



VERSENYTANÁCS

Vj-111-114/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa

- a dr. Sz. Gy. ügyvéd (Dr. Szabó & Mater Ügyvédi Iroda) által képviselt
 - **Euro Correct Consulting Kft.** (Nyíregyháza) és
 - **Group Center Kft.** (Budapest),
- a dr. E. P. ügyvéd által képviselt **Group Saving Kft.** (Budapest), valamint
- a dr. K. T. ügyvéd (Kőhegyi Ügyvédi Iroda) által képviselt **New Face Média Kft.** (Dunakeszi)

ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott

- az Euro Correct Consulting Kft. 2008. szeptember 1. és 2009. június 1. között,
- a Group Saving Kft. 2009. március 1. és 2009. szeptember 7. között,
- a Group Center Kft. 2009. június 1. és 2009. szeptember 7. között,
- a New Face Média Kft. 2009. február 9. és 2009. szeptember 7. között.

A Versenytanács kötelezi

- az Euro Correct Consulting Kft.-t 9.300.000 Ft (Kilencmillió-háromszázezer forint),
- a Group Saving Kft.-t 8.900.000 Ft (Nyolcmillió-kilencszázezer forint),
- a Group Center Kft.-t 21.000.000 Ft (Huszonegymillió forint),
- a New Face Média Kft.-t 5.000.000 Ft (Ötmillió forint)

bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára kötelesek megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Saving Kft. ellen, hogy az eljárás alá vontak által a fogyasztói csoportok szervezése, kezelése kapcsán 2008. szeptember 1. és 2009. szeptember 7. között tanúsított magatartás alkalmas volt-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseinek a megsértésére.

Az eljárásba bevonásra került a Group Center Kft. és a New Face Média Kft..

I.

Az eljárás alá vontak

2. A 2003-ban (eredetileg Euro Credit Consulting Kft. néven) bejegyzett Euro Correct Consulting Kft. 2008. évi nettó árbevétele 342.299.000 Ft volt, s adatszolgáltatásából (Vj-111-085/2009.) ismert a 2009. évi nettó árbevétele.

Az elmúlt években a Versenytanács több eljárásban állapította meg, hogy az Euro Correct Consulting Kft. fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított (Vj-1/2005., Vj-207/2005., Vj-163/2007., Vj-115/2008.). A Vj-1/2005., a Vj-207/2005. és a Vj-163/2007. számú ügyekben hozott határozatokkal szemben benyújtott kereseteket a bíróságok elutasították.

3. A 2009-ben alapított Group Saving Kft. adatszolgáltatásából (Vj-111-091/2009.) ismert a 2009. évi nettó árbevétele. A Group Saving Kft. tagja B. P., aki korábban az Euro Correct Consulting Kft. ügyvezetője volt.

4. A 2009-ben alapított Group Center Kft. adatszolgáltatásából (Vj-111-090/2009.) ismert a 2009. évi nettó árbevétele. A Group Center Kft. egyik tagja és vezető tisztségviselője M. D., az Euro Correct Consulting Kft. egyik tagja és vezető tisztségviselője.

5. A New Face Média Kft. elsősorban hirdetésszervezési tevékenységet lát el, amely magában foglalja a reklámtervek elkészítését, a médiafelületek kedvezményes megvásárlását és a hirdetések gondozását. A 2008. évben elért nettó árbevétele 166.714.000 Ft volt. Az eljárás alá vont adatszolgáltatásából (Vj-111-083/2009.) ismert a 2009. évi nettó árbevétele. A New Face Média Kft. nemcsak a jelen eljárásban érintett más vállalkozások részére végez hirdetésszervezési tevékenységet.

II.

A fogyasztói csoport

6. A fogyasztói csoport

- egy olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulás, amely
- speciális előtakarékosági formát kombinál

- részletre történő vásárlással, és amely
- szerencseelemet is tartalmaz, s amelyet
- azzal a céllal hoznak létre, hogy meghatározott áruk (ingó vagy ingatlan dolog) tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék.

7. A csoport tagjai vállalják, hogy meghatározott ideig meghatározott összeget fizetnek be havonta. A fogyasztói csoportokban való vásárlási forma ugyanakkor a hagyományos részletvásárlástól eltérő feltételeket teremt, mivel az áruhoz jutás nem az első részlet megfizetésével egyidejűleg történik meg.

A szervező által rendszeresen megrendezett közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása következtében dől el (ez utóbbi esetben annak alapján, hogy melyik tag vállalja a legtöbb még hátra lévő részlet esedékesség előtti megfizetését), hogy a csoport résztvevői közül az adott alkalommal kik jutnak hozzá a vásárlási joghoz (kiket illet meg a kedvezményezett minőség), mely tagok számára nyílik meg a lehetősége annak, hogy megvásárolják a meghatározott ingóságot vagy ingatlant.

A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 15 év múlva) a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon (azon fogyasztók esetében, akik a futamidő leelején jutnak a vásárlási joghoz, az előtakarékossági jelleg háttérbe szorul).

8. A fogyasztói csoportok működésének lényeges tulajdonsága a szerencseelem, amely nemcsak a sorsolással, hanem az előtörlesztés vállalásának lehetőségével összefüggésben is megmutatkozik, mivel a csoporttag előtt nem ismert és általa nem befolyásolható a többi csoporttag előtörlesztés-vállalási hajlandósága, nem tudható előre, hogy a vásárlói joghoz jutáshoz hány havi törlesztőrészlet felajánlása szükséges. Az előtörlesztés-vállalás lehetősége tehát olyan helyzetbe hozza a csoporttagokat egymással szemben, hogy kedvezményezettként történő mielőbbi kiválasztásuk érdekében versenyezniük kell, ami a kevésbé fizetőképese csoporttag előre nem ismert, kiszámíthatatlan hátratorolásával járhat.

Kiemelendő, hogy ha a fogyasztó magasabb szerződéses értéket köt ki (az általa megszerezni tervezett dolog vételárát több millió forintban határozza meg), akkor több szerződéses pozícióval (több tagsággal, szerződéssel) kell rendelkeznie, s így az általa kívánt összeghez csak akkor juthat hozzá, ha mindegyik szerződéses pozícióra egyszerre sorsolják ki, vagy mindegyik csoportban ő ajánlja fel a legnagyobb törlesztőrészletet.

A fentiek egyben azt is eredményezik, hogy a fogyasztó bizonytalanságban van abban a vonatkozásban, hogy mikor jut a vásárlási joghoz való, s ezáltal a fogyasztói csoportba történő belépéskor megszerezni kívánt áruhoz.

9. A fogyasztói csoportok szervezését, működését külön jogszabály nem szabályozza.

A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 55.§-ának i) pontjában kapott felhatalmazás alapján 2001-ben elfogadásra került a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet, amely 2002. január 1-jén lépett volna hatályba. Ezt az időpontot a 325/2001. (XII. 29.) Korm. rendelet 2003. január 1-jére, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-jére

módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet hatályon kívül helyezte.

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 1999. évi CXXIV. törvény 3.§-ának a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény módosításáról szóló 2004. évi XVI. törvény által beiktatott k) pontja értelmében a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének hatásköre kiterjedt a fogyasztói csoportokról szóló külön jogszabály hatálya alá tartozó szervezetek, személyek és tevékenységek felügyeletére, azonban a törvény által hivatkozott külön jogszabály nem került elfogadásra.

A szabályozási hiányosságokra és a fogyasztói panaszok alapján is észlelt piaci anomáliára reagálva a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete átfogó vizsgálatot indított 2006-ban a fogyasztói csoportok szervezői körében. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete által lefolytatott piacfelügyeleti eljárás annak megállapítására irányult, hogy a fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozó társaságok végeznek, végeztek-e jogosulatlan pénzügyi szolgáltatási (betétgyűjtési, pénzkölcsönnyújtási) tevékenységet. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete egyes fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal 2008-ban hatósági szerződéseket kötött, amelyek kitérnek a fogyasztók tájékoztatásával kapcsolatos gyakorlatra is.

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 2007. évi CXXXV. törvény már nem tér ki a fogyasztói csoportok intézményére.

10. A fogyasztói csoportok szervezőivel történő kapcsolatfelvétel kezdeményezése reklámokon, ügynöki hálózaton keresztül valósul meg. A fogyasztói csoportok szervezését az elmúlt években jellemzően széleskörű és intenzív reklámozás kísérte. A nyomtatott sajtóban a reklámok reklámújságokban, nagyobb példányszámú ingyenes vagy jellemzően szórakoztató napilapokban, körzeti magazinokban jelentek meg, olyanokban, ahol számos termék és szolgáltatás apróhirdetése mellett hitelközvetítők vagy más pénzügyi termékek hirdetései is megtalálhatóak.

A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) célcsoportja elsődlegesen az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni, a Bar-listások, jövedelmük szerkezete nem teszi lehetővé, hogy a bankok által kért feltételeknek megfeleljenek (nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók stb.), nem rendelkeznek a hitelfelvételhez szükséges önerővel, nem rendelkeznek a jelzáloghitel felvételéhez szükséges terhelhető ingatlannal, nem tudnak kezest, adóstársat állítani stb. (erre mutatnak rá maguk a reklámok is: „Nem hitelképes?“, „Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!“).

11. A jelen eljárásban érintett fogyasztói csoportok kapcsán a fentiekén túlmenően kiemelendő, hogy

- a fogyasztó egy meghatározott havi részlet megfizetésére köteles, amely tartalmazza
 - a havi alaprészletet (a dolog vételára elosztva a csoport működési hónapjainak a számával) és
 - a szerződésben meghatározott megbízási díjat (elosztva a csoport működési hónapjainak a számával),
- a havi részleten felül a fogyasztó egyszeri regisztrációs díjat is köteles fizetni, amelynek mértéke a szerződés érték 4 %-a + ÁFA,
- a fogyasztók a szerződéskötéskor „szerződéskötéshez szükséges összeg”-ként 1-2 havi „alapdíj”-at (egy-egy iratokon: „kaució”-t) és szintén egy vagy két havi megbízási díjat kötelesek megfizetni,

- a befizetett „alapdíj”-ak képezik az adott csoport külön ügyvédi letéti számlákon elhelyezett pénzügyi alapját, s ebből kerül kifizetésre a közgyűlés során kiválasztott, vásárlói jogot elnyert ügyfelek vásárlói joga,
- a Részvételi Szabályzat értelmében ha a közös alap csak egy vásárlói jog átadására ad lehetőséget, a szervező dönti el, hogy mely módon történik a vásárlói jog átadása, sorsolás vagy előtörlesztés vállalása útján,
- ha a fogyasztó előtörlesztést vállal és a közgyűlésen hozott döntés eredményeképpen vásárlói joghoz jut, a vállalt előtörlesztést egy összegben köteles megfizetni,
- a Részvételi Szabályzat értelmében az ügyfelet a szerződés megkötését követő 30 napon belül indokolás nélküli elállási jog illeti meg, azzal, hogy
 - ha a fogyasztó az erre nyitva álló határidőn belül él elállási jogával, akkor az egyszeri regisztrációs díj 12.000 Ft-on felüli része visszatérítésre kerül a részére,
 - ha a fogyasztó a soron következő közgyűlésre vonatkozóan előtörlesztést vállal, úgy a számára nyitva álló elállási határidő a közgyűlés napjáig lerövidül,
- ha a fogyasztó a szerződés megszüntetéséről az elállásra nyitva álló határidőn túl dönt, úgy az általa befizetett összeget csak a szerződésben rögzített időtartam végén kaphatja vissza,
- a fogyasztói csoportokat szervező üzletkötők a szerződéskötés folyamán négyféle nyomtatványt adnak át a fogyasztóknak („Adatlap”, „Nyilatkozat”, „Szerződés Fogyasztói csoportban történő részvételre”, „Részvételi Szabályzat”), amelyeket a fogyasztók aláírnak. Az „Adatlap”-okon az Euro Correct Consulting Kft., majd – valószínűsíthetően 2009. március 1-jétől – a Group Center Kft. logója szerepel, a „Nyilatkozat”, „Szerződés Fogyasztói csoportban történő részvételre” és „Részvételi Szabályzat” iratokon pedig 2009. június 1-jét megelőzően az Euro Correct Consulting Kft., ezt követően pedig a Group Saving Kft. logója került elhelyezésre.

12. Az elmúlt években a Gazdasági Versenyhivatal több eljárást folytatott fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben, s több esetben állapította meg, hogy a vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak (Vj-149/2005., Vj-150/2005., Vj-183/2005., Vj-132/2009., illetve lásd a 2. pontot). A Versenytanács határozataival szemben benyújtott kereseteket a bíróságok elutasították.

III.

