



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj-139-044/2009.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. G. Sz. J. ügyvéd (Dr. Giró Szász és Társa Ügyvédi Iroda) által képviselt **Lyoness Hungary Kft.** (Budapest) és **Lyoness Holding Europe AG.** (Buchs) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

### **végzést**

A Versenytanács az eljárást az EUR/HUF árfolyam alkalmazásával kapcsolatos információk, illetve a más fogyasztók Lyoness rendszerbe történő beléptetésében való közreműködés vonatkozásában megszünteti.

A végzés felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 5 munkanapon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható keresettel lehet kérni.

### **Indokolás**

1. A Gazdasági Versenyhivatal azt követően indított eljárást a Lyoness Hungary Kft. és a Lyoness Holding Europe AG. ellen, hogy észlelte, az ún. Lyoness rendszer formájában üzemeltetett vásárlói közösség népszerűsítése kapcsán

- a 2008. január 1. és 2009. október 14. közötti időszakra kiterjedően
  - az egységesen minden vásárlás utáni 1%-os visszatérítés ígéretével ellentétben nem minden esetben kerül sor 1%-os visszatérítésre,
  - az azonnali visszatérítés ígéretével szemben a fogyasztó nem azonnal jut a visszatérített összeghez,
  - megalapozatlanul hangozott el az ingyenesség ígérete,
  - az EUR/HUF árfolyam alkalmazásával kapcsolatos információ nem került ismertetésre a törzsvásárlók részére,
- a 2008. szeptember 1-jét követő időszakra kiterjedően
  - a fogyasztóknak ígért nagymértékű juttatások elérésének alapfeltétele más fogyasztók Lyoness rendszerbe történő aktív beléptetésében való közreműködés,

amely által az eljárás alá vontak valószínűsíthetően megsértették

- a 2008. szeptember 1-jét megelőző időtartam tekintetében a Tpv. III. fejezetének rendelkezéseit,

- az ezt követő időszak tekintetében az Fttv. 6. és 7. §-ainak, illetve az Fttv. mellékletének 14. pontjának rendelkezéseibe ütköző magatartás megvalósítása révén a 3. § (1) bekezdésében foglaltakat.

## I.

### Az eljárás alá vontak

2. A Lyoiness Holding Europe AG. 2003. július 2-án Svájcban került bejegyzésre. Jelenleg Európában Magyarországon kívül 14 országban rendelkezik leányvállalattal és működtet vásárlói közösséget Lyoiness néven. A Lyoiness vásárlói közösség nemzetközi szinten jelenleg több mint 900.000 tagból áll. A Lyoiness Holding Europe AG. nyilatkozata szerint „a magyar relációra vonatkozó” árbevétele a kereskedelmi árrésből teljes mértékben a Lyoiness Hungary Kft.-nél realizálódott.

A Lyoiness Holding Europe AG. leányvállalata az eljárás alá nem vont Lyoiness Management GmbH., amelyet web-portál, DATA service üzemeltetésére, valamint nemzetközi termékpartnerekkel történő kereskedelmi kapcsolatfelvételre, illetve szerződéskötésre hoztak létre. Feladata továbbá a Lyoiness Holding Europe AG. egységes oktatási és marketingkonceptiójának kialakítása, amelynek keretében a tagországok részére elsősorban irányelveket határoznak meg. Az irányelvek tartalommal, illetve konkrétumokkal történő megtöltését a tagországokkal együttesen végzik, amelynek során tekintetbe veszik az adott ország sajátosságait, hagyományait, jogi és erkölcsi normáit. A Lyoiness Management GmbH. a tagországok számára kidolgozza továbbá az aktuális reklámkampányt, s rendelkezésre bocsátja a megfelelő reklámeszközöket és számítástechnikai szolgáltatásokat.

3. A Lyoiness Holding Europe AG. magyarországi leányvállalata a 2003-ban alakult, adminisztrációs és tagszervező tevékenységet végző Lyoiness Hungary Kft., amelynek 2008. évi nettó árbevétele 311.104.242 Ft volt. A Lyoiness Hungary Kft. nyilatkozatából ismert a 2009. évi nettó árbevétele (az üzleti titoknak minősülő adatközlést lásd a Vj-139-017/2009. számú iratot).

## II.

### A Lyoiness vásárlói közösség

4. Az eljárás alá vontak által működtetett ún. Lyoiness rendszer egy nemzetközi vásárlói közösség.

5. A vásárlói közösségek háttérében álló megfontolások szerint

- a vásárlók a vállalkozásokkal egyénileg kialakított előnyökhöz képest nagyobb kedvezményekhez juthatnak, ha együttműködve vásárlói közösségként lépnek fel,
- ha a vásárlói közösségbe regisztrált tagok a vásárlói közösséggel mint sajátos közvetítővel szerződésben álló partnervállalkozásoknál bonyolítják le vásárlásaikat, ott vesznek igénybe szolgáltatásokat, akkor a vásárlások után a partnervállalkozás által felajánlott kedvezménnyel arányosan pénzvisszatérítést kapnak,
- a vásárlói közösség működtetőivel szerződésben álló vállalkozások által a vásárlói közösség tagjainak nyújtott kedvezményekért cserébe a vásárlói közösségbe regisztrált tagok a partnerüzletekben bonyolítják vásárlásaikat, növelve azok forgalmát,

