



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-114/2007/19.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Országos Takarékpénztár és Kereskedelmi Bank Nyrt.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy az Országos Takarékpénztár és Kereskedelmi Bank Nyrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor

- a Lakossági Forint Folyószámla,
- a Junior Folyószámla,
- a Diákszámla,
- a Lakossági Elektronikus Számlacsomag,
- a Lakossági Aktív Számlacsomag és
- a Lakossági Takarékszámlához

kapcsolódó, 2007. március 26-tól 2007. április 27-ig, valamint 2007. július 16-tól 2007. augusztus 17-ig tartó betétlekötési akciói során televíziós reklámban, óriásplakáton, kültéri plakáton és a számlakivonaton a fogyasztókat nem, illetőleg nem teljes körűen tájékoztatta arról, hogy a két hónapos, akciós forint alapú lekötési konstrukcióban a maximális kamat csak úgy érhető el, ha

- a megtakarítás a korábbi, 2007. március 22-i egyenleget meghaladó mértékű,
- továbbá a megtakarítás 5.000.000 Ft, vagy azt meghaladja.

A Versenytanács megállapította továbbá, hogy az Országos Takarékpénztár és Kereskedelmi Bank Nyrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor „Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja” állítást szerepeltette egyes tájékoztatásaiban.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 132.000.000 Ft (azaz Százharminckétfélmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számla javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtandó keresettel lehet kérni.

I n d o k l á s

I. Tényállás

A vizsgálat indításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy az Országos Takarékpénztár és Kereskedelmi Bank Nyrt. (a továbbiakban: OTP, illetve eljárás alá vont) a 2007. év folyamán „akár 8,5%” kamat ígéréssel népszerűsítette forint alapú lekötési konstrukcióit. Az OTP tájékoztatásával kapcsolatosan kérdésessé vált, hogy

- minden esetben értesültek-e a fogyasztók a hirdetett, 8,5%-os kamat eléréséhez teljesítendő feltételekről, valamint, hogy
- a fogyasztók milyen arányban érthették el azt ténylegesen.

Mivel a fenti információ több formában is elérhetővé vált a fogyasztók számára, a vizsgálat kiterjedt az OTP teljes ezirányú tájékoztatási gyakorlatára. Tekintettel a tájékoztatásokkal elért fogyasztók számára, eljárás alá vont piaci részesedésére, a közérdek védelme a versenyfelügyeleti eljárás lefolytatását szükségessé tette.

Fentiek figyelembevételével 2007. július 17-én a GVH a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 70. § (1) bekezdése alapján versenyfelügyeleti eljárást indított.

2. A vizsgálat kiterjesztésre került az OTP

- valamennyi 2007. évi, lekötési konstrukcióit "akár ...% kamat" üzenetet tartalmazóan népszerűsítő kommunikációs kampányára/eszközére és
- az ezekben feltüntetett "Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja Önnek" tájékoztatás használatára.

A vizsgálat kiterjesztését indokolta, hogy a versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően észlelte a GVH, hogy az eljárás alá vont több, a lekötési konstrukcióit népszerűsítő, de nem minden esetben 8,5%-os kamatot kommunikáló kampányával kapcsolatosan is felmerülnek az 1. pont szerinti kérdések. Továbbá a tájékoztatásokban „Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja Önnek” állítás szerepel, amely szintén vitatható lehet, így az OTP valószínűsíthetően megsértette a Tpv. III. fejezetének rendelkezéseit.

Az eljárás alá vont

3. Az OTP a magyar lakossági banki piac legnagyobb szereplője, gazdálkodási adatai közül kiemelendő,

- a Tpv. 24.§-ának (3) bekezdése alapján nettó árbevétel helyett figyelembe veendő bevételi tételeinek összege 2006-ban 743.788 millió Ft-ot tett ki,
- mérleg szerinti eredménye 2006-ban 127.248 millió Ft volt,
- adózott eredménye a 2005. évihez képest közel 35%-kal növekedett, amely így 2006-ban a bankrendszer adózott eredményének több mint 50%-át jelentette,
- 2006. évi Üzleti jelentése alapján a magyar bankrendszer összes eszközének 20 %-át birtokolja,
- az OTP-nél elhelyezett lakossági betétek állománya 2006. év végén 1.812,7 milliárd Ft volt, ez 3,1%-os csökkenést jelent az egy évvel korábbi adathoz viszonyítva, a

lakossági betétállományon belül a forintbetétek állománya 2006. december 31-én 1.493,3 milliárd Ft-ot tett ki, mely 7,4%-os mérséklődést jelent 2005. év végéhez képest,

- az OTP nyilvános Éves jelentése alapján, 2006. december 31-én az OTP részesedése a háztartások forintbetéteiből 29,5% volt, lakossági ügyfeleinek száma megközelítette a 4,6 millió főt, amelyből megközelítően 2,9 millióan rendelkeztek forint folyószámlával.

4. A 2007 első félévi, honlapján (www.otpbank.hu) közzétett sajtótájékoztató alapján az OTP mérlegfőösszeg alapján 25%-os, lakossági betétek esetében pedig 32%-os piaci részesedéssel rendelkezik.¹

5. Tokodi Gábornak, az OTP lakossági számlaüzletága igazgatójának nyilatkozata szerint a banknál folyamatos és jelentős ugyan a devizabetét-állomány felfutása, de a 2006. év végi teljes 2.690,1 milliárd Ft-os ügyfélbetét-állományból a 67,4%-ot, 1.813,1 milliárd Ft-ot képviselő lakossági megtakarítás több mint 80%-a hazai valutában van. A tudatos fogyasztói magatartás a pénzügyi instrumentumok kiválasztásánál is egyre inkább megjelenik, részben a portfólió diverzifikáltságában, részben az érzékenységben. Éppen ezért a forintbetét-akciók eddigi pozitív fogadtatása miatt az OTP a magánszemélyeknek újabb kéthavi lekötési lehetőséget kínál 2007. március 26-ától. Az igazgató az akció hatására ismét jelentős külső forrás beáramlására számít, amit az OTP januári akciójának eredményére alapoz. 2007 januárjában ugyanis az akciós forint-megtakarítási módozatban mintegy 150 milliárd Ft-ot helyeztek el, mellyel a lekötött forintbetétek piacán a legnagyobb hazai bank részesedése az év végi 34%-ról január végére 36%-ra növekedett.²

6. A GVH az elmúlt években több alkalommal folytatott versenyfelügyeleti eljárást az OTP-vel szemben, több alkalommal megállapítva, hogy a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított.

A Versenytanács a Vj-111/2005. számú ügyben hozott határozatában megállapította, hogy az eljárás alá vont 2005. április 15-től 2005. május 15-ig tartó akciója alatt személyi kölcsön szolgáltatását a fogyasztók megtévesztésre alkalmas magatartással népszerűsítette, s ezért vele szemben 10.000.000 Ft bírságot szabott ki. A döntést a bíróság jogerősen helyben hagyta.

A Vj-56/2006. számú ügyben a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont 2003 októberétől egyes piaci tájékoztatásaiban a fogyasztók megtévesztésre alkalmasan közölte, hogy hitelkártya termékeit a fogyasztó „akár 45 napig kamatmentesen használhatja”, s 100.000.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte. A határozat bírói felülvizsgálata még nem zárult le.

A Vj-30/2007. számú ügyben a Versenytanács megállapította, hogy az OTP a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást tett közzé a Junior Start, a Junior Plusz és a Junior Max bankkártyák esetében felszámított kártyadíjról a 2005-2007. években Internetes honlapjának „Kérdések és válaszok” oldalán, illetve az OTP Junior Start kártya éves díjáról a 2005. májusi lezárású leporellón és a bankot 5.000.000 Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte. A határozat bírói felülvizsgálata még nem zárult le.

A Vj-50/2007. számú eljárásban a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor szórólapján és internetes honlapján 2007. január 1. napját követően azt a valótlan tájékoztatást adta, hogy a Lakossági

¹ https://www.otpbank.hu/OTP_Portal/file/OTP_2Q2007_sajtotaj_final.pdf

² <http://www.bankkartya.hu/?cikk=3668>

Elektronikus Számlacsomag esetében nem kell fizetni a bankon kívüli rendszeres átutalások után. A Versenytanács az eljárás alá vontat 1.000.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte. A határozat bírói felülvizsgálata még nem zárult le.

Vj-113/2007. sz eljárásban a Versenytanács megállapította, hogy az OTP 2006 októberétől egyes piaci tájékoztatásaiban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott az általa kibocsátott hitelkártyák kamatmentes használatáról. A Versenytanács kötelezte az ez eljárás alá vontat 200.000.000 Ft (Kettőszázmillió forint) bírság megfizetésére. A határozat bírói felülvizsgálata még nem zárult le.

Az érintett termékpiac jellemzői

7. A Tptv. 14. §-a értelmében az érintett piacot a vizsgált termék vagy szolgáltatás (áru) és a földrajzi terület figyelembevételével, ezek kombinációjaként kell meghatározni. Az eljárással közvetlenül érintett árun túlmenően a piac-meghatározás szempontjából figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesíteni képes árukat (keresleti helyettesíthetőség), valamint a kínálati helyettesítés szempontjait.