Az eljárás alá vontak közötti szerződések, szerepük a fogyasztói csoportok szervezésében, kezelésében

13. Az Euro Correct Consulting Kft., a Group Saving Kft., a Group Center Kft. és a New Face Média Kft. által a fogyasztói csoportokkal kapcsolatosan kifejtett tevékenység az alábbiak szerint alakult a vizsgálat alatt érintett időszakban:

- az Euro Correct Consulting Kft.
 - a 2008. szeptember 1. és 2009. március 1. közötti időszakban a fogyasztói csoportok szervezését és kezelését végezte, a fogyasztók az Euro Correct Consulting Kft. részére fizették meg a fogyasztói csoportban való részvételről szóló szerződésben szereplő egyszeri regisztrációs díjat és a havi részletben fizetett, általános forgalmi adóval növelt megbízási díjat is,

- 2009. március 1-jétől 2009. június 1-jéig a Group Saving Kft. megbízottjaként foglalkozott a fogyasztói csoportok szervezésével, s a szerződések után fizetendő egyszeri regisztrációs díjat kapta meg A megkötött szerződés értelmében a szervezői szolgáltatás magában foglalja a megbízó nevében és annak javára történő, ügyfélszerzéssel kapcsolatos tevékenységeket, így a hirdetések megjelentetését, az ügyféltájékoztatást, az ügyfélkezelést és a szerződéskötést,
- 2009 júliusától nem végez fogyasztói csoportokkal kapcsolatos tevékenységet, nem áll kapcsolatban a Group Saving Kft.-vel,
- a Group Saving Kft. 2009. március 1-jétől
 - átvette a korábban az Euro Correct Consulting Kft. által fogyasztói csoportban történő részvételre kötött szerződéseket,
 - a fogyasztói csoportok kezelése keretében működteti a fogyasztói csoportokat adminisztráló informatikai rendszert, ellátja az ügyfélszolgálati feladatokat, megszervezi a közgyűléseket, a vásárlói jog átadásokat, díjbekérőket küld az ügyfeleknek, illetve az esetleges elmaradások esetében a pénzügyi alapok védelmében jár el,
 - megbízta az Euro Correct Consulting Kft.-t a fogyasztói csoportok szervezésével, amely 2009. június 1-jéig végezte ezt a tevékenységet. Az egyszeri regisztrációs díj az Euro Correct Consulting Kft.-t, míg a havi részletben fizetett, ÁFA-val növelt megbízási díj a Group Saving Kft.-t illetve,
 - megbízta a Group Center Kft.-t a fogyasztói csoportok szervezésével, amely 2009. június 1-jétől végezte ezt a tevékenységet. Az egyszeri regisztrációs díj a Group Center Kft.-t, míg a havi részletben fizetett, ÁFA-val növelt megbízási díj a Group Saving Kft.-t illetve,
- a Group Center Kft.
 - 2009. június 1-jétől a Group Saving Kft.-vel megkötött megbízási szerződés alapján a fogyasztói csoportok szervezését végzi. A megkötött szerződés értelmében a szervezői szolgáltatás magában foglalja a megbízó nevében és annak javára történő, ügyfélszerzéssel kapcsolatos tevékenységeket, így a hirdetések megjelentetését, az ügyféltájékoztatást, az ügyfélkezelést és a szerződéskötést,
 - az egyszeri regisztrációs díjat a Group Center Kft., míg a havi részletben fizetett ÁFA-val növelt megbízási díjat a Group Saving Kft. kapja,
- a New Face Média Kft.
 - 2008. szeptember 1. és 2009. június 1. között az Euro Correct Consulting Kft.-vel megkötött hirdetésszervezési keretszerződés alapján végezte a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok kidolgozását és az Euro Correct Consulting Kft. részére történő megrendelését. A New Face Média Kft. az Euro Correct Consulting Kft.-től havi rendszeres fix díjazásban részesült, az egyéb bevételek (Vj-111-083/2009) jellege nem ismert. A New Face Média Kft. és az Euro

Correct Consulting Kft. 2008. január 24-én létrejött hirdetésszervezési keretszerződés rögzítette,

„Megbízó [Euro Correct Consulting Kft.] felhívja Szolgáltató figyelmét [New Face Média Kft.], hogy Megbízót az 1996. évi LVII. tv. fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmára vonatkozó rendelkezései megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal több ízben elmarasztalta. Figyelembe véve fenti tényt, Szolgáltató vállalja és kötelezi magát, hogy fenti jogszabályokat hirdetésszervezési tevékenysége nem sérti meg. A Szolgáltató kijelenti, hogy amennyiben tevékenységével megszegi az 1997. évi LVIII. tv. általános reklámtilalmakról és reklámkorlátozásokról szóló rendelkezéseit, illetve az 1996. évi LVII. tv. fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmára vonatkozó rendelkezéseit, az ezen tevékenységével kapcsolatban felmerülő mindennemű hátrányos következményekért helytállni tartozik, mind a Megbízóval, mind az eljáró hatóságokkal szemben,”

- 2009. június 1. után a Group Center Kft.-vel megkötött hirdetésszervezési keretszerződés alapján végezte a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok kidolgozását és a Group Center Kft. részére történő megrendelését. A hirdetésszervezési keretszerződés értelmében
 - a fix összegű megbízási díjon felül
 - további juttatásban részesül a Group Center Kft. által megkötött szerződések után, amelynek mértéke a megbízó Group Center Kft. által megkötött szerződések által a tárgyában megkötött szerződések összegének meghatározott százaléka, azzal, hogy a mérték sávosan került meghatározásra, amelynek folytán a megkötött szerződések összegének növekedése a New Face Média Kft.-t megillető díj mértékének növelését eredményezi (az Euro Correct Consulting Kft.-vel megkötött szerződés ilyen tartalmú rendelkezést a Versenytanács ismeretei szerint nem tartalmaz),
 - „a Szolgáltató kijelenti, hogy amennyiben tevékenységével megszegi az 1997. évi LVIII. tv. általános reklámtilalmakról és reklámkorlátozásokról szóló rendelkezéseit, illetve az 1996. évi LVII. tv. fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmára vonatkozó rendelkezéseit, az ezen tevékenységével kapcsolatban felmerülő mindennemű hátrányos következményekért helytállni tartozik, mind a Megbízóval, mind az eljáró hatóságokkal szemben,”
- előadása szerint a Group Center Kft.-vel kötött szerződést 2010. május 31. napjával felmondta.

14. Az Euro Correct Consulting Kft., a Group Saving Kft., a Group Center Kft. és a New Face Média Kft. tevékenységét az alábbi táblázat foglalja össze:

	2009. március 1. előtt	2009. március 1. és 2009. június 1. között	2009. június 1-jétől
Euro Correct Consulting Kft. (tag és ügyvezető 2009. január 21-től M. D.; korábbi ügyvezető: B. P.)	fogyasztói csoportok szervezése, kezelése, működtetése bevétel: szerződések után fizetendő regisztrációs díj és a havonta fizetett megbízási díj	fogyasztói csoportok szervezése a Group Saving Kft. megbízásából bevétel: egyszeri regisztrációs díj	
Group Saving Kft. (ügyvezető: B. P.)		fogyasztói csoportok kezelése, működtetése bevétel: havonta fizetett megbízási díj	fogyasztói csoportok kezelése, működtetése bevétel: havonta fizetett megbízási díj
Group Center Kft. (ügyvezető: M. D.)			fogyasztói csoportok szervezése a Group Saving Kft. megbízásából bevétel: egyszeri regisztrációs díj
New Face Média Kft.	az Euro Correct Consulting Kft.-vel megkötött hirdetésszervezési keretszerződés alapján a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok kidolgozása és az Euro Correct Consulting Kft. részére történő megrendelése bevétel: a fix összegű megbízási díj	az Euro Correct Consulting Kft.-vel megkötött hirdetésszervezési keretszerződés alapján a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok kidolgozása és az Euro Correct Consulting Kft. részére történő megrendelése bevétel: a fix összegű megbízási díj	a Group Center Kft.-vel megkötött hirdetésszervezési keretszerződés alapján végezte a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok kidolgozását és a Group Center Kft. részére történő megrendelését bevétel: a fix összegű megbízási díj és a Group Center Kft. által megkötött szerződések összegének meghatározott százalékában meghatározott, sávosan változó díj

15. Az eljárás során beszerzett adatokból ismert, hogy a Group Saving Kft.

- 15 fogyasztói csoportot kezel, összesen 3.710 kiadható pozícióval,
- 2009. március 1. és 2009. november 19. között
 - hány új szerződést kötött,
 - hány szerződést mondott fel, illetve hány szerződést mondtak fel a fogyasztók.

Az adatokból megállapíthatóan

- a 2009. március 1-jétől megkötött új szerződések száma meghaladta a 15 fogyasztói csoportban kiadható pozíciók számát,
- a felmondással érintett szerződések aránya magas.

A szerződéskötések, a fogyasztók által felmondott szerződések és a fogyasztói csoportokat kezelő által felmondott szerződések számának 2008. szeptember és 2009. február közötti alakulása alapján szintén megállapítható, hogy a felmondással érintett szerződések száma magas (lásd Vj-111-091/2009.).

IV. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

16. A jelen eljárásban vizsgált fogyasztói csoportokat szervező, kezelő, népszerűsítő tevékenységgel kapcsolatban a vizsgálatlal érintett időszakban az alábbi reklámok jelentek meg a nyomtatott sajtóban (így különösen a Blikk, a Bors és a Metropol című lapokban), illetve szórólap formájában, valamint az alábbi kommunikáció került elhelyezésére az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Saving Kft. internetes honlapján (a megjelenés részletes adatait, illetve a megjelentetés költségeit a Vj-111-074/2009. számú vizsgálati jelentés 3. számú melléklete tartalmazza, illetve lásd a Bors-ban megjelent reklámok kapcsán a Vj-111-021/2009., a Metropol-ban megjelent reklámok kapcsán a Vj-111-048/2009., a Blikk-ben megjelent reklámok kapcsán a Vj-111-065/2009. számú iratot).

17. A 2008. szeptember 1. és 2009. február 9. közötti időszakban több napi és hetilapban számos alkalommal az alábbiakat tartalmazó reklám megjelentetésére került sor az Euro Correct Consulting Kft.-vel megkötött szerződés alapján a New Face Média Kft. által:

BAJNOK AJÁNLAT!

BAR LISTÁSOKNAK ÉS NYUGDÍJASOKNAK IS!

FIX TÖRLESZTŐ RÉSZLETEK!

1 000 000 Ft akár havi 8 900 Ft-tól

2 000 000 Ft akár havi 17 800 Ft-tól

3 000 000 Ft akár havi 26 700 Ft-tól

5 000 000 Ft akár havi 44 500 Ft-tól

10 000 000 Ft akár havi 89 000 Ft-tól

CSOLLÁNY SZILVESZTER AJÁNLÁSÁVAL

HÍVJON MINKET ÉS SZÁMOLJON UTÁNA!

[cím és telefonszám]

[apró betűvel] Társaságunk pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoportok szervezésére irányul!

18. A 2009. február 10. és 2009. szeptember 7. (a jelen eljárás megindításának napja) között több napi és hetilapban számos alkalommal az alábbiakat tartalmazó reklám megjelentetésére került sor 2009. április 30-ig az Euro Correct Consulting Kft.-vel, 2009. május 1-jétől a Group Center Kft.-vel megkötött szerződés alapján a New Face Média Kft. által:

Nem hitelképes?

Nehezen teljesíthetőek a banki feltételek?

A lehetséges megoldás:

FOGYASZTÓI CSOPORT BAR-LISTÁSOKNAK ÉS NYUGDÍJASOKNAK IS!

HAVIDÍJ!

1 000 000 Ft akár havi 9 000 Ft-tól

2 000 000 Ft akár havi 18 000 Ft-tól

3 000 000 Ft akár havi 27 000 Ft-tól

5 000 000 Ft akár havi 45 000 Ft-tól

10 000 000 Ft akár havi 90 000 Ft-tól

HÍVJON MINKET ÉS SZÁMOLJON UTÁNA!

[cím és telefonszám]

[apró betűvel, a reklám fő olvasási irányához képest 90 fokkal elfordítva] Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű!

19. 2008. szeptember 1. és 2009 júniusa között az alábbi tartalmú szórólap került alkalmazásra:

1. oldal

BAJNOK AJÁNLAT!

Nehezen teljesíthetők a banki feltételek?

Van más megoldás?

Fogyasztói csoport Mindenkinék!

Lakás, Telek, Felújítás, Építés, Autó, Egyéb áruvásárlás stb.

Akár kezes és jövedelemigazolás nélkül is!

Csollány Szilveszter

Olimpiai és világbajnok ajánlásával

BAR LISTÁSOKNAK ÉS NYUGDÍJASOKNAK IS!

FIX TÖRLESZTŐ RÉSZLETEK!

Szerződött összeg	Futamidő		
	60 hónap	120 hónap	180 hónap
1.000.000 Ft	19.000 Ft	11.500 Ft	8900 Ft
2.000.000 Ft	38.000 Ft	23.000 Ft	17.800 Ft
3.000.000 Ft	57.000 Ft	34.500 Ft	26.700 Ft
5.000.000 Ft	95.000 Ft	57.500 Ft	44.500 Ft
7.000.000 Ft	133.000 Ft	80.500 Ft	62.300 Ft
10.000.000 Ft	190.000 Ft	115.000 Ft	89.000 Ft
Megbízás díj/ év	2,8%	3,8%	4%

Hívjon minket és számoljon utána!

Euro Correct Consulting Kft.