- a vásárlói közösségeket működtető vállalkozások közvetítői jutalékot számítanak fel a partnerüzletekkel szemben, amely a partnerüzlet által felajánlott kedvezmény meghatározott százaléka. A közvetítői jutalék mértéke a törzsvásárlók által generált forgalom jelentős százalékát is elérheti (az eljárás alá vontak kapcsán lásd a Vj-139-017/2009. számú iratot, illetve a termékpartnereknek kiszámlázott közvetítői jutalékösszegére vonatkozó adatokat lásd Vj-139-017/2009. és Vj-139-028/2009. számú iratokban).

6. A vásárlók a vásárlói közösség működtetőivel szerződést kötő vállalkozások részére nem fizetnek kevesebbet a megvásárolt termékért vagy igénybe vett szolgáltatásért, hanem utólagos pénzvisszatérítésben részesülnek, amelynek több formája lehetséges:

- az ún. „azonnali visszatérítések” esetén a pénzvisszatérítéseket a regisztrált tagok a vásárlói közösség általános szerződési feltételeiben meghatározottak megvalósulása esetén visszakapják saját bankszámlájukra,
- a pénzvisszatérítések másik fajtájának alkalmazása esetén figyelembe vett összegeket a rendszer tagjai ún. pozíciógyűjtésre fordíthatják. Pozíciógyűjtéssel próbálják a vásárlói közösséget üzemeltető vállalkozások motiválni a tagokat a vásárlói közösség kereskedelmi partnereinél történő vásárlásra, hiszen az általános szerződési feltételekben meghatározott számú pozíció összegyűjtése révén készpénzjöváírás érhető el. A készpénzjöváírások kigazdálkodása elérhető
  - a tagok rendszerben történő vásárlása útján, de
  - előleg megfizetésével is, amely esetén a vásárlói közösség tagjai egy jövőbeni vásárláskor felhasználható utalványra fizetnek be meghatározott pozíció árának megfelelő összeget előlegként, amely a pozíciógyűjtés során felgyorsítja a kigazdálkodható jöváírások megszerzését, tekintettel arra, hogy nem kell hozzá tényleges vásárlást bonyolítani a pozíció megszerzésének időpontjában. Az eljárás alá vontak az előlegek befizetéséről bizonylatot bocsátanak ki. Mivel az előleg egyben az aktuális árrés is, ha a törzsvásárló befizet egy előleget, de ténylegesen vásárolni is akar, úgy az előleget ki kell egészítenie (pl. ha a termékpartner 10%-os jutalékot ígér, akkor a fogyasztó által befizetett előleg összege csak ezen árrés, jutalék összegét fedezi le, tényleges vásárláshoz még be kell fizetnie a hiányzó 90%-ot).

7. A vásárlói közösségek működtetői különböző Multi-Level-Marketing (a továbbiakban: MLM) típusú karrierrendszerek bevezetésével próbálják érdekeltté tenni a tagokat abban, hogy másoknak ajánlják a közösséget és beléptessék őket. A rendszer továbbajánlása gyorsítja a pozíciók összegyűjtését, mivel az ún. „ajánló” tag által regisztrált új vásárló pozíciói is az „ajánló tag” pozícióihoz csatlakoznak a MLM rendszerben és az ajánló visszatérítéseit növelik.

8. A Lyoness rendszer szereplői

- a rendszert működtető eljárás alá vontak,
- a vásárlói közösségbe regisztrált fogyasztók, az ún. törzsvásárlók,
- a Lyoness Hungary Kft.-vel szerződést kötött, a törzsvásárlóknak a kedvezményeket biztosító vállalkozások, az ún. termékpartnerek.

9. A törzsvásárló és a Lyoness rendszert üzemeltető svájci székhelyű vállalkozás, a Lyoness Holding Europe AG. között a rendszerbe történő regisztráció során jogviszony keletkezik, amelyre elsősorban az Általános Üzleti Feltételek (a továbbiakban: ÁÜF) és melléklete, a „Jutalékok és Különleges Kedvezmények” című dokumentum (a továbbiakban: Melléklet) irányadó, amelyek egyes rendelkezései módosultak (eltérő tartalommal volt irányadó az ÁÜF

és a Melléklet 2007. május 9-től 2008. október 21-ig, 2008. október 21-től 2009. novemberéig, s 2009. novemberétől).

10. Az árrés az a vásárlási kedvezmény, melyet a termékpartner nyújt a törzsvásárlóknak minden nála bonyolított vásárlás után. A termékpartnerek által nyújtható egyes árrések mértékét az ún. Kereskedelmi árrés-kód lista tartalmazza. Az árrés két komponensből tevődik össze:

- az „azonnali” visszatérítésekből és
- az azonnali visszatérítések levonása után fennmaradó összegből.

