Ez állapítható meg azokban az esetekben is, amikor a kamatmentes hitel helyett egy-két hónappal hosszabb futamidőre szóló szerződés került megkötésre, amely összességében szintén anyagilag előnytelen a fogyasztó számára.

Erre a tényre az eljárás alá vontak nem tudtak ésszerű magyarázatot adni, a Versenytanács megállapítását adatokkal nem cáfolták.

A 2006. február 16-i tárgyaláson a Budapest Bank arra hivatkozott, hogy egyes fogyasztók számára vonzó lehetett más konstrukció esetében az önrész megkövetelésének hiánya, azonban ez a magyarázat nem volt elfogadható, mivel a Budapest Bank „Hetedelő” és „Előleg nélküli tizedelő”, a Cetelem „H4”, „H6” és „H8”, illetve a Credigen „Elektropont ingyenhitel” konstrukciói esetén szintén nem kellett önrészt vállalnia a fogyasztóknak.

A Cetelem előadta, számos olyan hitelkonstrukciója van, amely - esetleg magasabb THM mellett - más típusú előnyt biztosít a fogyasztónak, így munkáltatói igazolás nélkül igényelhető kölcsönök. A Versenytanács emlékeztet rá, hogy a Cetelem „H10” kódú ingyen hitel konstrukciója munkáltatói igazolás nélkül is igénybe vehető volt. A Cetelem által előadottak értelmében a fogyasztók számára az is előnyösebb lehet az ingyen hitelnél, ha olyan kölcsönszerződést kötnek, amelynél a törlesztést nem a folyósítást követő hónapban, hanem a folyósítást követő harmadik hónapban kell megkezdeni. A Cetelem ezen állítást adatokkal nem támasztotta alá.

61. A vizsgáló számára egyes „Elektro Pont” üzletek által telefonon szolgáltatott információk kapcsán a Versenytanács utal a Vj-114/2004. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatában kifejtett álláspontjára, amelynek értelmében az Áe. versenyfelügyeleti eljárás során is alkalmazandó előírásainak a mellőzésével megvalósított hivatali tájékoztató alapján beszerzett információk utóbb csak az Áe-ben meghatározott eljárási szabályok megtartásával megismételt eljárási cselekmény esetén vehetők figyelembe teljes értékű bizonyítékként. A Gazdasági Versenyhivatal munkatársa által, személyét fel nem fedve, „inkognitóban” lefolytatott telefonbeszélgetések a tényállás megállapítása során közvetlen bizonyítékként nem használhatók fel, ezek csak arra alkalmasak, hogy a Gazdasági Versenyhivatal erre alapítva további bizonyítási eljárást kezdeményezzen, illetve azokat felhasználva a bizonyítási eljárás során további releváns bizonyítékokat szerezzen be.

A Versenytanács ennek megfelelően álláspontját nem a vizsgáló által egyes „Elektro Pont” üzletekkel folytatott telefonbeszélgetések során beszerzett információkra alapozta, azokat közvetlen bizonyítékként nem vette figyelembe, ugyanakkor azok alapján szükségesnek ítélte további bizonyítékok beszerzését. Ez azonban - a Cetelem álláspontjától eltérően - nem jelenti azt, hogy ezek a bizonyítékok törvénytörők lennének, s ezek a bizonyítékok egyben arra is alkalmasak, hogy a más bizonyítékok alapján megfogalmazott következtetéseket alátámasszák.

62. A Versenytanács megállapította azt is, a reklámok üzenete azért sem felelt meg a valóságnak, mert a fogyasztók a reklámújságok első oldalán közzétett ígérettel szemben nem tudtak igénybe venni ingyen hitelt az „Elektro Pont” üzletekben forgalmazott valamennyi termék megvásárlásához.

Az ingyen hitel (amint azt a 2006. február 16-i tárgyaláson meg is erősítették) csak a bankok által közzétett hirdetés alapján, az általuk meghatározott, konstrukciókként eltérő mértékű összeghatárok között vehető igénybe (22.500-500.000 Ft, 19.900-300.000 Ft, 24.900-500.000 Ft, 25.000-2.000.000 Ft, 29.990-199.990 Ft, 89.990-139.990 Ft, 25.000-450.000 Ft), s így a bankok nem adnak kamatmentes kölcsönt, ha az adott termék ára nem éri el a minimális összeget. Ez azt eredményezte, hogy például egy 19.000 Ft-ba kerülő termék az adott időszakban sohasem volt megvásárolható kamatmentes hitelre, noha a reklámok e termék vonatkozásában is megfogalmazták ígéretüket.

