



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-4/2008/31.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa

- az
 - **Euronics Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Budapest)
 - **Bravotech Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Hódmezővásárhely),
 - **Elektro-Quality Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Jászberény),
 - **Vöröskő Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Veszprém) és
- a **HSBC Credit Pénzügyi Szolgáltató Zrt.** (Budapest)

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

határozatot

A Versenytanács megállapítja, a HSBC Credit Pénzügyi Szolgáltató Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2007-ben a Euronics üzletekben elhelyezett POS kommunikációs eszközökön arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a Beneficial Áruhitel esetén a kamat kevesebb, mint havi 1%.

A határozat felülvizsgálatát a HSBC Credit Pénzügyi Szolgáltató Zrt. a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel kérheti.

I n d o k o l á s

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást, hogy a Euronics Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: Euronics Kft.), a Bravotech Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: Bravotech Kft.), az Elektro-Quality Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: Elektro-Quality Kft.) és a Vöröskő Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: Vöröskő Kft.) a HSBC Credit Pénzügyi Szolgáltató Zrt. [a vizsgálattal érintett időszakban alkalmazott név szerint: Beneficial (Magyarország) Pénzügyi Szolgáltató Zrt., a továbbiakban: HSBC Zrt.] által nyújtott hitelekéről adott tájékoztatásokkal a 2007. január 2. és 2007. május 9. közötti időszakban megsértették-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) III. fejezetének rendelkezéseit.

Az eljárásba a HSBC Zrt. ügyfélként bevonásra került.

I. Az eljárás alá vontak

2. A Euronics Kft. 2001. március 8-án alakult meg a Vöröskő Kft. 50, az Elektro-Quality Kft. 25, valamint a Bravotech Kft. 25 százalék szavazati jogot biztosító üzletrész-tulajdona mellett, abból a célból, hogy az érintett vállalkozások csatlakozzanak a Euronics nemzetközi áruházláncához és kiépítsék annak Magyarországon működő hálózatát, kihasználva a közös vállalkozásnak azon előnyeit, melyek a közös beszerzésből és marketingből, valamint az egységes kiskereskedelmi arculatból származhatnak.

3. Az alapítók közül

- a Vöröskő Kft. szórakoztató elektronikai termékek és háztartási gépek (a továbbiakban együtt: műszaki fogyasztási cikkek) kiskereskedelmével foglalkozik, üzletei vannak Budapesten és több vidéki városban. A 2006. évi nettó árbevétele 24,1 milliárd Ft volt,
- az Elektro-Quality Kft. Kelet-Magyarországon végez műszaki fogyasztási cikk kiskereskedelmi tevékenységet. A 2006. évi nettó árbevétele 9,7 milliárd Ft volt,
- az Elektro-Quality Kft.-vel azonos tulajdonosok által irányított Bravotech Kft. műszaki fogyasztási cikk nagykereskedelmi tevékenységet folytat részint az Elektro-Quality Kft., részint a tőle tulajdonilag független franchise partnerei részére. A 2006. évi nettó árbevétele 16 milliárd Ft volt.

4. A Euronics Kft. 2001. április 10-e óta szerződött partnere az európai Euronics International-nak, amely beszerzési társulásként (méreténél fogva) előnyös feltételekkel képes szerződéseket kötni a gyártó vállalkozásokkal. A partneri viszony alapján a Euronics Kft. használhatja a márkanévet, alkalmazhatja a Euronics International által kialakított „know-how”-t, s részt vehet a nemzetközi akciókban.

5. A 2006-ban 625 millió F nettó árbevételt elért Euronics Kft. tevékenysége az alapítói részére nyújtott alábbi szolgáltatásokra terjed ki:

- egységes fellépés biztosítása a beszállítókkal szemben, ami magában foglalja a megkötendő beszerzési szerződések jóváhagyását is,
- az alapítók üzletei (mint áruházlánc) egységes arculatának kialakítása, a marketing tevékenység összehangolása, a Euronics márkanevhez kötődő szolgáltatások (eladó személyzet képzése, házhozszállítás, áruvásárlási hitel lehetőségek) egységes elérhetőségének biztosítása,
- az akciós termék körének és árának alapítók közötti összehangolása, valamint a közös akciós reklámújság megjelentetése, terjesztése, az egységes marketing-arculat kialakítása.