11. Az árrés-kód lista az ABC egyes betűihez rendeli hozzá a kedvezmények mértékét %-os mértékben kifejezve, így például

- „A” betűjelű besorolást kap az a kereskedő, aki 1%-os árrést biztosít a nála bonyolított vásárlások után,
- „Z” betűjelű besorolást kap az, aki 26%-os árrést biztosít a termék/szolgáltatás vásárlási értékéből.

A termékpartnerek által a törzsvásárlóknak kínált leggyakoribb árrés az „I” betűvel megjelölt 9%-os árrés, melyet a „E” 5 %-os és a „J” 10%-os árrés követ, az „A” és a „Z” betűjelű besorolás nem jellemző.

12. Az árrés a fogyasztó számára négy különböző elemből tevődik össze:

- az ár 0,5-1%-át kitevő összeg, mely az „azonnali” visszatérítések közé tartozik, s a jutalékszámán kerül jóváírásra,
- az ár 0,5%-át kitevő összeg, az ún. direkt hűségbónusz, amely a törzsvásárló ajánlóját illeti, s amely szintén a jutalékszámán kerül jóváírásra,
- az ár 0,5%-át kitevő összeg, az ún. indirekt hűségbónusz, amely a törzsvásárló ajánlójának az ajánlóját illeti meg, s a jutalékszámán kerül jóváírásra,
- az árrés fennmaradó része az „azonnali” visszatérítések és hűségbónuszok (amelyek összesen az árrés maximum 2%-át teszik ki) levonása után, amely összeg a személyes árrésgyűjtő számlán kerül jóváírásra.

13. A Lyoness rendszer esetében több számla különböztethető meg:

- virtuális, csak a Lyoness informatikai rendszerében létező számlák:
  - jutalékszámla: az „azonnali” visszatérítések és hűségbónuszok erre a számlára kerülnek,
  - személyes árrésgyűjtő: az a számla, ahova az árrés az azonnali visszatérítések és hűségbónuszok levonása után fennmaradó része kerül,
  - utalványszámla: utalvány kifizetésére szolgáló számla, illetve a vásárlási jóváírások is erre a számlára érkeznek,
- valódi bankszámla, a törzsvásárló személyes bankszámlája: ha a törzsvásárló jutalékszámáján az „azonnali visszatérítések” összege eléri a 2.600 Ft-ot (később 3.000 Ft-ot), akkor ez az összeg átutalásra kerül a törzsvásárló saját bankszámlájára. Minden visszatérítés a törzsvásárló bankszámlájára történő utalással vagy a termékpartnereknél levásárolható vásárlási utalványok révén kerül kifizetésre, készpénzben történő elszámolás nincs.

14. A törzsvásárlók részéről a rendszer szempontjából relevanciával bíró termékek beszerzése, szolgáltatások igénybevétele közvetlenül a termékpartnereknél történik,

- utalványok (az eljárás alá vontak által kiállított utalványok formájában történő fizetésnél a törzsvásárlónak az eljárás alá vontaktól kell az utalványt megvásárolnia, de meghatározott, az eljárás alá vontaktól kapott juttatás is utalványvásárlásra fordítható),

- on-line vásárlás,
- személyes vásárláson alkalmával bankkártya vagy készpénzfizetés útján.

15. A törzsvásárló termékpartnereknél történő vásárlási ügyleteit a Lyoness Holding Europe AG. által üzemeltetett informatikai rendszer rögzíti. A termékpartnereknél teljesített vásárlások rögzítésére szolgál az ún. Lyoness Cashback Kártya, amelynek funkciója a törzsvásárló visszatérítései elszámolásának lehetővé tétele, azaz a kártya egy adathordozó és nem fizetőeszköz.

A Lyoness Cashback Kártya és a törzsvásárlók személyes bankkártyája funkcióinak egyesítése céljából 2009. április 23-tól az UniCredit Bank Lyoness co-branded bankkártyákat bocsát ki, amelyek

- rögzítik a törzsvásárló termékpartnereknél bonyolított vásárlásait és emellett
- fizetőeszközként is használhatóak.

Az UniCredit co-branded kártya igénylése, illetve a törzsvásárló bankszámlájának UniCredit Banknál történő vezetése nem feltétele a vásárlói közösségbe történő regisztrációnak.