Ügyfélszolgálati irodáink: [elérhetőségek]

www.eurocc.hu

2. oldal:

ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓK

Cégünk 2003-ban alakult és kizárólag fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozik, (nem hitelintézet, nem bank, hitelt nem nyújt és semmilyen pénzügyi szolgáltatást nem végez). Jellemző ezen csoportrendszer szervező vállalkozásokra, hogy az egyes megszervezett csoportok olyan tagok összességéből állnak, akik valamely árut, szolgáltatást szeretnének megvásárolni, de a megvásárlásához szükséges összeggel nem rendelkeznek. A fogyasztói csoportok fontos jellemzője az önkéntesség, a közös érdek és az ideiglenesség. Ez alapján a fogyasztói csoportok vagy vásárlói klubok olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulási forma, amely közös érdekeltsgű személyek egyesülésén alapszik. A résztvevő tagok közös érdeke az, hogy bizonyos javakat alacsony részletfizetési összeg és viszonylag hosszú futamidő mellett szerezzenek meg. Ezen cél oly módon realizálódik, hogy a kívánt cél elérése érdekében az egyes csoportok tagjai előtakarékoságot vállalnak, vagyis a vásárláshoz szükséges összeg, illetve a kívánt árucikk átvétele előtt már hosszabb-rövidebb ideig fizetik a megállapított részletek összegét. A kívánt cél elérése úgy történik, hogy különböző megoldások mellett előtörlesztés vállalással választják ki azt a csoporttagot, amely az adott és meghatározott időpontban az árucikket vagy szolgáltatást megkapja. Ebből következően lehet olyan tag, aki az első hónapban, de lehet olyan, aki a futamidő végén jut a kívánt áruhoz. A tagoknak viszont az áruhoz való hozzájutástól függetlenül a megállapított részleteket minden esetben futamidő végéig fizetniük kell.

A vásárlói csoportban résztvevő személyek általában nem ismerik egymást, ezért szükséges egy ún. szervező, aki a felmerülő igények alapján az ügyfeleket csoportba szervezi, megbízás alapján a csoport tagjainak érdekében jár el. A kapcsolat felvétel ezen esetben a vásárlói csoport tagjaiban hirdetések vagy ügynöki hálózatokon keresztül történik. A hirdetések vagy egyéb információk alapján a vásárlási lehetőség iránt érdeklődő fogyasztók részletesebb felvilágosítást a szervező irodáiban személyesen kaphatnak. Itt a szervező alkalmazottjai a konkrét vevői szándék ismeretében részletesebb, teljes körű tájékoztatást adnak a fogyasztói

csoporthoz történő áruhoz jutás lehetőségeiről és feltételeiről. A leendő vásárlókat előzetesen tájékoztatják a fogyasztói csoport részvételi szabályzatáról. Amennyiben a tájékoztatás alapján a vevő úgy dönt, hogy tagja kíván lenni a fogyasztói csoportnak, akkor részére egy szerződést töltenek ki. Ez a szerződés a vevő személyi adatain kívül tartalmazza a fogyasztói csoportban való részvétel egyéb személyre szabott feltételeit is. A szerződéssel együtt az új tag megkapja a szervező által működtetett fogyasztói csoport részvételi szabályzatát, mely tartalmazza a működés valamennyi lényeges elemét, így a fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos tudnivalókat, a pénzügyi rendszer működését, a tagok gyűléseinek rendszerét, a szerződés módosításával kapcsolatos kérdéseket, a késedelem és a szerződés lehetetlenülésével kapcsolatos szabályokat, valamint a fogyasztói csoport megszűnésének feltételeit. A részvételi szabályzatot valamennyi tagnak alá kell írnia, amivel igazolja azt, hogy a benne foglaltakat megismerte és magára nézve kötelezőnek fogadta el. A tagnak a szerződés és a részvételi szabályzat aláírásán túl egy-egyszeri regisztrációs díjat is kell fizetnie, gyakorlatilag ezen lépések összességével válik a szervező által működtetett fogyasztói csoport tagjává. A részvételi szabályzat tartalmazza még az áruhoz vagy szolgáltatáshoz való hozzájutás feltételeit is, mely a fogyasztói csoport tagjai között közgyűlésen dől el előtörlesztés vállalással. Általánosságban elmondható, hogy a szervező által felszámított járulékos költségeket (regisztrációs díj, megbízási díj) is figyelembe véve az egyéb részletfizetési vagy hitelre történő vásárlás feltételénél ez a forma kedvezőbb lehetőséget biztosít a tagok számára. E vásárlási lehetőség mögött azonban a megszokottnál jóval bonyolultabb jogviszony húzódik meg.

FEDEZET

A vásárlói jog átadásakor a Megbízó megfelelő fedezetet köteles nyújtani a Szervező részére annak választása szerint a meg kívánt formában és mértékben. A Szervező elsősorban Magyarországi ingatlan fedezetet kér, melyre közjegyző által jelzálogjogot vagy vételi jogot jegyez be. A felajánlott ingatlan tekintetében nincs sem területi, sem összegszerű korlátozás.

BAR-LISTÁSOKNAK ÉS NYUGDÍJASOKNAK IS!

Azon ügyfeleknek is lehetőségük nyílik a vásárlásra ezen konstrukció keretein belül, akiket koruk miatt, vagy egyéb okból a pénzügyi intézetek már elutasítottak.

FORDULJON HOZZÁNK BIZALOMMAL!

Munkatársaink készséggel adnak részletes felvilágosítást nyomtatványainkon keresztül cégünk által nyújtott szolgáltatásról.

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF) fogyasztói csoportokkal kapcsolatos közleményei megtekinthetők az alábbi címen: www.pszaf.hu

20. 2009 júniusától az alábbi tartalmú szórólap került alkalmazásra:

1. oldal

Nem hitelképes?

Nehezen teljesíthetők a banki feltételek?

Van más megoldás!

Fogyasztói csoport mindenkinek.

Lakás, Telek, Felújítás, Építés, Autó, Egyéb áruvásárlás stb.

BAR LISTÁSOKNAK ÉS NYUGDÍJASOKNAK IS!

FIX HAVIDÍJ!

Szerződött összeg	Futamidő		
	60 hónap	120 hónap	180 hónap
1.000.000 Ft	19.100 Ft	11.600 Ft	9.000 Ft
2.000.000 Ft	38.200 Ft	23.200 Ft	18.000 Ft
3.000.000 Ft	57.300 Ft	34.800 Ft	27.000 Ft
5.000.000 Ft	95.000 Ft	58.000 Ft	45.000 Ft
7.000.000 Ft	133.700 Ft	81.200 Ft	63.000 Ft
10.000.000 Ft	191.000 Ft	116.000 Ft	90.000 Ft
Megbízás díj/ év	2,8%	3,8%	4%

Hívjon minket és számoljon utána!
Group Center Kft.
Ügyfélszolgálati irodáink: [elérhetőségek]

2. oldal

[azonos a 19. pontban ismertetett szórólap 2. oldalával, a következő kiegészítéssel a FEDEZET pontnál:]

Bizonyos esetekben kezes, valamint bankgarancia bevonása is szükség lehet!

21. A Euro Correct Consulting Kft. 2008. szeptember 1. és 2009. március 1. működtetett internetes honlapjának tartalma már nem elérhető, ugyanakkor ismert, hogy az Euro Correct Consulting Kft. által üzemeltetett korábbi honlap ugyanazokat az információkat és dokumentum-linkeket tartalmazta, mint a Group Saving Kft. jelenlegi honlapja (lásd a 22. pontot), azzal a különbséggel, hogy ott nem szerepelt a fedezetre vonatkozó tájékoztatás.

22. A Group Saving Kft. internetes honlapján az alábbi információk érhetőek el:

a honlapjának főoldala

Cégünk, a Group Saving Kft. kizárólag fogyasztói csoportok működtetésével foglalkozik (nem hitelintézet, nem bank, hitelt nem nyújt és semmilyen pénzügyi szolgáltatást nem végez). Jellemző ezen csoportrendszer szervező vállalkozásokra, hogy az egyes megszervezett csoportok olyan tagok összességéből állnak, akik valamely árut, szolgáltatást szeretnének megvásárolni, de a megvásárlásához szükséges összeggel nem rendelkeznek. A fogyasztói csoportok fontos jellemzője az önkéntesség, a közös érdek és az ideiglenesség.

Ez alapján a fogyasztói csoportok vagy vásárlói klubok olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulási forma, amely közös érdekeltségű személyek egyesülésén alapszik. A résztvevő tagok közös érdeke az, hogy bizonyos javakat alacsony részletfizetési összeg és viszonylag hosszú futamidő mellett szerezzék meg. Ezen cél oly módon realizálódik, hogy a kívánt cél elérése érdekében az egyes csoportok tagjai előtakarékosságot vállalnak, vagyis a vásárláshoz szükséges összeg, illetve a kívánt árucikk átvétele előtt már hosszabb rövidebb ideig fizetik a megállapított részletek összegét.

A kívánt cél elérése úgy történik, hogy különböző megoldások mellett előtörlesztés vállalással választják ki azt a csoporttagot, amely az adott és meghatározott időpontban az árucikket vagy szolgáltatást megkapja. Ebből következően lehet olyan tag, aki az első hónapban, de lehet olyan, aki a futamidő végén jut a kívánt áruhoz. A tagoknak viszont az áruhoz való hozzájutástól függetlenül a megállapított részleteket minden esetben futamidő végéig fizetniük kell. A vásárlói csoportban résztvevő személyek általában nem ismerik egymást, ezért szükséges egy ún. szervező, aki a felmerülő igények alapján az ügyfeleket csoportba szervezi, megbízás alapján a csoport tagjainak érdekében jár el.

A kapcsolat felvétel ezen esetben a vásárlói csoport tagjaiban hirdetések vagy ügynöki hálózatokon keresztül történik. A hirdetések vagy egyéb információk alapján a vásárlási lehetőség iránt érdeklődő fogyasztók részletesebb felvilágosítást a szervező irodáiban személyesen kaphatnak. Itt a szervező alkalmazottjai a konkrét vevői szándék ismeretében részletesebb, teljes körű tájékoztatást adnak a fogyasztói csoportban történő áruhoz jutás lehetőségeiről és feltételeiről. A leendő vásárlókat előzetesen tájékoztatják a fogyasztói csoport részvételi szabályzatáról. Amennyiben a tájékoztatás alapján a vevő úgy dönt, hogy tagja kíván lenni a fogyasztói csoportnak, akkor részére egy szerződést töltenek ki.

Ez a szerződés a vevő személyi adatain kívül tartalmazza a fogyasztói csoportban való részvétel egyéb személyre szabott feltételeit is. A szerződéssel együtt az új tag megkapja a szervező által működtetett fogyasztói csoport részvételi szabályzatát, mely tartalmazza a működés valamennyi lényeges elemét, így a fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos tudnivalókat, a pénzügyi rendszer működését, a tagok gyűléseinek rendszerét, a szerződés módosításával kapcsolatos kérdéseket, a késedelem és a szerződés lehetetlenülésével kapcsolatos szabályokat, valamint a fogyasztói csoport megszűnésének feltételeit. A részvételi

szabályzatot valamennyi tagnak alá kell írnia, amivel igazolja azt, hogy a benne foglaltakat megismerte és magára nézve kötelezőnek fogadta el.

A tagnak a szerződés és a részvételi szabályzat aláírásán túl egy egyszeri regisztrációs díjat is kell fizetnie, gyakorlatilag ezen lépések összességével válik a szervező által működtetett fogyasztói csoport tagjává. A részvételi szabályzat tartalmazza még az áruhoz vagy szolgáltatáshoz való hozzájutás feltételeit is, mely a fogyasztói csoport tagjai között közgyűlésen dől el előtörlesztés vállalással vagy/és sorsolással. Lényeges eleme a rendszernek, hogy az áruhoz jutás pontos időpontja előre nem meghatározható. Általánosságban elmondható, hogy a szervező által felszámított járulékos költségeket (regisztrációs díj, megbízási díj) is figyelembe véve az egyéb részletfizetési vagy hitelre történő vásárlás feltételénél ez a forma kedvezőbb lehetőséget biztosít a tagok számára. E vásárlási lehetőség mögött azonban a megszokottnál jóval bonyolultabb jogviszony húzódik meg.

FEDEZET: A vásárlói jog átadásakor a Megbízó megfelelő fedezetet köteles nyújtani a Szervező részére annak választása szerint a megkívánt formában és mértékben. A Szervező elsősorban magyarországi ingatlan fedezetet kér, melyre közjegyző által jelzálogjogot vagy vételi jogot jegyez be. Az felajánlott ingatlan tekintetében nincs sem területi, sem összegszerű korlátozás. Bizonyos esetekben kezes, valamint bankgarancia bevonása is szükség lehet!”

a honlapról továbbá megnyitható a Részvételi Szabályzat és a fogyasztói csoportokról további tájékoztatást adó Tájékoztató nyilatkozat

23. A fogyasztók a részükre kínált szolgáltatásról telefonos ügyfélszolgálat útján is tájékoztatást kaphattak. A vizsgálat során ezen tájékoztatás tartalma nem volt megállapítható.

V.