A Euronics Kft. három ügyvezetője közül az egyik egyben a Vöröskő Kft., a másik egyben az Elektro Quality Kft. ügyvezetője, ez utóbbi minőségében a Bravotech Kft.-t is képviselve. Megjegyzendő, hogy a Euronics Kft. társasági szerződése szerint az Elektro Quality Kft. és a Bravotech Kft. egy tagnak számít.

6. A Euronics elnevezés alatt jelenleg mintegy 140, az alapítók által tulajdonolt és a Euronics-láncához franchise szerződések útján kapcsolódó üzlet működik. Az üzletek Magyarország egész területét lefedik, 70%-uk 40.000 lélekszám alatti településeken található.

7. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (a továbbiakban: PSZÁF) 2001-ben engedélyezte a HSBC Zrt. [2008. május 19-ig: Beneficial (Magyarország) Pénzügyi Szolgáltató Zrt.] pénzügyi vállalkozásként történő megalapítását.

A HSBC Zrt. mint a londoni székhelyű HSBC Csoport tagja tartós fogyasztási cikkek áruhitelezésével, illetve személyi kölcsönök, ingatlanfedezetű hitelek nyújtásával foglalkozik. Áruhitelét szerződött kereskedő partnerei közreműködésével kínálja az ország egész területén, személyi kölcsönei pedig fiókhálózatán keresztül érhetők el. Több bolthálózattal dolgozik együtt. A kölcsön odaítélése minden esetben a HSBC Zrt. által elvégzett hitelbírálat függvénye, a kondíciók tekintetében mindenkori Hirdetményei az irányadóak.

A Tpv. 24.§-ának (3) bekezdése alapján a HSBC Zrt. nettó árbevétel helyett figyelembe veendő bevételi tételeinek összege 2006-ban 5,8 milliárd Ft volt.

II.

A műszaki fogyasztási cikkek forgalmazása, a fogyasztási hitel és az áruhitel

8. A műszaki fogyasztási cikkeket a hazai kiskereskedelemben túlnyomó részben nagy alapterületű, szakosodott üzletekben (Electro World, Media Markt), és ezeken belül is a szakosodott áruházláncokban (Elektropont, Saturn, Euronics) és az ugyancsak széles választékban műszaki cikkeket kínáló, de alapvetően élelmiszer profilú vegyes kereskedelmi láncokban (pl. Tesco, Cora, Auchan) forgalmazzák. A forgalom kisebb hányada a szakosodott kiskereskedelmi boltokra és a márkaboltokra esik. A műszaki fogyasztási cikkek magyarországi forgalmából a Euronics részesedése meghaladja a 10%-ot.

A műszaki fogyasztási cikkekre jellemző a nagymértékű innováció, ezzel összefüggésben az egyes típusok gyors avulása. Az egyes termékek nagyfokú helyettesíthetőségéből adódóan éles versenyhelyzet tapasztalható, érdemi piacra lépési korlát nem jellemző. A műszaki fogyasztási cikkeknel nagyon gyakori a termékdifferenciálás, és nem hagyható figyelmen kívül az egyes márkákhoz kapcsolódó fogyasztói hűség sem. A fogyasztói hűség a műszaki cikkek értékesítését végző, jellemzően áruházláncokként működő kiskereskedőkkel kapcsolatban is tapasztalható, legyenek azok hipermarketek vagy műszaki áruházláncok, illetve különösen márkabolt hálózatok. Ezzel a ténnyel is összefüggésben mind a műszaki fogyasztási cikkek, mind pedig a műszaki fogyasztási cikk kiskereskedelem esetében igen nagy szerepe van a marketing tevékenységnek.

A műszaki fogyasztási cikkek úgy fizikailag, mint a költségek szempontjából a jól szállítható árukhoz sorolhatók, és ebből adódóan az ezen termékekkel történő kereskedelemben földrajzi akadályokról nem beszélhetünk. A termékek disztribúciójára ennek ellenére – különösen a fogyasztói vásárlási szokásokra, de a termékek jellegére, illetőleg a forgalmazásukra (illetőleg az azzal összefüggő jótállásra) vonatkozó, gyakorlatilag minden nemzeti jogban megtalálható jogi szabályozásból eredő kötelezettségekre is tekintettel – földrajzi szempontú szegmentáció jellemző, mely a szállítási távolságok optimalizálását is célozza.