63. A fentiekre figyelemmel a Versenytanács nem azt állapította meg, hogy az „Elektro Pont” üzletekben a fogyasztók egyáltalán nem juthattak ingyen hitelhez, hanem azt, hogy az interneten is közzétett reklámújságok közzétételével ellentétben erre csak korlátozottan volt lehetőségük. Erre tekintettel nem volt szükséges annak vizsgálata a miskolci fogyasztó által sérelmezett ügyben, hogy a miskolci „Elektro Pont” üzletben ugyanebben az időszakban más fogyasztó kapott-e ingyen hitelt vagy sem. Nem volt releváns az az eljárás alá vonti védekezés sem, hogy a fogyasztók mindig ingyen hitelhez juthattak, nem volt olyan időszak, amikor ne kötöttek volna ingyen hitelre szóló szerződést.

64. A 2005. június 1. és július 13. között megjelent „Elektro Pont” reklámújságok a Budapest Bank esetében külön is tájékoztatták a fogyasztókat arról, hogy ingyen hitelt vehetnek igénybe minden termékre (2005. június 1-jei reklámújság 2. oldala, június 8-i, 15-i, 22-i, július 6-i és 13-i reklámújság 4. oldala, június 29-i reklámújság 1. oldala), ugyanakkor ebben az időszakban a Budapest Bank „Tizedelő” elnevezésű konstrukciója csak az így hirdetett termékekre vonatkozott. Ennek megfelelően e vonatkozásban külön is megállapítható, hogy a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatás nem felelt meg a valóságnak.

65. A Credigen „Elektro Pont Ingyenhitel” konstrukciója 2005. június 25. és július 1. között nem volt igénybe vehető. Ennek ellenére a 2005. június 22-től 28-ig terjedő időszakra szóló reklámújság arról adott tájékoztatást, hogy a fogyasztó a reklámújság érvényességi időtartama alatt igénybe veheti a Credigen ingyen hitelét, amely azonban 2005. június 25. és 28. közötti időszak vonatkozásában nem felelt meg a valóságnak.

66. A jogsértő magatartásért versenyjogi felelősséggel tartozó eljárás alá vontak meghatározásakor a Versenytanács abból indult ki, hogy az „Elektro Pont” reklámújságot megjelentető Elektro Computer felelőssége minden kétséget kizáró módon megállapítható. Esetében az ingyen hitelről adott tájékoztatás egyfajta becsalógató jelleggel bír, két vonatkozásban is: egyrészt a forgalmazott műszaki cikkek körében, amely kapcsán a fogyasztót a vásárlási szándék kialakulásában, illetőleg a különböző versenytársak, üzletek közötti választásban az Elektro Computer számára kedvezően befolyásolhatja, másrészt az Elektro Computer ügynöki tevékenysége körében is, mivel a fogyasztóban az ingyen hitel lehetőség ismeretében kialakult vásárlási szándékot kihasználva más, nem ingyen hitel konstrukció igénybe vételét javasolhatta a fogyasztónak (az Elektro Computer az eljárás során ismertette, hogy elsősorban a hosszabb futamidejű termékeket ajánlja a vásárlók részére).

A Budapest Bank, a Cetelem és a Credigen vonatkozásában a Versenytanács azt tartotta szem előtt, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmas reklámokért az tartozik felelősséggel, akinek érdekében a reklám közzétételre kerül, illetve aki a saját érdekében a reklám közzétételét megrendeli [lásd a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 2.§-ának p) pontját és 14.§-ának (3) bekezdését].

Az „Elektro Pont” reklámújságokban (és az interneten) megjelent, az ingyen hitel felvételének lehetőségére vonatkozó reklámok nemcsak a bankok ügynökeként eljáró Elektro Computer, hanem megbízói, a reklámújságokban több alkalommal külön is megjelenő, az ingyen hitelek nyújtása által (is) adatbázisukat növelő három bank érdekét is szolgálták, különös tekintettel arra, hogy az eljárás alá vontak által követett piaci magatartás eredményeként az ingyen hitel ígérete által befolyásolt fogyasztók egy része nem ingyen hitelt, hanem más hitelkonstrukciót vett igénybe, így a reklámtevékenység a bankok vonatkozásában a hitelkonstrukciók tekintetében bírt becsalógató jelleggel.