Az eljárás alá vontak előadása

24. Az eljárás alá vontak előadták,

- nem érvényesül a Gazdasági Versenyhivatal által alkalmazott eljárásban az eljárások során alapvetően elvárható ügyfél egyenlőség, a feleket és a hatóságot egyformán megillető jogok, a fegyveregyenlőség, tekintettel arra, hogy a Gazdasági Versenyhivatal az eljárást 2009. szeptember 7. napján indította, s előzetes álláspontját csak közel 8 hónap elteltével küldte meg a feleknek. Értesítésében felhívta a feleket arra, hogy 2010. május 17. napjáig alakítsák ki előzetes álláspontjukat. Tekintettel arra, hogy az értesítést és az előzetes álláspontot csak 2010. május 3. napján vették át, az előzetes álláspont kialakítására nyitva álló határidő csupán 14 nap, a Gazdasági Versenyhivatal 8 hónapjával szemben. Az anyag terjedelméből adódóan az ügyfél részére és a jogi képviselő részére adott határidő etikátlan és méltánytalan, semmi esetre sem nevezhető egyenlőnek,
- a Tpvt. 63. §-a (2) bekezdésének a) pontjára figyelemmel megállapítható, hogy az elintézési határidő 2010. február 4-én lejárt, így a Versenytanács súlyos eljárási szabálysértést követett el,
- nem fogadható el, hogy az előzetes álláspont első oldalán az szerepel, az eljárás az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Saving Kft. ellen indult, és bevonásra került a Group Center Kft. és a New Face Média Kft., míg az előzetes álláspontjában már az eljárásba be nem vontakat is marasztalja,
- az eljárás során a Gazdasági Versenyhivatal megsértette a kötelezően betartandó eljárási alapelveket [Ket. 1. §, (1)-(4) bekezdés, 2. § (1)-(2) bekezdés, 4. § (1) bekezdés, 50. § (1) bekezdés],
- a Versenytanács etikátlanul eljárva nem vette figyelembe azon bizonyítási indítványt, miszerint egy reprezentatív, független közvélemény-kutatás lenne szükséges annak

megállapításához, hogy a reklámokban használt szavak hétköznapi jelentése, a reklámok egésze mit válthat ki a hétköznapi emberekből. A Versenytanács nem rendelkezik kellő szakértelemmel az általa hozott előzetes álláspont kérdésében. Nyelvész-szakértő bevonása szükséges ahhoz, hogy melyik szó, kifejezés mit jelent és félre lehet-e érteni, megtévesztő-e. Egy szó, kifejezés, nyelvi szerkezet, tagmondat vagy mondat soha nem önmagában funkcionál, hanem beépül egy szövegösszefüggésbe, egy tágabb kommunikációs kontextusba, amely alapvetően hozzájárul a szövegértelmezéshez, így a reklámokat, az abban foglaltakat a szöveg teljes kontextusában kell értékelni,

- nem releváns az, hogy a Gazdasági Versenyhivatal korábban az Euro Correct Consulting Kft.-vel szemben eljárásokat folytatott le, tekintettel arra, hogy az a jelen esettől független, a tényállást más időszak vonatkozásában és más reklámokkal kapcsolatban kell újból feltárni, és nem a korábbi eljárásokból építkeznie,
- eljárásaik során figyelembe vették a korábbi határozatokat és bírósági döntéseket, főként érvényes ez a 2009. február 10. után megjelent hirdetésekre,
- nem várható el egy reklámtól az, hogy a fogyasztói csoport mibenlétéről részletekbe menően tájékoztassa a fogyasztókat, már csak terjedelme miatt sem. Egy reklámban részletesen, minden fontos tényezőre kitérve tájékoztatást közzétenni nem várható el,
- más szolgáltatások esetében sem kerül részletesen kifejtésre a szolgáltatások jellege, így diszkriminatív a Versenytanács azon megállapítása, hogy a fogyasztói csoportokat szervező és működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának,
- a hirdetések során betartották a jogi szabályozásban foglaltakat. A hirdetések igazak, szerepel bennük az, hogy fogyasztói csoport és nem nyújt pénzügyi szolgáltatást. Nem megtévesztők, nem tartalmaztak téves adatot, valóban fix törlesztő részletek megfizetését vállalják az ügyfelek. A reklám megtévesztőnek sem nevezhető, a „fix törlesztő részlet” mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján nem hihette azt, hogy azonnal hozzájut az összeghez,
- téves az az értelmezés, hogy a fogyasztó a reklám egésze alapján arról győződhet meg, hogy a kívánt pénzösszeghez azonnal hozzájuthat, ezt a Versenytanács semmivel sem indokolta. Egyik reklám sem kecsegtet pénzhez jutással, erre nem is utal, csupán egy más lehetőségére hívja fel a figyelmet Erre történő utalást egyáltalán nem tartalmaznak a hirdetések, sőt, azzal, hogy megnevezte a szolgáltatás jellegét („Fogyasztói csoport mindenkinek”), egyértelművé tette, hogy nem kölcsön vagy hitel nyújtásáról van szó. A reklámok minden esetben tartalmazzák azt, hogy a társaság pénzügyi szolgáltatást nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoportok szervezésére irányul. Akkor lenne megtévesztő a hirdetés, ha abban kifejezetten hitelt, kölcsönt említene. Nem valósult meg az a törvényi feltétel sem, hogy a fogyasztó a reklám alapján hozzon üzleti döntést,
- az Euro Correct Consulting Kft. által a 2008. szeptember 1. és 2009. február 9. között alkalmazott reklámok vonatkozásában nem juthat arra a következtetésre a fogyasztó, hogy azonnal hozzájuthat egy pénzösszeghez, mint a többi reklám esetében, hiszen a reklámban szerepel, hogy „társaságunk pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoport szervezésére irányul”, amely révén még ha arra a következtetésre is jutna a fogyasztó, hogy hitelről lenne szó, felhívja a fogyasztó figyelmét, hogy nem erre irányul a tevékenység,
- a célcsoport nagyon széles, így a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából vizsgálni nem lehet. Az azonban minden egyes fogyasztótól elvárható magatartás a törvény szerint is, hogy ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben elvárható figyelmességgel és körültekintéssel járjon el. Ez nem azt jelenti, hogy kételkedjen a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, hanem azt, hogy amennyiben nem tudja, mi az a fogyasztói csoport, nézzen utána és ne

azonosítsa egy teljesen más szolgáltatással. Az ésszerű fogyasztótól nem kell azt elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információk helytállóságát, különösen azért, mert a reklámokban szereplő információk mind megfelelnek a valóságnak, valótlan adatot nem tartalmaznak. Azonban az elvárható, hogy amennyiben a reklám felhívja a figyelmet arra, hogy „részletes tájékoztatásért keresse ügyfélszolgálatunkat”, vagy feltüntetésre kerül a honlap, illetve az elérhetőségek, tájékozódjon a további feltételekről. Egy ésszerű fogyasztó tisztában van azzal, a reklámnak a célja az, hogy az érdeklődést felkeltse, nem pedig az, hogy minden egyes részletre, szerződési feltételre vonatkozóan teljes körű tájékoztatást adjon. A szolgáltatás jellegét, tehát azt, hogy fogyasztói csoportról van szó, minden hirdetés tartalmazza, ezt követően egy többlépcsős folyamat eredményeként – de már korábban a honlapról letölthető Részvételi Szabályzatból – tájékozódhat az ügyfél,

- a 2009. február 10. és 2009. április 30. napjáig tartó időszakban az Euro Correct Consulting Kft. által, majd 2009. május 1. napjától 2009. szeptember 1. napjáig tartó időszakban a Group Center Kft. által közzétett reklámokban már nagybetűvel és egyértelműen szerepelt, hogy fogyasztói csoport. Sőt, itt már felhívja a figyelmet, hogy a tájékoztatás nem teljes körű és részletes tájékoztatásért keresse az ügyfélszolgálatot. Ugyanezek mondhatók el a többi hirdetésről is. Kiemelendők az általános információk. Itt teljes körű tájékoztatást kap az ügyfél. Ezt például nem hozza fel a Versenytanács az eljárás alá vontak mellett. Ez is bizonyítja az elfogultságát a Versenytanácsnak és azt, hogy nem a teljes tényállást tisztázza, csak és kizárólag azt veszi figyelembe, amit a vizsgálat alá vont terhére kíván alkalmazni,
- a jelen esetben nem lehet szó kereskedelemről, nem adásvétel történik és nem árut, terméket adnak el, így helytelen a „kereskedelmi gyakorlat” kifejezés alkalmazása,
- a Versenytanács nem a valós helyzetnek megfelelően értékeli a szolgáltatást, tekintettel arra, hogy nem veszi figyelembe, hogy
 - nem egy áruval szól a reklám, amit azért vesznek meg, mert a reklámot látják. Itt azon túlmenően többször is, mind szóban, mind írásban tájékoztatást kapnak az ügyfelek, és nem kötelesek megkötni a szerződést a reklám, vagy a tájékoztatás alapján sem,
 - nem egy esetben állapította meg a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete a próbavásárlásai során, hogy korrekt a tájékoztatás,
 - nem egy esetben állapította meg a polgári bíróság azt, hogy nem történt megtévesztés,
 - nem egy esetben állapította meg a nyomozó hatóság is azt, hogy nem történt megtévesztés, van elállási idő, 30 nap, amelyen belül következmények nélkül elállhat a szerződéstől az ügyfél,
- a fogyasztó a döntést nem a hirdetések alapján hozza meg, ez alapján csupán tájékozódik, a megfelelő tájékoztatás alapján köt szerződést, ha megköti. A reklám alapján a fogyasztó maximum felhívja a céget, és érdeklődik, itt kap egy telefonos tájékoztatást, majd ezt követően pedig személyesen jelenik meg, ahol szintén megkapja a tájékoztatást szóban és írásban egyaránt, majd csak ezt követően kerül sor a szerződéskötésre. A fogyasztói csoportra vonatkozó tájékoztatást a személyes megjelenés során megkapja az ügyfél, az eljárás alá vontak részéről minden esetben megvalósul a szerződéskötés előtt a részletes tájékoztatás, továbbá a reklámokban szerepel a fogyasztói csoportot szervező vállalkozás elérhetősége, honlapja, amelyekről további, teljes körű információanyag birtokába kerül az ügyfél. A szerződéskötést követően is elégséges idő áll rendelkezésre ahhoz, hogy a fogyasztó minden következmény nélkül elálljon a szerződéstől. Tehát objektíven és megnyugtató módon megállapítható, hogy nem áll, és nem állhat fenn a fogyasztó megtévesztése,
- az eljárás alá vontak egyetemleges felelőssége nem áll fenn,

- a Versenytanács nem közli, melyik vállalkozás milyen tevékenységével, milyen jogszabályt sértett meg, s melyik vállalkozás milyen mértékben felelős az adott magatartásért.

25. Az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Center Kft. előadta továbbá,

- a Versenytanács nem vette figyelembe, hogy az eljárás alá vontak a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletével szorosan együttműködve, az elvárásainak megfelelően működnek, illetve több alkalommal kísérelték meg az együttműködést a Gazdasági Versenyhivatallal is annak érdekében, hogy a hirdetések megfelelően, azonban az együttműködés a Gazdasági Versenyhivatal elutasító magatartása miatt nem jött létre,
- az Euro Correct Consulting Kft. ellen indított, a 2009. évben lezárt vizsgálat megállapításait tartalmazó döntését a Gazdasági Versenyhivatal csak 2010 áprilisában küldte meg a társaság részére, így az abban kifogásolt gyakorlatát a társaság nem tudta a jelen eljárásban vizsgált időszakban alkalmazni,
- mind az Euro Corrcet Consulting Kft., mind pedig a Group Center Kft. hirdetésszervezési szolgáltatásra vonatkozóan keretszerződést kötött a New Face Média Kft.-vel, mely szerződésekben (2.4. pont) kikötésre kerültek az alábbiak: „A Szolgáltató (New Face Média Kft.) kijelenti, hogy amennyiben tevékenységével megszegi az 1997. évi LVIII. tv. általános reklámtilalmakról és reklámkorlátozásokról szóló rendelkezéseit, illetve az 1996. évi LVII. tv. fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmára vonatkozó rendelkezéseit, és ezen tevékenységével kapcsolatban felmerülő mindennemű hátrányos következményekért helytállni tartozik, mind a Megbízóval (Euro Corrcet Consulting Kft., Group Center Kft.), mind az eljáró hatóságokkal szemben. Nem felelősek tehát a Szolgáltató által megjelentetett reklámokért, a felelősség őket ezért nem terheli. A vizsgált magatartásért tehát a New Face Média Kft.-t terheli a felelősség,
- az Euro Correct Consulting 2008. szeptember 1. és 2009. február 9. közötti időszakban megjelentett reklámja nem lehet megtévesztő, mert valós az az állítás, hogy BAR-listás és nyugdíjas is hozzájuthat. Az értékhatár megjelölés is megfelelő, nem megtévesztő, a felhívásban szerepel, hogy „hívjon minket”, tehát nem azonnal kell dönten. Továbbá felhívja a fogyasztót arra, hogy „számoljon utána”. Azt is egyértelműen szerepelteti, hogy fogyasztói csoportról van szó, s nem hitelnyújtás és nem pénzügyi tevékenység. Nem értékelhető a reklámozó terhére az, hogy egy-egy hosszabb mondat apró betűvel került közzétételre, ennek nyilvánvalóan a helytakarékosság volt az oka,
- méltánytalan lenne a vállalkozás terhére értékelte azt, hogy a reklámokat folyamatosan közzétette, tekintettel arra, hogy törvény adta joguk van a vállalkozásoknak arra, hogy reklámozzanak,
- bírság körében kérték annak figyelembe vételét, hogy
 - a fogyasztók a szerződés megkötését megelőzően megismerkedhetnek a fogyasztói csoportban történő részvétel összes feltételével, tekintettel arra, hogy egy többlépcsős folyamatról van szó, nem csupán egy hirdetés alapján köt szerződés az ügyfél,
 - a Gazdasági Versenyhivatal korábbi megállapításainak megfelelően változtattak reklámozási gyakorlatukon,
 - a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletével az Euro Correct Consulting Kft. hatósági szerződést kötött, amelyben vállalásokat tett a fogyasztók érdekében (a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete az ennek teljesülésének utóvizsgálatára indított célvizsgálatát 2010. január 27-én kelt határozatával intézkedés nélkül lezárta, és megállapította, hogy a hatósági szerződésben vállalt kötelezéseket a vállalkozás a gyakorlatban végrehajtotta),

- a szerződés megkötését megelőzően egy külön tájékoztatóban hívják fel az ügyfelek figyelmét a fogyasztói csoportok hátrányaira,
- az Euro Correct Consulting Kft. már korábban is több alkalommal törekedett a Gazdasági Versenyhivatallal történő folyamatos együttműködésre, több alkalommal kérte állásfoglalását a használt/használni kívánt hirdetésekkel kapcsolatban, azonban a Gazdasági Versenyhivatal az együttműködéstől kategorikusan elzárkózott,
- a Group Center Kft. együttműködési hajlandóságát mutatja az is, hogy felajánlotta egy közvélemény-kutatás elkészítését is, ami gyakorlatilag a Versenytanács munkáját könnyítette volna meg, és objektív megállapítás születhetett volna, azonban ezen kezdeményezésétől is kategorikusan elzárkózott a Versenytanács,
- a bírósági peres eljárások során, megtévesztésre történő hivatkozások esetén az Euro Correct Consulting Kft. folyamatosan megnyerte a pereket, tekintettel arra, hogy az ítéletek szerint a szerződéskötések előtti tájékoztatások teljes körűek voltak, a szerződéses feltételek teljes ismeretében, önállóan írták alá az ügyfelek a szerződéseket, így megtévesztésre történő hivatkozásuk alaptalan.