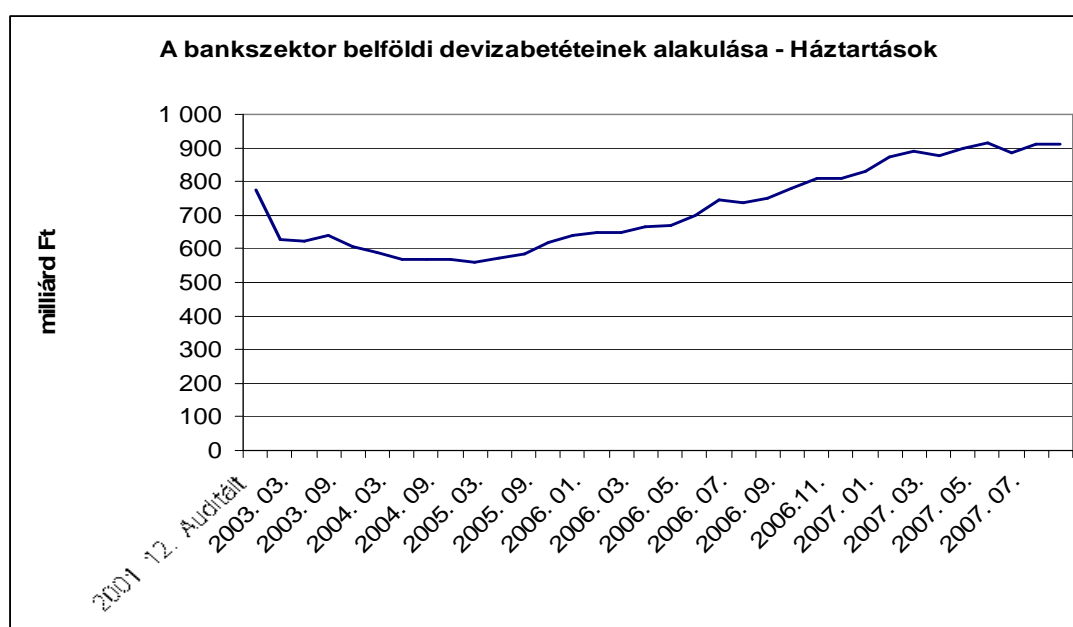
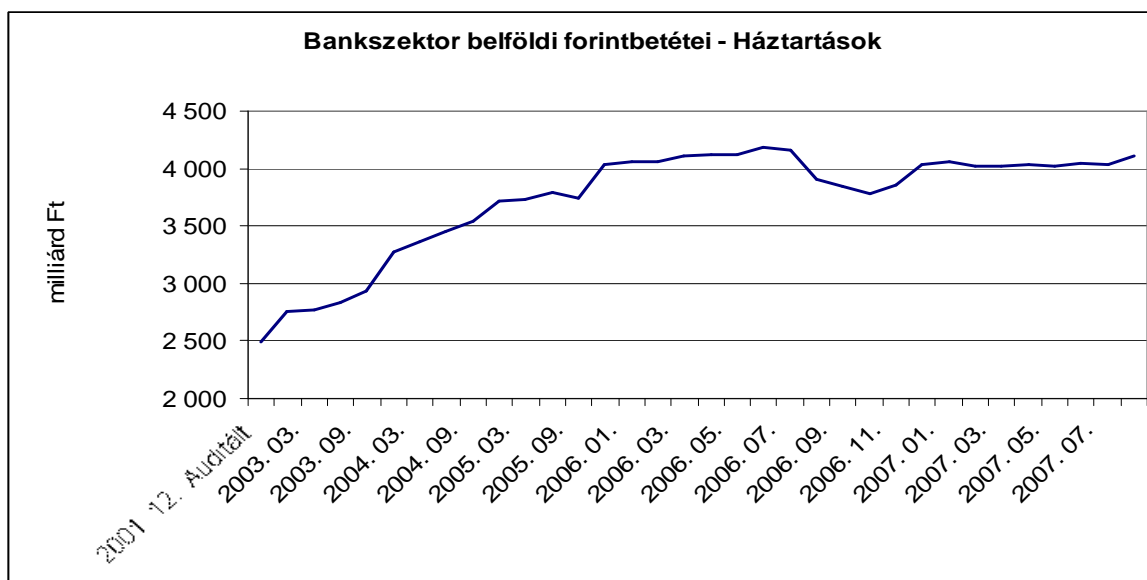
A Tptv. 14. § (3) bekezdése alapján az érintett földrajzi piac az a terület, amelyen kívül a fogyasztó nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni.

A jelen eljárásban érintett piacnak a lakossági ügyfelek részére kínált betétek piaca tekinthető. Az érintett földrajzi piac országos kiterjedésű, mivel eljárás alá vont, tekintettel fiók- és ügynöki értékesítési hálózatára, valamint az általa nyújtott elektronikus szolgáltatásokra is, jellemzően országszerte jelen van, rendelkezik ügyfelekkel.

8. A betét a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény (a továbbiakban: Ptk.) szerinti betétszerződés vagy takarékbetétszerződés alapján fennálló követelés, ideértve a bankszámla pozitív egyenlegét is. A betétszerződéshez nem feltétlenül szükséges bankszámlát nyitni, ugyanakkor, ha az ügyfél rendelkezik bankszámlával, ahhoz általában pénzlekötési lehetőség is kapcsolódik. Ekkor a számla egyenlegének vagy annak egy részének lekötése esetén a bank a lekötött összegre magasabb kamatot fizet. A betét elhelyezése történhet forintban vagy a bank által meghirdetett devizanemben. Egyes bankok meghatározzák azt a legkisebb összeget, amelyet betétként elfogadnak (minimum lekötendő összeg).³

9. A PSZÁF által készített, „ Statisztikai adatok, idősorok a felügyelt szektorok 2007. I. félévi tevékenységéről” c. táblázat több évre visszamenően ismerteti a bankszektor belföldi forint-, illetve devizabetétét állományának alakulását.

³ http://www.pszaf.hu/engine.aspx?page=pszafhu_pp_valasszontermeket&switch-content=pszafhu_bankiszolgáltatások_20050729_23&switch-zone=Content%20Zone%204&switch-render-mode=full,
http://www.pszaf.hu/engine.aspx?page=pszafhu_kiadvanyok - Pénzem és ... a bankbetétek, 2006. május



A bankbetétekkel kapcsolatos piaci folyamatok tekintetében az alábbiak tekinthetők meghatározónak:⁴

Az ügyfélbefektetések piacának szerkezetében évek óta jelentős eltolódás tapasztalható a bankbetétektől a nem-banki, azon belül pedig jellemzően az alapszerűen kezelt megtakarítási formák irányába. A befektetők kockázati étvágya trendszerű növekedésének vesztesei egyértelműen a bankbetétek, a közvetlen kötvényvásárlás és a hagyományos életbiztosítások. Szembetűnő a bankok betéti expanziójának az utóbbi hónapokban bekövetkezett markáns lassulása, ami jelentős mértékben a kamatadóval összefüggő jelenség.

A közelmúlt termékfejlesztési eredményeiben logikus módon tükröződnek a pénzügyi szektor legfontosabb aktuális folyamatai. A fejlesztés jelenlegi egyik fő iránya a kedvezőtlen versenypozícióba szorult bankoknak a források megszerzéséért folytatott erőfeszítéseivel függ össze. Ennek következtében számos esetben bonyolult feltételrendszerű, összetett termék jön létre. E fejlesztések általánosságban pozitív módon növelik a rendelkezésre álló választékot,

⁴ PSZAF 2007. első félévi jelentése, http://www.pszaf.hu/resource.aspx?ResourceID=pszafhu_jelentes_2007H1

illetve a pénzügyi szolgáltatások üzleti értékét, de ugyanakkor különféle kockázatokkal is járnak. A jelenlegi piaci helyzetben, a feltételek transzparenciájával és a termék megfelelőségével kapcsolatos fogyasztóvédelmi kockázati tényező figyelemre érdemesnek tűnik.

10. Az OTP 2006. évi Éves jelentése a makrogazdasági és pénzügyi környezet ismertetésekor tér ki arra, hogy a háztartások betételhelyezése a szektor hitelkeresletétől elmaradva a GDP 1,4%-ára süllyedt a 2005. évi 2,2% után. A betétállomány dinamikája ezzel az előző évi 10%-ról 4%-ra mérséklődött 2006-ban. A mérséklődő betételhelyezésben fontos szerepet játszott a háztartásoknak a kamatadó szeptemberi bevezetését megelőző portfólió-átcsoportosítása, amikor mintegy 250 milliárd forintnyi vagyont áramlott át megtakarítási számláról és lekötött betétekből a kamatadó elkerülését hosszabb távon lehetővé tevő pénzügyi eszközökbe: befektetési jegybe és egyéb értékpapírba. A teljes állománynál lényegesen gyorsabban, mintegy 30%-kal nőtt a devizabetétek állománya, amit a forint árfolyamának nagymértékű ingadozása magyaráz. Ugyancsak figyelemreméltó, és szintén a kamatadóval hozható összefüggésbe, hogy nőtt a hosszabb, éven túl lekötött betétek állománya: augusztus folyamán mintegy 300 milliárd forintnyi megtakarítás áramlott ezen konstrukciókba.

Az érintett fogyasztói kör jellemzői

11. A pénzügyi termékekkel kapcsolatos fogyasztói magatartást alapvetően befolyásolja a termékek bizalmi jellege. E jellemző ugyanis eleve hordozza annak a lehetőségét, hogy a termék egyes tulajdonságai rejtve maradnak a fogyasztó előtt. A pénzügyi szolgáltatások területén a szolgáltatók javára általában fennálló információs aszimmetriát erősíti:

- a lakosság pénzügyi ismereteinek alacsony szintje,
- a nagyszámú termék áttekintésének szükségessége (figyelemmel az új, akciós, esetleg változó konstrukciókra is);
- a tájékoztató anyagok és szerződések nagy terjedelme/nehéz áttekinthetősége (például az Általános Szerződési Feltételek esetében),
- az ügyfélszolgálaton elhangzó szóbeli tájékoztatások rekonstruálásának problematikussága.

12. Az MNB célirányos kutatást végzett 2006 augusztusában a lakosság pénzügyi ismereteinek felmérése céljából.⁵

A kutatás eredménye szerint a megkérdezettek többsége a televízió, az újságok és a magazinok ismertetőiből szerzi pénzügyi ismereteit és információit. A 14-17 évesek 56%-a, a 18-30 évesek 67%-a említette ezt a forrást. A második és harmadik leggyakoribb forrás a televízió, újságok és magazinok reklámjai illetve a családtagokkal, barátokkal folytatott beszélgetésekből kinyert információk. Az idősebb korosztály körében többen említették a reklámokat (53%), mint a családtagokkal, barátokkal folytatott beszélgetéseket.

A vizsgált csoportokban

- fontos bankválasztási szempont a bank nagysága, kiterjedtsége és komoly múltja,
- erős igény van a közérthető, átlátható, „magyarul” írt kommunikációra a bonyolult szakmai nyelvezet helyett,
- az ügyfelek szeretnék összehasonlító táblázatokat, elemzéseket látni, megbízható, független, hiteles információforrás hiányát érzékelik, a PSZÁF honlapját nem ismerik,
- jellemző a bizalmatlanság az egyoldalú szerződések, rejtett buktatók, bonyolult szakmai nyelvezet miatt,

⁵ http://www.mnb.hu/engine.aspx?page=mnbhu_penzugyi_kultura

- a személyes kapcsolatfelvételt előtérbe helyezik a pénzügyek intézésekor, mert nem ismerik a pénzügyi fogalmakat, illetve
- rendszeres csalódások érik a fogyasztót a félreérthető akciók, apró betűs részek okán, amely tényezők bizalmatlansághoz vezethetnek a pénzügyekkel és a szolgáltatókkal szemben.⁶

13. A fogyasztók marketingeszközökkel történő elérésének fontosságát mutatja, hogy a marketingköltségekre emelkedése is, amely a 2003-2006 közötti adatok alapján a mérlegfőösszeg alakulásával összhangban, folyamatában növekedő tendenciát mutat. A bankszektorban 2006. I. félévében kb. 11 milliárd, míg a második félévben több mint 16 milliárd Ft-ot fordítottak marketingcélokra.

II.