16. 2009. április 29. előtt a törzsvásárlók az alábbi jogcímen a következő összegeket fizették be az eljárás alá vontak részére, illetve a következő összegek kerültek részükre kifizetésre:

- befizetés a törzsvásárló részéről
  - regisztráció: 0 Ft
  - előlegfizetés: 13.000 Ft/pozíció - 1.040.000 Ft/ pozíció
  - Welcome Package (ajánló részéről): 2.600 Ft
  - Cashback kártya díja (2 év elteltével merül fel, esetlegesen, ha a törzsvásárló havonta nettó 39.000 Ft-ért vásárlásokat bonyolított a Lyoness rendszerben, akkor az új kártya igénylése díjtalan): 12 euró
  - bankköltségek (esetleges)
- kifizetés az eljárás alá vontak részéről
  - „azonnali” visszatérítés: a vásárlási összeg 0,5% vagy 1%-a jutalékszámmlára, majd 2.600 Ft-onként a saját bankszámlára
  - direkt hűségbónusz: a vásárlási összeg 0,5%-a jutalékszámmlára, majd 2.600 Ft után saját bankszámlára
  - indirekt hűségbónusz: a vásárlási összeg 0,5%-a jutalékszámmlára, majd 2.600 Ft után saját bankszámlára
  - rendszerjutalék: 2.080-3.960.000 Ft-ig jutalékszámmlára, majd 2.600 Ft után saját bankszámlára
  - vásárlási visszatérítés: 117.000-4.160.000 Ft saját bankszámlára
  - vásárlási jóváírás: 117.000-4.160.000 Ft utalványszámmlára
  - direkt partner bónusz: a törzsvásárló által beléptetett törzsvásárlók összes rendszerjutalékának 18,75%-a
  - indirekt partner bónusz: a törzsvásárló által beléptetett törzsvásárlók által regisztrált tagok összes rendszerjutalékának 6,25%-a
  - karrierbónusz: 52.000 - 13.000.000 Ft

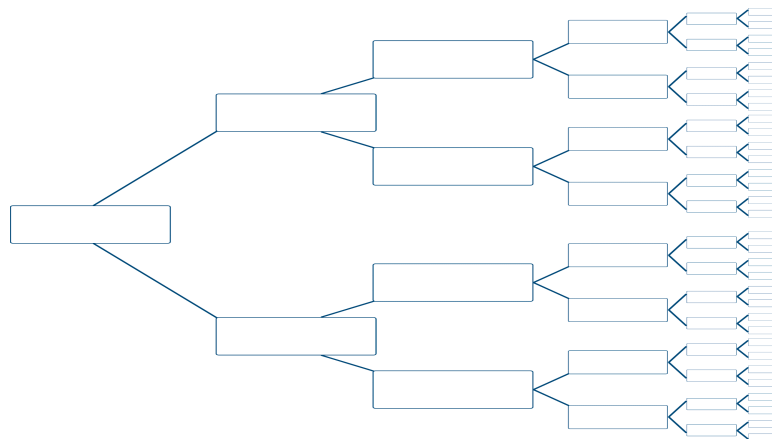
17. Az egyes tételek, az egyenlegek, a be- és kifizetések összegei euróban kerülnek nyilvántartásra, azonban a be- és kifizetések forintban történnek. A fenti táblázatban található összegek a 2009. április 29-i árfolyam korrekció előtti 260 HUF/EUR árfolyamon kerültek kiszámításra, a 2009. április 29-i árfolyam-módosítás után a 300 HUF/EUR árfolyamot alkalmazták a be- és kifizetések átszámításánál.

18. A Lyonsess rendszer alapegysége a pozíció, amely nem személyeket testesít meg, mint a legtöbb MLM rendszerben, hanem a törzsvásárló személyes árrésgyűjtő számláján felhalmozódó összegeket.

Pozíció két módon keletkezhet:

- a törzsvásárló saját vásárlásaiból, amikor a termékpartner által felajánlott kedvezményösszeg (az árrés) meghatározott %-a kerül jóváírásra a törzsvásárló árrésgyűjtő számláján, ahol - amennyiben ezek a jóváírt összegek elérik az eljárás alá vontak által az ÁÜF-ben előírt értéket - keletkezik egy pozíció,
- a törzsvásárló jövőben levásárolható utalványokra irányuló előlegvásárlásaiból, amely esetben a törzsvásárló nem a vásárlásai után gyűjti az árrések meghatározott %-át, hanem előre már eleve pozíció formájában megvásárolja őket, s egy későbbi időpontban utalvány formájában levásárolja. A pozícióképződés ezen módja azért lehet előnyös, mert gyorsabban pozícióhoz jut a törzsvásárló, mint vásárlásokkal.

19. A pozíciók öt különböző ún. gazdasági osztályban (GO I. - GO V.) kerülnek elhelyezésre a bináris számrendszer rendezőelveinek megfelelően, amely értelmében minden pozícióhoz további két pozíció csatlakozhat, amely két pozíció az alap pozícióhoz képest fent és lent helyezkedik el, mint azt a lenti ábra is szemlélteti. Az eljárás alá vontak által becsatolt kommunikációs anyagok mind az 5 gazdasági osztályt egy-egy külön bináris rendszernek ábrázolják.