26. A Group Saving Kft. előadta,

- semmi köze sincs a reklámtevékenységhez, kizárólag a fogyasztói csoportok kezelését végzi. A Euro Correct Consulting Kft.-vel és a Group Center Kft.-vel kötött megbízási szerződéseiben megbízást adott ezen cégek részére, hogy ügyfélszerzéssel kapcsolatos tevékenységeket nyújtsanak, melybe beletartozik a hirdetések megjelenítése, ügyféltájékoztatás is. A megbízási szerződések 2.4. pontja részletezi, hogy az ügyfélszerzés körébe milyen feladatok tartoznak (a vásárlói csoportokba ügyfeleket keressen üzleti kapcsolatain keresztül és egyéb módon. Amennyiben marketingkommunikációs eszközöket alkalmaz, úgy köteles azok tartalmát a hatályos irányadó jogszabályok betartása és figyelembevétele mellett kialakítani, illetve az ügyfelek megfelelő, részletes tájékoztatása a Megbízó szerződési feltételeiről). A kifogásolt magatartással kapcsolatban a Group Saving Kft.-t felelősség nem terheli, nem adott le a reklámok megjelenésére, tartalmára vonatkozóan a Megbízottak felé semmilyen utasítást,
- nem fűződött érdeke a reklámokhoz, a fogyasztói csoportok kezelését végzi, a szervezését nem, számára a kezelt alap nagysága, mennyisége nem releváns, így ahhoz sem fűződhet érdeke, hogy megtévesztő reklámok közzétételére tegyen utasítást. Az ügyfélszerzés körébe tartozó feladatok tekintetében megbízottat vett igénybe, akik ennek elvégzését vállalták és ellátták,
- ugyan közvetlenül jut bevételhez a havidíjakban lévő megbízási díjból, de ügyfélszerzéssel nem foglalkozik, hirdetést nem jelentet meg, a megjelent hirdetéseket nem ismeri, nem hagyja jóvá, és nem szól bele azok kialakításába. Nem felel meg a Fttv. 9. §-ának (1) bekezdésében foglaltaknak, tekintettel arra, hogy a kötött szerződések minél nagyobb száma közvetlenül nem áll érdekében, számára irreleváns, mekkora alapot kezel,
- a megbízási szerződésekben, a záró rendelkezések között a felek az alábbiakban állapodtak meg: a Megbízott tudomásul veszi, hogy a Megbízónak okozott károkért teljes felelősséggel tartozik. A Megbízó mentesül az olyan károk kifizetése alól, amely a Megbízott gondatlan vagy szándékos cselekedetéből, különösen megtévesztésből keletkezik, vagy az ügyfelek nem szakszerű közvetítéséből származik. Az így felmerülő károkért a Megbízott felel, és azokat köteles megtéríteni. Megbízott kijelenti, hogy a Megbízó nevében az általa kötött szerződésekből eredő esetleges anyagi illetve erkölcsi károkért minden felelősség Megbízottat terheli,

- a bírság körében kérte annak figyelembe vételét, hogy
 - a fogyasztók a szerződés megkötését megelőzően megismerkedhetnek a fogyasztói csoportban történő részvétel összes feltételével, tekintettel arra, hogy egy többlépcsős folyamatról van szó, nem csupán egy hirdetés alapján köt szerződés az ügyfél,
 - a szerződés megkötését megelőzően egy külön tájékoztatóban hívja fel az ügyfelek figyelmét a fogyasztói csoportok hátrányaira,
 - az Euro Correct Consulting Kft. szerződéseinek az átvételét, és az egész rendszer kiépítését a hatóságokkal, különösen a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletével együttműködve alakította ki,
 - az ügyfélszerzéssel kapcsolatos feladatokat megbízottak útján végezte, azokra ráhatása, beleszólása nem volt,
 - az eljárás során végig együttműködést tanúsított a Gazdasági Versenyhivatallal,
 - más, szintén fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozó vállalkozások által közzétett hirdetések, reklámok ugyanilyen tartalommal és formában jelennek meg, és ellenük eljárás nincs folyamatban, vagy legalábbis nem ennyire nyilvános,
 - 2007-ben létrejött a Fogyasztói Csoportok Egyesülete, amelynek fő alapítója és elnöke Bognár Péter. Az egyesület létrehozásának az volt a célja, hogy előmozdítsa a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos jogszabályalkotást, javaslatokat tegyen annak érdekében, hogy egyértelműen szabályozott legyen ez a fajta tevékenység, és ezáltal a fogyasztói csoportban részt vevők is tisztában legyenek a törvényi feltételekkel. A Fogyasztói Csoportok Egyesülete 2010 májusának végén egy tájékoztatási kampányt kezdett el különböző médiákban, tájékoztatást adva a fogyasztók számára a fogyasztói csoportok ismérveit illetően, amelynek alátámasztására becsatolta a Bors című lap 2010. május 25-i számát. A tájékoztatások megjelenését azon újságokban tervezik, ahol a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos hirdetések megjelennek, tehát a Metropol, a Bors, a Blikk című lapokban. 2010 júniusának végén egy további intenzív tájékoztatási kampány van tervbe véve. A költségek egy részét a Group Saving Kft. viseli. A Fogyasztói Csoportok Egyesülete által működtetett honlapokon minden lényeges információ a fogyasztók rendelkezésére áll a fogyasztói csoportokkal kapcsolatban,
 - 2010. április 15-én a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete a Group Saving Kft.-nél próbavásárlást tartott, amely alapján megállapította, hogy a tájékoztatási gyakorlat az elmondottaknak és a jogszabályoknak megfelelnek.

27. A New Face Média előadta,

- 2008. szeptember 1. és 2009. április 30. között az Euro Credit Consulting Kft.-vel (névváltozás folytán: Euro Correct Consulting Kft.) kötött keretszerződés alapján végzett hirdetésszervezési szolgáltatást, amely magában foglalja a reklámtervek elkészítését, a médiafelületek kedvezményes megvásárlását és a hirdetések gondozását. Ebben az időszakban csak nyomtatott sajtótermékekben, illetve szórólapokon népszerűsítette a New Face Média Kft. az Euro Correct Consulting Kft.-t. Ebben az időszakban kétféle hirdetés megjelentetésére került sor, tekintettel arra, hogy az Euro Correct Consulting Kft. 2009. február 5-én ismertette a New Face Média Kft.-vel, hogy a Versenytanács a korábbi „Csollány Szilveszteres reklám” bizonyos tartalmi elemeit kifogásolta és ezért elmarasztalta az Euro Correct Consulting Kft.-t. Ennek következtében 2009. február 9-től a kifogásolt elemeket a New Face Média Kft. lecserélte és új hirdetést jelentetett meg,

- 2009. május 1. napjától kezdődően a vizsgálat megindításáig a Group Center Kft.-vel megkötött hirdetésszervezési keretszerződés alapján végezte tevékenységét,
- minden esetben a megbízó utasításai szerint járt el, minden esetben forma, alak módosítás nélkül tette közzé a megbízó által átküldött hirdetésmintákat. „Hozott anyagból” dolgozik, a megbízó érdekeinek megfelelően jár el, nem változtat a megbízók által szolgáltatott anyagokon,
- a hirdetések minden esetben az Euro Correct Consulting Kft.-től, valamint a Group Center Kft.-től kapta meg a New Face Média Kft. megjelenésre előkészítve, amit továbbított az újságoknak megjelentetésre. A kész anyagot visszakapta az újságtól, amelyet továbbított az Euro Correct Consulting Kft., illetve a Group Center Kft. részére végső jóváhagyás céljából. A hirdetések csak és kizárólag ezt követően kerülhettek megjelentetésre,
- amit a New Face Média Kft. meghatározott, az csak a színek, grafika (pl. Csollány Szilveszter, STOP tábla), valamint a megjelenés helyei (címlap, belső oldal, hátoldal), továbbá a megjelenítések időbelisége. Azonban a végső hirdetési formát csak a jóváhagyást követően jelentette meg. A hirdetések és a szórólapok mindig előre leadott szöveg alapján készültek, abba beleszólása nem volt,
- feladatai a következők: hirdetés megtervezése grafikailag, valamint külalak tekintetében; méret, havi darabszám megtervezése; újságban történő megjelentetés a lehető legjobb áron; szórólap grafikájának megtervezése; szórólap elkészítése, terjesztése,
- ha a Versenytanács marasztalni kívánja, akkor ezt kell tennie a hirdetések megjelenítő újságok esetében is, tekintettel arra, hogy mind a két esetben közvetítésről van szó, az újságok ugyanúgy konkrét megrendelést teljesítenek, mint a New Face Média Kft., így amennyiben a New Face Média Kft. felelőssége megállapítható, úgy az újságok marasztalása is szükségessé válik. Ennek elmaradása diszkrimináló tényezőként értékelhető,
- a megrendelésekről és a végső jóváhagyásokról írásbeli dokumentációval rendelkezik,
- a hirdetési szerződést a Group Center Kft.-vel 2010. május 31. napjával felmondta,
- tekintettel arra, hogy keretszerződése révén a hirdetések közzétevő újságok listaárához képest jelentős kedvezményekre jogosult, mely kedvezményeket egy az egyben átengedte a Group Center Kft.-nek, így a hirdetések haszna nem keletkezett, bevétele tehát a fix díj és az össz-szerződéskötések után havonta járó jutalék (ismertette, hogy vizsgált időszak alatt milyen bevételei keletkeztek más eljárás alá vontaktól).

28. Az eljárás alá vontak kérték

- elsődlegesen az eljárás megszüntetését,
- másodlagosan az esetleges bírság összegének meghatározása során az általuk hivatkozott körülmények figyelembe vételét.

VI. Jogi háttér

29. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén

valószínűleg meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának

- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
- c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában *áru* minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
- d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
- h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
- b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,
- c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.

Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.

Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvénynek (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

30. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. 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 (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. 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 fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII.

A Versenytanács döntése

31. A Gazdasági Versenyhivatal által az Euro Correct Consulting Kft.-vel szemben korábban lefolytatott eljárásokban (lásd a 2. pontot) megszületett határozatok bírósági felülvizsgálata során hozott ítéletekben a bíróságok világos, egyértelmű megállapításokat tettek a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő vállalkozások kereskedelmi kommunikációival

összefüggésben (a Vj-1/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.673/2005/5. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.707/2006/7. számú ítéletét; a Vj-207/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 11.K. 33.078/2006/10. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.124/2007/6. számú ítéletét; a Vj-163/2007. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 2.K.33. 174/2008/7. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.097/2009/5. számú ítéletét). A bíróságok ugyancsak egyértelmű iránymutatást adtak a más vállalkozásokkal szemben lefolytatott eljárásokban (lásd a 12. pontot) meghozott határozatok felülvizsgálata során (a Vj-149/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.275/2006/7. számú ítéletét; a Vj-150/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.843/2006/6. számú ítéletét; a Vj-183/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.243/2006/9. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.223/228. számú ítéletét).