A vizsgált magatartás

14. Az OTP a vizsgált 2007. március 26. és április 27. közötti első akciós időszakban (a továbbiakban: 1. sz. akció), valamint a 2007. július 16. és augusztus 14. közötti akciós időszakban (a továbbiakban: 2. sz. akció) folyamatosan, széleskörű kommunikációs kampánnyal népszerűsítette betétlekötési akcióját.

Az 1. sz. akcióban az OTP a Lakossági Forint Folyószámla, Junior Folyószámla, Diákszámla, Lakossági Elektronikus Számlacsomag, Lakossági Aktív Számlacsomag és Lakossági Takarékszámla számlakonstrukciókhoz indította akcióját.

Az akcióban 2 hónapra, fix kamatozással, folyamatos (kamat nélküli vagy kamattal növelt) lekötéssel lehetett betétet elhelyezni. Az elérhető maximális betéti kamat mértéke 8,50%-ot tett ki. Ezen mértéket kiemelt üzenetként tartalmazta a bank kommunikációja, ugyanakkor csak a korábbi egyenleget meghaladó mértékű, új megtakarítás esetén és meglehetősen magas, 5.000.000 Ft összeghatár felett érhető el ilyen mértékű hozamot a fogyasztó.

Az OTP 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig újabb időtartamra hirdetett lekötési akciót¹⁰. (a továbbiakban: 2. sz. akció). Ennek során lényegében az első időszak feltételeivel kínált az OTP 8,00%-os mértékű, akciós kamatot.

15. Az OTP az 1. sz. akcióban a következő tájékoztatásokat tette közzé: ¹¹

15.1 TV reklám¹²

Televízióreklám	A tájékoztatás hangsúlyos eleme az „akár 8,5% kamat”, kisebb betűmérettel szerepel az, hogy milyen feltételek mellett érhető el ez a kamat.
-----------------	---

⁶ Növekvő lakossági kitettség - alacsony pénzügyi ismertetek -Egy kutatás tanulságai, Előadás a lakossági pénzügyi szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló PSZÁF, MEH konferencián - Budapest 2007. május 22-23. - www.pszaf.hu

¹⁰ Vj-114/2007/002. számú irat mellékletei

¹¹ P-381/2007/5 számú irat melléklete

¹² Vj-114/2007/006.

¹⁵ Vj-114/2007/002. számú irat mellékletei

Kültéri plakát	A tájékoztatás hangsúlyos elemei: - „Akár 8,5% kamat, két hónapos lekötésre!, kisebb betűmérettel szerepel az, hogy milyen feltételek mellett érhető el ez a kamat. - „Az OTP bank, hogy megvalósíthassa álmait, mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja Önnek!”
Szórólap (kétoldalas A/5 méret) illetve beltéri plakát	A tájékoztatás hangsúlyos elemei: - „Akár 8,5% kamat, két hónapos lekötésre!”, kisebb betűmérettel látható, hogy milyen feltételek mellett érhető el ez a kamat. - „Az OTP bank, hogy megvalósíthassa álmait, mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja Önnek!”
Folyószámla számlakivonat	Az OTP Bank által megküldött folyószámla kivonat, melyet az ügyfelek postai úton kaptak meg, a következőt tartalmazta a betétlekötési akcióról: ”Március 26-ától a folyószámlán elhelyezett forint megtakarításai után akár 8,5%-os akciós kamatot is kaphat.(akciós devizabetét kamat és a kapcsolódó feltételek részletes ismertetése).....Az akciók részleteiről a honlapunkon és a fiókjainkban kaphat felvilágosítást.”

16. A hatályos Hirdetmény, Üzletszabályzat

16.1 Hirdetmény

Az akcióra vonatkozó „Hirdetmény új 2 hónapos áprilisi betétlekötési akcióról” alapján az akcióban 2 hónapra, fix kamatozással, folyamatos (kamat nélküli vagy kamattal növelt) lekötéssel lehet betétet elhelyezni abban az esetben, ha az Ügyfél

- a 2007. március 22-i megtakarítási állományát minimum 100.000 forinttal növeli. A konstrukcióba a március 22-i egyenleget meghaladó megtakarítási állomány helyezhető el. Elérhető maximális betéti kamat 8,50 %. (I. típusú akciós betét),
- már rendelkezik a fent megnevezett I. típusú akciós betéti lekötéssel és a jelenleg meglévő megtakarításainak az összege, valamint a lekötendő összeg nagyobb vagy egyenlő a március 22-i meglévő megtakarításainak összegével. Az aktuális megtakarítási összegbe nem számít bele az esetleg már meglévő, I. típusú akciós betétben lévő megtakarítások értéke, de figyelembe vételre kerül az értékpapír állomány március 22-hez viszonyított változása, (II. típusú akciós betét).

Az állomány növekmény meghatározása szerint az Ügyfél valamennyi, a fenti forint számlakonstrukciókhoz tartozó lekötött betéteiben és az elektronikus, illetve lakossági megtakarítási számláin 2007. március 22. (nap végi záró állomány) és a lekötés értéknapja közötti időszakban bekövetkezett állományváltozása, valamint az ügyfél értékpapírszámláin (amelyeken az Ügyfél tulajdonos vagy állandó meghatalmazott) 2007. március 22. és a lekötés értéknapja közötti időszakban végrehajtott, forintban denominált értékpapír forgalom (árfolyam értéken számított) egyenlegének összesített értéke.

Az akciós betétlekötés kamatai a következők:

Akción betét	Bruttó kamat	Bruttó EBKM	Bruttó kamat	Bruttó EBKM
	I. típusú akción betét		II. típusú akción betét	
Lejárat előtt felvett betét	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
1.000.000 Ft alatti lekötött összeg esetén	6,50%	6,50%	6,00%	6,00%
1.000.000 Ft - 2.499.999 Ft közötti lekötött összeg esetén	7,00%	7,00%	6,00%	6,00%
2.500.000 Ft - 4.999.999 Ft közötti lekötött összeg esetén	7,25%	7,25%	6,00%	6,00%
5.000.000 Ft és e feletti lekötött összeg esetén	8,50%	8,50%	6,00%	6,00%

Függetlenül attól, hogy az akción során hány alkalommal történik betétlekötés, minden esetben a fenti feltételek figyelembevételével került meghatározásra az akción betét kamata.

Az akción lekötött betét a 2 hónapos futamidő lejáratát követően a bank mindenkor hatályos, „A Lakossági forint számlákról, a folyószámlahitelről (A-hitel) és a Gyámhatósági forintoszámláról” szóló Hirdetményében (a továbbiakban: Hirdetmény) közzétett 2 hónapos nem akción lekötés feltételeinek megfelelően kamatozott tovább.

Az akciónban való részvételnek nem feltétele, hogy az ügyfél 2007. március 22-én rendelkezzen megtakarítási állománnyal. Előzetes, akción lekötés (a megbízás dátuma korábbi, mint a betét lekötés napja) nem lehetséges.

Akción betétlekötés kizárólag a fiókhálózatban, illetve OTPdirekt telefonos ügyintézői szolgáltatáson keresztül kezdeményezhető. OTPdirekt internetes és mobiltelefonos szolgáltatásokon keresztül akción betétlekötés nem indítható.

A lekötött betétek általános szabályozása a „Lakossági forint számlákról és az A-hitelről” szóló Üzletszabályzatban található.

16.2 Üzletszabályzat

A „Lakossági forint számlákról és az A-hitelről” szóló, 2006. január 1-től hatályos Üzletszabályzat 3. pontjában foglaltak szerint a Számlatulajdonos folyószámla követelése terhére csoportos beszedési (felhatalmazási), átutalási, azonnali beszedési (inkasszó), valamint lekötési megbízásokat adhat.

Betétlekötésre a Számlatulajdonos bármely értéknapi kezdő időponttal adhat megbízást. A Számlatulajdonos a lekötés futamideje alatt változatlan (fix) kamatozású és a 6.3. alpontban foglaltak szerint a futamidő alatt módosítható kamatozású betét lekötésére adhat megbízást. Az OTP Bank Rt. a betét lekötésre vonatkozó megbízást – lekötési fajtáktól is függően – a mindenkori Hirdetményben közzétett minimum értéket elérő összegben fogad el. A lekötött betétszámlán elhelyezett megtakarítás összege és annak kamata - a Számlatulajdonos eltérő rendelkezése hiányában - a lekötési idő eltelte után a folyószámlán kerül jóváírásra. Lekötési rendelkezés hiányában a számla látra szólóan kamatozik.

2007. július 16.-augusztus 14. közötti akción időszak

17. Az OTP a 2. sz. akción során¹⁵. az alábbi tartalmú marketingeszközöket alkalmazta:

17.1 DM-levél

"Most tovább gyarapodhat!"

Akár 8,00% kamat
EBKM: 8,00%
2 hónapos, akciós, forint alapú lekötésre*

USD: 5,00%
EBKM: 5,07%
EUR: 3,70%
EBKM: 3,75%
6 hónapos, akciós, dollár és euró alapú lekötésre**

Akciós 2 hónapos forint lekötés

Növelje megtakarításait 100 ezer forinttal, így kéthavi akciós lekötött betéte után kiemelkedő, éves szinten akár 8%-os kamatot kaphat*. Euró és Dollár akció Kösse le euró vagy dollár megtakarításait 6 hónapos nyári lekötési akciónkban! Euró megtakarításaira 6 hónapos betétlekötés esetén most évi 3,7%, míg dollár megtakarításaira évi 5,0% kamatot biztosítunk.** (...)

* Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart. A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100000 forint összegű betét helyezhető el. 5 millió forint feletti betétlekötés esetén az éves kamat mértéke 8%.

** Az akció 2007. július 9-től visszavonásig, de legkésőbb 2007. szeptember 28-ig tart. A 6 hónapos, akciós, euró lekötési konstrukcióba 5000 és 500000 EUR közötti, az akciós, dollár lekötési konstrukcióba 6 000 és 600 000 USD közötti összeg helyezhető el."

17.2 A bank Megtakarítási Programját ismertető DM-leveél szerint:

"(...) 2007. július 16. és augusztus 14. között Nyári Akciós forint Betéti akciónkban akár 8%-os* kamatot is kaphat (...)

* Az ajánlat részleteiről és az egyes kamatok feltételeiről csatolt szórólapunkból tájékozódhat. Jelen hirdetés nem minősül nyilvános ajánlattételnek, a Megtakarítási programban szereplő termékekre vonatkozó nyilvános banki ajánlatot az OTP Bank fiókokban található Hirdetmények tartalmazzák. (...)"

