



---

VERSENYTANÁCS

---

Vj/127-030/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Barbara Sosnowski ügyvezető által képviselt **Parapszichológiai Centenáriumi Központ Kft.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartás, illetve fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - tárgyalás mellőzésével - meghozta az alábbi

**határozatot**

A Versenytanács megállapítja, hogy a Parapszichológiai Centenáriumi Központ Kft. 2008 januárja és 2010 júliusa között az eljárás alá vont fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást, illetőleg tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor

- a) a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban valótlanul állította, hogy
  - az általa kínált szolgáltatás segítséget nyújt a fogyasztók számára a pénzügyi gondok nyeremények révén történő megoldásához,
  - az általa a fogyasztókhöz eljuttatott ingyenes ajándékok elősegítik a nyereményhez jutást, egyfajta garantált szerencsét biztosítanak,
- b) a fogyasztóknak megküldött direkt marketing küldeményekben
  - azt a hamis benyomás keltette, hogy a fogyasztó már megnyert egy nyereményt, miközben a direkt marketing küldeményben jelzett nyeremény az ott ismertettek szerint nem létezett,
  - „ingyenes” ajándékot ígért, miközben az „ingyenes” ajándékhoz a fogyasztók csak meghatározott összeg megfizetése ellenében juthattak hozzá,
  - azt a látszatot keltette, hogy „ingyenes” ajándékai a fogyasztók számára megkönnyítik a szerencsejátékokban való nyerést,
- c) a fogyasztókat általuk nem kívánt módon sürgette a kínált szolgáltatás igénybevételére a részükre ismétlődően megküldött direkt marketing küldeményekkel.

A Versenytanács a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását a jelen határozat kézhezvételétől számított 8 nap elteltével megtiltja.

A Versenytanács kötelezi a Parapszichológiai Centenáriumi Központ Kft.-t 46.000.000 Ft (negyvenhatmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára köteles megfizetni, a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát és a befizetés jogcímét (bírság).

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótléket köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal elrendeli a határozat végrehajtását.

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 eljárást a Parapszichológiai Centenárium Kft. ellen, hogy az eljárás alá vont az általa a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok és postai úton megküldött direkt mail-ek révén népszerűsített nyereményjátékok kapcsán megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.), illetve a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit.

### **I.**

#### **Az eljárás alá vont**

2. A 2008 januárjában bejegyzett eljárás alá vont csomagküldő kiskereskedelemmel foglalkozik. A 2009. évi nettó árbevétele 464.829.000 Ft volt (Vj-127-018/2009.).

3. Az 1990-es évek első felétől több csomagküldő kereskedelemmel foglalkozó vállalkozás van jelen Magyarországon, amelyek katalógusokban, újságokban, televíziós csatornákon, illetőleg közvetlenül a fogyasztóknak szóló levelekben (direkt mail-ekben) reklámozzák magukat és az általuk értékesített termékeket.

4. A vállalkozások gyakorta élnek a direkt marketing kínálta lehetőségekkel [a kutatás és a közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lakcímadatok kezeléséről szóló 1995. évi CXIX. törvény 2. §-a (1) bekezdésének 4. pontja értelmében a közvetlen üzletszerzés (direkt marketing) azoknak a közvetlen megkeresés módszerével végzett, tájékoztató tevékenységeknek és kiegészítő szolgáltatásoknak az összessége, amelyeknek célja termékek vagy szolgáltatások értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló gazdasági reklám továbbítása a fogyasztók vagy kereskedelmi partnerek (ügyfelek) részére].

### **II.**

#### **A vizsgált kereskedelmi gyakorlat**

5. Az eljárás alá vont 2008-tól rendszeresen szervez nyereményjátékokat, amely esetében az első (és értelemszerűen csak egyetlen egy fogyasztó által megszerezhető) díj egy nagyobb összeg, adott esetben több millió forint.

6. Az eljárás alá vont a nyomtatott sajtóban adatgyűjtés céljából folyamatosan (részleteit tekintve közelebbről nem ismert időpontokban) jelentetett meg reklámokat jellemzően kiemelt helyen, az adott lap utolsó oldalán (pl. a Füles, a Sárga RTV, a Színes RTV, a TV Kéthetes, a Sárga RTV, a Story újságokban), amelyek

- a fogyasztók pénzügyi gondjainak megoldásához nyeremény(ek), a fogyasztót eddig elkerülő szerencse révén kínálnak segítséget,
- ehhez kapcsolódóan valamely nyereményhez jutást elősegítő, egyfajta garantált szerencsét biztosító ingyenes ajándékokat kínálnak fel, így például
  - „bűvös négyzetet”, amelyet személyes talizmánként Julius Caesar is használt,
  - „aurus numerus” érmét, amelyet szinte vallásos rejtély leng körül,
  - bizalmas, személyes és részletes jóslatot, amely a fogyasztó „személyre szabott kozmikus útitérképe”,
  - magnetizált „szerencsekatalizátort”,
  - a fogyasztó saját Születési Kristályát, személyes szerencseszámait és kabaláját,
  - a fogyasztó „arany asztrális számát” és egy fontos tanulmányt az asztrális témáról,
- egy, a fogyasztók által visszaküldendő kupont (ingyenes érme igénylő kupont, ingyenes utalványt, ingyenes ajándékutalványt stb.) foglalnak magukban. Ezen kuponon a fogyasztó
  - közli személyes adatait (jellemzően: név, cím, születési dátum),
  - nyilatkozik arról, kéri a reklámban szereplő ajándékot, amely a kupon szerint ingyen jár a részére,
  - egyes esetekben ismerteti személyes kívánságait, kérdéseit.