Az eljárás alá vontak eltérően nyilatkoztak arról, hogy milyen szerepük volt a reklámújságok ingyen hitelre vonatkozó közléseinek a kialakításában. Az Elektro Computer előadta, a reklámújságokban szereplő, egyes bankokra utaló feliratok mindig a bankokkal történő egyeztetést követően kerültek elhelyezésre az újságokban. Ennek megfelelően nyilatkozott a Credigen is, ismertette, hogy a reklámújságokban a rá vonatkozó reklámrészek az Elektro Computerrel közösen kerültek kialakításra. A Budapest Bank ugyanakkor arra hivatkozott, hogy az „Elektro Pont” reklámújságba szolgáltatott bizonyos információkat, megküldte az újságban szerepeltetni kívánt logo-ját, valamint a konstrukcióhoz tartozó kötelező jogi szöveget is, azonban a reklámújságokból megjelenés előtt nem kapott próbapéldányt, annak előzetes ellenőrzésére az Elektro Computer elzárkózása miatt nem volt módja, így a kommunikációt nem a Budapest Bank határozta meg, tehát nem az ő kommunikációja volt. A Cetelem előadta, az Elektro Computer által megjelentetett reklámok tényleges tartalmáról

nem rendelkezett érdemi információval, mivel az Elektro Computer nem minden esetben tett eleget az együttműködési megállapodásban foglalt kötelezettségének, ezért többször fel is hívta az Elektro Computert az egyeztetési kötelezettség teljesítésére.

Az eljárás alá vontak nyilatkozatai közötti ellentmondás feloldása nem volt szükséges. A Versenytanács a jelen esetben is alkalmazandónak és irányadónak tartotta a Vj-149/2002. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat bírósági felülvizsgálata során a bíróságok által kifejtetteket. A reklámújságokat megjelentető Elektro Computer tevékenysége a Budapest Bank, a Cetelem és a Credigen tevékenységével szorosan összefonódott, együttműködésük eredménye a kölcsönök és az erre vonatkozó reklámtevékenység megvalósítása. Erre figyelemmel az együttműködésükkel összefüggésben végzett reklámtevékenység jogszerűségéért valamennyi vállalkozás versenyjogi felelősséggel tartozik. Az együttműködés során tapasztalható hiányosságokat az eljárás alá vontaknak maguknak kell megoldaniuk, különös tekintettel arra, hogy az együttműködési megállapodásokban a felek külön is rendelkeztek erről a kérdéssel, amely egyébiránt azt is jelzi, hogy a reklámtevékenységnek ők maguk is jelentőséget tulajdonítottak, együttműködésük olyan lényeges elemének minősítve, amelyre a szerződésben ki kell térni.

Nem mellőzhető körülmény továbbá, a jogsértő tájékoztatások több hónapon keresztül kerültek tanúsításra, s a bankoknak (az Elektro Computer megbízóinak) észlelniük kellett, hogy a fogyasztók gyakorta olyan hitelszerződéseket is megkötnek, amelyek nyilvánvalóan nem szolgálják az érdeküket (ha valóban létezett az ingyen hitel felvételének - ahogyan azt a reklámok és az eljárás alá vontak állítják: korlátlan - lehetősége), s e helyzet tisztázása érdekében fel kellett volna lépniük.

A Versenytanács szükségesnek tartja kiemelni, a megbízó nemcsak az ügynöke által közvetített ügyletekből származó előnyöket élvezi, hanem adott esetben az ügynöknek az ügylet létrejötte érdekében kifejtett piaci magatartásáért való Tpv. III. fejezet szerinti versenyjogi felelősségben is osztozik.

### **A 2005. október 5-től október 18-ig terjedő időszakban érvényes, interneten is közzétett „Elektro Pont” reklámújságok**

67. A 2005. október 5-től 11-ig és az október 12-től 18-ig terjedő időszakra vonatkozó, az interneten is közzé tett reklámújságok első oldalukon a hitellehetőséget illetően arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy az „Elektro Pont” üzleteknek a reklámújságok érvényességi időtartama alatt akciós jelleggel ingyen hitel igénybevitelével lehet vásárolni televíziót, hűtőt, mosógépet, tűzhelyet és beépíthető készülékeket.