17.3 Szórólap

- Az akciós konstrukciót ismertető A/5 méretű, kétoldalas szórólapon az alábbi tájékoztatás volt olvasható:

"Most tovább gyarapodhat

Akár 8,00%
kamat
EBKM: 8,00%
2 hónapos, akciós, forint alapú lekötésre*
USD: 5,00%
EBKM: 5,07%
EUR: 3,70%
EBKM: 3,75%
6 hónapos, akciós, dollár és euró alapú lekötésre**

Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja, hogy Ön könnyen megvalósíthassa álmait! A nyár folyamán most kiemelkedő hozammal gyarapíthatja forint, euró, valamint amerikai dollár megtakarításait.

* Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart.

A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100 000 forint összegű betét helyezhető el. A megtakarítási állomány 5 millió forinttal való növelése esetén az éves kamat mértéke 8%.

** Az akció 2007. július 9-től visszavonásig, de legkésőbb 2007. szeptember 28-ig tart.

A 6 hónapos, akciós, euró lekötési konstrukcióba 5 000 és 500 000 EUR közötti érték helyezhető el. A 6 hónapos, akciós, dollár lekötési konstrukcióba 6 000 és 600 000 USD közötti érték helyezhető el.

A részletes feltételekről az OTP Bank fiókjaiban, illetve a vonatkozó Üzletszabályzatból és Hirdetményekből tájékozódhat."

- A Megtakarítási Program kapcsán készült 2007. júliusi tizenegy oldalas, LA4 méretű szórólap a következőkről informálta a fogyasztókat:

"(...)

- 2007. július 16. és augusztus 14. között Nyári Akciós Forint Betéti akciónkban akár 8%-os* kamatot is kaphat. (3. oldal) (...)

Nyári Akciós Forint Betétek

Most **akár évi 8,00%* kamatot is kaphat** 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötéseire. Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart. A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100 000 forint összegű betét helyezhető el. (10. oldal) (...)

- A megtakarítási állomány 5 millió forinttal való növelése esetén az éves kamat mértéke 8,00%, EBKM évi 8,00%.(10. oldal) (...)"

17.4 A Megtakarítási Program kapcsán készült 2007. júliusi szórólap (tizenegy oldal, LA4 méretű)

"(...)

- 2007. július 16. és augusztus 14. között Nyári Akciós Forint Betéti akciónkban akár 8%-os* kamatot is kaphat. (3. oldal) (...)

Nyári Akciós Forint Betétek

Most akár évi 8,00%* kamatot is kaphat 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötéseire. Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart. A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100 000 forint összegű betét helyezhető el. (10. oldal) (...)

* A megtakarítási állomány 5 millió forinttal való növelése esetén az éves kamat mértéke 8,00%, EBKM évi 8,00%.(10. oldal) (...)"

17.5 Beltéri plakát

"Most tovább gyarapodhat!

Akár 8,00 %

kamat

EBKM: 8,00 %

2 hónapos, akciós,
forint alapú lekötésre*

USD: 5,00%

EBKM: 5,07%

EUR: 3,70%

EBKM: 3,75%

6 hónapos, akciós,
dollár és euró alapú
lekötésre**

Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja, hogy Ön könnyen megvalósíthassa álmait! A nyár folyamán most kiemelkedő hozammal gyarapíthatja forint, euró, valamint amerikai dollár megtakarításait.

* Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart.

A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100 000 forint összegű betét helyezhető el. A megtakarítási állomány 5 millió forinttal való növelése esetén az éves kamat mértéke 8%.

** Az akció 2007. július 9-től visszavonásig, de legkésőbb 2007. szeptember 28-ig tart.

A 6 hónapos, akciós, euró lekötési konstrukcióba 5 000 és 500 000 EUR közötti érték helyezhető el. A 6 hónapos, akciós, dollár lekötési konstrukcióba 6 000 és 600 000 USD közötti érték helyezhető el.

A részletes feltételekről az OTP Bank fiókjaiban, illetve a vonatkozó Üzletszabályzatból és Hirdetményekből tájékozódhat.

www.otpbank.hu • 06 1/20/30/70 3666 666 • 06 40 366 666
otp akciós betét"

17.6 Óriásplakát

Most könnyen gyarapodhat:

Akár 8,00%

kamat

EBKM: 8,00%

2 hónapos, akciós, forint alapú lekötésre*

USD: 5,00%

EUR: 3,70%

6 hónapos, akciós,
dollár (EBKM: 5,07%)

és euró (EBKM: 3,75%) alapú lekötésre**

www.otpbank.hu

06 1/20/30/70 3666 666 • 06 40 366 666

otp akciós betét"

" * Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart.

A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100 000 forint összegű betét helyezhető el. A megtakarítási állomány 5 millió forinttal való növelése esetén az éves kamat mértéke 8%.

** Az akció 2007. július 9-től visszavonásig, de legkésőbb 2007. szeptember 28-ig tart.

A 6 hónapos, akciós, euró lekötési konstrukcióba 5 000 és 500 000 EUR közötti érték helyezhető el. A 6 hónapos, akciós dollár lekötési konstrukcióba 6 000 és 600 000 USD közötti érték helyezhető el.

A részletes feltételekről az OTP Bank fiókjaiban, illetve a vonatkozó Üzletszabályzatból és Hirdetményekből tájékozódhat."

17.7 Lényeges tulajdonság megjelenése a tájékoztatásokban

DM levél	<p>„Akár 8,00% kamat!”, Akciós 2 hónapos forint lekötés</p> <p>„Növelje megtakarításait 100 ezer forinttal, így kéthavi akciós lekötött betéte után kiemelkedő, éves szinten akár 8%-os kamatot kaphat*.”</p> <p>„* Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart. A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100000 forint összegű betét helyezhető el. 5 millió forint feletti betétlekötés esetén az éves kamat mértéke 8%.”</p>
A bank megtakarítási programját ismertető DM levél	<p>"(...) 2007. július 16. és augusztus 14. között Nyári Akciós forint Betéti akciónkban akár 8%-os* kamatot is kaphat (...)"</p> <p>„Az ajánlat részleteiről és az egyes kamatok feltételeiről csatolt szórólapon tájékozódhat. Jelen hirdetés nem minősül nyilvános ajánlattételnek, a Megtakarítási programban szereplő termékekre vonatkozó nyilvános banki ajánlatot az OTP Bank fiókokban található Hirdetmények tartalmazzák. (...)”</p>
Akciós konstrukciót ismertető szórólap (A5 méretű, kétoldalas)	<p>„Akár 8,00% kamat”</p> <p>„Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja, hogy Ön könnyen megvalósíthassa álmait!”</p> <p>„Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart.</p> <p>A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány) egyenleget meghaladó, minimum 100 000 forint összegű betét helyezhető el. A megtakarítási állomány 5 millió forinttal való növelése esetén az éves kamat mértéke 8%.”</p>
A Megtakarítási program kapcsán készült szórólap (LA4 méretű, tizenegy oldalas)	<p>„• 2007. július 16. és augusztus 14. között Nyári Akciós Forint Betéti akciónkban akár 8%-os* kamatot is kaphat. (3. oldal) (...)”</p> <p>„Nyári Akciós Forint Betétek</p> <p>Most akár évi 8,00%* kamatot is kaphat 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötéseire. Az akció 2007. július 16-tól 2007. augusztus 14-ig tart. A 2 hónapos, akciós, forint alapú lekötési konstrukcióba csak a július 13-i megtakarítási (folyószámla lekötött betét, megtakarítási számla és értékpapír állomány)</p>

	egyenleget meghaladó, minimum 100 000 forint összegű betét helyezhető el. (10. oldal (...))”
Beltéri plakát	Lásd akciós konstrukciót ismertető szórólap (A5 méretű, kétoldalas)
Óriásplakát	A tájékoztatás hangsúlyos eleme az „akár 8,00% kamat”, kisebb betűmérettel szerepel az, hogy milyen feltételek mellett érhető el ez a kamat.

18. A hatályos Hirdetmény, Üzletszabályzat

18.1 Hirdetmény

"Az akcióban 2 hónapra, fix kamatozással, folyamatos (kamat nélküli vagy kamattal növelt) lekötéssel lehet betétet elhelyezni abban az esetben, ha az ügyfél

a) a 2007. július 13-i megtakarítási állományát minimum 100.000 forinttal növeli. A konstrukcióba a július 13-i egyenleget meghaladó megtakarítási állomány helyezhető el. Elérhető maximális betéti kamat 8,00 %. Az aktuális megtakarítási összegbe nem számít bele az esetleg már meglévő, I. típusú akciós betétben lévő megtakarítások értéke, de figyelembe vételre kerül az értékpapír állomány július 13.-hoz viszonyított változása, (I. típusú akciós betét).

b) már rendelkezik a fent megnevezett I. típusú akciós betéti lekötéssel és jelenleg meglévő megtakarításainak az összege, valamint a lekötendő összeg nagyobb vagy egyenlő a július 13-i meglévő megtakarításainak összegével. Az aktuális megtakarítási összegbe nem számít bele az esetleg már meglévő, I. típusú akciós betétben lévő megtakarítások értéke, de figyelembe vételre kerül az értékpapír állomány július 13.-hoz viszonyított változása, (II. típusú akciós betét)."

Az állomány növekménye a Hirdetmény alapján az ügyfél valamennyi, a fenti forint számlakonstrukciókhoz tartozó lekötött betéteiben és az elektronikus, illetve lakossági megtakarítási számláin 2007. július 13. (nap végi záró állomány) és a lekötés értéknapja közötti időszakban bekövetkezett állományváltozása, valamint az ügyfél értékpapírszámláin (amelyeken az ügyfél tulajdonos vagy állandó meghatalmazott) 2007. július 13. és a lekötés értéknapja közötti időszakban végrehajtott, forintban denominált értékpapír forgalom (árfolyam értéken számított) egyenlegének összesített értéke.

Az akciós betétlekötés kamatai a Hirdetmény szerint a következők:

Akciós betét	Bruttó kamat	Bruttó EBKM	Bruttó kamat	Bruttó EBKM
	I. típusú akciós betét		II. típusú akciós betét	
Lejárat előtt felvett betét	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
1.000.000 Ft alatti lekötött összeg esetén	7,00%	7,00%	6,75%	6,75%
1.000.000 Ft - 2.499.999 Ft közötti lekötött összeg esetén	7,25%	7,25%	6,75%	6,75%
2.500.000 Ft - 4.999.999 Ft közötti lekötött összeg esetén	7,50%	7,50%	6,75%	6,75%
5.000.000 Ft és e feletti lekötött összeg esetén	8,00%	8,00%	6,75%	6,75%

A Hirdetmény az előbbi változatához képest új információként ismerteti, hogy a meghirdetett konstrukciók küszöbös kamatozású betétek, adott összeghatár felett a teljes betét a magasabb összegre érvényes feltételek szerint kamatozott.

A további információk a 2007. március 22-i dátum 2007. július 13-ra történő módosulásán túl változatlanok.

18.2 A második akcióra is az első akcióban érvényes, a 16.2. pontban ismertetett Üzletszabályzat rendelkezései vonatkoznak.

Hozamadatok vizsgálata

19. „A mindig a legjobb megtakarítási mód” kapcsán az került vizsgálatra, hogy az érintett közzététel időpontjában más bankoknál lekötött pénzeszegek után elérhető hozamhoz képest az OTP valóban a legjobb ajánlatot tette-e. Figyelembe vételre került, hogy két hónapos futamidejű termékekről legyen szó, a kapcsolódó használati/befektetési feltételek (csoportos beszédési megbízás adása, megtakarítás egy részének befektetési alapba történő elhelyezése, már meglévő banki szerződés, stb.) nélkül.

Ennek figyelembe vételével megállapítható, hogy

- 2007. március 12. és április 13. között, az 1. sz. akció megindítása előtt, az Erste Bank Lojalitás terméke esetében két hónapos futamidőre, részben bankon kívüli forrásból származó, 2.000.000 Ft megtakarítási növekmény, illetve 500.000 Ft kizárólag bankon kívüli forrásból 10,00% éves kamattal fektethető be. Értelemszerűen az ügyfél addig OTP-nél elhelyezett megtakarítása az Erste Bank esetében teljes mértékben bankon kívüli forrásnak számít.
- Az OTP 2. sz. akciójának megindítása előtt a CIB Bank 2007. július 9-től, a CIB Lekötött Betét konstrukció esetében kínált 1.000.000 Ft megtakarítás esetében is évi 8%-os kamatot két hónapos lekötés esetén.

Megjegyzendő, hogy előbbieken túlmenően a bank saját termékei körében is lehetett kedvezőbb ajánlat abból a szempontból, hogy a jelen vizsgálattal érintett, akciós termékek esetében 1.000.000 Ft alatti összeg esetében két hónapra volt elérhető a népszerűsített 6%-os kamatmérték, ezt követően pedig a „normál” kamatot fizette a bank (1 sz. akció). Más termékek esetében viszont ugyanezen időtartam alatt a 6%-os kamatmértéket négy hónapos időtartamra is kínálta a bank, és így éves szinten duplájára nőhetett az „akciós” hónapok száma.

Az egyes lekötési akciókban lekötött betétek számát, illetve

- az I. típusú akciós betétként (lásd 20. pont) az akciók időtartama alatt és
- az első akciót megelőző 6 hónap során folyószámlabetétként átlagosan lekötött összegekre vonatkozó adatokat (az akcióban megadott összegek szerinti bontásban) a vizsgálati jelentés 2. számú nem betekinthes melléklete tartalmazza.¹⁶

20. Az OTP a „Hirdetmény új 2 hónapos áprilisi betétlekötési akcióról” alapján az alábbi számítási példán mutatta be, hogy milyen esetben kerül az ügyfél pénze az I. típusú, illetve a II. típusú akciós betétbe, továbbá a betét melyik része után milyen akciós kamat jár:¹⁷

Példa: az ügyfélnek 1 millió forintja van.

➤ Ha új az ügyfél, azaz nem volt július 13-án megtakarítási állománya (pontos definíció a Hirdetményben), akkor az egész összeg növekménynek számít, és leköthető I. típusú akciós betétbe.

¹⁶ Vj-114/2007/002.

¹⁷ A számítási példa szöveges részében leírtak folyamatábrán történő ábrázolását lásd Vj-114/2007/002.

➤ Ha nem új az ügyfél, azaz volt július 13-án megtakarítási állománya, akkor megvizsgálta hogy viszonyul a lekötés napjának megtakarítási állománya a referencia dátum megtakarítási állományához.

➤ Tegyük fel, hogy az 1 millió forint megegyezik a július 13-i megtakarítási állománnyal, azaz az ügyfélnek nincs plusz befektetendő pénze. Ebben az esetben, mivel nincs növekménye az ügyfélnek, ezért nem köthet le I. illetve II. típusú akciós betétbe, de lekötethet viszont a 3 hónapos akciós betétbe, melynek egyetlen feltétele, hogy a lekötés haladja meg az 50 ezer forintot.

➤ Tegyük fel, hogy az 1 millió forintból 800 ezer forint része a július 13-i megtakarítási állománynak, a maradék 200 ezer forint új forrásként az ügyfél folyószámláján van látra szólóan. Ebben az esetben, az ügyfél lekötetheti a 200 ezer forint növekményt I. típusú akciós betétbe, és az eddigi megtakarításaként szereplő 800 ezer forintot pedig II. típusú akciós betétbe.

➤ Tegyük fel, hogy az 1 millió forintból 950 ezer forint része a július 13-i megtakarítási állománynak, a maradék 50 ezer forint új forrásként az ügyfél folyószámláján van látra szólóan. Ha az ügyfél nem tudja még legalább 50 ezer forintnyi új forrással növelni a folyószámlája látra egyenlegét, akkor nem tud lekötni I. típusú akciós betétbe, mivel abba minimum 100 ezer forintot lehet lekötni. Ha nincs lekötése I. típusú akciós betétben, akkor nem tud lekötni II. típusú akciós betétben sem, de lekötethet viszont a 3 hónapos akciós betétbe, melynek egyetlen feltétele, hogy a lekötés haladja meg az 50 ezer forintot.

➤ Tegyük fel, hogy az 1 millió forint kevesebb, mint a július 13-i megtakarítási állomány, mely 1,2 millió forint. Ebben az esetben, ha az ügyfél a megtakarítási állományon kívüli forrásból legalább 200 ezer forint értékben csinál lekötést (I. és II. típusú akciós lekötést nem tud csinálni, ezeken kívül minden egyéb lekötés jó), értékpapír vételt/növeli megtakarítási számlájának egyenlegét, akkor ezáltal a megtakarítási állománya a referencia dátumhoz képest szinten marad. Ezen tranzakció után, ha az ügyfél, ugyancsak a megtakarítási állományon kívüli forrásból származó, de az előbb említett 200 ezer forinton kívüli, minimum 100 ezer forintot le tud már kötni I. típusú akciós betétbe, és az 1,2 milliót pedig átforgathatja II. típusú akciós betétbe.

A termékpia szabályozása

21. A Ptk. 529. § (1) bekezdése alapján bankszámlaszerződéssel a pénzügyi intézmény kötelezettséget vállal arra, hogy a vele szerződő fél (számlatulajdonos) rendelkezésére álló pénzeszközöket kezeli és nyilvántartja, azok terhére a szabályszerű kifizetési és átutalási megbízásokat teljesíti, a számlatulajdonost a számla javára és terhére írt összegekről, valamint a számla egyenlegéről értesíti. A Ptk. 530. § szerint betétszerződés alapján a pénzügyi intézmény köteles a szerződő fél által lekötött pénzeszközök után kamatot fizetni és a betét összegét a szerződés szerint visszafizetni.

22. A hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Hpt.) 3. § (1) bekezdése a) pontja alapján pénzügyi szolgáltatás betét gyűjtése és más visszafizetendő pénzeszköz - saját tőkét meghaladó mértékű - nyilvánosságtól történő elfogadása üzletszerű végzése forintban, illetőleg devizában, valutában. A (4) bekezdés értelmében ezen tevékenység üzletszerűen kizárólag a PSZÁF e törvény alapján kiadott engedélyével végezhető, a 4. § (2) bekezdése alapján - ha a Hpt. eltérően nem rendelkezik - kizárólag pénzügyi intézmény által.

Az 5. § (1) bekezdése alapján hitelintézet az a pénzügyi intézmény, amely a 3. §-ban meghatározott pénzügyi szolgáltatások közül legalább betétet gyűjt, vagy más visszafizetendő pénzeszközt fogad el a nyilvánosságtól (ide nem értve a külön jogszabályban meghatározott nyilvános kötvénykibocsátást), valamint hitelt és pénzkölcsönt nyújt vagy elektronikus pénzt bocsát ki. A (2) bekezdés a pontja szerint kizárólag hitelintézet jogosult betét gyűjtésére, valamint saját tőkéjét meghaladó mértékben - bank vagy állam által a visszafizetésre vállalt kezesség vagy bankgarancia nélkül - más visszafizetendő pénzeszköz nyilvánosságtól való elfogadására.

A tájékoztatási kötelezettségek tekintetében a Hpt. 203. § (1) bekezdése szerint a pénzügyi intézmény egyértelműen és közérthetően köteles ügyfeleit, illetve jövőbeni ügyfeleit a pénzügyi intézmény által nyújtott szolgáltatások igénybevételének feltételeiről, valamint e feltételek módosulásáról tájékoztatni.

Az időszakos tájékoztatási kötelezettséget a Hpt. 206. § (1) bekezdése tartalmazza: folyamatos szerződések (betétösszegek ismétlődő lekötésére szóló szerződés) esetében a pénzügyi intézmény köteles az ügyfél részére a) legalább évente egy alkalommal, valamint b) a szerződés lejártakor egyértelmű, közérthető és teljes körű írásbeli kimutatást (kivonatot) küldeni.

23. További rendelkezéseket tartalmaz a betéti kamat az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló 41/1997. (III. 5.) számú Kormányrendelet a különböző termékek, lehetőségek közötti tájékozódást szolgáló egységesített betéti kamatláb mutató (a továbbiakban: EBKM) tekintetében.

A 2. § (1) bekezdése alapján a hitelintézetnek üzletszabályzatában az egyes általa kínált betéti szerződések esetében rögzített kamatszámítási módszeren kívül az EBKM-et is ki kell számítani, és azt a (2) bekezdésben meghatározott kivétellel az 5. §-ban meghatározott módon közzé kell tennie.

Az 5. § (1) bekezdés szerint a hitelintézetnek az ügyfélfogadásra nyitva álló helyiségében kifüggesztett üzletszabályzatában közzé kell tenni a) a kamatszámítás képletét; b) a kamatozás kezdő és utolsó napját; c) a kamatjövőírás időpontját (időpontjait); d) a lejárat előtti felvét feltételeit; e) minden olyan tény, információt, feltételt, amely kihatással van a kifizetett összegre a futamidő alatt, lejáratkor, illetve a futamidő után; f) a rövidítés feltüntetésével két tizedesjegy pontossággal az EBKM-et. A (2) bekezdés szerint a betéti szerződésre vonatkozó ajánlatban, reklámban, hirdetésben fel kell hívni a figyelmet arra, hogy a betéti szerződés részletes leírását az üzletszabályzat tartalmazza. A (3) bekezdés értelmében a betétek egyedi hirdetésének, reklámjának, a betéti szerződés megkötésére vonatkozó ajánlatnak az EBKM mértékét - a rövidítés feltüntetésével, két tizedesjegy pontossággal - feltűnő módon tartalmaznia kell.