Az ítéletekben foglaltak alapján a Versenytanács az alábbiakat emeli ki:

- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, valós képet adjon a szolgáltatásról. Jogilag tilalmazott, hogy a kereskedelmi kommunikáció (így pl. a reklám) akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti,
- ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor annak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóságghú módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a vállalkozásé a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. A reklámot alkalmazó vállalkozásnak mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson, ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra,
- minden olyan reklámmal szemben, amely bármi módon a pénzhez jutás ígéretével kecsegtet, egy magasabb elvárhatósági szint fogalmazódik meg a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt. Ezen esetekben a hitelesség, a pontosság kiemelkedő szerepet kap,
- a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,
- a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására belső hitelezéssel (a tagok befizetéseiből) kerül sor,
 - a szerencseelem léte,
 - az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,
- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő

tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 15 év) után juthat a kívánt termékhez,

- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható,
- a reklám jogsértő jellegét nem szünteti meg, hogy abban közzétételre kerülnek olyan kitételek, mint például „Nem kap hitelt?”, „Nehezen teljesíthető banki feltételek”, „Van más megoldás”, mivel a fogyasztó a reklám egésze alapján arról győződhetett meg, hogy a kívánt pénzösszeghez azonnal hozzájuthat,
- a fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának,
- a fogyasztói csoportok tevékenységét jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás,
- a reklámok címzettjei az átlagos fogyasztótól eltérő hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett rászoruló fogyasztók (BAR-listások, nyugdíjasok stb.), akik az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztóhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közzélése,
- nem megalapozott az a védekezés, hogy a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kell vizsgálni, a kapcsolatfelvételt követően a fogyasztók, ügyfelek teljes körű tájékoztatást kapnak, mivel
 - nemcsak a teljes információs folyamat végeredményének, hanem annak minden elemének, és különösen a reklámnak is korrektnek kell lennie,
 - a reklám közzétételével megvalósult a jogsértés,
 - a reklám célja nem csupán információátadás, hanem ezen túlmenően egy adott termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelése, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítása,
 - a reklám megtévesztő jellegét attól függetlenül kell vizsgálni, hogy az azt közzétevő vállalkozás más jogszabály [pl. a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény 205.§-ának (3) bekezdése, illetve 205/B.§-ának (2) bekezdése] alapján egyébként milyen módon köteles a vele (adott esetben éppen egy sikeres reklámkampány hatására) szerződni kívánó fogyasztókat tájékoztatni a megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről. A reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére, vagyis ha a vállalkozás a külön jogszabályokban foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz,
 - ha a védekezés elfogadást nyerne, az azt is eredményezhetné, hogy amennyiben egy termékről vagy szolgáltatásról telefonos vagy személyes megbeszélés során pontos tájékoztatás kapható, akkor az azt megelőző reklámban bármi következmények nélkül állítható lenne.

Eljárás alá vontak előadására figyelemmel a Versenytanács kiemeli, a bírói (és a versenytanácsi) gyakorlat egyértelmű, világos iránymutatást ad a fogyasztói csoportok szervezésével, kezelésével foglalkozó vállalkozások számára az általuk alkalmazott reklámokat illetően – amely iránymutatásokat az eljárás alá vontak figyelmen kívül hagytak.

32. A jelen eljárásban vizsgált kommunikációs eszközökkel megcélzott, illetve elért fogyasztók vonatkozásában két fogyasztói kör határozható meg:

- az elsődlegesen érintett fogyasztói kör azon, a kommunikációs eszközökben külön, hangsúlyosan is megnevezett fogyasztókból áll, akik a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülnek, abból kirekesztettek (BAR-listások, nyugdíjasok stb.). Ezek a fogyasztók az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztóhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Amint azt a bírói gyakorlat aláhúzza (lásd a 31. pontot), az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közzlése. Megjegyzendő, hogy a Központi Hitelinformációs Rendszert (a továbbiakban: KHR, ismertebb nevén: BAR-lista) működtető Bisz Zrt. honlapján szereplő információk szerint 2008 decemberében több mint 130.000-rel nőtt a KHR lista lakossági alrendszerében nyilvántartott természetes személyek száma a 2007. decemberi adatokhoz képest. A 2009 decemberében a listán szereplő természetes személyek száma ugyanakkor már több mint 170.000 fővel magasabb az előző év azonos időszakához viszonyítva. A pénzügyi válság kezdete óta tehát egyre több olyan személy van, aki felkerült a BAR-listára, s így bankoktól, hitelintézetektől, illetve pénzügyi vállalkozásoktól további hitelre nem számíthatnak,
- a kommunikációs eszközök az elsődleges fogyasztói kör mellett ezen körbe nem tartozó fogyasztókat is megcélzottak, illetve elértek, irányukban is pénzügyi megoldást kínálva.

33. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

A reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékozódási folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak, s a fogyasztó - számára költségmentes módon - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.

A honlapon közzétett tájékoztatás és a szórólap megítélése

34. A Versenytanács megállapította, hogy a vizsgálatlal érintett

- szórólapok (19. és 20. pont) és
- internetes honlapok (22. és 23. pont)

tájékoztatást adtak a szolgáltatás valódi tartalmának leglényegesebb elemeiről, a fogyasztói csoportok működésének egyes sajátosságairól, így ezen kereskedelmi kommunikációk jogsértő jellegét a Versenytanács a jelen eljárás tárgyát meghatározó ügyindító végzés szabta keretek között nem látta megállapíthatónak.

35. Ettől eltérő következtetésre jutott a Versenytanács a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal (17. és 18. pont) kapcsolatban.

A nyomtatott sajtóban közzétett reklámok szerepe a fogyasztói döntési folyamatban

36. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, már kifogásolható, hiszen ennek során a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat.

Megalapozatlan az eljárás alá vontak azon előadása, hogy a reklámoktól nem várható el egy részletkebe menő tájékoztatás. A következetes bírói gyakorlat kapcsán a Versenytanács már korábban is aláhúzta, minden vállalkozással szemben alapvető követelmény, hogy az adott áru kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, valós képet adjon a szolgáltatásról. Jogilag tilalmazott, hogy a kereskedelmi kommunikáció (így pl. a reklám) akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti.

37. A fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának, s a fogyasztói magatartást jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás. A nyomtatott sajtóban megjelent, a jelen eljárásban vizsgált reklámok kétségkívül alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, amelyet önmagában az a tény is igazol, hogy folyamatosan szükségesnek ítélték a reklámok közzétételét, hiszen a leendő ügyfelei számára ez jelenti a kapcsolatfelvétel alapját.

38. Kiemelendő továbbá, hogy a reklámokban használt „BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is” szlogennek fontos figyelemfelkeltő hatása van, ráirányítja a hirdetésre azon kiszolgáltatót fogyasztói csoportok figyelmét, akik a szolgáltatás elsődleges célcsoportját jelentik.

A nyomtatott sajtóban közzétett reklámok üzenete és megtévesztésre alkalmassága

39. Miközben

- a korábbi bírósági ítéletekből és versenytanácsi határozatokból megállapíthatóan a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására belső hitelezéssel (a tagok befizetéseiből) kerül sor,
 - a szerencselem léte,

- az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,
- a korábbi döntések alapján megállapítható, hogy
 - a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
 - az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 15 év) után juthat a kívánt termékhez,
 - jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható,

a jelen eljárásban vizsgált, nyomtatott sajtóban megjelent reklámok ezeknek a követelményeknek nem tettek eleget, hiszen

- a fogyasztó részére kínált összeg mértékére, a futamidőre és a havi törlesztő részletre utaló reklámok elolvasásakor a fogyasztó az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján, a reklám összhatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza,
- a reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet, hogy a kívánt dologhoz sorsolás útján vagy előtörlesztés-vállalással (a szerencseelem által befolyásoltan), esetleg 5-10-15 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire (egyfajta belső hitelezésre) van szükség.

40. A Versenytanács osztja az eljárás alá vontak azon előadását, hogy egy szó, kifejezés, nyelvi szerkezet, tagmondat vagy mondat soha nem önmagában funkcionál, hanem beépül egy szövegösszefüggésbe, egy tágabb kommunikációs kontextusba, amely alapvetően hozzájárul a szövegértelem egészéhez, így a reklámokat, az abban foglaltakat a szöveg teljes kontextusában kell értékelni. A jelen esetben a reklám összhatása az volt, hogy – amint arra a Versenytanács fentebb rámutatott – a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza.

41. A reklámokat nem fosztotta meg jogsértő jellegétől, hogy

- a 2008. szeptember 1. és 2009. február 9. között alkalmazott reklám esetén apró betűvel szerepelt annak közlése, „társaságunk pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoport szervezésére irányul,”
- a 2009. február 10-től alkalmazott reklámban szerepelt a „fogyasztói csoport” kitétel szerepeltetése, illetve annak apró betűvel, a reklám fő olvasási irányához képest 90 fokkal elfordítva való szerepeltetése, hogy „kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű!”.

A Versenytanács már a Vj-163/2007. számú ügyben hozott (a bíróságok által megerősített) határozatában is megállapította, a „fogyasztói csoport mindenkinek” szlogen nem alkalmas a reklám fő üzenetének a módosítására, a fogyasztók tényleges tájékoztatására a szolgáltatás valódi tartalmáról, hiszen a kifejezés nem utalt megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás és

konstrukció mivoltára. Önmagában tehát a fentiek reklámban való szerepeltetése nem változtat azon, hogy a fogyasztó a reklám egésze alapján nem kapott reális tájékoztatást a szolgáltatás tényleges természetéről.

42. A Versenytanács kiemeli továbbá, ha a fogyasztó a számára kedvező kimenetelű sorsolás hiányában előtörlesztés vállalása révén jut vásárlási joghoz, akkor esetében a reklámozott és a szerződésben meghatározott összegnél alacsonyabb mértékű juttatásban részesül.

43. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére.

44. A Versenytanács – visszautalva a 31. pontban kifejtettekre is - nem osztotta az eljárás alá vontak arra irányuló előadásait, hogy a tájékoztatási folyamat egésze azt eredményezte, nem valósult meg a fogyasztók megtévesztése.

A fogyasztók felé irányuló kereskedelmi kommunikáció problematikus voltára mutat a fogyasztói csoportból kilépett, illetve kizárt fogyasztók jelentős aránya, amelyet igazol az a körülmény, hogy

- a Group Saving Kft. által 2009. március 1. és november 19. között megkötött új szerződések száma meghaladja az általa kezelt fogyasztói csoportokban kiadható pozíciók számát (Vj-111-030/2009.),
- a Vj-111-091/2009. számú iratból megállapíthatóan a 2008. szeptember és a 2009. szeptember közötti időszakban (13 hónap)
 - a fogyasztók által felmondott pozíciók száma az összes kiadható pozíció 36,4%-át tette ki,
 - a fogyasztói csoportot működtető vállalkozás által felmondott pozíciók száma az összes kiadható pozíció 41,7%-át tette ki, azaz
 - 13 hónap alatt az összes kiadható pozíció 78,1%-a került valamelyik fél által felmondásra,
- a Vj-111-037/2009. számú iratból az is ismert, hogy 2009 áprilisában hány új, valamely fogyasztói csoport pozíciójára vonatkozó szerződés került megkötésre. Ebben az egyetlen egy hónapban a csoportokban kiadható pozíciók kb. 10%-át kitevő új szerződés került megkötésre, azzal, hogy pl. a 6B csoport esetén ezen egyetlen hónap alatt a pozíciók 22,5%-ára, a 6M csoport esetén a pozíciók 20%-ára kötöttek szerződést.

Az új szerződések magas aránya egyben a kilépők, illetőleg a kizártak magas arányát is jelzi, amely – amint azt a fentiekben már rögzítette a Versenytanács – a kereskedelmi gyakorlat, a tájékoztatási folyamat egészének problematikuságára utal.

Az eljárás alá vontak felelőssége a megtévesztésre alkalmas kereskedelmi gyakorlatért

45. Az Fttv. 9. §-a értelmében

- a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, abban az esetben is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára,

- a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért a vállalkozással egyetemlegesen felel, aki
 - a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, vagy
 - önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy
 - ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt,
 kivéve, ha a jogsértés a vállalkozás utasításának végrehajtásából ered.

A Versenytanács megállapította, mind a négy eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható a vizsgált, nyomtatott sajtóban megjelent reklámok jogsértő jellege kapcsán, az alábbiak szerint.

46. Az Euro Correct Consulting Kft.

- a vizsgálattal érintett időszak elejétől 2009. június 1-jéig közvetlenül részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből (lásd a 13. és a 14. pontot),
- közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése.

Az Euro Correct Consulting Kft. Fttv. megsértéséért fennálló felelősségét nem szünteti meg a New Face Média Kft.-vel létrejött szerződésének általa hivatkozott 2.4. pontja, amely a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény és a Tptv. rendelkezéseinek megsértésért való felelőséget oly módon igyekszik telepíteni, hogy hivatkozási alapul szolgálhasson az Euro Correct Consulting Kft. felelősségének hiányával történő érvelés során. A megállapodás egyes rendelkezései legfeljebb a felek egymás közti viszonyában kerülhetnek alkalmazásra, azonban az Fttv. rendelkezéseinek alkalmazása körében jelentőséggel nem bírnak.

47. A Group Saving Kft.

- 2009. március 1-jétől a vizsgálattal érintett időszak végéig közvetlenül részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből,
- közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése.

A Group Saving Kft. előadására tekintettel a Versenytanács aláhúzza, az Fttv. 9. §-ának (2) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. Ebből fakadóan alaptalan az az érvelés, hogy az Fttv. 9. §-a alapján nem állapítható meg a Group Saving Kft. felelőssége, mert annak semmi köze sincs a reklámtevékenységhez, az Euro Correct Consulting Kft.-vel és a Group Center Kft.-vel kötött megbízási szerződéseiben megbízást adott ezen eljárás alá vontak részére, hogy ügyfélszerzéssel kapcsolatos tevékenységeket nyújtsanak, melybe beletartozik a hirdetések megjelenítése, ügyféltájékoztatás is, s a kifogásolt magatartással kapcsolatban a Group Saving Kft.-t felelősség nem terheli.

48. A Group Center Kft.

- 2009. június 1-jétől a vizsgálattal érintett időszak végéig közvetlenül részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből (lásd a 13. és a 14. pontot),

- közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése.