9. A különböző áruházak, üzletek közötti választás folyamatában a fogyasztói döntés befolyásolására alkalmas az olyan tájékoztatás, amely szerint a fogyasztónak lehetősége van hitel igényvételére, ha vásárolni szeretne. Emellett a reklámok gyakorta arról tájékoztatják a fogyasztókat, hogy valamilyen szempontból kedvezményes hitel áll a rendelkezésükre.

10. A fogyasztási kölcsönt, mint a mindennapi életben szokásos használati tárgyak, elsősorban tartós fogyasztási cikkek megvásárlásához vagy szolgáltatások igénybevételéhez szükséges hitelt a hitelintézetek (bankok, takarékszövetkezetek) és pénzügyi vállalkozások is kínálják. Ezek egy része szabad felhasználású, azaz bármire költhető, míg mások konkrét áruk, szolgáltatások (pl. utazási hitel) elérését segítik.

A fogyasztási kölcsön termékek értékesítésére vonatkozóan számos jogszabály tartalmaz rendelkezéseket, így különösen a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény, a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény, valamint a kamat, az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló 41/1997. (III. 5.) Korm. rendelet. A jogszabályok értelmében

- a fogyasztási, lakossági kölcsönszerződésnek tartalmaznia kell a külön jogszabály alapján megállapított éves százalékosan kifejezett teljes hiteldíjmutatót,
- a teljes hiteldíj a fogyasztó által a kölcsönért fizetendő terhelés, amely tartalmazza a kamatokat, folyósítási jutalékokat és minden egyéb - a kölcsön felhasználásával kapcsolatosan fizetendő – költséget,
- a teljes hiteldíj mutató (a továbbiakban: THM) az a belső kamatláb, amely mellett az ügyfél által visszafizetendő tőke és teljes hiteldíj egyenlő az ügyfél által a folyósításkor a pénzügyi intézménynek fizetett költségekkel csökkentett hitelösszeggel,
- a THM számításánál az ügyfél által a pénzügyi intézménynek fizetett költségeket, valamint a harmadik személynek fizetett költségek közül az ügyfél által felajánlott fedezet értékbecslésének díját és lakásépítéseknel a helyszíni szemlék díját kell figyelembe venni.

A PSZÁF egyes ajánlásai is érintik a hitelezési tevékenységet, így

- a fogyasztók pénzügyi szervezetek általi tájékoztatásáról szóló 15/2001. számú ajánlás általános alapelveként rögzíti, 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 külön foglalkozik a termékek iránti érdeklődés kiváltását célzó, különleges jelentőséggel bíró reklámokkal és az elektronikus kereskedelem keretében történő tájékoztatás egyes kérdéseivel is,
- a lakossági hitelezés előzetes ügyfél-tájékoztatási és fogyasztóvédelmi elveiről szóló 9/2006. számú ajánlás kiemeli, a pénzpiaci szektor gyors fejlődése, a folyamatos termékinnováció révén összetettebb, az ügyfelek számára egyre nehezebben érhető termékek jelennek meg a piacon és e folyamattal a fogyasztók általános pénzügyi kultúrájának szintje, pénzügyi tudása nehezen tart lépést. Következésképpen egyre inkább fennáll a veszélye annak, hogy a pénzügyi intézmények ügyfelei – a megfelelő tájékoztatás hiányában – olyan hosszú távú kötelezettségeket vállalnak, melyek előnyeit, hátrányait, lehetséges hatásait nem ismerik kellően. Az ajánlás javasolja, hogy amennyiben a pénzügyi intézmény akciós feltételű hitelt hirdet meg, egyértelműen mutassa be az akció előnyeit a standard, nem akciós hitelekkel szemben és pontosan jelölje meg, hogy ez az előny milyen időtávra szól, valamint azt, hogy (amennyiben számszerűsíthető) mekkora megtakarítást jelent az ügyfélnek.