7. A reklámok révén a kuponokat az eljárás alá vont által megadott címre megküldő fogyasztók ezt követően személyes hangvételű, a fogyasztói bizalom megteremtését, illetve fenntartását célzó, több lapot magában foglaló direkt marketing (a továbbiakban: DM) küldeményeket kapnak, amelyek kapcsán kiemelendők az alábbiak:

- a DM küldemény összhatása az, hogy a fogyasztó magas (adott esetben több millió forint) összegű nyereményre, díjra jogosult, amint azt a DM levél többszörösen is megerősíti (a DM küldemények közötték például, hogy „személyes azonosítószámának Díjkiutalási Bizottságunk általi ellenőrzését követően megállapítottuk, hogy válasza esetén tartozásunk keletkezik Ön felé”, „Csak kövesse a megadott Gyorsított Kiutalási Eljárást, hogy azonnali megkaphassa az Önnek járó díjat!”, „Visszaküldött Kiutalási Meghagyása érkezését követően az 5.500.000 forint összértékű első díjak teljes összege a szabályzatnak megfelelő módon teljes egészében elérhetővé válik az Ön számára.” „Válasza hiánya vagy késedelmes válasz esetén nem érvényesítheti szabályzat szerint díjjogosultságát,” „... amennyiben gyorsan válaszol, kaphat egy másik nyereményt, amelynek értékét Ön választja meg (amely szigorúan 3.000.000 forintra van korlátozva)”, „A díj már az Öné, díját kérésére számláján jóváírjuk és ha nem tévázik, a másik 3 milliós értékű nyereményt is bezsebelheti,” „Igazolt Díjazottként Ön most ingyen hozzájuthat a Multimilliomosok Életre szóló Nyereségbiztosításához”,
- a nyereményhez való hozzájutás feltétele
  - a névre szóló elfogadási okmány hiánytalan kitöltése és annak
  - 10 napon belül történő visszaküldése, melynek több módja volt:
    - egyszerű „igen” válasszal a fogyasztó bejelentette igényét a nyereményre, ezzel együtt automatikusan megrendelte az „ingyenes” ajándékot (pl. „az öreg kelta druida ingyenes Szerencse- és Bőségszobrát”, valamint különböző, a 10. pontban ismertetett kiadványokat) is több ezer (pl. 3.945) forintos csomagküldési és adminisztrációs hozzájárulás fejében (a csomagküldési és

adminisztrációs költségek mértéke, valamint az „ingyenes ajándék tárgya is változó volt, több alkalommal a fenti összegtől eltért),

- az ajándék és pénzneremény elsőbbségi kezelése, amely eljárásért további hozzájárulást kellett megfizetnie a fogyasztónak,
- utánvételes küldeményként való hozzájutás, további közel 2.000 forint ellenében,
- a DM küldeményben fellelhető volt a nyereményjáték játékszabályzata is, azonban ez – eltérően a küldeményben elhelyezett más dokumentumoktól – az olvashatóságot korlátozó, egyes fogyasztók esetén megakadályozó kivitelezésben készült, melynek indoka az eljárás alá vont előadásából nem ismert,
- a DM küldeményben az eljárás alá vont határidőn belüli, illetve minél előbbi válaszadásra hívja fel a fogyasztót.

8. A nyeremény iránti igénnyel jelentkező, a DM küldeményhez mellékelt csekken a feltüntetett összeget megfizető fogyasztók folyamatosan újabb és újabb, adott esetben jelentős számú küldeményeket kapnak (lásd a 9. pontot). Egyes fogyasztók egyebek között olyan DM küldeményt kaptak, amelyben az eljárás alá vont arról adott tájékoztatást, hogy hiba történt, s a korábban közölnél magasabb összeg adandó át a fogyasztónak.

9. A korábbi DM küldeményre nem válaszoló fogyasztó választ sürgető, a nyereményre emlékeztető DM leveleket kap, azokban felhívva figyelmét a pénzügyi gondjait megoldó lehetőségre (lásd Vj-127-022/2010., amelyben a fogyasztó 2008-ban 10, 2009-ben 34, 2010-ben 12 különböző személy által aláírt levelet kapott). Az eljárás alá vont különös hangsúlyt helyez a „nyereményért” nem jelentkező és az „ingyenes” ajándékot meg nem rendelő fogyasztók megkeresésére, meggyőzésére.

10. A fogyasztóknak megrendelésre kínált alábbi kiadványok a könnyű, gyors meggazdagodás biztos receptjét kínálják:

- „Vonzza a pénzt és szerezzen vagyont Feng Shui módszerrel”, amely szerint például „bizonyos Feng Shui tárgyak, úgymint a 10 Szerencseérme, képesek lehetnek arra, hogy pénzt vonzzanak a házhoz... Ha pénzt kíván keresni befolyásos emberek segítségével, a 10 szerencseérmét vörös zsineggel, ami a tűzelem, kell megkötnie. Majd fel kell akasztania a kínai pénzérméket a bejárati ajtó mellé”,
- „Életre szóló Nyereménygarancia. A Nagy Piramis titka”, amely szerint például „fogjon egy rubint és a gerincoszlop töve magasságában a nőknek az óramutató járásával egyező irányban, a férfiaknak pedig ellenkező irányban kell elforgatniuk. Majd helyezze a rubint a három kristállyal egyetemben a Szent Piramis belsejébe. Figyelje meg a rubin ragyogását és itatódjon át a hullámaival. Ezek eltávolíthatják Öntől a balsorsot és vonzzák a szerencsét. Ha úgy dönt, hogy nyerőjátékba vág, az előzetesen kitöltött szelvényt vigye közelebb magnetizálás céljából. Így megsokszorozódhatnak nyerési esélyei”,
- „Milliomossá válási garancia. Easy-Cash. Komplettn módszer, hogy könnyen pénzt csinálhasson”, amely szerint „az Easy Cash módszer széles skáláját kínálja a különféle eljárásoknak, amikkel pénzt csinálhat. Ha követi a hatásos tanácsokat, trükköket és a kipróbált és sokaknál bevált technikákat, végre elmozdíthatja pénzügyi helyzetét a holtpontról”,
- „Jutalékok – Javadalmak – Járandóságok az egész életre. Módszer a Villámvagyonhoz”, amely például a „Vagyon-belégzés” gyakorlat használatát javasolja, melynek során a fogyasztónak egyebek között (miután leült a földre és behunyta a szemét) el kell képzelnie, hogy „a bőség elárasztja”, majd a gyakorlat végén „lassan nyissa ki a szemét és ízlelgesse a vagyonosság érzését”,