68. A Versenytanács rendelkezésére álló adatokból nem állapítható meg, hogy ebben az időszakban a reklámújságokban megjelölt termékek megvásárlásához a fogyasztók igénybe vehettek-e vagy sem ingyen hitelt, így ezen időszak esetében jogsértés e vonatkozásban bizonyítottság hiányában nem állapítható meg.

69. A vállalkozások gyakorta élnek a vásárlásösztönzés, vagyis a vásárlók érdeklődésének adott vállalkozás, illetve termék irányában történő felkeltését szolgáló marketingtevékenység lehetőségével. A vásárlásösztönzés eszközeivel, így különösen akciókkal a vállalkozások képesek befolyást gyakorolni a fogyasztók magatartására, a különböző vállalkozások és termékek közötti választás kapcsán meghozott döntéseikre. Maga az akció, illetőleg az erről való tájékoztatás a fogyasztói érdeklődés növelésével, a fogyasztók vásárlásra ösztönzésével jár.

A vásárlásösztönzés eszközeinek tisztességes alkalmazásáért a vállalkozások versenyjogilag is értékelhető felelősséggel tartoznak. A vásárlásösztönzési eszközökkel élő vállalkozások nemcsak az akció jelentette előnyöket élvezik, hanem viselniük kell az akció megszervezésével és lebonyolításával, illetőleg az akcióról való tájékoztatással járó felelősséget is. Eleget kell tenniük azon elvárásnak, hogy az akcióról való tájékoztatásra a tisztesség követelményei szerint, a versenyjogi előírások tiszteletben tartásával kerüljön sor, így például az akció tényleges kedvezményt nyújtson a fogyasztók számára.

A mindennapi életbeli értelmezés szerint az akció jellemzően valamilyen átmeneti időszakban nyújtott kedvezményt jelent, adott esetben azt, hogy az adott vállalkozás által folytatott általános üzleti gyakorlattól eltérően egy adott időszakban ingyen hitellel is lehet vásárolni. A jelen esetben ugyanakkor az általános üzleti gyakorlat (legalábbis a vizsgálattal érintett időszak kezdetétől, 2005. június 1-től) azt volt, hogy a „Elektro Pont” reklámújságokban mindig megjelent az ingyen hitel lehetőségéről adott tájékoztatás, s minden termék vonatkozásában. Az eljárás alá vontak állítása szerint az ingyen hitelek 2005. június 1-től folyamatosan elérhetőek voltak a fogyasztók számára. Ennek megfelelően éppen nem a fogyasztói értelmezés szerinti kedvezményt nyújtott az „akció”, hanem egyfajta visszalépést jelent az általános gyakorlathoz képest annyiban, hogy csak meghatározott termék megvásárlása esetén volt igénybe vehető. A 2005. október 5-i és 12-i reklámújságok akcióra vonatkozó közlése nem felelt meg a valóságnak, miközben az akcióról való tájékoztatás alkalmas a fogyasztói figyelem felkeltésére – amely a jelen esetben tisztességtelen módon történt meg.

Ennek tükrében a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas volt a 2005. október 5-i és 12-i reklámújság azon tájékoztatása, amely szerint az „Elektro Pont” üzletekben ingyen hitel akció került megtartásra, mivel az ingyen hitelek nyújtásának lehetősége folyamatosan megjelenik a reklámújságokban, így akció jelleg nem tulajdonítható a 2005. október 5-től és 12-től nyújtott ingyen hitelnek. Ezen az a körülmény sem változtat, hogy ekkor csak meghatározott termékek megvásárlásánál volt lehetőség az ingyen hitel igénybevétele, más termékeknél nem.

70. Ezért a jogsértő magatartásért a Versenytanács a reklámújságot megjelentető és a reklámújságot közzétevő internetes honlap felett rendelkező Elektro Computer felelősségét állapította meg, a Budapest Bank, Cetelem és Credigen felelősségének megállapítását ugyanakkor mellőzte, mert a rendelkezésére álló adatok alapján a bankok versenyjogi felelőssége nem állapítható meg.

### **2005. július 1. és szeptember 31. között közzétett óriásplakátok**

71. A 2005. július 1. és szeptember 31. között közzétett, a Cetelem logóját (is) tartalmazó óriásplakát általános értelemben fogalmazta meg üzenetét: az „Elektro Pont” üzletekben az „Electrolux” termékek 0% THM-es, a Cetelem által nyújtott ingyen hitellel vásárolhatók meg.