A Group Center Kft. Fttv. megsértéséért fennálló felelősségét nem szünteti meg a New Face Média Kft.-vel létrejött szerződésének általa hivatkozott 2.4. pontja, amely a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény és a Tpv. rendelkezéseinek megsértésért való felelősséget oly módon igyekszik telepíteni, hogy hivatkozási alapul szolgálhasson a Group Center Kft. felelősségének hiányával történő érvelés során. A megállapodás egyes rendelkezései legfeljebb a felek egymás közti viszonyában kerülhetnek alkalmazásra, azonban az Fttv. rendelkezéseinek alkalmazása körében jelentőséggel nem bírnak.

Megjegyzi továbbá a Versenytanács, a Group Center Kft. és a New Face Média Kft. közötti megállapodás létrejöttének időpontjában a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény már nem volt hatályban, illetőleg a jelen eljárás kapcsán nem a Tpv. III. fejezete, hanem az Fttv. bír jelentőséggel, s ez utóbbiról a megállapodás nem is tesz említést.

49. A Versenytanács a New Face Média Kft. Fttv. szerinti felelőségét is megállapította:

- a 2009. február 9. előtti időszak vonatkozásában az Fttv. 9. §-a szerinti felelőség megállapításához szükséges feltételek teljesülése nem nyert bizonyítást,
- a 2009. február 9. és június 1. közötti időszak kapcsán
 - maga a New Face Média Kft. adta elő, az Euro Correct Consulting Kft. 2009. február 5-én ismertette vele, hogy a Versenytanács a korábbi „Csollány Szilveszteres reklám” bizonyos tartalmi elemeit kifogásolta és ezért elmarasztalta az Euro Correct Consulting Kft.-t. Ennek következtében a New Face Média Kft. a kifogásolt elemeket lecserélte és 2009. február 9-től kezdődően új reklámot jelentetett meg. A nyilatkozatból megállapíthatóan a 2009. február 9-től megjelentetett reklámok jogsértő jellege nem az Euro Correct Consulting Kft. utasításának mechanikus végrehajtásából ered, ezt alátámasztó bizonyítékot a New Face Média Kft. nem is terjesztett elő,
 - a New Face Média Kft. esetében a szakmai gondosság követelménye azt követelte volna meg, hogy az Euro Correct Consulting Kft. 2009. február 5-i tájékoztatását követően, a reklámokkal szemben megfogalmazott aggályok létének ismeretében kellő körültekintéssel, a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámokkal szembeni elvárásokat megismerve járjon el,
 - a 2009. február 9. és június 1. közötti időszak vonatkozásában az Euro Correct Consulting Kft. és a New Face Média Kft. egyetemleges felelősége áll fenn az Fttv. 9. §-ának (3) bekezdése alapján,
 - a New Face Média Kft. a 2009. február 5-i tájékoztatás után nem egy egyszerű reklámszolgáltatóként járt el, hanem a vizsgált kereskedelmi gyakorlat kapcsán az eljárás alá vontak nyilatkozataiból megállapíthatóan önálló, független magatartást tanúsított. Semmivel sem támasztotta alá azon állítását, hogy kizárólag utasítások alapján járt el, mozgástere nem volt a reklámok révén megvalósuló kereskedelmi gyakorlat tanúsítása során. Ez a mozgástér az Euro Correct Consulting Kft. tájékoztatása, illetve a szakmai gondosság szerinti eljárás követelménye által legalább 2009. február 5-től adott volt számára, amellyel azonban a New Face Média Kft. oly módon élt, hogy a fogyasztók ezt követően is megtévesztésre alkalmas kereskedelmi kommunikációkkal találkoztak,
- 2009. június 1-jétől a New Face Média Kft.
 - a vizsgálatl érintett időszak végéig közvetlenül, százalékban meghatározva részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből,

- közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése, s így
- megállapítható a felelőssége az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján.

A Versenytanács a New Face Média Kft. esetében a jogsértéssel érintett időszakot 2009. február 9. napjától állapította meg, tekintettel arra, hogy a 2009. február 5-i tájékoztatást követően a korábbi reklámok módosításához időre volt szükség. Amint az a New Face Média Kft. nyilatkozatából megállapítható, ez az átmeneti időszak 2009. február 9-ig tartott.

A New Face Média Kft. előadta, ha a magatartása jogsértőnek minősülne, kéri az ugyancsak közvetítést végző újságokat is bevonni az eljárásba, tekintettel arra, hogy gyakorlatilag ugyanazt a tevékenységet végezték, mint a New Face Média Kft. Az egyetemleges felelősség megállapítása méltánytalan, aránytalan és igazságtalan lenne a New Face Média Kft.-vel szemben.

A Versenytanács a kifogást is alaptalannak ítélte, kiemelve, hogy amint arra a fentebb kifejtettek rámutatnak, markáns különbségek vannak a New Face Média Kft. és az általa hivatkozott újságok magatartása között.

A Versenytanács döntése

50. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott

- az Euro Correct Consulting Kft. 2008. szeptember 1. és 2009. június 1. között,
- a Group Saving Kft. 2009. március 1. és 2009. szeptember 7. között,
- a Group Center Kft. 2009. június 1. és 2009. szeptember 7. között,
- a New Face Média Kft. 2009. február 9. és 2009. szeptember 7. között.

Az eljárás alá vontak kereskedelmi gyakorlatukkal [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-ának (1) bekezdésére] megsértették az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

51. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vontakkal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

52. Az Euro Correct Consulting Kft. esetében a Versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy

- az Euro Correct Consulting Kft. esetében már több alkalommal állapította meg a Versenytanács, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított (lásd a 2. pontot), mely körülmény súlyát növeli, hogy különös ismétlés áll fenn (az eljárás alá vont ugyanolyan vagy hasonló jogsértést követett el ismételt),
- a jogsértés időben elhúzódott, több hónapot ölelt fel (2008. szeptember 1-jétől 2009. június 1-jéig),
- az elkövetési mód kapcsán nagyfokú intenzitás állt fenn, a jogsértő reklámok jelentős példányszámú, a fogyasztók igen széles körét elérő lapokban igen sok alkalommal jelentek meg (lásd Vj-111-021/2009., Vj-111-048/2009., Vj-111-065/2009.),
- a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb (lásd a 32. pontot),
- az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül,

- a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés,
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthatnak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban. Ennek súlyát ugyanakkor csökkentette, hogy a Versenytanács megítélése szerint a tájékoztatási folyamat egésze sem mentes a problémáktól (lásd a 44. pontot).

A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni az Euro Correct Consulting Kft. által a bíróság körében felhozott körülményeket (lásd a 25. pontot):

- a Versenytanács nem látta igazoltnak, hogy az eljárás alá vont figyelembe vette volna a korábbi határozatokat és bírósági döntéseket. Ezen döntések egyértelmű, világos iránymutatást adtak, amelyek figyelembe vételét az eljárás alá vont mellőzte,
- nemcsak a jogsértés, hanem a bíróság körében is irreleváns eljárás alá vont azon hivatkozása, hogy a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete eljárásai milyen eredményre vezettek. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete eljárásai során nem a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat kapcsán tett megállapításokat,
- a jogszabályok meghatározzák a Gazdasági Versenyhivatal feladatait, nem téve lehetővé, hogy elvégezze a reklámok előzetes minősítését. Ez a jelen esetben nem is mutatkozott szükségesnek, mivel a korábbi versenytanácsi határozatok és a bírói ítéletek világos, egyértelmű iránymutatásokat rögzítettek,
- a Group Center Kft. által indítványozott közvélemény-kutatás lefolytatása szükségtelennek mutatkozott (lásd a 64. pontot),
- úgy a jogsértés, mint a bíróság körében irreleváns volt a polgári bíróságok által hozott ítéletekre történő hivatkozás.

A Versenytanács a bíróság mértékének meghatározásakor figyelembe vette

- a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán 2008. szeptember 1. és 2009. június 1. között felmerült ismert, az Euro Correct Consulting Kft.-vel szemben kiszabott bíróság összegének többszörösét kitevő költségeket (lásd Vj-111-021/2009., Vj-111-048/2009. és Vj-111-065/2009.),
- az Euro Correct Consulting Kft. által regisztrációs díj címén a 2008. szeptember 1. és 2009. június 1. között megkötött szerződések kapcsán elért, a rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan a kiszabott bíróság többszörösét kitevő bevételt (szerződéskötések számát lásd Vj-111-091/2009., a regisztrációs díjakkal kapcsolatban lásd az egyes konkrét szerződéseket, Vj-111-052/2009. és Vj-111-055/2009.).

A fentieket mérlegelve a Versenytanács a bíróságot – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 9.300.000 Ft-ban, a kiszabható legmagasabb összeghez közeli mértékben határozta meg.

53. A Group Saving Kft. esetében a Versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy

- a jogsértés időben elhúzódott, több hónapot ölelt fel (2009. március 1-jétől és 2009. szeptember 7-ig),
- az elkövetési mód kapcsán nagyfokú intenzitás állt fenn, a jogsértő reklámok jelentős példányszámú, a fogyasztók igen széles körét elérő lapokban igen sok alkalommal jelentek meg (lásd Vj-111-021/2009., Vj-111-048/2009., Vj-111-065/2009.),

- a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb (lásd a 32. pontot),
- az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül,
- a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés,
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének. E körben a Versenytanács figyelembe vette, hogy a Group Saving Kft. tagja B. P., az Euro Correct Consulting Kft. korábbi ügyvezetője, s így a Group Saving Kft. – amint azt az arra történő hivatkozás is igazolja, hogy figyelembe vette a korábbi határozatokat és bírósági döntéseket – nyilvánvalóan tudomással bír a korábbi eljárások során hozott határozatokban, ítéletekben foglaltakról (lásd a 2. és a 31. pontot).

A Versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthatnak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban. Ennek súlyát ugyanakkor csökkentette, hogy a Versenytanács megítélése szerint a tájékoztatási folyamat egésze sem mentes a problémáktól (lásd a 44. pontot).

A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni a Group Saving Kft. által a bírság körében felhozott körülményeket (lásd a 26. pontot):

- a Versenytanács nem látta igazoltnak, hogy az eljárás alá vont figyelembe vette volna a korábbi határozatokat és bírósági döntéseket. Ezen döntések egyértelmű, világos iránymutatást adtak, amelyek figyelembe vételét az eljárás alá vont mellőzte,
- nemcsak a jogsértés, hanem a bírság körében is irreleváns eljárás alá vont azon hivatkozása, hogy az Euro Correct Consulting Kft. szerződéseinek az átvételét és az egész rendszer kiépítését a hatóságokkal, különösen a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletével együttműködve alakította ki. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete eljárása során (így a hivatkozott próbavásárlás során is) nem a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat kapcsán tett megállapításokat,
- a Versenytanács életszerűtlennek tartotta az arra történő hivatkozást, hogy az eljárás alá vont az ügyfélszerzéssel kapcsolatos feladatokat megbízottak útján végezte, s azokra mint megbízónak ráhatása, beleszólása nem volt,
- az eljárás alá vont nem tanúsított olyan együttműködést az eljárás során, amelyet mint enyhítő körülményt lehetett volna figyelembe venni. Az együttműködés körében önmagában az eljárás alá vont adatszolgáltatása nem tekinthető a jogkövető magatartást előíró törvényi kötelezettségen túlmutató mértékű olyan enyhítő körülménynek, amely enyhébb szankció kiszabását vonná maga után,
- a más, fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozó vállalkozásokkal kapcsolatos eljárások hiánya nem vehető figyelembe enyhítő körülményként. Megjegyzi a Versenytanács, jelenleg is több fogyasztói csoportot szervező, működtető vállalkozással szemben van folyamatban eljárás,
- a Versenytanács szerint eljárás alá vontnak a Fogyasztói Csoportok Egyesületével kapcsolatos előadása alkalmatlan volt arra, hogy az enyhítő körülményként kerüljön figyelembe vételre.

A Versenytanács a bírság mértékének meghatározásakor figyelembe vette a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán 2009. március 1. és 2009. szeptember 7. között felmerült ismert, a Group Saving Kft.-vel szemben kiszabott bírság összegének többszörösét kitevő költségeket (lásd Vj-111-021/2009., Vj-111-048/2009. és Vj-111-065/2009.).

A fentieket mérlegelve a Versenytanács a bírságot – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 8.900.000 Ft-ban, a kiszabható legmagasabb összeghez közeli mértékben határozta meg.

54. A Group Center Kft. esetében a Versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy

- a jogsértés időben elhúzódott, több hónapot ölelt fel (2009. június 1-jétől 2009. szeptember 7-ig),
- az elkövetési mód kapcsán nagyfokú intenzitás állt fenn, a jogsértő reklámok jelentős példányszámú, a fogyasztók igen széles körét elérő lapokban igen sok alkalommal jelentek meg (lásd Vj-111-021/2009., Vj-111-048/2009., Vj-111-065/2009.),
- a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb (lásd a 32. pontot),
- az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül,
- a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés,
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének. E körben a Versenytanács figyelembe vette, hogy a Group Center Kft. tagja egyik tagja és vezető tisztségviselője M. D., az Euro Correct Consulting Kft. egyik tagja és vezető tisztségviselője, s így a Group Center Kft. – amint azt az arra történő hivatkozás is igazolja, hogy figyelembe vette a korábbi határozatokat és bírósági döntéseket – nyilvánvalóan tudomással bír a korábbi eljárások során hozott határozatokban, ítéletekben foglaltakról (lásd a 2. és a 31. pontot).

A Versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthatnak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban. Ennek súlyát ugyanakkor csökkentette, hogy a Versenytanács megítélése szerint a tájékoztatási folyamat egésze sem mentes a problémáktól (lásd a 44. pontot).