- „Pénzügyi Garanciák Chartája”, amely szerint például  
„biztosnak és meggyőződésesnek kell lennie a tekintetben, hogy a Vagyonkövével gyorsan meggazdagodhat. Minden reggel és este el kell ismételnie e hálaadó mágikus mondatot: Köszönöm neked, Vagyonkő, mindazt a jótéteményt, amit nyújtasz és a mit a jövőben nyújtani fogsz. Hála neked, gazdag leszek, nagyon gazdag. Bízom az életben, a Vagyonkövemben, ami szükségleteimről gondoskodik”,
- „Pénzügyi bónuszok az egész életre. Hogyan és hol generáljunk új jövedelmeket?”, amely szerint például  
„a siker és a pénzügyi biztonság mindenki számára elérhető, aki motivációról és lelkesedéstről tesz tanúbizonyságot...” „Hogy mindenki megismerje a tevékenységét, használhatja az internetet és csinálhat egy szép weboldalt...”,
- „Garantált bevételek”, amely például a lóverseny kapcsán azt tanácsolja a fogyasztónak, hogy  
„a kiválasztott futam előestéjén helyezze a résztvevők listáját egy borítékba egy közönséges ingával együtt. Majd zárja le a borítékot. Ha már le van zárva a boríték, írja rá a címzett helyére a teljes nevét és tegye a borítékot a párnája alá és hagyja ott egész éjszakára. Másnap reggel fogja a résztvevő-listát az egyik kezébe és az ingát a másikba. Lengesse meg az ingát a futamon résztvevő lovak neve fölött. És az inga ki fog választani egy résztvevőt.”

### III.

#### Az eljárás alá vont előadása

##### 11. Az eljárás alá vont előadta, hogy

- a cégcsoport évek óta foglalkozik csomagküldő kiskereskedelemmel számos európai és Európán kívüli országban. Magyarországi tevékenységük kapcsán kifejezetten ügyeltek, hogy a hatályban lévő európai törvényeken felül a csomagküldő kiskereskedelem sokkal kötöttebb és e tevékenység keretein belül „korlátozóbb” magyar törvényi előírásainak is megfeleljenek,
- több hatóság is vizsgálatot folytatott már le az eljárás alá vontnál, jogsértés megállapítására eddig nem került sor,
- direkt mail akciói során kizárólag saját újsághirdetésre beérkezett kupon gyűjtésből származó címekre küldött direkt mail üzenetet, kizárólag olyan ügyfelek részére, akik kifejezetten igényelték a nyereményekkel kecsegtető kereskedelmi ajánlatokat. Ahhoz is hozzájárultak aláírásukkal, hogy adataikat kereskedelmi célból folyamatosan kezeljék, feldolgozzák,
- üzeneteinek tartalmát nem kiragadott mondatok, hanem az egész ajánlat összességét vizsgálva és elolvasva kell megítélni,
- a kimenő kereskedelmi ajánlat tartalmazza az összes szükséges információt a kereskedelmi ajánlat megértéséhez (minden esetben külön részvételi szabályzatot és egyéb részletes kiegészítő magyarázatokat tartalmaz az üzenet),
- a játékszabályzatokból azokat figyelmesen elolvasva kitűnik, hogy meghatározott termék megrendelésével lehet részt venni a nyereményjátékban, s csak a fődíj és a kiegészítő díj nyertesét választják ki sorsolás útján,
- általános garanciaként kondíció nélküli teljes pénz-visszafizetési garancia áll az ügyfelek rendelkezésére, továbbá állandó ügyfélszolgálat és információs iroda,
- a ügyfelek személyes adatainak felhasználását az ügyfél kérése alapján bármikor felfüggeszti és az ügyfelet ún. Robinson listára teszi, így biztosítva az ügyfél törlését,

- a tájékozódni vágyó ügyfelek részére vagy az esetlegesen felmerülő minimális számú reklamáció esetén ügyfélszolgálatával levél, telefon vagy személyes találkozó keretében az ügyfél érdekeit messzemenően szem előtt tartva eleget tesz az ügyfél igényeinek, kéréseinek,
- a fogyasztók a tudomásukra jutott információkra tekintettel, s azokat kellőképpen áttanulmányozva elkerülhetik, hogy téves következtetéseket vonjanak le.

#### **IV. Jogi háttér**

12. A Tpvt. (2008. szeptember 1. előtt irányadó) 8. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A Tpvt. alkalmazásában fogyasztó a megrendelő, a vevő és a felhasználó. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) és c) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha

- a) az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan ténytet vagy valós ténytet megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árjelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak,
- c) az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről – így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről – megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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

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

13. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartásokra irányadó 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 valósul 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, marketingtevékenysége 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 kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A (4) bekezdés rögzíti, hogy az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének

16. pontja értelmében tisztességtelen annak állítása, hogy az áru megkönnyíti a szerencsejátékokban való nyerést,

19. pontjára tekintettel tisztességtelen a kereskedelmi gyakorlat keretében verseny vagy díj meghirdetése anélkül, hogy a meghirdetett díjak vagy azok helyett más ésszerű megfelelő kiosztásra kerülne,

20. pontja alapján tisztességtelen az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell,

26. pontjára figyelemmel tisztességtelen telefonon, távmásolón (telefaxon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz útján ismétlődően és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése, kivéve amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges,

31. pontja következtében tisztességtelen olyan hamis benyomás keltése, hogy a fogyasztó már megnyert, meg fog nyerni, vagy meghatározott cselekmény megtétele révén fog megnyerni egy nyereményt vagy egyéb előnyhöz jutni, miközben valójában nincs ilyen nyeremény, illetve előny, vagy a nyeremény, illetve egyéb előny érvényesítése, illetve igénybevétele a fogyasztó számára meghatározott pénzeszeg megfizetéséhez vagy költségek viseléséhez kötött.

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. 8. §-ának (1) bekezdése szerint agresszív az a kereskedelmi gyakorlat, amely - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt - pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással - akár a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása, akár a fogyasztó zavarása révén - az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára kényszeríti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. A (2) bekezdés rögzíti, annak megállapítására, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszív-e, figyelembe kell venni a következőket:

- a) a kereskedelmi gyakorlat időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama,
- b) a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott szóhasználat vagy magatartás fenyegető, félelemkeltő vagy becsmérlő volta,
- c) súlyos, a fogyasztó ítélőképességének korlátozására alkalmas, a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ismert körülmény felhasználása a fogyasztó áruval kapcsolatos döntésének befolyásolására,
- d) a fogyasztó szerződéses jogainak - ideértve a szerződéstől való elállásra, valamint a másik árura vagy vállalkozáshoz való áttérésre vonatkozó jogot is - gyakorlásával szemben támasztott, indokolatlanul terhes vagy aránytalan, nem szerződéses akadály,
- e) jogellenes cselekménnyel való fenyegetés.

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.

14. 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.

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



Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt., 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.

## V.

### A Versenytanács döntése

16. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy termékeinek, az általa kínált szolgáltatások lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.

17. A csomagküldő kereskedelemmel foglalkozó vállalkozások gyakorta nyúlnak ahhoz az eszközhöz, hogy a fogyasztó vásárlási kedvét, a vásárlás tárgyában hozandó döntést megelőző folyamatot egy ajándék ígéretével, illetve egy nyeremény vagy egy nyereményt eredményező sorsoláson való részvétel ígéretével igyekeznek befolyásolni. Ez nem tilalmazott, ugyanakkor elvárás, hogy az ajándékról, a nyereményről, a nyereményjátékról adott tájékoztatás megfeleljen a valóságnak, arról a fogyasztóban reális kép alakulhasson ki. A vásárlási szándék kiváltására irányuló információknak (nyerési eséllyel kecsegtetésnek) tisztességes kereskedelmi gyakorlatot tanúsítva egyértelműnek kell lennie.

18. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:

- ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek, vagy
- ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket, vagy
- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).

Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e,

- mindenképp azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül,

- ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió a törvényben megadott kritériumait,
- csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése.

A Versenytanács aláhúzza, hogy egy adott kereskedelmi gyakorlat az Fttv. több rendelkezése, adott esetben az Fttv. mellékletének több pontja szerinti magatartást is megvalósíthat.

19. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában megkülönböztetendő két fogyasztói kör:

- a) azon fogyasztók, akik boldogtalanok, elégedetlenek életük alakulásával, valamilyen problémával küzdenek, elsősorban azért, mert anyagilag nehéz helyzetben vannak, s ezáltal az átlagosnál fogékonyabbak az anyagi nehézségeik megoldását kínáló vállalkozások ajánlataira. Ezek a fogyasztók az átlagosnál kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, s az ebből fakadó, a kedvezőtlen anyagi helyzeten való változtatás vágya hiszékennyé teszi őket az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokkal szemben (lásd a 23. pontot),
- b) a fenti körbe nem tartozó fogyasztók, akik számára szintén pénzügyi helyzetük javulását igéri eljárás alá vont.

20. 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.

Ez a megközelítés tükröződik a Tpv. körében

- magában a Tpv. III. fejezetének a címében is, amely nem a fogyasztói döntések tisztességtelen *meghatározásának*, hanem a fogyasztói döntések tisztességtelen *befolyásolásának* tilalmáról beszél,
- a Legfelsőbb Bíróság Kf.II. 39.104/2000/3. számú ítéletében is, amelynek értelmében a Tpv. III. fejezetébe nemcsak az a tisztességtelen reklámtevékenység ütközik, amelyik a fogyasztók döntési szabadságát megszünteti, hanem az is, amely azt csökkenti.

Az Fttv. körében a fentieket támasztják alá az alábbiak:

- az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése az Fttv.-t rendeli alkalmazni az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, külön is emlékeztetve az Fttv. 2. §-ának d) pontjára, amely a kereskedelmi gyakorlat körébe tartozó magatartások között külön is nevesíti a reklámot. Mindezen nem változtat a 2. § ügyleti döntés fogalmát rögzítő h) pontja sem, amely vonatkozásában (figyelemmel a törvény indoklására is) kiemelendő, hogy annak tartalma eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezéseként való értékelésétől, s így ügyleti döntésnek minősülnek pl. a fogyasztó azon döntései,

hogyan azonosítja a kielégítendő szükségletet, s ezzel kapcsolatban a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik szolgáltatását (termékét), s azt milyen feltételekkel választja,

- az Fttv. mellékletében rögzített, minden körülmények között tisztességtelennek minősülő tényállások közül több megvalósulásának nem feltétele, hogy a fogyasztó döntést hozzon a vállalkozással való szerződéskötésről.

21. Mindazonáltal mivel a jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala tehát egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog, ez azt is eredményezi, hogy egy kereskedelmi gyakorlat egyes (más-más jellegű, illetve más-más fogyasztói sérelmet fogyasztói döntést eredményező) szakaszai jellemzően külön-külön is értékelhetők. A jelen esetben ez azt jelenti, hogy a Versenytanács külön értékelhette az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlatnak

- a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal, illetőleg
- a fogyasztóknak megküldött DM levelekkel

megvalósított szakaszait.

#### *A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok alkalmazásával megvalósított kereskedelmi gyakorlat*

22. 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, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

23. Eljárás alá vont tevékenységében kiemelkedő szerepet töltenek be a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok, amelyet önmagában az a tény is igazol, hogy az eljárás alá vont folyamatosan szükségesnek ítéli a reklámok igen jelentős költséggel történő közzétételét, hiszen ez jelenti az ügyfelekkel való kapcsolatfelvétel alapját. A nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok ugyan nemcsak a 19.a) pontjában jelzett, az átlagosnál kiszolgáltatottabb helyzetben lévő, hiszékeny fogyasztókat érték el, hanem az e körbe nem tartozó fogyasztókat is [19. b) pont]. Mindazonáltal a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok egyfajta „szűrőként” működtek, amely lehetővé tette, hogy az eljárás alá vont a DM levelekkel célzottan a reklámok részét képező kupont (ingyenes érme igénylő kupont, ingyenes utalványt, ingyenes ajándékutalványt stb.) visszaküldő – és ezáltal jellemzően már az általa kínált szolgáltatás iránt az átlagosnál nagyobb érzékenységet, fogadókészséget jelző, az eljárás alá vont által megvalósított kereskedelmi gyakorlat felé a fogyasztói döntési folyamatra is kiható hiszékenységgel bíró – fogyasztókat keresse meg [lásd a 19. a) pontot].

A nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok tehát jelentős szerepet töltenek be az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatában, hiszen beazonosíthatóvá és igen pontosan megcélozhatóvá tesznek egy olyan fogyasztói kört, amely pozitívan reagált a reklámban foglaltakra, ezzel jellemzően egyfajta (a pénzügyi gondok megoldását, enyhítését ígérő vállalkozások irányában megnyilvánuló) kiszolgáltatottságról is tanúbizonyságot téve. A reklámok nevesítetten is megjelenítik ezt a fogyasztói kört (pl. amikor közlik, hogy „ez az üzenet kizárólag olyanoknak szól, akik nem érzik magukat szerencsésnek,” „exkluzív segítség kizárólag olyan embereknek, akik nem akarnak többé problémákkal és gondokkal küszködni”, „gazdagodjon meg a híres, numerológus, Theresa Gallas segítségével,” „a világ egyik legnagyobb látnoka üzeni Önnek: Engedje meg, hogy ingyen megmutassam, hogyan szabadulhat meg pénzgondjaitól és balszerencséjétől”).

Mindez azt eredményezi, hogy eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vonatkozásában hiszékenyséjük miatt különösen kiszolgáltatott csoportja magatartásának torzítására alkalmas, s ez az eljárás alá vont által ésszerűen előre látható [Fttv. 4. § (2) bekezdés]. Eljárás alá vont vizsgált kereskedelmi gyakorlatát, annak egyes elemeit és egészét az érintett, hiszékenysége révén különösen kiszolgáltatott fogyasztói csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Ezzel összefüggésben a Versenytanács kiemeli, a fogyasztó által tanúsított magatartás egy olyan döntési folyamat eredménye, amelynek összetett volta és az e folyamatra hatást gyakorló tényezők sokszínűsége alapján megállapítható, hogy a fogyasztói döntést nem lehet egy tisztán racionális megfontolás eredményének tekinteni, mivel megszületésében más (indulati, érzelmi stb.) tényezők is szerepet játszanak, s a fogyasztói döntési folyamat nem racionális elemeinek szerepe az átlagosnál erőteljesebben jelentkezik azon fogyasztók esetében, akik hiszékenyséjükből fakadóan különösen kiszolgáltatott fogyasztóknak minősülnek.

24. A nyomtatott sajtóban megjelent, a Versenytanács előtt ismert reklámok mindenekelőtt az ígért (reklámonként változó) ajándék (pl. „bűvös négyzet”; „aurus numerus” érme; bizalmas, személyes és részletes jóslat; magnetizált „szerencsekatalizátor”; a fogyasztó saját Születési Kristálya, személyes szerencseszámai és kabalája; a fogyasztó „arany asztrális száma” és egy fontos tanulmány az asztrális témáról) révén a fogyasztó életében bekövetkező szerencsés fordulatok bekövetkezését, a pénzügyi gondok megoldódását ígérik, s azt, hogy a fogyasztó által a kupon visszaküldését követően kézhez veendő válaszküldemény, illetve az adott ajándék megkönnyíti a szerencsejátékokban való nyerést.

25. Az eljárás alá vont nem igazolta, hogy a reklámok által közvetített ígéretek (lásd a 24. pontot) megfeleltek a valóságnak, miközben

- a 2008. szeptember 1. előtt tanúsított magatartások vonatkozásában kialakult következetes gyakorlat értelmében a fogyasztókhöz eljuttatott információk, így a reklámokban tett állítások valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia, méghozzá oly módon, hogy a jogszerű tájékoztatást alátámasztó bizonyítékoknak már a közzétételkor a közreadó birtokában kell lenniük [lásd a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 17. §-ának (3) bekezdését is, amely rögzítette, hogy a reklámozó indokolt esetben - az eset körülményeire való tekintettel, figyelemmel a reklámozó és az egyéb érdekelt törvényes érdekeire - a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető],
- 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.

26. A nyomtatott sajtóban megjelent, az eljárás során ismertté vált reklámok vonatkozásában a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont megsértette

- a 2008. januárjától 2008. augusztus 31-ig a nyomtatott sajtóban megjelentetett reklámok révén a Tptv. 8. §-a (2) bekezdése a) pontját,
- a 2008. szeptember 1. és 2010. július között a nyomtatott sajtóban megjelentetett [az Fttv. mellékletének – a 3. § (4) bekezdése alapján alkalmazandó – 16. pontját megvalósító] reklámok révén az Fttv. 3. §-a (1) bekezdését,

mivel az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas, illetve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor reklámjaiban valótlanul állította, hogy

- az általa kínált szolgáltatás segítséget nyújt a fogyasztók számára a pénzügyi gondok nyeremények révén történő megoldásához,

- az általa a fogyasztókhöz eljuttatott ingyenes ajándékok elősegítik a nyereményhez jutást, egyfajta garantált szerencsét biztosítanak.

A fogyasztókhöz eljuttatott DM küldemények alkalmazásával megvalósított kereskedelmi gyakorlat

27. Az eljárás alá vont tevékenységében meghatározó szerepet töltenek be a fogyasztóknak megküldött DM küldemények. Amint azt a Versenytanács a 23. pontban kiemelte,

- a nyomtatott sajtóban megjelenő, egyfajta „szűrőként” funkcionáló reklámok lehetővé teszik, hogy az eljárás alá vont a DM levelekkel már célzottan az általa kínált szolgáltatás iránt az átlagosnál nagyobb érzékenységet, fogadókészséget jelző, az eljárás alá vont által megvalósított kereskedelmi gyakorlat felé a fogyasztói döntési folyamatra is kiható hiszékenységgel fordulókat keresse meg,
- ennek révén eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vonatkozásában hiszékenyséjük miatt különösen kiszolgáltatott csoportja magatartásának torzítására alkalmas, s ez az eljárás alá vont által ésszerűen előre látható [Fttv. 4. § (2) bekezdés].

A DM küldemények vonatkozásában a Versenytanács több vonatkozásban is jogsértést azonosított:

Jogsértés a fogyasztót megillető nyereményről adott tájékoztatással

28. Az eljárás alá vont által a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok részét képező kuponokat visszaküldő fogyasztónak megküldött DM küldemények összhatásukban arról tájékoztatták a fogyasztót, hogy magas (adott esetben több millió forint) összegű nyereményre, díjra jogosult. Ezen az összhatáson nem változtattak az olvasást és a megértést korlátozó, illetőleg megakadályozó formátumban a DM küldemény részévé tett játékszabályzat nyújtotta egyéb információk sem. Megjegyzi a Versenytanács, e körben osztja eljárás alá vontnak azon véleményét, amely szerint az üzenetek tartalmát nem kiragadott mondatok, hanem az egész küldemény összességét vizsgálva kell megítélni – a küldemény egésze pedig (elfedve eljárás alá vont szolgáltatásának valós tartamát) a Versenytanács szerint azt az üzenetet közvetítette, hogy a fogyasztó nyereményre, díjra jogosult, azt megnyerte.

A rendelkezésre álló adatok alapján a Versenytanács nem vitatja, hogy az eljárás alá vont valóban szervezhetett nyereményjátékokat és azok keretében egy-egy fogyasztó hozzájuthatott a főnyereményhez, mindazonáltal a DM küldeményekben a magas összegű nyereményre vonatkozó közlés nyilvánvalóan valótlan volt, hiszen a fogyasztók a küldemény kézhezvételekor és azt követően sem nyerték meg automatikusan ezt a nyereményt, legfeljebb az a lehetőségük nyílt meg, hogy részt vehetnek egy nyereményjátékban.

29. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont megsértette

- a 2008 januárjától 2008. augusztus 31-ig tartó időszakban a Tptv. 8. §-a (2) bekezdésének c) pontját,
- 2008. szeptember 1. és 2010 júliusa között [az Fttv. mellékletének – a 3. § (4) bekezdése alapján alkalmazandó – 31. pontját megvalósító kereskedelmi gyakorlattal] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését,

amikor a fogyasztóknak megküldött DM küldeményekben azt a hamis benyomás keltette, hogy a fogyasztó már megnyert egy nyereményt, miközben a DM küldeményekben jelzett nyeremény az ott ismertetettek szerint nem létezett.

30. A Versenytanács az Fttv. mellékletének 31. pontjával kapcsolatban kiemeli, egy kereskedelmi gyakorlat nemcsak akkor valósítja meg az abban foglaltakat, ha a közölt nyeremény egyáltalán nem létezik, hanem akkor is, ha miközben a vállalkozás valamennyi közvetlenül érintett fogyasztó esetében a biztos nyeremény látszatát kelti, ténylegesen közülük játékként csak egy juthat a nyereményhez.

#### Jogsértés az ígért ajándékok ingyenességével kapcsolatban

31. A reklámok részét képező kuponokat az eljárás alá vont által megadott címre megküldő fogyasztókhoz eljuttatott DM küldemények alapján az ígért nyereményhez történő hozzájutást kérő fogyasztó automatikusan megrendelt valamely „ingyenes” ajándékot (pl. „az öreg kelta druida ingyenes Szerencse- és Bőségszobrát” vagy valamilyen kiadványt), amellyel kapcsolatban a fogyasztó a csomagküldési és adminisztrációs költségekhez történő hozzájárulást vállalt, amelyhez még további költségek járulhattak az elsőbbségi kezeléssel történő eljárás, illetve az utánvételes küldeményként való hozzájutás kapcsán felmerülő költségek révén.

A fentieknek megfelelően

- az eljárás alá vont DM küldeményeiben „ingyenes” ajándékot ígért a fogyasztó számára, ugyanakkor
- a fogyasztó az adott „ingyenes” ajándékhoz csak jelentős összeg, több ezer forint megfizetése ellenében juthatott hozzá.

32. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont megsértette

- a 2008 januárjától 2008. augusztus 31-ig tartó időszakban a Tptv. 8. §-a (2) bekezdésének c) pontját,
- 2008. szeptember 1. és 2010 júliusa között [az Fttv. mellékletének – a 3. § (4) bekezdése alapján alkalmazandó – 20. pontját megvalósító kereskedelmi gyakorlattal] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését,

amikor a fogyasztóknak megküldött DM küldeményekben „ingyenes” ajándékot ígért, miközben az „ingyenes” ajándékhoz a fogyasztók csak meghatározott összeg megfizetése ellenében juthattak hozzá.

33. Az Fttv. kapcsán a Versenytanács kiemeli, hogy az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján tisztességtelennek minősül minden olyan kereskedelmi gyakorlat, amely esetében

- a vállalkozás által nyújtott tájékoztatás a fogyasztóban az ellenszolgáltatás nélküliség képzetet kelti, azt, hogy a fogyasztónak az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlete, igénybevétele stb. kapcsán a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel (pl. a vállalkozásnak címzett küldemény postára adásával összefüggésben felmerült költség) és az áru birtokbavételével (pl. a birtokbavétel helyére történő utazással), illetve fuvarozásával (az áru fogyasztóhoz való eljuttatásával) összefüggő elkerülhetetlen költségeken (pl. a postai kézbesítés költségén) felül semmit sem kell fizetnie,
- ugyanakkor a fogyasztót az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlete, igénybevétele stb. kapcsán a melléklet 20. pontjában meghatározott költségeken kívül ténylegesen bármilyen jogcímen, bármilyen elnevezéssel illetett fizetési kötelezettség terhelheti, illetve a fogyasztó oldalán költség, anyagi teher keletkezhet.

A jelen esetben a fogyasztó csak olyan költségek vállalása esetén juthatott az ígért „ingyenes” ajándékhoz, amelyek nem sorolhatók az Fttv. által jogsértést nem eredményező költségek körébe, mivel

- a fogyasztó az eljárás alá vont által közelebről nem részletezett adminisztratív költségekhez kellett hozzájárulnia,
- a fogyasztó által fizetendő összeg lényegesen meghaladta a postai kézbesítés költségeit, így a fizetés költsége nyilvánvalóan nem annak tényleges mértékéhez igazodott, azzal, hogy adott esetben ez az összeg még növekedett az elsőbbségi kezelés és az utánvétel (igazoltnak szintén nem tekinthető) költségeivel.

#### Jogsértés az ígért ajándékok tulajdonságával kapcsolatban

34. A reklámok részét képező kuponokat az eljárás alá vont által megadott címre megküldő fogyasztókhöz eljuttatott DM küldemények alapján az ígért nyereményhez történő hozzájutást kérő fogyasztó által automatikusan megrendelt valamely „ingyenes” ajándékot (pl. „az öreg kelta druida ingyenes Szerencse- és Bőségszobrát” vagy valamilyen kiadványt) az eljárás alá vont egyebek között olyan tulajdonsággal ruházta fel, hogy az megkönnyíti a szerencsejátékban való nyerést (lásd a 10. pontot). Arra vonatkozó adat nem ismert a Versenytanács előtt, hogy az „ingyenes”, bizalmi jellegű terméknek minősülő ajándékok ténylegesen bírtak volna ilyen tulajdonsággal, ezt az eljárás alá vont nem bizonyította.

35. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont megsértette

- 2008 januárjától 2008. augusztus 31-ig a nyomtatott sajtóban megjelentetett reklámokkal a Tpvt. 8. §-a (2) bekezdése a) pontját,
- a 2008. szeptember 1. és 2010 júliusa között a nyomtatott sajtóban megjelentetett [az Fttv. mellékletének – a 3. § (4) bekezdése alapján alkalmazandó – 16. pontját megvalósító] reklámok révén az Fttv. 3. §-a (1) bekezdését,

mivel az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas, illetve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a fogyasztóknak megküldött DM küldeményekben azt a látszatot keltette, hogy „ingyenes” ajándékai a fogyasztók számára megkönnyítik a szerencsejátékokban való nyerést.

#### Jogsértés a fogyasztóknak megküldött DM küldeményekkel összefüggésben tanúsított agresszív kereskedelmi gyakorlattal

36. A jogi szabályozásnak, így a Tpvt. 10. §-ának és az agresszív kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos Fttv. rendelkezéseknek az a célja, hogy a fogyasztónak a tájékozott döntés meghozatalára való képességének, az árukkal kapcsolatos választási szabadságának, illetve az árukkal kapcsolatos magatartásának korlátozására, torzítására alkalmas kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni fellépést biztosítsa.

37. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által a reklámok részét képező kuponokat megküldő fogyasztókhöz eljuttatott DM küldemények kapcsán tanúsított magatartása a Tpvt. 10. §-a, illetőleg az Fttv. 8. §-a alapján is elbírálható.

A Versenytanács megjegyzi, az Fttv. mellékletének 26. pontja külön nevesíti azon kereskedelmi gyakorlatot, amikor a vállalkozás távmásolón (telefonon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz

útján ismétlődően és nem kívánt módon sürgeti a fogyasztót (kivéve amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges). A jelen esetben ezen rendelkezés alkalmazására nincs lehetőség, mivel a fogyasztó sürgetése nem az Fttv. mellékletének 26. pontja által megkívánt kommunikációs eszköz alkalmazásával történt meg, mindazonáltal ezen előírások támpontot nyújtanak az Fttv. 8. §-ának az értelmezéséhez, hiszen egyértelmű, a jogalkotó védeni kívánta a fogyasztót a vállalkozás által megvalósított olyan zavarásokkal szemben, amelyek alkalmasak arra, hogy kedvezőtlenül befolyásolják a fogyasztó választási, magatartási szabadságát. Ezzel összefüggésben nem mellőzhető az sem, hogy – amint arra előzőleg a Versenytanács már rámutatott – az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatát legalább részben az átlagosnál kiszolgáltatottabb fogyasztók irányában tanúsította.

38. A rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan

- az eljárás alá vont ismétlődően küldte meg a fogyasztóknak DM küldeményeit, miközben
- a fogyasztók részéről kifejezett kívánság nem fogalmazódott meg az eljárás alá vont által sorozatosan postázott DM küldemények megküldése kapcsán (megjegyzendő, hogy a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok részét képező kuponon is csak a fogyasztó adatainak kereskedelmi célból történő feldolgozásáról, továbbításáról tesznek említést), azzal, hogy
- ezen DM küldemények nem mutatkoztak szükségesnek az eljárás alá vont valamilyen szerződéses kötelezettségének a teljesítéséhez,
- az ismétlődő küldemények célja a fogyasztó sürgetése volt,
- ezen célt, s ezáltal a megfontolt fogyasztói döntés időbeli lerövidítését szolgálta az is, hogy a DM küldeményekben az eljárás alá vont határidőn belüli, illetőleg minél előbbi válaszadásra ösztökélte a fogyasztót, miközben nem merült fel olyan adat, hogy ténylegesen bármilyen jelentősége lett volna annak, a fogyasztó mely időpontban ad választ az eljárás alá vontnak.

A Versenytanács álláspontja szerint a DM küldemények alkalmasak voltak a fogyasztói döntési folyamat megzavarására. Ehhez hozzájárult az is, hogy miközben a DM küldeményekben a játékszabályzatnak a fogyasztók tájékoztatását kellene szolgálnia, annak a nyomtatása egyes esetekben fehér alapon nagyon halvány kék színnel történt, máshol lilás alapon fehérrel, a szöveg nincs tördelve, kifejezetten sűrűn szedettek a sorok, az alkalmazott betűtípusa végig nagykapitális. Mindez indokolatlanul korlátozta, adott esetben gátolta a fogyasztót a játékszabályzat megértésében.

39. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont megsértette

- a 2008 januárjától 2008. augusztus 31-ig tartó időszakban a Tpv. 10. §-át,
- 2008. szeptember 1. és 2010 júliusa között [az Fttv.-nek a 3. § (3) bekezdése alapján alkalmazandó 8. §-át megvalósító kereskedelmi gyakorlattal] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését,

amikor a fogyasztókat általuk nem kívánt módon sürgette a kínált szolgáltatás igénybevételére a részükre ismétlődően megküldött direkt marketing küldeményekkel.

### Összefoglalás

40. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont az előzőekben részletezettek szerint 2008 januárja és 2010 júliusa között fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást, illetve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, s a rendelkező rész szerint döntött.



A jogsértéssel érintett időszakot a Versenytanács a rendelkezésére álló iratok alapján állapította meg, figyelemmel arra, hogy az eljárás alá vont Vj-127-018/2009. számú nyilatkozata értelmében

- az eljárás alá vont tevékenységét 2008. január 8-án kezdte meg,
- 2008-tól legalább a nyilatkozat megtételének napjáig, 2010. július 29-ig jelentek meg reklámjai a nyomtatott sajtóban.

41. A Versenytanács a jogsértés Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását a határozat kézhezvételétől számított 8 nap elteltével megtiltotta. Ez azt jelenti, hogy a határozat kézhezvételétől számított 8 nap elteltével az eljárás alá vont nem tanúsíthat olyan kereskedelmi gyakorlatot, amely a jelen határozat értelmében jogsértőnek minősül, így

- a) a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban nem állíthatja, hogy az általa kínált szolgáltatás segítséget nyújt a fogyasztók számára a pénzügyi gondok nyereségek révén történő megoldásához, s az eljárás alá vont ehhez kapcsolódóan valamely nyereseményhez jutást elősegítő, egyfajta garantált szerencsét biztosító ingyenes ajándékokat juttat el a fogyasztókhoz. A korábban kereskedelmi kommunikáció (reklám) nyomtatott sajtóban való megjelentetése érdekében megkötött szerződés teljesülését az eljárás alá vont köteles oly módon megakadályozni, hogy 8 nap elteltével jogsértő tartalommal bíró kereskedelmi kommunikáció (reklám) ne jelenjen meg a nyomtatott sajtóban,
- b) a fogyasztóknak megküldött direkt marketing küldeményekben
  - nem keltheti azt a benyomás, hogy a fogyasztó már megnyert egy nyereséget, ha a direkt marketing küldeményben jelzett nyeresemény az ott ismertettek szerint nem létezik,
  - nem ígérhet „ingyenes” ajándékot, ha az „ingyenes” ajándékhoz a fogyasztók csak meghatározott összeg megfizetése ellenében juthattak hozzá,
  - nem keltheti azt a látszatot, hogy „ingyenes” ajándékai a fogyasztók számára megkönnyítik a szerencsejátékokban való nyeresést,
- c) a fogyasztókat általuk nem kívánt módon nem sürgetheti a kínált szolgáltatás igénybevételére a részükre ismétlődően megküldött direkt marketing küldeményekkel.

42. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpvt. 78. §-ának (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- az eljárás alá vont által tanúsított, a jelen eljárással érintett kereskedelmi gyakorlat központi, meghatározó eleme a fogyasztók megtévesztése, a fogyasztókkal szemben tanúsított agresszivitás,
- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat tanúsítása időben elhúzódott, több éven át zajlott (lásd a 40. pontot),
- az intenzív kereskedelmi kommunikáció (lásd a 6-9. pontot) révén az eljárás alá vont a fogyasztók széles körét érte el,
- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat különösen kiszolgáltatott fogyasztók irányában valósult meg (lásd 23. és a 27. pontot),
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.

A fentiek mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert költségek mértékére (lásd eljárás alá vont Vj-127-018/2009. számú nyilatkozatának 3. pontját), s a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 46.000.000 Ft-ban, a kiszabható legmagasabb összeghez közeli mértékben határozta meg.

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

A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal elrendeli a határozat végrehajtását. A Versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a Gazdasági Versenyhivatal által kiszabott bírság behajtása iránt az állami adóhatóság intézkedik.

## **VI. Egyéb kérdések**

44. Az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelv implementálására megszabott határidőt túllépve, 2007. december 12-ét követően került csak elfogadásra a 2008. szeptember 1-jén hatályba lépett Fttv. A 2008. szeptember 1. előtti időszak vonatkozásában a Versenytanács megvizsgálta, hogy az irányelvben foglaltak alkalmazása kedvezőbb eredménnyel járna-e az eljárás alá vont számára. A Versenytanács megállapította, az irányelv alkalmazása sem eredményezne kedvezőbb elbírálást az ügyben.

45. A 2008. szeptember 1. előtt tanúsított magatartás vonatkozásában a Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

46. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartás vonatkozásában a Versenytanács kiemeli, 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.

Az Fttv. 11. §-ának (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.

Az Fttv. 11. §-ának (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, figyelemmel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lapok révén, illetve országszerte alkalmazott DM levelek révén valósult meg.

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

A Versenytanács a Tptv. előírásainak megfelelően megküldte az eljárás alá vont részére előzetes álláspontját, s felhívta, nyilatkozzon arról, kéri-e tárgyalás tartását. Az eljárás alá vont a megadott határidőig tárgyalás tartását nem kérte, a tárgyalásra megjelölt időpontban nem jelent meg, ezért a tárgyalás tartását szükségesnek nem ítéltő Versenytanács határozatát tárgyalás mellőzésével hozta meg.

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

Budapest, 2011. május 12.

dr. Zavodnyik József sk.  
előadó versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
versenytanács tag

dr. Zlatarov László sk.  
versenytanács tag