11. Az áruhitel a legszélesebb körben hozzáférhető fogyasztási kölcsön. Ma már valamennyi nagyobb kereskedelmi hálózatban, bevásárlóközpontban helyben, egyszerűen igényelhető. Korábban ezeket a hiteleket egy-egy árucikk megvásárlásához nyújtották, ma azonban már keret jellegű hitelek is vannak, amelyeket több termék egy helyen történő megvásárlásához kínálnak.

Az áruhitelek összege általában 20 ezertől 2 millió forintig, a futamidő pedig 4-12 hónaptól három évig terjed, egyes pénzügyi szervezetek azonban négy-öt évre is kínálják a nagyobb összegű hiteleket. A hitel felvételéhez általában 20 százalékos saját erő szükséges, vagyis a hitelnyújtó csak a termék árának 80 százalékára nyújt hitelt. Egyes pénzügyintézeteknél meghatározott hitelösszegig nem szükséges saját erő, másutt viszont 40 százalékosat is előírnak, vagy önként akár 80 százalékos is vállalható. Adott esetben lehetőség van valamilyen időtartamú türelmi idő igénybevételére is. A türelmi idő alatt a törlesztőrészlet mértéke alacsonyabb, mivel csak a kamatot, költségeket, díjakat törleszti az ügyfél, a türelmi idő leteltével pedig a mértéke megemelkedik a fennmaradó idő alatt teljesítendő tőketörlesztés összegével.

Bár az áruhitel az egyik legdrágább fogyasztási kölcsönfajta, a legtöbben mégis ezt választják, mert egyéb feltételei (az egyszerű és gyors hozzáférés) általában a fogyasztói mérlegelés során többet nyomnak a latban, mint a hitel költsége. Az áruhitelekhez már 30-36 ezer forintos havi nettó jövedelemmel is hozzá lehet jutni. A hitel elbírálása a vásárlás helyszínén a szükséges dokumentumok birtokában az elektronikus hitelbírálat miatt jellemzően 20-30 percnél nem vesz több időt igénybe.

12. A PSZÁF szerint a legtöbb fogyasztót félrevezethetik a reklámok, mivel csak a kamatot vagy a gyors hitelbírálatot nézik, és nincsenek tisztában azzal, hogy a hitel teljes árát a THM fejezi ki, amely a kamat mellett a járulékos költségeket is tartalmazza. A hitelek összehasonlításában az igazi iránytű ezért a THM, amelyet minden három hónapnál hosszabb lejáratú fogyasztási – és egyéb lakossági – kölcsönre ki kell számolnia kölcsönadónak, s ezt fel kell tüntetnie reklámjaiban.

13. 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), illetve a tájékoztató anyagok és szerződések nagy terjedelme/nehéz áttekinthetősége (pl. az Általános Szerződési Feltételek esetében), illetőleg az ügyfélszolgálaton elhangzó szóbeli tájékoztatások rekonstruálásának problematikus volta.

III.

Az eljárás alá vontak vizsgált magatartása

14. 2007. január 2-én került aláírásra az ún. Egységes Szerkezetbe Foglalt Együttműködési Keretszerződés a HSBC Zrt., a Vöröskő Kft., a Bravotech Kft. és az Elektro-Quality Kft. között, abból a célból, hogy a Euronics Partnerek a HSBC Zrt. áruhitel-termékeit nyújtsák a magánszemély vevőknek.

A felek megállapodtak abban, hogy nem jelentetnek meg olyan hirdetéseket, reklámanyagokat, amelyek összefüggésbe hozhatók a másik féllel, a másik fél előzetes véleményezése, jóváhagyása nélkül. Ennek megfelelően ezen hirdetések nyomdába kerülését megelőzően a Euronics Partnerek kötelesek véleményezésre és jóváhagyásra a HSBC Zrt. részére megküldeni a hirdetés tervezetét.