20. Minden gazdasági osztályt az ÁÜF-ben meghatározott számú pozícióval lehet feltölteni. Ha a törzsvásárló

- a gazdasági osztályt az ÁÜF által előírt számú pozícióval vásárlásai révén töltötte fel, pénzvisszatérítéshez jut, azaz a törzsvásárló készpénzt kap vissza saját bankszámlájára, amellyel szabadon rendelkezhet,
- ha pedig a pozíció utalványra történő előlegvásárlásból keletkezett, jóváírást kap, amikor a törzsvásárló az utalványszámlájára kap pénzt, amelyen a termékpartnereknél levásárolható utalványokhoz juthat, azaz a pénzjóváírás összegét csak a termékpartnereknél vásárolhatja le.

21. Az egyes gazdasági osztályokban az egy-egy pozícióhoz szükséges árrés összege, a kigazdálkodáshoz szükséges követő pozíciók száma, az egyes gazdasági osztályokhoz tartozó kigazdálkodható pénzvisszatérítések/jóváírások összege az alábbiak szerint alakult:

Gazdasági osztály	Egy pozícióhoz szükséges vásárlások után fennmaradó teljes árrést tartalmazó előleg	A jóváírások kigazdálkodáshoz elengedhetetlen követő pozíciók száma (db)	Keletkezett jóváírások összege
GO I.	13.000 Ft	70, azaz 35 lent/35 fent a bináris rendszerben az ajánló pozíciója alatt	117.000 Ft
GO II.	39.000 Ft	60, azaz 30 lent/30 fent a bináris rendszerben az ajánló pozíciója alatt	221.000 Ft
GO III.	104.000 Ft	50, azaz 25 lent/25 fent a bináris rendszerben az ajánló pozíciója alatt	416.000 Ft
GO IV.	312.000 Ft	50, azaz 25 lent/25 fent a bináris rendszerben az ajánló pozíciója alatt	1.248.000 Ft
GO V.	1.040.000 Ft	50, azaz 25 lent/25 fent a bináris rendszerben az ajánló pozíciója alatt	4.160.000 Ft

22. Az eljárás alá vontak adatszolgáltatásából (Vj-139-009/2009.) ismert

- a magyarországi törzsvásárlók üzleti titoknak minősülő száma gazdasági osztályonként,
- az 1, 2, 3 vagy 3-nál több pozícióval rendelkező törzsvásárlók üzleti titoknak minősülő száma gazdasági osztályonként (egy törzsvásárlónak több gazdasági osztályban is lehet pozíciója, illetve egy osztályon belül is több pozícióval rendelkezhet, tekintettel, arra, hogy a pozíció nem személyeket testesít meg).

23. A gazdasági osztályok pozíciókkal történő feltöltése az alábbi módokon történhet:

- a törzsvásárló saját vásárlásai révén  
Ha egy, mást a Lyoness rendszerbe nem regisztráló törzsvásárló az első gazdasági osztály visszatérítését kívánja kigazdálkodni, akkor 13.000 Ft értékű árrés tömeg után kap egy pozíciót a rendszerben. Ez azt jelenti, hogy – termékpartnerek által a leggyakrabban kínált árrést (9%) és a magyar átlagfogyasztást alapul véve – 32.000 Ft-ért vásárol egy hónapban az eljárás alá vontak termékpartnereinél (a Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint az egy főre jutó összes fogyasztási kiadás átlagos értéke 2007-ben 706.000 Ft volt, amelynek csak egy része vehető figyelembe, mivel a vállalkozások egy része, így pl. számos közüzemi szolgáltató nem termékpartner, illetve nem szükségszerű, hogy a fogyasztó minden esetben vásárlásait valamely termékpartnernél eszközölje), akkor minden egyes alkalommal – az „azonnali visszatérítések levonása után – 2.240 Ft kerül az árrésgyűjtőjébe. Ennek megfelelően hatszor kell a termékpartnereknél, 32.000 Ft értékben vásárolnia (összesen 192.000 Ft értékben) ahhoz hogy a 13.000 Ft értékű árréstömeg összegyűljön és így 1 pozícióra szert tegyen. Összesen 35/35 (70) pozíciót kell a törzsvásárlónak összegyűjtenie ahhoz, hogy az első gazdasági osztály 117.000 Ft értékű visszatérítését kigazdálkodja, azaz 70 x 192.000 Ft (13.440.000 Ft) értékben kell vásárolnia a termékpartnereknél, függetlenül attól, hogy a termékpartnereknél történő vásárlás teszi-e lehetővé a fogyasztó számára legkedvezőbb áron és feltételekkel, legjobb minőségben történő vásárlást.
- a jövőben levásárolható utalványokra irányuló előlegvásárlással  
Ha a törzsvásárló előleg befizetésével pozíciót vásárol, e tekintetben megelőlegezi a valamelyik gazdasági osztálybeli pozíció(k)hoz szükséges árréstömege(ke)t. Az első gazdasági osztályban egy előleges pozíció 13.000 Ft-ba kerül (13.000 Ft-nyi árrést kell összegyűjteni egy pozícióhoz, ha ezt a törzsvásárló saját vásárlásai útján kívánja elérni). Az előleges pozícióvásárlás ugyanakkor felgyorsítja a gazdasági osztályok

pozícióval történő feltöltésének folyamatát, tehát a pénzvisszatérítés kigazdálkodását, hiszen nem kell hozzá a pozíció megvétele időpontjában ténylegesen vásárolni, hanem csak egy későbbi, a törzsvásárló által meghatározott időpontban. A törzsvásárló tehát előbb vásárol a Lyoness rendszerben pozíciót, majd utána realizálja a tényleges vásárlást a termékpartnernél, úgy, hogy a pozícióként megvásárolt előleg összegét kipótolja az eljárás alá vontak által kiállított, a termékpartnereknél levásárolható utalvány teljes összegére. Az előleg az eljárás alá vontak által a termékpartner részére kiállított utalvány teljes összegére történő kiegészítésével vásárolható le (ennek összege 37.000 Ft-tól 33.626.666 Ft-ig terjed). Az eljárás alá vontak határozzák meg minden gazdasági osztályban az egyes árresekhez tartozó utalványösszeget. Például ha a termékpartner 7% árrést biztosít, és egy első gazdasági osztályban foglalt a törzsvásárló előleges pozíciót 13.000 Ft-ért, úgy az eljárás vontak által közzétett táblázat szerint az utalvány értéke 185.000 Ft, melyet 172.000 Ft-tal kell kiegészítenie a törzsvásárlónak, ha le akarja vásárolni a termékpartnereknél.

Az ÁÜF szerint ha a törzsvásárló a Lyoness utalványért csak előleget fizetett, az előleg összegét már nem igényelheti vissza.

Az eljárás alá vontak adatszolgáltatásából (lásd a Vj-139-028/2009. számú irat üzleti titoknak minősülő adatait) ismert, hogy 2007-2009 között miként alakult a kibocsátott utalványok darabszáma és a levásárolt utalványok összege, az azonban nem tudott, hogy hány darab, s milyen összegű utalvány került kibocsátásra előleges pozíció vásárlásának kiegészítése révén (lásd még továbbá a Vj-139-037/2009. számú iratot).

- a törzsvásárló által regisztrált tagok által

A gazdasági osztályoknak a törzsvásárló révén a rendszerbe beléptetett új tagok, illetve azok ajánlottjai által való pozíciókkal történő feltöltése két módon valósulhat meg:

- a törzsvásárló által regisztrált tagok (illetve azok ajánlottjainak) vásárlásai révén keletkező pozíciókból,
- a törzsvásárló által regisztrált tagok (illetve azok ajánlottjainak) jövőben levásárolható utalványokra irányuló előlegeket vásárolnak, és az ezekből keletkező pozíciókból.

Ha a törzsvásárló a rendszer továbbajánlásában aktívan részt vesz, gyorsabban tud a gazdasági osztályok pozíciókkal történő feltöltéséből kigazdálkodható visszatérítésekhez jutni, mint saját vásárlásaiból, mivel az általa beléptetett tagok pozíciói is az ajánló elszámolási rendszerében kerülnek elhelyezésre. Az ÁÜF Melléklete rögzíti, hogy az ajánló rendelkezik az általa regisztrált törzsvásárló első pozíciójával.

24. Az eljárás alá vontak közötti feladatmegosztást a közöttük létrejött megállapodások részletesen szabályozták.

### **III.**

#### **Az eljárás alá vontak vizsgált magatartása**

25. Az eljárás megindító végzés értelmében a Versenytanács a kereskedelmi gyakorlat alábbiakkal szerinti értékelését végezhetette el:

- annak ígérete, hogy a fogyasztó minden vásárlás után 1%-os visszatérítésre jogosult,
- az azonnali visszatérítés ígérete,
- az ingyenesség ígérete,



- az EUR/HUF árfolyam alkalmazásával kapcsolatos információ közlésének elmaradása,
- a fogyasztóknak ígért nagymértékű juttatások elérésének alapfeltétele más fogyasztók Lyoness rendszerbe történő aktív beléptetésében való közreműködés.

Az 1%-os, azonnali visszatérítés és az ingyenesség ígéréssel megvalósuló kereskedelmi gyakorlatot a Versenytanács külön határozatban bírálta el.

26. Az eljárás alá vontak a vizsgálattal érintett időszakban különböző kereskedelmi kommunikációk révén népszerűsítették a Lyoness rendszert. Egyes kereskedelmi kommunikációkat a Lyoness Hungary Kft., másokat a Lyoness Holding Europe AG. rendelt meg.

27. A kereskedelmi kommunikációk tartalmának részletes ismertetését a vizsgálati jelentés (Vj-139-034/2009.) tartalmazza.

### **Az EUR/HUF árfolyam**

28. A Lyoness elszámolási rendszere euró alapú, ugyanakkor a törzsvásárlókkal történő elszámolások (így a ki- és befizetések) minden ország nemzeti valutájában történnek. A 2007. május 9-től 2009 novemberéig érvényben lévő ÁÜF-ek nem tartalmaztak információt arról a tényről, hogy az elszámolás euró alapú, illetve, hogy milyen árfolyamon történik.

29. A Magyarország vonatkozásában alkalmazott árfolyam

- 2009. április 15-ig 260 HUF/EUR,
- 2009. április 15-től 280 HUF/EUR,
- 2009. április 29-től 300 HUF/EUR

volt.

30. A 2009. április 29-től alkalmazott árfolyamról a törzsvásárlók a [www.lyoness.hu](http://www.lyoness.hu) honlapon 2009. április 7-én megjelent, két kattintással elérhető tájékoztatás által értesülhettek.

A 2009. április 29-én megvalósított árfolyamváltozás azt eredményezte, hogy

- az első gazdasági osztályban egy pozíció forint értéke 13.000 Ft-ról 15.000 Ft-ra változott,
- az azonnali visszatérítések saját bankszámlára történő átutalásához szükséges minimális összeg 2.600 Ft-ról 3.000 Ft-ra módosult.

31. Az eljárás alá vontak által alkalmazott kereskedelmi kommunikációk nem tartalmaztak tájékoztatást arról, hogy az elszámolás euró alapú, illetve, hogy az milyen árfolyamon történik, illetve az árfolyam módosításának lehetőségéről. A [www.lyoness.hu](http://www.lyoness.hu) honlapon elérhető az ÁÜF is, amely 2009. októberétől EUR-ban adja meg az összegeket és 2009. áprilisától olvasható a honlapon az árfolyam-módosításról szóló tájékoztató. 2009. áprilisától az ún. Welcome Package részét képező „Visszatérítési és kigazdálkodási tervzet” szintén kitér az árfolyam-módosulásra.

## Más fogyasztók beléptetése

32. A törzsvásárló két típusa különböztetendő meg:

- az a törzsvásárló, aki csak vásárolni kíván a LyoNESS rendszeren keresztül, de nem akar a rendszerbe új tagokat regisztrálni,
- az a törzsvásárló, aki saját vásárlásai mellett új tagokat léptet be a rendszerbe, s erre tekintettel juttatásban részesülhet. Az ÁÜF értelmében
  - „amennyiben a törzsvásárló üzletszerűen közvetítői tevékenység végzését is folytatni kívánja (a LyoNESS rendszerbe potenciális törzsvásárlók szervezése, közvetítése), úgy tudomásul veszi, hogy ezen tevékenység végzéséhez valamilyen vállalkozási formát (egyéni vállalkozó, gazdasági társaság) kell választania,”
  - az üzletszerű tevékenység különösen megvalósul, amennyiben a törzsvásárló a megerősített karrierszintet eléri.

33. Ha a törzsvásárló új tagokat regisztrál a rendszerbe,

- ún. ajánlóvá válik,
- az új tagok az ajánló ún. direktjei lesznek,
- az ajánló által regisztrált törzsvásárlók (direktek) által a rendszerbe beléptetett új fogyasztók az ajánló ún. indirektjei lesznek.

34. A gazdasági osztályok pozícióval történő feltöltése szempontjából is jelentősége van a rendszer továbbajánlásának, mert ha az ajánló beléptetett egy törzsvásárlót a LyoNESS rendszerbe, a beléptetett tag pozíciói is az ajánló bináris rendszerében kerülnek elhelyezésre, tehát a beléptetett tag hozzájárul az ajánló gazdasági osztályának pozícióval való feltöltéséhez, így pénzvisszatérítésének kigazdálkodásához.

35. Az új tagok regisztrálása révén a törzsvásárló több csatornán juthat jövedelemhez, illetve ennek több módon lehet szerepe a gazdasági osztályok feltöltése kapcsán (ezzel kapcsolatban lásd a II. fejezetben rögzítetteket is):

- a törzsvásárló által regisztrált tagok vásárlása révén,
- a direkt hűségbónusz néven a törzsvásárló által regisztrált tagok vásárlásainak 0,5%-a jóváírásra kerül törzsvásárló jutalékszámájára, míg indirekt hűségbónuszként a törzsvásárló az általa regisztrált új tagok által beléptetett tagok vásárlási összegének 0,5%-ából részesül,
- rendszerjutalékra az a törzsvásárló jogosult, aki négy új törzsvásárlót regisztrált a rendszerbe úgy, hogy mindegyik új belépő egy-egy pozícióval rendelkezik a LyoNESS elszámolási rendszerében valamelyik gazdasági osztályban,
- a törzsvásárló a direkt és indirekt vásárlói által megszerzett összes rendszerjutalék után direkt (18,75%), illetve indirekt (6,25%) partner bónuszban részesül. A törzsvásárló a rendszerjutalékhoz hasonlóan akkor lesz jogosult partner bónuszra, ha 4 olyan direkt törzsvásárlóval rendelkezik, akinek van egy-egy pozíciója a rendszerben,
- a karrier-rendszer integrált részének minősülő karrier bónusz egy havi fix jövedelmet tesz lehetővé,
- a gazdasági osztályok feltöltése a törzsvásárló által regisztrált tagok jövőben levásárolható utalványokra történő előlegfizetéseiből,
- a törzsvásárlóknak lehetőségük van arra, hogy ún. csoportos elhelyezésű konstellációkban előlegeket vásároljanak, amelyeknek célja, hogy a jóváírások kigazdálkodásának hatékonyságát növeljék. Öt ilyen csoportos elhelyezésű árrés-előleg csomag vásárlására van lehetősége a törzsvásárlónak. Az öt csoportos elhelyezésű árrés-előleg csomag ismérvei az alábbiak (a táblázatban található összegek

a 2009. április 29-i árfolyamkorrekció előtti 260 HUF/ EUR árfolyamon kerültek kiszámításra):