24. A PSZÁF fogyasztók pénzügyi szervezetek általi tájékoztatásáról szóló 15/2001. számú ajánlásának 1. pontja általános alapelvként rögzíti, hogy a fogyasztó tájékoztatása során a pénzügyi szervezet legyen figyelemmel arra, hogy fokozott tájékoztatási, együttműködési kötelezettség terheli a fogyasztó irányában, valamint a tájékoztatás legyen pontos, egyértelmű, közérthető. Az ajánlás 11. pontja rögzíti, hogy a fogyasztónak nyújtott tájékoztatás kérdéskörében különleges jelentőséggel bírnak a termékek iránti érdeklődés kiváltását célzó reklámok (hirdetés, szórólap, plakát stb.). Ezzel kapcsolatban a Felügyelet ajánlja, hogy a pénzügyi szervezet reklámja legyen közérthető, egyértelmű, világos, jól áttekinthető és olvasható.

III. Az eljárás alá vont álláspontja

25. Az OTP nyilatkozata szerint „Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja Önnek...” szöveg alkalmazása sajnálatos módon nem volt kellően átgondolt, ezért a GVH Vj-114/2007. számú ügyben megküldött adatkérő végzésének kézhez vétele után a 2007. augusztus 1. és 14. között kibocsátott reklámanyagokban már mellőzték, amelynek kérte figyelembevételét.

26. A Vj-114/2007. sz. versenyfelügyeleti eljárásban 2007. december 6-án kézhez vett előzetes álláspontban rögzített tényállással az OTP egyetért. A tényállásból levont jogi következtetések tekintetében az alábbi észrevételeket tette.

- A reklám a figyelem felkeltését szolgálja, és nem tekinthető konkrét banki ajánlatnak. Egyetlen esetben sem hallgatott el az ügyfelek elől információkat. Minden marketingkommunikációs eszközben szerepeltek a betétlekötés és a maximális kamat elérhetőségéhez szükséges feltételek, illetve az arra való utalás, hogy a részletes feltételeket az ügyfelek hol találják meg. Álláspontjuk szerint tehát ügyfeleik minden esetben értesülhettek az akár (tehát: maximálisan) 8,5%-os kamat eléréséhez teljesítendő feltételekről.
- A fogyasztók tudatossága az általuk igénybe vett banki termékek kiválasztásánál egyre inkább megjelenik. A vizsgált reklámokban is alkalmazott, csillaggal jelölt, kisebb betűmérettel feltüntetett információközlés általános gyakorlatnak tekinthető. Egy kültéri plakáton a fogyasztók a csillaggal jelölt, kisebb betűmérettel feltüntetett információközlésből azt szűrik le, hogy a reklámban szereplő termékkel kapcsolatban további tájékozódást kell folytatniuk, mert egyéb lényeges információk állnak rendelkezésre, melyek ismerete nélkül nem kapnak teljes képet az adott termékről. Az OTP jóhiszeműen járt el, amikor ezt az általánosan elfogadott gyakorlatot követte.
- A marketingkommunikációs eszközök nem teszik lehetővé, hogy egy akciós betételhelyezés feltételei részletesen ismertetésre kerüljenek, és ez álláspontjuk szerint nem is várható el. A részletes, mindenre kiterjedő feltételeket a hivatalos hirdetések (Hirdetmény, Kondíciós Lista, Általános Szerződési Feltételek, Üzletszabályzat) tartalmazzák, valamint a betétlekötés konkrét realizálásakor az ügyféllel való közvetlen kommunikáció során is pontosan ismertetésre kerülnek. Egy kültéri plakát, óriás poszter vagy televíziós reklám, mely csupán néhány másodpercre köti le a fogyasztó figyelmét legfeljebb három motívummal dolgozhat. Nem szolgálja tehát a fogyasztó jobb tájékoztatását az, ha az 5-10 (vagy még több) „legfontosabbnak ítélt” információ szerepel ezeken a marketingkommunikációs eszközökön, mert a fogyasztó az eszközök információátbocsátási kapacitása következtében nem képes befogadni a közölt plusz információt. A „legfontosabbnak ítélt” információk köre másfelől álláspontjuk szerint nem határozható meg egyértelműen.
- Természetesen tiszteletben tartják a Versenytanács azon álláspontját, hogy fogyasztóvédelmi kérdéseket vethet fel az OTP által a tárgyi ügyben követett gyakorlat (a csillaggal jelölt, kisebb betűmérettel feltüntetett információközlés alkalmazása, ami egyébként nemcsak az OTP, hanem valamennyi piaci szereplő gyakorlata), azonban fenntartják, hogy az OTP a jogszabályi előírásoknak megfelelően járt el. A jogbiztonság követelménye alapján, úgy véljük, hogy az esetleges jogszabályi-szabályozási pontatlanságok, hiányosságok miatt versenytorzító és jogszerűtlen elmarasztalni egy kiválasztott piaci szereplőt. Sokkal inkább a jogszabályi követelmények meghatározására, illetve pontosítására kell törekedni. Ez a piaci szereplők és a fogyasztók közös érdeke is egyben.

- Úgy vélik, hogy a számlakivonat volt az egyetlen olyan csatorna, ahol a feltételek nem kerültek részletesen ismertetésre, azonban ebben az esetben is pontosan utaltak arra, hogy a részletes feltételeket az ügyfelek hol találják meg. Az OTP ezen gyakorlata álláspontjuk szerint megfelel a vonatkozó jogszabályi követelményeknek, és összhangban áll a hitelintézetek által általában követett gyakorlattal. Megjegyezték továbbá, hogy a számlakivonat csak a bank ügyfelei számára kerül kiküldésre, akik ismerik az OTP információs és egyéb kommunikációs csatornáit.
- Összefoglalva: az OTP minden marketing kommunikációs eszközön feltüntette, hogy az adott kamat elérésének további feltételei vannak. Ezeket a feltételeket vagy maga a reklámhordozó eszköz tartalmazta olyan megjelenési formában (apró betűk), amely általános piaci gyakorlat, vagy utalt a további feltételek megismerésének helyére. Teljes körű tájékoztatást adott, és nem sértett meg semmilyen jogszabályi rendelkezést.
- Az OTP kérte, hogy a Versenytanács az esetleges bírság kiszabása során a vele szemben korábban hozott versenytanácsi határozatokat az összecszerűség tekintetében ne vegye figyelembe, tekintettel arra, hogy még a felsorolt határozatok egyike sem jogerős.

IV.

A vizsgálók indítványa

27. A vizsgálók jogsértés megállapítását és bírság kiszabását indítványozták azon vizsgált magatartások tekintetében, ahol az OTP nem, vagy a fogyasztó számára nem érzékelhető módon közölte a betétekötés feltételeit, továbbá amely esetekben „Az OTP mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja” állítást alkalmazta.

A bírság kiszabásánál a vizsgálók figyelembe venni javasolták, hogy „Az OTP mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja” állítás kis számú kommunikációs eszközben került közzétételre és az eljárás alá vont a GVH megkeresését követően már nem alkalmazta.

V.

A Versenytanács döntése

Jogi háttér

28. A Tpvt. 1.§-ának (1) bekezdése értelmében a törvény hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak - ideértve a külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepét is a VI. fejezetben szabályozott magatartások kivételével - (a továbbiakban az előzőek együtt: vállalkozás) a Magyar Köztársaság területén tanúsított piaci magatartására, kivéve, ha törvény eltérően rendelkezik. A Tpvt. hatálya alá tartozik továbbá - a II-III. fejezetekben szabályozott magatartások kivételével - a vállalkozás külföldön tanúsított piaci magatartása is, ha annak hatása a Magyar Köztársaság területén érvényesülhet.

A Tpvt. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut

megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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

A Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének d) és f) pontja értelmében 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, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

Az alkalmazott általános értékelési elvek

29. Tpv. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A fogyasztói döntés szabadsága hozzájárul a verseny hatásosságához. A fogyasztói döntés nem szabad, ha az információkeresési folyamatot egy vállalkozás tisztességtelenül befolyásolja. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására. Általában minden olyan magatartás, amely alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására jogellenes, tekintet nélkül arra, hogy a hátrány valóban vagy ténylegesen bekövetkezett volna, elegendő, ha a magatartás alkalmas ilyen hatás kiváltására.

A Tpv. III. fejezete a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról beszél. E megközelítési mód értelmében a fogyasztói döntés egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a Tpv. a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének a felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztók megtévesztésének tilalmának így ebben a szakaszban is érvényesülnie kell, azaz ez sem történhet tisztességtelen módon. Ez tükröződik a Legfelsőbb Bíróság Kf. II.39.104/2000/3. sz. ítéletében is, amely szerint a Tpv. III. fejezetébe nemcsak az a reklámtevékenység ütközik, amelyik a fogyasztói döntés szabadságát megszünteti, hanem az is, amely azt csökkenti.

A Tpv. nemcsak a valótlan, hanem a hiányos tartalmú tájékoztatást is tilalmazza. A Legfelsőbb Bíróság Kf.II.39.908/2001/5. sz. ítélete alapján a jogsértés nemcsak aktív tényállítással, hanem a termék egyes tulajdonságainak elhallgatásával is megvalósulhat. Azaz a jogsértés azzal is megvalósulhat, ha az árut/szolgáltatást forgalomba hozó vállalkozás az áru lényeges tulajdonságát elhallgatva hiányos tájékoztatást ad.

A reklám, természetéből adódóan, igyekszik a termék előnyös tulajdonságait kiemelni. A Legfelsőbb Bíróság Kf.II.27.254/1998/5. sz. ítéletében megállapította, hogy a valós adatokat

tartalmazó és a termék előnyös tulajdonságát kiemelő reklám is lehet félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amelyek a közölt reklámok értelmezéséhez feltétlenül szükségesek.

A tájékoztatás alkalmassága fogyasztói döntések befolyásolására

30. Jelen eljárás tárgyát az OTP betéti terméke esetében elérhető kamat mértékével kapcsolatos tájékoztatási gyakorlat képezte. Ezen anyagok széleskörű, integrált kommunikációs kampányok (1. sz., valamint 2. sz. akció) részét képezték, a tájékoztatásokkal nagyszámú fogyasztót érhetett el a bank.

Az akciókhoz kapcsolódó tájékoztatás - a bank által csatolt állományi adatok által is alátámasztottan - alkalmas piaci hatás kiváltására. a bank által alátámasztottan is alkalmas piaci hatás kiváltására. Az akció időtartama alatt a vizsgálati jelentés nem betekintheszt részében szereplő adatok alapján az új ügyletek száma jelentősen megemelkedett, valamint - az 5. pontban ismertetett, nyilvános tájékoztatásban elismerten - piaci részesedés növelésére volt alkalmas. Az akció megisméltése is azt jelzi, hogy az OTP sikeresnek ítélte a kezdeményezést.

A kedvező kamat eléréséről történő tájékoztatás értékelése

31. Az OTP állítása szerint a reklám a figyelem felkeltését szolgálja, nem tekintheszt konkrét banki ajánlatnak. Bár a reklám lényege - a Versenytanács álláspontja szerint is - nem más, mint figyelemfelhívás, tájékoztatás, azonban figyelemmel kell lenni annak céljára is, ami egyértelműen a fogyasztásra ösztönzés, a fogyasztók befolyásolása egy adott termék, szolgáltatás kiválasztására. A reklám azért is kap különösen fontos figyelmet a versenyjogi szabályozásban, mert hatását a legszélesebb értelemben vett nyilvánosság körében fejtheti ki, a fogyasztók legtágabb köréhez, és közvetlenül juthat el, ezért meghatározó eszköze annak, hogy a vásárlók figyelmét a termékre irányítsa. A Versenytanács következetesen alkalmazott gyakorlata alapján, ezért versenyjogi értelemben, egy reklám akkor bizonyul figyelemfelhívó reklámnak, ha az nem tartalmaz a termék (szolgáltatás) lényeges tulajdonságára vonatkozó információt.

A megtakarítási termékek esetében az elérhető hozam mértéke feltétlenül a lényeges – mert a fogyasztói döntés potenciális befolyásolására alkalmas - tulajdonságok körében értékelendő, amelyet az is megerősít, hogy a piaci kommunikációk többsége (így az OTP érintett reklámjai is) ezt a körülményt emeli ki. Így a Versenytanács megítélése szerint az erre vonatkozó ígéretet hordozó tájékoztatás nem minősülhet figyelemfelkeltő reklámnak.

32. Az OTP álláspontja szerint egyetlen esetben sem hallgatott el információt az ügyfelei elől, hiszen minden marketingkommunikációs eszközben szerepeltek a betétlekötés feltételei, illetve a maximális kamat elérhetőségéhez szükséges feltételek, illetve az arra való utalás, hogy a részletes feltételeket az ügyfelek hol találhatják meg. Úgy vélik, hogy a számlakivonat volt az egyetlen olyan csatorna, ahol a feltételek nem kerültek részletesen ismertetésre, azonban ebben az esetben is pontosan utaltak arra, hogy a részletes feltételeket az ügyfelek hol találják meg. Véleményük szerint egy kültéri plakáton a fogyasztók a csillaggal jelölt, kisebb betűmérettel feltüntetett információközlésből azt szűrik le, hogy a reklámban szereplő termékkel kapcsolatban további tájékozódást kell folytatniuk, mert egyéb lényeges információk állnak rendelkezésre, melyek ismerete nélkül nem kapnak teljes képet az adott termékről.

A Versenytanács az OTP álláspontját az alábbi szempontok miatt nem fogadja el:

A jelen eljárásban vizsgált egyes tájékoztatások sajátossága, hogy a fő üzenettől elszakított, kis betűmérettel történő megjelenítés, bár formai szempontból eleget tesz a tájékoztatással szemben támasztott versenyjogi követelményeknek, tartalmilag, a fogyasztók által észlelhető és befogadható módon nem válik az üzenet részévé.

Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel. Ha pedig ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy jogsértő, megtévesztő tájékoztatás, akkor egyértelmű, hogy a további informálódás (ti. a kapcsolatfelvétel valamilyen formája) nem küszöböli ki a jogsértést. A jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb mód van a teljes körű valós információk megismerésére (akár a bankfiókban, akár más módon), figyelemmel arra, hogy a Tpv. 8.§-ának (1) és (2) bekezdése a tisztességtelen befolyásolásra alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem megvalósulása pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik. A reklámoknak tehát önmagukban (minden további információ megismerése nélkül) kell hitelesnek, igaznak és pontosnak lenniük. Ezért nem várható el, hogy a fogyasztó figyelmeztetésre vagy anélkül, a piaci közlés versenyjogszerűtlenségét maga küszöbölje ki további piaci információ felkutatásával.

Amennyiben a reklámozó úgy dönt, hogy a termék, szolgáltatás lényeges tulajdonságainak közlésébe bocsátkozik, akkor ezt úgy kell tennie, hogy a fogyasztók az egymással összefüggő, elválaszthatatlan feltételeket egyidejűleg a reklámból megismerhessék. Ezt nem pótolhatja semmiféle utólagos tájékozódás, illetőleg az, hogy valamely más eszközben elérhetőek voltak teljes körűen a szükséges információk. Az eljárás alá vont tehát önmagát hozta abba a helyzetbe, hogy az együttesen érvényesülő feltételekre figyelemmel nem utalhatott a jogsértést megszüntető módon a részletes információk egyéb módon való elérhetőségére.

A vizsgált reklámokban is alkalmazott, csillaggal jelölt, kisebb betűmérettel feltüntetett információközlés – a Versenytanács tapasztalata alapján is - általános gyakorlatnak tekinthető. A vállalkozások különböző kiegészítéseket, magyarázatokat fűznek a fogyasztók által ténylegesen fogott fő üzenethez kapcsolódó reklámállításokhoz. Az ilyen gyakorlat ugyanakkor általában nem alkalmas a versenyjog alóli mentesülésre, ha a magyarázat a formai kivitelezés sajátosságai miatt a fogyasztókhoz ténylegesen nem jut el.

A Versenytanács fel kívánja hívni a figyelmet arra, hogy álláspontja szerint nem jogsértő önmagában az, ha a reklám egyes elemei eltérő betűmérettel, színnel vagy egyéb megoldással kerülnek közlésre addig, amíg az nem válik az esetlegesen kedvezőtlen – mert a fő üzenet korlátait részletezi - információ észlelhetőségének akadályává. A vállalkozások nem alapozhatnak arra az elvárásra, hogy a fogyasztó olvassa el az apró betűs részeket, amelyeket a marketingeszközök sajátosságai miatt nem észlel. Különösen igaz ez abban az esetben, amikor a tájékoztatás megbontásának – „csillag”, „apróbetű” alkalmazása - gyakorlatát, a marketingeszközök sajátosságait ismerve, de figyelembe nem véve, maguk a vállalkozások alakítják ki.

Az a körülmény pedig, hogy a fogyasztó a reklámozott lényeges tulajdonság értelmezéséhez szükséges további feltételek megismerése céljából felkeresheti az OTP-t már kifogásolható, hiszen a „becsalogatás” révén a célját tekintve eladási -és nem információs – pontokként működő bankfiókokban az OTP „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” valamely termék, szolgáltatás igénybevételére. A Versenytanács következetesen alkalmazott álláspontja szerint, ha a kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy jogsértő reklám, akkor a további informálódás nem küszöböli ki a jogsértést.

33. Az OTP állítása szerint a fogyasztók tudatossága az általuk igénybe vett banki termékek kiválasztásánál egyre inkább megjelenik.

A Versenytanács megjegyzi, hogy nem tartja elfogadhatónak az OTP fogyasztókra való hivatkozását, mert a fogyasztók – általa nem bizonyított - tudatosságának megváltozására történő hivatkozással a versenyjogi felelősség nem hárítható el, a tájékoztatás jogszerűségében az OTP-nek kell elől járnia.

34. Az OTP szerint a marketingkommunikációs eszközök nem teszik lehetővé, hogy egy akciós betételhelyezés feltételei részletesen ismertetésre kerüljenek, és ez álláspontjuk szerint nem is várható el. A részletes, mindenre kiterjedő feltételeket a hivatalos hirdetések (Hirdetmény, Kondíciós Lista, Általános Szerződési Feltételek, Üzletszabályzat) tartalmazzák, valamint a betételekötés konkrét realizálásakor az ügyféllel való közvetlen kommunikáció során is pontosan ismertetésre kerülnek. Egy kültéri plakát, óriás poszter vagy televíziós reklám, mely csupán néhány másodpercre köti le a fogyasztó figyelmét legfeljebb három motívummal dolgozhat. Nem szolgálja tehát a fogyasztó jobb tájékoztatását az, ha az 5-10 (vagy még több) „legfontosabbnak ítélt” információ szerepel ezeken a marketingkommunikációs eszközökön, mert a fogyasztó az eszközök információátbocsátási kapacitása következtében nem képes befogadni a közölt plusz információt. A „legfontosabbnak ítélt” információk köre másfelől álláspontjuk szerint nem határozható meg egyértelműen.

Az egyes eszközök kapcsán a Versenytanács kiemeli, hogy a marketingkommunikációs eszközök, illetve csatornák között különbség mutatkozik abban, hogy azok csak néhány vagy részletesebb információk közlésére alkalmasak-e. Az egyes eszközök kapcsán a Versenytanács kiemeli,

- a nyomtatásban megjelent reklámok esetén jelentőséggel bír az abban foglalt egyes információk elhelyezése, egyes képek, információk kiemelése, illetve „elrejtése”, az alkalmazott betűnagyság, s minden más olyan reklámmegoldás, amely kihatással van a reklámban közvetített információk összhatására. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok és a szórólap által a fogyasztóknak közvetített üzenet kapcsán a címsoroknak, kiemeléseknek sokkal nagyobb a szerepük, mint az apró betűs közléseknek. A címsorokkal, kiemelt szövegrészekkel találkozó fogyasztó esetében nem szükségszerű, hogy a reklám más (adott esetben jóval kisebb betűvel szereplő) közléseit is megismerje,
- a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal azonos szempontok érvényesülnek a szórólapok, dm levelek, számlakivonat, beltéri plakátok esetében is. Különösen a hosszabb terjedelmű, több oldalas szórólapok esetén tekintetbe veendő, hogy a fogyasztó az azokban szereplő információk közül is elsősorban a figyelem felhívására alkalmas módon, címsorban, kiemelten szerepeltetett közléseket észleli, a bújtatottan, kis betűmérettel, a fogyasztó által észlelt közlésekhez tartalmilag kapcsolódó, de attól elhelyezését tekintve elszakítottan szereplő apró betűs rész nem szükségszerűen jut el ténylegesen a fogyasztókhoz,
- a televíziós reklámban az időkorlátok miatt a sajtóhirdetésnél jóval kevesebb információ fér el. A televíziós reklám esetén a vetítés rövid időtartama, illetve a gyorsan pergő képek miatt a reklám üzenete nem azonosítható a reklám forgatókönyvében egymás után megfogalmazott állítások összességével, s külön kiemelendő, hogy a reklámban nem hangsúlyosan megjelenő, kis betűmérettel elhelyezett írásbeli információ ténylegesen nem nyújt tájékoztatást a fogyasztók számára,
- az óriásplakát befogadására egy autósnek maximum 1 másodperce, egy nem siető járókelőnek maximum 2-3 másodperce van. Ebből következően az óriásplakát maximum 3 motívummal dolgozhat, amennyiben hatásos kíván maradni (főszó, kép és embléma). A kiemelkedően hatásos óriásposzterek két (kép, embléma) vagy csak egy motívummal működnek. A reklám főüzenetének tehát kiemelkedő szerepe van, s az apró betűs információk tájékoztatásban betöltött szerepe gyakorlatilag elhanyagolható,

- hasonló megállapítások tehetők a többi kültéri plakáttal kapcsolatban, amelyek esetében a főüzenet mellett elhelyezett közlések nem szükségszerűen válnak a fogyasztó által ténylegesen észlelt üzenet részévé.

A Versenytanács továbbra sem vitatja, hogy általában nem várható el valamely kommunikációs eszköztől, különösen nem egy reklámtól a teljes körű termék-leírás. Ugyanakkor, ha egy tájékoztatás már megjelenít, kiemel valamely lényeges körülményt, akkor azt pontosan kell tennie, hogy a fogyasztók az egymással összefüggő, egymástól elválaszthatatlan feltételeket egyidejűleg a reklámból megismerhessék. Az objektív tájékoztatás igénye tehát nem a tájékoztatással érintett termék minden elemére, hanem a reklám által kiemelt tulajdonsághoz szükségképpen hozzárendelhető tulajdonságának megjelenítésére vonatkozik, mellérendelve a közlés helyes értelmezéséhez szükséges tényeket.

A Versenytanács nem fogadja el az OTP azon védekezését sem, hogy a legfontosabbnak információk köre nem meghatározható, hiszen a megjelenített kamat eléréséhez szükséges feltételeket - azaz a korlátokat - maga állítja fel és értelmezi.

35. A vizsgált tájékoztatások esetében a fogyasztók csak akkor kapnak reális képet a betétkötéssel kapcsolatos maximálisan kamatról, ha a tájékoztatás egyértelműen, pontosan tartalmazza, hogy az 1. számú akció esetében a 8,5%-os, a 2. sz. akció esetében 8%-os kamat elérésének feltétele:

- a korábbi egyenleget meghaladó/új megtakarítás elhelyezése, valamint
- az összeg 5.000.000 forint illetve azt meghaladó mértéke.

A Versenytanács álláspontja szerint a

- az 1. sz. akcióban alkalmazott a televíziós reklámban
 - kiemelten, jól észlelhetően közlésre kerül, hogy „növelje megtakarításait”, azaz további összegek ügyfél általi elhelyezését feltételezi,
 - viszont az 5.000.000 Ft-os összeghatárt csak a néző által nem észlelhető/olvasható apróbetűs rész tartalmazza, amely így nem vált/válhatott a tájékoztatás részévé. Megjegyzendő, hogy a betételhelyezés minimum összegét (100.000 Ft) szintén csak az előbbieken említett lábjegyzet ismertette,
- az 1. sz. akcióban alkalmazott kültéri plakáton kiemelt üzenete az „Akár 8,5% kamat, két hónapos lekötésre!”, azonban csak kisebb betűmérettel szerepel az 5.000.000 Ft-os összeghatár és a betételhelyezés minimum összege, amelyek nem váltak a fogyasztók által szükségszerűen észlelhető üzenet részévé,
- az OTP saját ügyfelei részére az 1. számú akció keretében megküldött számlakivonat egyik feltételre sem tér ki, és bár az ezen esetben célzottan elért ügyfelek folyószámlával már rendelkeznek a banknál, számlájukon viszont az eddigieket meghaladó, jelentős mértékű összeget kellene elhelyezniük, amely tényről így nem szerezhetek tudomást,
- a 2. sz. akcióban alkalmazott óriásplakáton a „Most könnyen gyarapodhat” szlogen nem utal az új betét elhelyezésének szükségességére, csak a 8,00%-os kamat elérhetőségét emeli ki és mindkét feltételt a lábjegyzetként, kisebb betűméretben feltüntetett részben közli, amelyet a fogyasztók így az eszköz sajátosságaira tekintettel (jellemzően nagyobb távolságról, rövid ideig látható) nem észlelhettek.

A Versenytanács megítélése szerint a televíziós reklám, az óriásplakát és a kültéri plakát esetében a formai kivitelezés sajátosságai következtében nem válhatott a fogyasztók által tényleges észlelhető üzenet részévé, hogy a kedvező „akár ...%-os” kamat csak további szűkítő feltételekkel érhető el. A felsorolt kommunikációs eszközökön a fő üzenettől elszakítva, a csillaggal megjelölt lábjegyzetben olvashatók a kiemelt kamat eléréséhez teljesítendő feltételek. Ezen kommunikációs eszközök sajátosságai miatt a fogyasztók ezekből a tájékoztatásokból nem ismerhették meg azokat a lényeges feltételeket, amelyek megalapozott döntésük kialakításában szerepet játszhattak volna.

A Versenytanács nem vitatja a kommunikációs eszközökben az „akár” kifejezés feltételességre való utalását, azonban álláspontja szerint alkalmazása nem eredményezte a tájékoztatás félrevezető jellegének megszűnését. A kifejezés – hasonlóan a csillag megjelöléshez- az alapvető információk hiányát nem kompenzálja.

A Versenytanács meg kívánja jegyezni, hogy a fogyasztók részére közvetlenül megküldött számlakivonat vonatkozásában pedig nyilvánvalóan nem volt annak terjedelmi korlátja, hogy a fogyasztóknak szóló tájékoztatás (a formai kivitelezés, szerkesztési megoldások révén sem akadályozottan) részévé váljanak a szükséges információk.

„Mindig a legjobb megtakarítási mód” kijelentés értékelése

36. A kommunikációs eszközökben megjelenő „Mindig a legjobb megtakarítási mód” kijelentés egyértelmű piacelsőségi állítást fogalmaz meg. A piacelsőségi kijelentést tartalmazó reklámok esetében irányadó, hogy a fogyasztókhöz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben közreadójának kell igazolnia (lásd Fővárosi Bíróság Vj-49/2001. sz. ügyben hozott 3.K. 31.893/2001/7. számú ítéletét, illetve a Vj-97/1995. sz. ügyben hozott 2.K. 39.757/1995/3. sz. ítéletet).

A Vj-68/2003. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat felülvizsgálata tárgyában elsőfokon eljáró Fővárosi Bíróság 2.K. 33494/2003/8. számú (a Fővárosi Ítéletábrla 2 Kf. 27.257/2004/5. számú ítéletével helybenhagyott) ítéletében kiemelte, hogy a fogyasztói döntések jogszerű befolyásolása esetén az eljárás alá vontnak már a reklám közzététele előtt nyilvánvalóan rendelkeznie kell olyan vizsgálati eredménnyel, mely állításait mindenben alátámasztja. Ellenkező értelmezés ugyanis – nem kívánatos módon - a vállalkozások kellő alap nélküli állításainak elszaporodásához nyitna utat.

Az OTP a versenyfelügyeleti eljárás során kijelentette, hogy szöveg alkalmazása sajnálatos módon nem volt kellően átgondolt, ezért a GVH Vj-114/2007. számú ügyben megküldött adatkérő végzésének kézhez vétele után a 2007. augusztus 1. és 14. között kibocsátott reklámanyagokban már mellőzték. Így megállapítható, hogy a tájékoztatások közzétételekor sem rendelkezett az állítást alátámasztó bizonyítékkal.

37. A fentiek alapján eljárás alá vont azáltal, hogy

- egyes reklámjaiban nem vagy nem teljes körűen közölte,
 - a folyószámla egyenleg (meghatározott összeggel történő) növelése szükséges a hirdetett akció keretében történő betételekötésnek, illetve
 - csekély számú esetre jellemző hozamot kommunikált kampánya fő üzeneteként valamennyi marketingeszközben és ennek elérésének feltételeit a 37. pontban ismertetett eszközök esetében nem ismertette, illetve
- „Az OTP Bank mindig a legjobb megtakarítási módot kínálja” állítás közzétételével a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított.

Az eljárás alá vont magatartásával megsértette a Tptv. 8.§-a (2) bekezdésének a) pontját.

Jogkövetkezmények

38. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján.

A Versenytanács, a Tpv. 78. §-át alkalmazva a bírság összegének megállapítása során, a TV, óriásplakát, kültéri plakát, ügyfeleknek megküldött számlakivonat reklámköltségéből indult ki. A bírság összegének meghatározása során a Versenytanács a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdésében foglaltak szem előtt tartásával járt el. A kiszabandó bírságnak egyrészt arányosnak kell lennie az elkövetett jogsértéssel, másrészt elrettentő erőt is kell hordoznia. A bírság összege nem lehet több a vállalkozás előző évben elért nettó árbevételének 10%-ánál.

A bírság összegének meghatározásakor a Versenytanács figyelemmel volt:

- hogy a tájékoztatások nem kizárólag jogsértőnek minősülő közléseket tartalmaztak,
- az eljárás alá vont piaci helyzetére, arra, hogy a piac meghatározó szereplője,
- a tájékoztatásokkal elért fogyasztói kör nagyságára,
- a fogyasztóknak kínált termék bizalmi jellegére,
- a tájékoztatással elért piaci részesedés növekedésének mértékére,
- a jogsértéssel érintett időszak hosszára,
- a reklámoknak az eljárás alá vont image-ának számára kedvező módon történő befolyásolására való alkalmassága, amely nemcsak rövid távon jelentkezik.

A Versenytanács súlyosbító körülményként vette figyelembe, hogy az elmúlt években hogy az eljárás alá vont a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított.

A Versenytanács a bírság összegét csökkentő körülményként tekintettel volt arra, hogy a szerződés megkötését megelőzően ismertté válhat az akciós kamat elérésének feltételrendszere.

A 132.000.000 Ft bírság összegének meghatározásakor a Versenytanács arra is tekintettel volt, hogy ez az összeg alkalmas lehet arra, hogy az eljárás alá vontat visszatartsa hasonló jogsértések elkövetésétől.

39. A „Mindig a legjobb megtakarítási mód” kijelentés tekintetében a Versenytanács a jogsértést megállapította, azonban az OTP versenyjogi elvárásokhoz történő azonnali alkalmazkodása miatt a bírság kiszabásától eltekintett.

40. A Versenytanácsnak nem állt rendelkezésére egyértelmű adat arra nézve, hogy az eljárás alá vont jelenleg is folytatja-e a jogsértő magatartást, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adva a fogyasztóknak, így a Versenytanács a jogsértés Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett nem tartotta indokoltnak a jogsértő magatartás további folytatásának ugyanezen bekezdés f) pontja szerinti megtiltását. Jelzi ugyanakkor az eljárás alá vont számára, hogy újabb versenyfelügyeleti eljárásra adhat alapot, ha ismételten tanúsítja a jogsértő magatartást.

Eljárási kérdések

41. A GVH hatásköre a Tpv. 45.§-án, illetékessége a Tpv. 46.§-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

42. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110.§-ának (1) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

43. A Ket. 138.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpvt. 83.§-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

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

Budapest, 2007. december 14.