E szerződési rendelkezés a gyakorlatban oly módon került megvalósításra, hogy

- a Euronics Kft. kapcsolattartója a szórólap nyomdába kerülése előtt a HSBC Zrt. kapcsolattartójának elektronikus úton megküldte a szórólap minden olyan oldalát, amelyik hitelajánlatot tartalmazott, illetve a hitelleírást tartalmazó ún. hitelboxot,
- a HSBC Zrt. kijelölt munkatársa ellenőrizte, hogy a feltüntetett törlesztőrészletek megfelelnek-e a hitel kondíciók által kalkulált törlesztőrészleteknek, illetve azt, hogy a hitelleírás megfelel-e a HSBC Zrt. által előzetesen jóváhagyott leírásnak, valamint hogy a hitelajánlatot tartalmazó ún. hitelbox tartalmazza-e a törvény által meghatározott minden elemet, s a feltüntetés módja megfelel-e a jogszabályoknak,
- a HSBC Zrt. mindezek ellenőrzését (esetleg javítását) követően írásban (elektronikus módon) előzetesen jóváhagyta a megjelenést,
- a Euronics Kft. a nyomdában történt legyártást követően 2 példányt megküldött a HSBC Zrt.-nek, amely ellenőrizte, hogy a megjelenés megfelel-e a jogszabályoknak.

15. A jelen versenyfelügyeleti eljárás a HSBC Zrt. két termékét érinti,

- a 266 kódszámú konstrukciót („10 x 1%” hitel) és
- a 267 kódszámú konstrukciót („kevesebb, mint 1%” hitel).

16. A HSBC Zrt. a Euronics üzletek számára a vizsgálattal érintett időszakban az alábbi tartalmú, A4 méretű POS kommunikációs anyagot készítette és helyeztette el a „Kevesebb, mint 1%” szlogennel meghirdetett konstrukcióra vonatkozóan:

B e n e f i c i a l

Kevesebb, mint havi 1% kamat!

Beneficial Áruhitel

- A megjelölt termékek kevesebb, mint havi 1% kamattal megvásárolhatók
- Könnyen kiszámolható, alacsony havi törlesztőrészlet
- Akár 60 hónapos futamidő
- Egyszerű és gyors hitelfelvétel

H023R/ 1006

A kölcsön odaítélése minden esetben a Beneficial Zrt. által elvégzett hitelbírálat függvénye. Az áruhitel kondíciói tekintetében a Beneficial Zrt. mindenkor Hirdetményei az irányadóak. A THM mértéke a feltételek változása esetén módosulhat. Részletes információért forduljon az áruházi eladókhoz, vagy érdeklődjön a Beneficial Zrt. ügyfélszolgálatánál, a (06-1) 411-7600 telefonszámon. THM: 21,27-22,85%

Az üzletekben alkalmazott POS kommunikációs anyag darabszámát és a megjelentetés költségét a Vj-4/2008/13. számú irat tartalmazza.

17. A „kevesebb, mint 1%” konstrukcióval kapcsolatban a HSBC Zrt. alábbi tartalmú Hirdetményei voltak irányadóak, azzal, hogy

- a futamidő 6-60 hónap volt,
- az éves kamat 19,44 – 20,76%-ot tett ki,
- a THM mértéke 21,27 – 22,85% volt,
- a kezelési költség minden esetben 0% volt.

Kölcsön összege	Minimum saját erő a teljes vételár %-ában	Érvényes
25.000 Ft – 2.000.000 Ft	25.000 – 200.000 Ft között 0% 200.001 – 300.000 Ft között 10% 300.001 Ft felett 20%	2006.12.05. - 2006.12.19.
10.000 Ft – 2.000.000 Ft	10.000 – 250.000 Ft között 0% 250.001 – 500.000 között 10% 500.001 Ft felett 20%	2007.04.01. – 2007.04.30.

IV. A HSBC Zrt. előadása

18. A HSBC Zrt. előadta,

- az egyes vételárakhoz tartozó hitel paramétereket, a hatályos Hirdetményben szereplő kondíciók (elérhető hitelösszeg, minimális saját erő, futamidő, éves kamat, kezelési költség) figyelembevételével, előre elkészített kalkulációs segédlet használatával számolja ki. A kalkuláció, a Hirdetményben feltüntetett kamatszámítási mód és a hatályos THM számításra vonatkozó jogszabály rendelkezései alapján történik,
- a „Kevesebb, mint havi 1%!” szlogennel meghirdetett konstrukció esetében bármely hitelösszeg, bármely futamidő választása esetén a hitelösszegre vetített havi többletfizetés minden esetben kevesebb, mint 1% (pl. 250.000 Ft hitelösszeg és 6 hónap futamidő esetében a havi törlesztőrészlet 44.061 Ft, míg a kamatmentes törlesztőrészlet 41.667 Ft lenne, így a többletfizetés havi 2.394 Ft, ami a hitelösszeg 0,96 %-a. Az éves kamat:19,44%, a THM:21,27%),
- a fogyasztó dönti el, hogy a Hirdetmény keretein belül, milyen kondíciókkal kívánja felvenni kölcsönt. Amennyiben a pénzügyi vállalkozás és a kereskedő törlesztőrészletet kíván kommunikálni az adott termék mellett, abban az esetben mindig csak egy futamidő és az ahhoz a tartozó törlesztőrészlet, THM feltüntetésére van lehetőség. Mindamelllett a szórólapon elhelyezett hiteltermék leírása minden esetben részletes tájékoztatást nyújt a kölcsön paramétereiről (jelen esetben: a futamidő 6-60 hónap). Az általa használt online igénylőrendszer lehetővé teszi, hogy a kölcsönigénylés felvételekor a vásárló az ügyintézővel közösen válassza ki a konkrét futamidőt, melyhez a rendszer automatikusan hozzárendeli a havi törlesztőrészletet és a kölcsön egyéb paramétereit,
- a POS kommunikációs eszköz nem minősült önálló reklámnak, az az üzletekben elhelyezett információs anyagokkal együtt képezett önálló, egységes reklámot. Az nem jelent meg önállóan sem óriásplakát, sem hirdetőújság, sem más formában, az csak a Euronics üzletekben elhelyezett reklám részelemeként jelent meg, s az üzlethelyiségben a fogyasztó azonnal hozzájuthatott a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete által kibocsátott 15/2001. számú ajánlás szerinti pontos, egyértelmű és közérthető egyéb információkhoz. Továbbá a POS kommunikációs anyagon feltüntetésre került, hogy „részletes információért forduljon az áruházi eladókhoz vagy érdeklődjön a Beneficial Zrt. ügyfélszolgálatán.”

A HSBC Zrt. annak megállapítását kérte, hogy magatartása nem ütközött a Tptv. rendelkezéseibe.

V. Jogi háttér

19. A Tpv. 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 árjelzővel 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. 70.§-ának (1) bekezdés alapján a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely a Tpv. rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik, és a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi. A végzésben meg kell jelölni azokat a körülményeket és magatartásokat, amelyek miatt az eljárás megindult.

A Tpv. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70.§ (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvényt sértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye.

A Tpv. 74.§-ának (1) bekezdése leszögezi, az eljáró versenytanács tárgyalást tart, ha azt az ügyfél kéri, vagy az eljáró versenytanács szükségesnek tartja. Az eljáró versenytanács az előzetes álláspont megküldésével egyidejűleg nyilatkozattételre hívja fel az ügyfelet arról, hogy kéri-e tárgyalás tartását. A tárgyalás napját úgy kell meghatározni, hogy az ügyfélnek módjában álljon a tárgyalásra felkészülni.

A Tpv. 74.§-ának (2) bekezdése szerint az eljáró versenytanács a tárgyaláson (illetve tárgyaláson kívül) a 72.§ (1) bekezdésének a) pontja szerinti esetekben az eljárást végzéssel megszüntetheti.

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 Tpv. 83.§-ának (1) bekezdése szerint a versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat bírósági felülvizsgálata céljából való keresetindítás esetében a keresetlevelet a határozat közzétételétől számított harminc napon belül a Versenytanácsnál kell benyújtani, vagy ajánlott küldeményként postára adni.

VI. A Versenytanács döntése

20. A 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 a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására, ezen keresztül pedig a versenytársakra.

21. A fogyasztók felé irányuló minden (reklámként vagy más módon megnyilvánuló) tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról).

22. A fogyasztó választási szabadságát korlátozó, nem teljes körűen pontos tájékoztatás jogellenes.

23. A jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb mód van a teljes körű valós információk megismerésére, 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. Kiemeli a Versenytanács, egyébiránt nem várható el a fogyasztótól, hogy megkérdőjelezze a vállalkozás által közzétett tájékoztatás üzenetét.

Önmagában az a körülmény, hogy a megtévesztő tájékoztatás hatására esetleg felkeresi a fogyasztó a reklámozót további információk beszerzése végett, már kifogásolható, hiszen ennek során a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a szolgáltatás igénybevételére vagy más terméket kínálhat fel neki. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. 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.

24. Lényeges, hogy a vásárlás időpontjában nyújtott hitelkonstrukcióról a fogyasztó a reklámok révén valós tájékoztatást kapjon, tekintettel arra is, hogy a vásárlók nagy része nem bankszakember, illetve az üzletekben rendelkezésre álló azonnali hitelfelvételi lehetőségek okán is egyre elterjedtebb a kölcsönfelvétel útján való vásárlás. A versenyhelyzetben levő vállalkozással szemben fokozottan elvárható követelmény, hogy a vevőcsalगतó információk valósak és tényszerűek legyenek, s különösen fontos a fogyasztók pontos, megfelelő tájékoztatása azoknál a pénzügyi szolgáltatásra irányuló szerződéseknél, ahol a felek közötti kölcsönös bizalomnak kiemelkedő szerepe van a termék sajátosságai következtében.

25. A HSBC Zrt. által készített A4 méretű POS kommunikációs anyag arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy

- a Beneficial Áruhitel esetén a kamat kevesebb, mint havi 1%,
- a megjelölt termékek kevesebb, mint havi 1% kamattal megvásárolhatók.

26. Ez a reklám lényegesen eltér a reklámújságok által nyújtott tájékoztatásoktól. Ez utóbbiak arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy a havonta a hitel kapcsán felmerülő többletkiadás kevesebb, mint a hitelösszeg 1%-a, amely megfelel a valóságnak. Ezzel szemben a POS azt

állította, hogy a hitel kamata kevesebb, mint havi 1%, illetve a termék kevesebb, mint havi 1% kamattal megvásárolható. Ez nem felel meg a valóságnak, amint az a konstrukció hirdeténeiből megállapítható, amelyekben az éves kamat mértékeként 19,44-20,76% lett feltüntetve. Ezt az sem oldotta fel, hogy a reklámban szerepelt a THM mértéke is (21,27-22,85%), mivel az egyértelmű, közismert „kamatt” fogalmát alkalmazó állítás és a fogyasztók széles köre előtt kevésbé világos tartalommal bíró THM közlése a fogyasztót nem hozza abba a helyzetbe, hogy értelmezze a közölt kamatt és a THM kapcsolatát, azok eltéréseinek hátterét. A THM feltüntetése önmagában nem zárja ki azt, hogy egy kölcsönre vonatkozó reklámm alkalmas legyen a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására.

27. A jogsértő tájékoztatást tartalmazó reklámmot - általa is elismerten - a HSBC Zrt. készítette és helyeztette el a Euronics üzletekben, így a HSBC Zrt. versenyjogi felelőssége kétségtelenül megállapítható.

A Euronics Kft., a Bravotech Kft., az Elektro-Quality Kft. és a Vöröskő Kft. jogsértő reklámmal kapcsolatos versenyjogi felelősségét illetően a Versenytanács a rendelkezésére álló adatok alapján nem tudott állást foglalni, ehhez a versenyfelügyeleti eljárás folytatása mutatkozik szükségesnek. Mindazonáltal a Versenytanács az eljárást elhúzó további eljárási cselekmények elvégzését nem találta indokoltnak, figyelemmel arra, hogy a rendelkezésre álló iratokból, nyilatkozatokból az egyértelműen megállapítható, hogy a partnerek vizsgált tájékoztatásokkal összefüggésben fennálló felelőssége legfeljebb csak csekély mértékű, illetőleg a jelen ügyben azonosított versenyjogi probléma megoldása elsősorban a HSBC Zrt.-vel szembeni fellépés eredményeként érhető el.

28. A Versenytanács nem fogadta el a HSBC Zrt. azon védekezését, hogy a POS kommunikációs eszköz nem minősült önálló reklámmnak, az az üzletekben elhelyezett információs anyagokkal együtt képezett önálló, egységes reklámmot.

Amint az pl. a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.170/2007/6. számú ítéletében (Vj-133/2005.) kiemelte, csakis a zavartalan döntési folyamat eredményeként szülehet megfelelően tájékozott döntés. A hirdetésben megjelölt állításnak ezért kell igaznak, valósnak és a tájékozott fogyasztói döntéshez szükséges releváns információkat tartalmazónak lennie, s igazodnia a tisztességes verseny követelményeire. Vagyis a reklámm nem tartalmazhat olyan állítást, amely valótlan és alkalmas a fogyasztó döntési folyamatába való tisztességtelen beavatkozásra. A Vj-33/2005. számú ügyben hozott 2.Kf.27.048/2007/3. számú ítéletében pedig hangsúlyozta a Fővárosi Ítéltábla, a reklámmoknak önmagukban (minden további információ megismerése nélkül) kell hitelesnek, igaznak és pontosnak lenniük, illetőleg nem mentesíti a vállalkozást az, hogy amennyiben a fogyasztó a rendelkezésre álló és biztosított valamennyi tájékoztatási lehetőséget igénybe veszi, akkor a kiegészítő jellegű információ birtokában teljes képet kaphat a szolgáltatás tényleges mibenlétéről (mielőtt szerződést kötne).

A jelen esetben a POS nem a valóságnak megfelelően állította, hogy a hitel kamata kevesebb, mint havi 1%, illetve a termék kevesebb, mint havi 1% kamattal megvásárolható. Ez az állítás alkalmas volt a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. Ezen az sem változtatott, hogy a fogyasztó további információkhoz juthatott a konstrukcióval kapcsolatban, mivel a fogyasztói döntési folyamat elindítója egy nyilvánvalóan jogsértő, önálló reklámm volt. A további tájékozódás lehetőségét és körülményeit a Versenytanács a szankció körben vette figyelembe.

29. A Versenytanács megállapította, a HSBC Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2007-ben a Euronics üzletekben elhelyezett POS kommunikációs eszközökön arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a Beneficial Áruhitel

esetén a kamat kevesebb, mint havi 1%. A HSBC Zrt. magatartásával megsértette a Tpvt. 8.§-a (2) bekezdésének a) pontját.

30. A Versenytanács a jogsértés megállapítása mellett nem szabott ki bírságot a HSBC Zrt.-vel szemben, figyelemmel

- az üzletekben alkalmazott jogsértő kommunikációs anyag csekély mennyiségére (lásd a Vj-4/2008/13. számú iratot),
- arra a körülményre, hogy a fogyasztók magukban az üzletekben találkozhattak a jogsértő reklámmal, ahol lehetőségük volt azonnal további információkhoz jutni,
- a jövőbeni hasonló jogsértések megelőzéséhez valószínűsíthetően elegendő a jogsértés megállapítása.

31. A Versenytanácsnak nem állt rendelkezésére egyértelmű adat arra nézve, hogy jelenleg is alkalmazásra kerülne a jogsértő tájékoztatás, így a Versenytanács a jogsértés Tpvt. 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, hogy újabb versenyfelügyeleti eljárásra adhat alapot, ha a jogsértő magatartás ismételten tanúsításra kerül.

32. A Versenytanács a Euronics Kft., a Bravotech Kft., az Elektro-Quality Kft. és a Vöröskő Kft. vonatkozásában a versenyfelügyeleti eljárást a Tpvt. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja alapján egy külön végzésben megszüntette.

VII. Egyéb kérdések

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

34. A HSBC Zrt. úgy nyilatkozott, hogy nem kéri tárgyalás tartását, s azt a Versenytanács sem tartotta szükségesnek, ezért határozatát a Tpvt. 74.§-ának (1) bekezdése alapján tárgyaláson kívül hozta meg.

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

Budapest, 2008. június 12.