A Versenytanács a 2005. június 1. és október 4. közötti időszak kapcsán előzőekben az ingyen hitelek korlátozott igénybevehetőségével összefüggésben kifejtett szempontok alapján az óriásplakátok vonatkozásában is megállapította, az alkalmas volt a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására, azzal, hogy a jogsértés az Elektro Computer és az óriásplakátokon megjelenő Cetelem vonatkozásában állapítható meg. Ezen szempontok mellett a Versenytanács figyelembe vette, hogy a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott egyik panasz éppen az ismertette, hogy a fogyasztó 2005. június 22-én „Electrolux” hűtőgépet

szeretett volna vásárolni ingyen hitellel a miskolci „Elektro Pont” üzletben, azonban ott közölték vele, erre nincs lehetősége, a hitelkeret kimerült.

Kiemeli a Versenytanács, a Cetelem ingyen hitel konstrukciói esetén a hitelek minimális összege a vonatkozó hirdetések szerint 25.000 Ft volt, így az ezen összeg alatti „Electrolux” termékek nem voltak megvásárolhatók

## **A Versenytanács döntése**

72. Figyelemmel az előzőekben kifejtettekre a Versenytanács megállapította, az Elektro Computer, a Budapest Bank, a Cetelem és a Credigen a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2005. június 1-től október 4-ig terjedő időszakra szólóan érvényes, az interneten is közzétett „Elektro Pont” reklámújságok által a fogyasztók arról kaptak a valóságnak meg nem felelő tájékoztatást, hogy az „Elektro Pont” üzletekben a reklámújságok érvényességi időtartama alatt ingyen hitel igénybevételével vásárolhatnak meg minden azokban forgalmazott terméket.

A Versenytanács megállapította továbbá, az Elektro Computer akkor is a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2005. október 5-től 11-ig és az október 12-től 18-ig terjedő időszakra vonatkozó, az interneten is közzé tett reklámújságokban arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a fogyasztók az „Elektro Pont” üzleteknek a reklámújságok érvényességi időtartama alatt egy akció keretében ingyen hitel igénybevételével vásárolhatnak egyes termékeket, ugyanakkor az ingyen hitel nyújtásával kapcsolatban az „akciós jelleg” nem állt fenn.

Azt is megállapította a Versenytanács, hogy az Elektro Computer és a Cetelem a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2005. július 1. és szeptember 31. között közzétett óriásplakátokon arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy valamennyi „Elektro Pont” üzletben az „Electrolux” termékek 0% THM-es, a Cetelem által nyújtott ingyen hitellel vásárolhatók meg, miközben ez nem felelt meg a valóságnak.

73. Az eljárás alá vontak fentiekben részletezett magatartásukkal megsértették a Tpvt. 8.§-ának (2) bekezdésének c) pontját. Az eljárás alá vontak megsértették a Tpvt. 10.§-át is, mivel egy olyan általuk általánosan követett gyakorlatról, üzleti módszerről van szó, amely olyan körülményeket teremt, amelyek a fogyasztók számára jelentősen megnehezítik az „Elektro Pont” üzletekben igénybe vehető szolgáltatások valós megítélését, azok más ajánlattal történő tárgyszerű összehasonlítását.

74. A Versenytanács tudomására jutott, hogy az „Elektro Pont” című reklámújság 2006. február 15-től érvényes száma akciós jelleggel reklámozza az ingyen hitel lehetőségét, így nem zárható ki a jogsértő magatartás további folytatása. A fogyasztók jövőbeni megfelelő tájékoztatása érdekében a jogsértés Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett az „Elektro Pont” üzletekben igénybe vehető ingyen hitelekről adott tájékoztatás kapcsán tanúsított jogsértő magatartás további folytatását a határozat kézhezvételétől megtiltja a Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének f) pontjának megfelelően.

75. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vontakkal szemben. A bírságok összegét a Versenytanács a Tpvt. 78.§-ának (2) bekezdésében meghatározott szempontok alapján határozta meg.

76. Az interneten is közzétett „Elektro Pont” reklámújságokban megvalósított jogsértések (ideértve a 64. és a 65. pontban megállapított jogsértést is) kapcsán a Versenytanács előtt nem voltak ismertek az eljárás alá vontak oldalán felmerült költségek, így a Versenytanács a bírság összegének kiszámítása során abból indult ki, milyen mértékű bírság mutatkozik szükségesnek ahhoz, hogy az eljárás alá vontak számára érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okozzon, s ténylegesen visszatartó hatást fejtson ki, mivel a bírság kiszabásának célja az, hogy a jogsértő vállalkozást (és a hasonló helyzetben lévő vállalkozásokat) visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A Versenytanács megjegyzi, a valamely vállalkozás által alkalmazott saját reklámújság esetén nem is lenne célszerű kizárólag a reklámújság megjelentetésével kapcsolatban felmerülő költségeket figyelembe venni, mivel az nem reálisan tükrözi a reklámtevékenység versenyre gyakorolt hatását.

Az eljárás alá vontakra kiszabott bírságok arányosítása érdekében a Versenytanács szem előtt tartotta, hogy a három bank nem azonos mértékben részesedett az Elektro Computer által közvetített hitelszerződésekből.

A Versenytanács a legkisebb részesedéssel bíró Credigen esetében a bírság összegét 2 millió forintban határozta meg, figyelemmel a jogsértő magatartás tanúsításának több hónapot felölelő időtartamára és az igen nagy példányszámban (1.250.000 ) megjelenő, az interneten is elérhető reklámújság által elért fogyasztói kör nagyságára.

Ezeket a szempontokat a Versenytanács a másik három eljárás alá vont esetén is figyelembe vette.

A Budapest Bank és a Cetelem esetén az „Elektro Pont” üzletek által közvetített kamatmentes hitelekbeli való részesedés kis eltéréssel azonos volt, így a velük szembeni bírság összege a számítás első lépcsőjében a Credigen részesedéséhez viszonyítottan arányosan, azonos mértékben, 9 millió forintban került meghatározásra.

A Tpv. 78.§-ának (2) bekezdése értelmében a bírság összegének meghatározásakor figyelembe vehető egyik szempont a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására. A Budapest Bank esetében már negyedik, a Cetelem esetén már második alkalommal került megállapításra, hogy a Tpv. III. fejezetébe ütköző, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsítottak, ezért a Versenytanács a 9 millió forint négyszeresét (36 millió forint), illetőleg kétszeresét (18 millió forint) tartotta szükségesnek bírságként meghatározni.

Az Elektro Computer kapcsán a Versenytanács abból indult ki, hogy az eljárás alá vont a három bank részére kifejtett ügynöki tevékenységéhez kapcsolódóan tanúsított jogsértő magatartást, így vele szemben legalább a bankokkal szemben a számítás első lépcsőjében kalkulált bírság (20 millió Ft) kiszabása indokolt. Ezt az összeget ugyanakkor a Versenytanács 24 millió forintra megnövelte, figyelemmel arra, hogy az Elektro Computer esetében a jogsértő magatartás nemcsak a hitelek, hanem az „Elektro Pont” üzletekben árusított műszaki cikkek vonatkozásában is kifejtette becsalógató hatását, így a magatartás gazdasági versenyt veszélyeztető hatása erőteljesebben mutatkozott meg.

Mivel az Elektro Computer esetében már negyedik alkalommal került megállapításra, hogy a Tpv. III. fejezetébe ütköző, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, a Versenytanács a bírságot a 24 millió forint négyszeresében, 96 millió forintban határozta meg.



A Versenytanács az „Elektro Pont” című reklámújságok kapcsán a fentiek szerint meghatározott bírságok összegét elégségesnek ítélte az eljárás alá vontakkal szembeni visszatartó hatás eléréséhez, így a bírság összegeket (az Elektro Computer és a Cetelem esetében figyelemmel az óriásplakátok kapcsán kiszabott bírságra is) ezen okból nem tartotta szükségesnek növelni.

77. A Versenytanács előtt ismertek a 2005. július 1. és szeptember 31. között közzétett óriásplakátok megjelentetésével kapcsolatban felmerült (üzleti titoknak minősülő) reklámköltségek. Az ezzel összefüggésben kiszabandó bírság alapját ez az összeg képezte.

A bírságszámítás kiindulópontjaként a Versenytanács az óriásplakátok közzétételével kapcsolatban felmerült, általa ismert költségeket vette alapul, amelyet az indokolt, hogy egy reklámozó vállalkozás legalább a reklámokra fordított kiadást elérő bevételre kíván szert tenni a reklámtevékenységgel összefüggésben.

Ezt az összeget a Versenytanács megemelte, figyelemmel a fogyasztókat ért érdeksérelemre, a verseny veszélyeztetettségének fokára és a jogsértő magatartást tanúsító eljárás alá vontaknak a jogsértéshez való viszonyulására.

A fogyasztókat ért érdeksérelem körében vette figyelembe a Versenytanács a hiteltermék bizalmi jellegét.

A verseny veszélyeztetettségének körében a Versenytanács tekintettel volt az óriásplakátok számára (130 darab) és a közzététel három hónapot felölelő időtartamára, amelynek eredményeként a reklám a fogyasztók széles körét érte el, s hosszú időszakon át fejtette ki hatását.

A jogsértéshez való viszonyulás kapcsán a Versenytanács figyelembe vette a felróhatóság fokát. A Fővárosi Ítéltábla Vj-5/2002. számú ügyben hozott 2.Kf. 27.146/2003/6. számú ítéletében kiemelte, egy magatartás - a Tptv. által a bírság körében nem definiált - felróhatóságát a magatartás társadalmi megítélése, a társadalom értékítélete határozza meg. Felróható az adott magatartás, ha eltér a társadalmilag általában elvárható magatartástól. A Versenytanács szerint az Elektro Computer és a Cetelem részére e szempont alapján felróható a jogsértő magatartás tanúsítása. Ha a bírság kiszabása körében nem külön kiemelt módon kerül értékelésre a visszaesés, úgy a jogsértéshez való viszonyulásnál kell figyelembe venni azt is, hogy az eljárás alá vont – illetve annak jogelődje, vagy „egyszemélyes” vezetésű vállalkozásnál annak tulajdonosa, vezetője – korábban hasonló magatartás miatt volt-e már marasztalva. Az Elektro Computer és a Cetelem ellen korábban már folyt versenyfelügyeleti eljárás fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt, ezért tisztában kellett lenniük a versenyjogi követelményekkel.

Mindezen szempontok alapján a Versenytanács a jogsértő tájékoztatást megvalósító óriásplakátokkal kapcsolatban 16 millió forint bírság kiszabását látta indokoltnak.

Az Elektro Computer esetében a Versenytanács magasabb összegű bírság kiszabását tartott szükségesnek, mint a Cetelem kapcsán, itt is tekintettel arra, hogy a jogsértő magatartás nemcsak a hitelek, hanem az „Elektro Pont” üzletekben árusított műszaki cikkek vonatkozásában is kifejtette becsalógató hatását. Ennek megfelelően a bírság összege az Elektro Computer esetében 9 millió forintban, a Cetelem esetén 7 millió forintban került meghatározásra.

E körben a Versenytanács nem tartotta szükségesnek a fentiek szerint kiszámított bírság összegnek az eljárás alá vontakkal szemben korábban lefolytatott versenyfelügyeleti

eljárásokra tekintettel történő megtöbbszörözését, mivel ezektől a bírságoktól is elvárható a visszatartó erő, figyelemmel az „Elektro Pont” reklámújságok kapcsán megvalósított jogsértés kapcsán kiszabott bírságokat is magában foglaló teljes bírság összegre.

78. A végleges bírságösszegek meghatározására az interneten is közzétett „Elektro Pont” reklámújságok és az óriásplakátok vonatkozásában meghatározott bírságok összeadását követően került meghatározásra. A Versenytanács az Elektro Computer-rel szemben (96+9) 105 millió forint, a Budapest Bankkal szemben 36 millió forint, a Cetelem-mel szemben (18+7) 24 millió forint, a Credigen-nel szemben 2 millió forint bírságot szabott ki.

## **Egyéb**

79. A Versenytanács a Vj-70/2005. számú versenyfelügyeleti eljárás és a jelen eljárás vonatkozásában szükségesnek tartja kiemelni, a két eljárás során az Elektro Computer és a Credigen más-más időtartam alatt folytatott, s eltérő jellegű magatartása került vizsgálatra. A Versenytanács a Vj-70/2005. számú versenyfelügyeleti eljárásban azon körülmény versenyjogi értékelését végezte el, jogsértés történt-e, amikor az „Elektro Pont” reklámújság 2005. április 20-tól érvényes számában meghirdetésre került a Credigen 0% THM-es hitelkonstrukciója, ugyanakkor a Credigen hirdetményéből az derült ki, hogy az csak 2005. április 23-tól volt hatályos. A Versenytanács e magatartás vonatkozásában megszüntette az eljárást, figyelemmel a magatartás rövidségére és csekély súlyára. A Vj-70/2005. számú eljárásban a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartások értékelésére nem került sor.

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

Budapest, 2006. február 16.