A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni a Group Center Kft. által a bírság körében felhozott körülményeket (lásd a 25. pontot):

- a Versenytanács nem látta igazoltnak, hogy az eljárás alá vont figyelembe vette volna a korábbi határozatokat és bírósági döntéseket. Ezen döntések egyértelmű, világos iránymutatást adtak, amelyek figyelembe vételét az eljárás alá vont mellőzte,
- nemcsak a jogsértés, hanem a bírság körében is irreleváns eljárás alá vont azon hivatkozása, hogy a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete eljárásai milyen eredményre vezettek. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete eljárásai során nem a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat kapcsán tett megállapításokat,
- a jogszabályok meghatározzák a Gazdasági Versenyhivatal feladatait, nem téve lehetővé, hogy elvégezze a reklámok előzetes minősítését. Ez a jelen esetben nem is mutatkozott szükségesnek, mivel a korábbi versenytanácsi határozatok és a bírói ítéletek világos, egyértelmű iránymutatásokat rögzítettek,
- a Group Center Kft. által indítványozott közvélemény-kutatás lefolytatása szükségtelennek mutatkozott (lásd a 64. pontot),
- úgy a jogsértés, mint a bírság körében irreleváns volt a polgári bíróságok által hozott ítéletekre történő hivatkozás.

A Versenytanács a bírság mértékének meghatározásakor figyelembe vette

- a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán 2009. június 1. és 2009. szeptember 7. között felmerült ismert költségeket (lásd Vj-111-021/2009., Vj-111-048/2009. és Vj-111-065/2009.),

- a Group Center Kft. által regisztrációs díj címén a 2009. június 1. és 2009. szeptember 7. között megkötött szerződések kapcsán elért, a rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan a kiszabott bírság többszörösét kitevő bevételt (szerződéskötések számát lásd Vj-111-091/2009., a regisztrációs díjakkal kapcsolatban lásd az egyes konkrét szerződéseket, Vj-111-052/2009. és Vj-111-055/2009.).

A fentieket mérlegelve a Versenytanács a bírságot – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 21.000.000 Ft-ban, a kiszabható legmagasabb összeghez közeli mértékben határozta meg

55. A New Face Média Kft. esetében a Versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy

- a jogsértés időben elhúzódott, több hónapot ölelt fel (2009. február 9-től 2009. szeptember 7-ig),
- az elkövetési mód kapcsán nagyfokú intenzitás állt fenn, a jogsértő reklámok jelentős példányszámú, a fogyasztók igen széles körét elérő lapokban igen sok alkalommal jelentek meg (lásd Vj-111-021/2009., Vj-111-048/2009., Vj-111-065/2009.),
- a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb (lásd a 32. pontot),
- az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül,
- a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés,
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthatnak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban. Ennek súlyát ugyanakkor csökkentette, hogy a Versenytanács megítélése szerint a tájékoztatási folyamat egésze sem mentes a problémáktól (lásd a 44. pontot).

A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni azt a New Face Média Kft. által hivatkozott körülményt, hogy figyelembe vette a korábbi határozatokat és bírósági döntéseket. Ezen döntések egyértelmű, világos iránymutatást adtak, amelyek figyelembe vételét az eljárás alá vont mellőzte.

A Versenytanács a bírság mértékének meghatározásakor figyelembe vette a New Face Média Kft. által a jogsértő kereskedelmi gyakorlat kapcsán eszközölt, a kiszabott bírság mértékét jelentősen meghaladó árbevételek nagyságát (lásd Vj-111-083/2009. és Vj-111-0112/2009.).

A fentieket mérlegelve a Versenytanács a bírságot – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 5.000.000 Ft-ban határozta meg

56. 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. §-a (1) bekezdésének a) pontja 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.

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése 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 Tptv. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bíróság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

A bírásznak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bíróságbevételei számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

VIII. Egyéb kérdések

57. Az eljárás alá vontak sérelmezték, hogy miközben az eljárás 2009. szeptember 7-én indult meg, a Versenytanács előzetes álláspontját csak 2010. május 3-án vették kézhez, s arra 2010. május 17-ig kellett nyilatkozniuk.

A Versenytanács szerint az eljárás alá vontak kifogása alaptalan, elegendő idő állt rendelkezésre ahhoz, hogy az eljárás alá vontak előterjesszék a Versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételeiket, amelyet az eljárás alá vontak meg is tettek.

58. Az eljárás alá vontak előadták, hogy az elintézési határidő 2010. február 4-én lejárt, így a Versenytanács súlyos eljárási szabálysértést követett el.

A Versenytanács megállapította, hogy alaptalan az eljárás alá vontak kifogása. A Gazdasági Versenyhivatal nem lépte túl az elintézési határidőt. Az eljárás alá vontak figyelmen kívül hagyták

- a Tptv. 63. §-a (5) bekezdésének – az Fttv. 27. §-ának (1) bekezdése alapján a jelen eljárásban is alkalmazandó – a) pontjában foglaltakat (az ügyintézési határidő számításánál - a közigazgatási hatósági eljárás általános szabályairól szóló törvényben foglaltakon túl - nem kell figyelembe venni a jogutód eljárásba vonásáig, illetve az eljárásba való önkéntes belépéséig, valamint a megfelelő ügyfél eljárásba vonásáig, illetve a kérelemnek a megfelelő ügyfélre való kiterjesztéséig), és
- a Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontját, amely szerint az ügyintézési határidőbe nem számít be a hiánypótlásra, illetve a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő.

Kiemeli továbbá a Versenytanács, ha túl is lépte volna az ügyintézési határidőt, az nem minősülne súlyos eljárási hibának. Az eljárás alá vontak maguk sem jelölték meg, hogy az állítólagos jogszabálysértés mennyiben hatott az ügy érdemére, vagyis, hogy álláspontjuk szerint mennyiben született volna más döntés, ha a Versenytanács az általuk helyesnek tartott határidőben hozza meg döntését. A Legfelsőbb Bíróság által kialakított bírói gyakorlat szerint az eljárási határidő túllépése nem érdemi jogsértés (lásd pl. a Legfelsőbb Bíróság Kf.IV. 27.929/1998/4.számú ítéletét, illetőleg a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.463/2009/5. számú jogerős ítéletét, amely szerint „a négy évtizede töretlen közigazgatási bírói gyakorlat szerint önmagában az eljárás elhúzódása nem alapozza meg a határozat hatályon kívül helyezését”).

59. Az eljárás alá vontak a Versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételeiket tartalmazó beadványukban elfogultságot jelentettek be az eljáró versenytanács két tagjával szemben, tekintettel arra, hogy ezen eljáró versenytanácsstagoktól az objektív döntés hozatal nem várható, mivel mind a ketten korábban már hoztak az Euro Credit Consulting Kft.-t elmarasztaló döntést.

Az eljárás alá vontak a Versenytanács tárgyalásán kifogásolták, hogy az elfogultsággal kapcsolatos beadványukra született, a Versenytanács elnöke által meghozott végzést még nem kapták meg, noha megítélésük szerint ennek a tárgyalást megelőzően meg kellett volna történnie.

A Versenytanács megállapította, hogy az ügy befejezését eredményező döntés, a jelen határozat meghozatalának nem volt akadálya, mivel

- a Versenytanács elnökének a két eljáró versenytanácsstagnak az ügy intézéséből való kizárását megtagadó végzései 2010. május 21-én postázásra kerültek,
- a végzések tartalmáról az eljárás alá vontak a tárgyaláson tájékoztatást kaptak, illetve azokat képviselőik a jelen határozat kihirdetését megelőzően átvették.

60. Az eljárás alá vontak előadták, a jelen esetben nem lehet szó kereskedelemről, nem adásvétel történik és nem árut, terméket adnak el, így helytelen a „kereskedelmi gyakorlat” kifejezés alkalmazása.

Amint azt az Fttv. 2. §-ának d) pontja rögzíti, a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. Az Fttv. 2. §-ának c) pontja értelmében a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog.

Az Fttv. rendelkezéseiből megállapíthatóan az eljárás alá vontak előadása alaptalan.

61. A Versenytanács irrelevánsnak ítélte az eljárás alá vontak azon hivatkozását is, hogy a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete, a polgári bíróságok, illetve a nyomozó hatóságok nem állapítottak meg velük szemben jogsértést. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete, a polgári bíróságok és a nyomozó hatóságok más szempontból, más jogszabályok alapján vizsgálták eljárás alá vontak magatartását. Ennek megfelelően nem bír jelentőséggel az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Center Kft. azon előadása sem, hogy a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletével szorosan együttműködve, az elvárásainak megfelelően működnek.

62. Az eljárás alá vontak előadták, nem fogadható el, hogy az előzetes álláspont első oldalán az szerepel, az eljárás az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Saving Kft. ellen indult, és bevonásra került a Group Center Kft. és a New Face Média Kft., míg az előzetes álláspontjában már az eljárásba be nem vontakat is marasztalja.

A kifogás alaptalan. A Gazdasági Versenyhivatal a Group Center Kft.-t az eljárásba bevonó Vj-111-013/2009. számú végzésben és a New Face Média Kft.-t az eljárásba bevonó Vj-111-054/2009. számú végzésben egyértelműen rögzítette, hogy a Group Center Kft. és a New Face Média Kft. ügyfélként kerül bevonásra az eljárásba, s így egyértelmű volt számukra, hogy az eljárásban ügyfélként és nem más minőségben vesznek részt.

63. Az eljárás alá vontak a Versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételeikben előadták, hogy az eljárás során a Gazdasági Versenyhivatal megsértette a kötelezően betartandó eljárási alapelveket [Ket. 1. §, (1)-(4) bekezdés, 2. § (1)-(2) bekezdés, 4. § (1) bekezdés, 50. § (1) bekezdés].

A Versenytanács megállapította, a részletesen ki nem fejtett, az állítólagos sérelmet nem taglaló kifogás alyptalan, a Gazdasági Versenyhivatal a jogszabályi előírásoknak megfelelően járt el.

64. A Group Center Kft. a Gazdasági Versenyhivatalhoz 2010. április 13-án benyújtott beadványában (Vj-111-089/2009.) előadta, a tényállás pontos megállapításához szükséges lenne egy független reprezentatív közvélemény-kutatást készíteni, amely alapján megállapítható lenne, hogy az általa kínált konstrukciót kínáló reklámok megtévesztők-e vagy sem, illetve hogy az általa nyújtott szolgáltatás célközönsége döntését kizárólag az újságban megjelenő hirdetés főbb címszavainak elolvasása után hozza-e meg vagy az egy hosszabb mérlegelési folyamat eredményeként születik meg. A Group Center Kft. vállalta, hogy a vizsgálatot saját költségén elvégezteti.

Az eljárás alá vontak a Versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételeikben kifogásolták, hogy a Versenytanács etikátlanul eljárva nem vette figyelembe a bizonyítási indítványt, azzal, hogy a Versenytanács nem rendelkezik kellő szakértelemmel az általa hozott előzetes álláspont kérdésében.

A Versenytanács a bizonyítási indítványt elutasította, mivel a Group Center Kft. által indítványozott kutatás lefolytatása sem a tényállás megállapításához, sem a vizsgált kereskedelmi gyakorlat Fttv. szerinti értékeléséhez nem mutatkozott szükségesnek, nem merült fel olyan kérdés, amelynek megválaszolására a Versenytanácsnak különleges szakértelemmel bíró közreműködőt kellett volna igénybe vennie.

A Versenytanács megjegyzi, a Group Center Kft. elvégeztethette volna az általa kívánatosnak tartott kutatást, ebben akadályozva nem volt.

65. Az eljárás alá vontak nyelvész-szakértő kirendelését indítványozták, amely megítélésük szerint szükséges ahhoz, hogy melyik szó, kifejezés mit jelent és félre lehet-e érteni, megtévesztő-e.

A Versenytanács a bizonyítási indítványt elutasította, mivel a nyelvész-szakértő kirendelése sem a tényállás megállapításához, sem a vizsgált kereskedelmi gyakorlat Fttv. szerinti értékeléséhez nem mutatkozott szükségesnek, nem merült fel olyan kérdés, amelynek megválaszolására a Versenytanácsnak különleges szakértelemmel bíró közreműködőt kellett volna igénybe vennie.

66. Az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Center Kft. előadta, több alkalommal kísérelték meg az együttműködést a Gazdasági Versenyhivatallal annak érdekében, hogy a hirdetéseik megfeleljenek, azonban az együttműködés a Gazdasági Versenyhivatal elutasító magatartása miatt nem jött létre.

A Versenytanács (visszautalva a bírság kapcsán e tárgyban már előadottakra, 52. és 54. pont) aláhúzza, hogy a Gazdasági Versenyhivatal nem jogosult a vállalkozások kereskedelmi gyakorlatait előzetesen minősíteni, az általuk alkalmazott kereskedelmi kommunikációkat előzetesen értékelni. A jelen esetben erre egyébként sem lenne szükség, mivel a vállalkozások által is ismert bírói gyakorlat egyértelmű, világos iránymutatásokat adott a kereskedelmi kommunikációkat illetően.

67. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközeinek jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- a vizsgált kereskedelmi gyakorlat részben országos terjesztésű időszakos lap útján valósul meg,
- a vizsgált kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el,
- a jogsértéssel érintett terület az ország egész területe,
- a jogsértés hosszabb időszakot ölelt fel.

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

Budapest, 2010. május 25.

dr. Gadó Gábor sk.
versenytanácsstag

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanácsstag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanácsstag