



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☒ Fax: 472-8860

Vj-189/2005/17.

Ikt.sz.: AM/0316/2006/002.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **CARION Kereskedelmi és Szolgáltató Részvénytársaság** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

v é g z é s t

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

A végzés ellen annak kézhezvételtől számított 8 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtandó külön jogorvoslatnak van helye.

I n d o k o l á s

**I.
Tényállás**

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított, 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban mint Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve a 70. §-a alapján 2005. november 4-én versenyfelügyeleti eljárást indított annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás magatartása – különös tekintettel a honlapján közzétett információkra – sérti-e a Tpv. 8. §-át.

2. A versenyfelügyeleti eljárás előzménye, hogy a GVH piaci jelzésből értesült arról, hogy a vásárlói csoportokat szervező eljárás alá vont vállalkozás az általa nyújtott áruvásárlási konstrukció nevééről és lényeges tulajdonságairól nem ad felvilágosítást.
3. A GVH 2006. január 30-án az eljárást a Tptv. 63. § (6) bekezdése alapján 60 nappal meghosszabbította.

Az eljárás alá vont vállalkozás

4. A CARION Kereskedelmi és Szolgáltató Részvénytársaság (a továbbiakban: CARION Rt.) három magánszemély és a Carion Holding Vagyonkezelő és Szolgáltató Részvénytársaság tulajdonában áll. Fő tevékenységei: ingatlanforgalmazás, ingatlanügynöki tevékenység és egyéb nagykereskedelem.
5. A Carion cégcsoport magyarországi tevékenységének alapját képező CARION Rt.-t 1994-ben alapították. Alaptevékenysége csoportos vásárlói rendszerben történő gépjármű és ingatlanértékesítés. A magyar vállalkozás sikerei gyorsan ahhoz vezettek, hogy a vállalkozás Kelet- és Közép Európában is terjeszkedni kezdett (többek között Szlovákiában, Romániában, Lengyelországban és Csehországban).
6. 2004. májusában a cégből való kiválással jött létre a Carion Holding Rt., amely a vállalkozáscsoport finanszírozásával és felügyeletével foglalkozik.
7. Az eljárás alá vont vállalkozás 2002-ig MLM (multi-level-marketing) rendszerben működött.

A vizsgált magatartás

8. Az eljárás alá vont vállalkozás a honlapján az alábbi információkat tette közzé.

VÁSÁRLÓI CSOPORTOK

A csoportos vásárlói rendszer őse az 1755-ben Angliában megalakult első "Building Society" Ingatlan Társaság volt. Német nyelvterületen az 1950-es évektől kezdtek működni azok a közös megtakarítási formák, amelyek azóta a lakosok 70%-nak teszik lehetővé a lakásvásárlást.

A csoportos vásárlói rendszer a 60-as évek közepétől éli virágkorát Latin-Amerikában. Ezen a jelentős felvevő piacon a világ legnagyobb autógyártói (General Motors, Volkswagen, Ford, Fiat, Honda) működtetnek csoportos vásárlói rendszereket. A 70-es évek végén Portugáliában és Spanyolországban is népszerűvé vált a csoportos vásárlás, és ennek köszönhetően alaposan megfiatalodott az autópark.

Régióinkban először Magyarországon majd Lengyelországban nyílt lehetőség csoportos vásárlásra. Magyarországon 1991-ben jött létre az első gépkocsi-vásárlást célzó csoportos vásárlói rendszer, brazil és portugál tapasztalatokra építve, portugál tulajdonosi részvétellel.

A CARION Kereskedelmi és Szolgáltató Részvénytársaság 1994. áprilisában alakult. Kezdetben autóvásárlási rendszer működött, majd a magas és egyre növekvő lakásárak és a kedvezőtlen hitellehetőségek miatt a tervezettnél korábban, 1995. októberében indult az Ingatlanrendszer, amely segítségével ma már több ezer ügyfél látja megvalósíthatónak célját lakásvásárlásban, bővítésben, felújításban sőt építkezésben is.

Az ajánlópartneri rendszernek köszönhetően a vásárlók száma folyamatosan növekedett. 1995. tavaszán Szlovákiában, még ugyanaz év végén Csehországban, 1996. decemberében Romániában és végül 1997. tavaszán Lengyelországban alakultak CARION irodák. Jelenleg az öt országban 16 iroda áll a több mint 26.000 ügyfél rendelkezésére. Magyarországon 1996. szeptemberétől Debrecenben, 1998. áprilisától Veszprémben is működik Carion iroda. és örömmel számolhatunk be arról, hogy 2003 szeptemberében felavattuk a Kolozsvárott második saját székházunkat.

A Carion életében mérföldkövek sorozata volt az 1999. év. A cég 5. életévét ünnepelte, elkészült Budapesten új székháza s újabb lépésként megvásárolta a Poligrupot, amely a magyar piacon még ismeretlen szolgáltatással, a "fogyasztói csoport" szervezésével az elsők között jelent meg, de ma már mint a CARION-csoport tagja folytatja működését.

A CARION-nál évek óta kitartóan dolgoznak a jelenleg működő alapvető formák továbbfejlesztésén és kialakították azokat az elképzeléseket, amelyek széles körben elfogadottá - a lakásszerzés egyik pillérévé - tehetik ezt a vásárlási módot.

A csoportos vásárlói rendszer lényege: ha az emberek hosszú évek alatt tudják megtakarítani az ingatlan árát, akkor jobban járnak ha közösen, tervszerűen gondolkodva csoportokba szerveződnek. Így már az első hónapban hozzájut egyikük az ingatlanhoz, a többiek pedig folyamatosan a következő hónapokban.

A CARION ingatlanvásárlói csoportjai 180 főből állnak, így négyhavonta minimum négy ingatlan odaítélésére van lehetőség. Két ügyfél sorsolással, kettő licittel szerez vásárlási jogosultságot.

9. Az eljárás alá vont vállalkozás tevékenységét marketing-előadásokon illetve a honlapján reklámozta. A rendelkezésre álló adatok alapján egyéb médiumot nem vett igénybe.

A fogyasztói csoportok Magyarországon

10. A Magyarországon mintegy 15 éve megjelent fogyasztói csoportok jellemzője, hogy a tagok által havonta fizetett törlesztő részletekből a csoport a futamidőn belül lehetővé teszi a szerződésben rögzített ingó vagy ingatlan dolog megvásárlását. Fogyasztói csoportba a fogyasztók azzal a céllal lépnek be, hogy meghatározott áruk tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék. A csoport tagjai vállalják, hogy meghatározott ideig meghatározott összeget fizetnek be havonta. A fogyasztói csoportokban való vásárlási forma ugyanakkor a hagyományos részletvásárlástól eltérő feltételeket teremt, mivel az áruhoz jutás nem az első részlet megfizetésével egyidejűleg történik meg. A szervező által rendszeresen megtartott közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása következtében dől el (ez utóbbi esetben annak alapján, hogy melyik tag vállalja a legtöbb még hátra lévő részlet esedékesség előtti megfizetését), hogy a csoport résztvevői közül az adott alkalommal kik jutnak hozzá a vásárlási joghoz (kiket illet meg a kedvezményezetti minőség), mely tagok számára nyílik meg a lehetősége annak, hogy megvásárolják a meghatározott ingó vagy ingatlan dolgot.

II. A vizsgálati jelentés

11. A vizsgálati jelentés a versenyfelügyeleti eljárás során az alábbi következtetéseket vonta le a rendelkezésre álló adatokból.
12. A vizsgálati jelentés álláspontja szerint a honlapon található információkban megtalálható a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos minden releváns információ, nevezetesen, hogy mekkora futamidőre szól (180 hónap ingatlan esetében), a vásárlási jog megszerzésének módja (licit/sorsolás), a vásárlási joghoz jutás gyakorisága (havonta), és, hogy ez egy előtakarékosági szolgáltatás.
13. A honlap mellett az eljárás alá vont vállalkozás tájékoztatása szerint minden irodájában elérhető a Fogyasztóvédelmi Felügyelőség és a Vásárlói Rendszer Szervezők Magyarországi Szövetsége által közösen kiadott 'Gyakorlati Útmutató Fogyasztói Csoportok Működéséhez' (a továbbiakban Útmutató) c. kiadványa.
14. Mivel az eljárás alá vont a rendelkezésre álló adatok szerint nem folytatott reklámtevékenységet, a marketing-előadások anyaga pedig nem áll rendelkezésre, a fentebb kifejtettek alapján a vizsgálati jelentés az eljárás megszüntetését indítványozza.

III. Az eljárás alá vont álláspontja

15. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a fogyasztók a vásárlói rendszer működésével, valamint a konstrukció lényeges elemeivel kapcsolatosan információkat kapnak mind a nyilvános marketing előadásokon, mind pedig a csoportok tagjaitól. Ezen kívül a fogyasztók tájékoztatásának alapvető eszköze az igen részletes és alapos Alapszabály és a minden irodában, tehát a szerződéskötések helyén rendelkezésre álló Útmutató.
16. A vásárlói csoportba történő belépéshez a Tagsági Kérelem, a Szerződés, valamint az Alapszabály kitöltése és aláírása szükséges. A tagsági díj befizetésétől számított 15 napon belül indokolás nélkül visszakérhető és a szerződéstől az ügyfél jogkövetkezmények nélkül elállhat.
17. Az eljárás alá vont vállalkozás felhívja arra is a figyelmet, hogy a több mint egy évtizedes magyar bírói gyakorlat egyértelműen arra az álláspontra helyezkedik, hogy a fogyasztók tájékoztatása messzemenőkéig megfelelő a konstrukcióról és a fogyasztók bírnak felelősséggel a döntésükért.

IV. A Versenytanács döntése

18. A Tptv. 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A (2) bekezdés a) pontja alapján fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha valamely vállalkozás az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében

valótlan tényt vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon állít, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad. A (2) bekezdés b) pontja alapján a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha a vállalkozás elhallgatja, hogy az áru nem felel meg az azzal szemben támasztott szokásos követelményeknek, illetve felhasználása a szokásostól eltérő feltételek megvalósítását igényli. A (2) bekezdés c) pontja alapján jogsértőnek minősül, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről – így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről – megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

19. A fogyasztói csoport egy olyan sajátos, összetett konstrukció, amely egy speciális előtakarékossági formát kombinál a részletre történő vásárlással és szerencseelemet is magában foglal. A rendszer lényeges pontja a szerencseelem, amely nemcsak a sorsolással, hanem az előtörlesztés vállalásának lehetőségével összefüggésben is megmutatkozik, mivel nem ismert és nem befolyásolható a többi csoporttag előtörlesztés-vállalási hajlandósága.
20. A Versenytanács ezúton utal arra is, hogy a fogyasztói csoport intézménye elsődlegesen azoknak nyújt megoldást, akik nem tudnak a piacon hitelhez jutni, illetve nem tudnak vásárolni a hitelintézetek által kedvezőtlenül megítélt hitelképességük miatt. Ebből következik az is, hogy ez az érintett fogyasztói kör a piacon kiszolgáltatottabb helyzetben van, mivel a rendelkezésre álló döntési alternatívák száma csekély, választási lehetősége beszűkült.
21. A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 55.§-ának i) pontjában kapott felhatalmazás alapján 2001-ben elfogadásra került a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet, amely 2002. január 1-jén lépett volna hatályba. Ezt az időpontot a 325/2001. (XII. 29.) Korm. rendelet 2003. január 1-re, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-re módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet akként rendelkezett, a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet nem lép hatályba, figyelemmel arra, hogy a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény módosításáról hozott 2004. évi XVI. törvény úgy változtatta meg a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 1999. évi CXXIV. törvényt, hogy a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének hatásköre kiterjed a fogyasztói csoportokról szóló külön jogszabály hatálya alá tartozó szervezetek, személyek és tevékenységek felügyeletére is. Ezidáig a hivatkozott külön jogszabály még nem jelent meg, így a fogyasztói csoportok szervezésére és működtetésére az egyéb jogszabályok rendelkezései az irányadók.
22. A Tpvt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával 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 választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.
23. A Tpvt. 8. §-ának alkalmazásakor a Versenytanács - a bírói gyakorlattal összhangban – követelményként fogalmazza meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozás fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen. Különösen fontos a fogyasztók igaz és pontos tájékoztatása azon

szolgáltatások esetében, ahol a felek közötti kölcsönös bizalomnak kiemelkedő szerepe van a szolgáltatások sajátosságaiból adódóan. A fogyasztók ismereteinek a különböző pénzügyi konstrukciók területén meglévő hiányosságai még inkább előtérbe állítják az ilyen szolgáltatásokat kínáló, ezekről a fogyasztók számára tájékoztatást nyújtó vállalkozások versenyjogi felelősségét.

24. Megvalósul a fogyasztók megtévesztése bármilyen, a megtévesztésre objektíve alkalmas magatartással. Kiemelendő továbbá, hogy a jogsértés valamely lényeges körülmény elhallgatásával, hiányos tájékoztatással is megvalósítható.
25. A jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb mód van a teljes körű valós információ megismerésére, a Tpvt. ugyanis a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik.
26. A Versenytanács korábbi határozataiban, így többek között a Vj-1/2005. sz. határozatában, meghatározta azokat az alapvető szempontokat, amelyeket a fogyasztói csoportokat reklámozó vállalkozásoknak szem előtt kell tartaniuk.
27. A Versenytanács határozatában utalt arra is, hogy a „vásárlói csoport” szavak szerepeltetése magyarázat nélkül nem alkalmas kellő tájékoztatás nyújtására, ha a reklám fő üzenete hangsúlyosan ellensúlyozza azt.
28. A Versenytanács elsősorban azt vizsgálta, hogy az eljárás alá vont vállalkozás által kifejtett – fentebb részletezett – magatartás alkalmas volt-e a fogyasztók megtévesztésére. Ennek során a Versenytanács a bírói gyakorlat által meghatározott mércét figyelembe véve vizsgálta a kifogásolt magatartást, nevezetesen, hogy a versenyhelyzetben lévő vállalkozással szemben fokozottan elvárható követelmény, hogy a vevőcsalगतó információk valósak és tényszerűek legyenek (Főv. Ítéltábla 2.Kf. 27.039/2004), továbbá, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozóktól versenyjogilag megkövetelten elvárható, hogy a fogyasztói tájékoztatása igaz, pontos és valóságos legyen. (Főv. Bír. 2.K.39.757/1995.)
29. A Versenytanács a rendelkezésre álló adatok alapján arra a következtetésre jutott, hogy a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvényt sértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény, ezért a Versenytanács a Tpvt. 72. § (1) bekezdés a) pontjának alkalmazásával a rendelkező részben foglaltak szerint határozott és az eljárást végzéssel megszüntette.
30. Mindazonáltal a Versenytanács fel kívánja hívni a figyelmét az eljárás alá vont vállalkozásnak arra, hogy mivel a saját közlése szerint átalakításon megy keresztül a honlapja, a Versenytanács a jelenleg rendelkezésre álló adatok alapján hozta meg a döntését. A piaci információk közlése során a fogyasztói csoportokat működtető vállalkozásoknak a Versenytanács által kialakított gyakorlatnak megfelelően célszerű kialakítaniuk az információ szolgáltató, illetve reklámtevékenységüket.
31. A Versenytanács a határozatát a Tpvt. 73. §-ára tekintettel tárgyalás tartása nélkül hozta meg.

32. A végzés elleni jogorvoslati jogra vonatkozó rendelkezés a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontján és a 82. §-ának (1) és (3) bekezdésén alapul.

Budapest, 2006. március 9.