Csomag neve	Kis Vásárlói csomag	Vásárlói csomag	Kis partner csomag	Partner csomag	Business csomag
Pozíciók száma az adott gazdasági osztályból GO I/ GO II/GO III	3/0/0	7/0/0	3/1/1	7/1/1	7/3/3
Csomag ára	39.000 Ft	91.000 Ft	182.000 Ft	234.000 Ft	520.000 Ft
Kigazdálkodható vásárlási jóváírás	351.000 Ft	819.000 Ft	988.000 Ft	1.456.000 Ft	2.730 000 Ft
Kigazdálkodható rendszerjuttalék	102. 960 Ft	240.240 Ft	549.120 Ft	686.400 Ft	1.578.720Ft

36. Az új tagokat beléptetésének jövedelmezőségével kapcsolatban egyes, a Versenytanács előtt ismert kereskedelmi kommunikációk az alábbiakat tartalmazták:

- a törzsvásárló részére a regisztrációt követően megküldött Welcome Package szerint  
*„Azoknak, akik felismerik a Lyoness páratlanságát, lehetőségük nyílik továbbajánlás révén jelentős mellékjövedelem elérésére, mely tevékenység akár főfoglalkozássá is válhat.”*  
*„Minden pozíció, mely az Ön saját és az Ön ajánlottjai vásárlásaiból keletkezik, az Ön számára további előnyöket jelent. Ezek az Ön személyes bináris rendszerében jelennek meg.”*  
*„Ön tíz ismerősének bemutatja a Lyoness nyújtotta előnyöket. Ez a tíz személy a Lyoness kedvezményeit egyenként másik öt személynek adja tovább. Ebből adódóan Ön elszámolási rendszerében egy éven belül pozíciók százai keletkezhetnek.”*  
*„A Lyoness termékpartnereinél célzott vásárlás és aktív továbbajánlás révén Ön évente többször is kigazdálkodhat 117.000 Ft-ot.”*
- A Business Info I-II. prezentáció formájában bemutatott oktatási anyag a következő tájékoztatásokat tartalmazta:  
*„10 direkt és 100 indirekt évente Önnek 825.000 Ft”,*  
*„Érdeklí Önt 4.971.600, - Ft többször egy évben?”,*  
*„Korlátlan kereseti lehetőségek”.*

37. A Gazdasági Versenyhivatalhoz érkezett bejelentésekben, panaszokban a fogyasztók kifogásolták, hogy a rendszer továbbajánlásával aktívan foglalkozó törzsvásárlók a Lyoness Business Csomag-ról azt a tájékoztatást nyújtották, hogy a befektetett tőke 1-2 éven belül megtérül, s a bináris rendszer önmagától feltöltődik pozíciókkal. A fogyasztók utólag tudták meg, hogy a Business Csomag megvásárlásával a rendszerben előlegeket vásároltak.

#### IV. Az eljárás alá vontak előadása

38. Az eljárás alá vontak az EUR/HUF árfolyam kapcsán előadták,

- nem sértették meg az EUR/HUF árfolyammal kapcsolatos tájékoztatási kötelezettségét,
- a honlapon a „Hírek” között folyamatosan közlik az általuk alkalmazott árfolyammal kapcsolatos információkat, de ezen információ a törzsvásárló saját web-irodáján keresztül is folyamatosan elérhető,
- az árfolyam-korrekcióna vonatkozó információ a honlapon 2009. április 7-én jelent meg (és április 8-án lett „beélesítve”),
- az árfolyam-korrekciónról szóló információt „Newsletter” formában elektronikus körlevélben is megkapták a törzsvásárlók 2009. április 7-én,
- a Lyoness Hungary Kft. megalapítás óta a 2009 áprilisában végrehajtott árfolyam-korrekción volt az egyetlen változtatás,
- az árfolyam módosítása után például egy régebben megszerzett pozíció tekintetében a kigazdálkodás utáni jóváírás, visszatérítés összege magasabb lett, kb. 10 %-al,
- az árfolyamváltozás után megszerzett pozíciók tekintetében az árrés-tömeg összege megemelkedett, így arányaiban a törzsvásárlót semminemű hátrány sem érte.

39. Az eljárás alá vontak a Lyoness rendszer kapcsán előadták,

- a piramis-elvre épülő eladásösztönző rendszer létrehozása, fenntartása nem állapítható meg a Lyoness rendszer működtetésében. A rendszer ténylegesen egy MLM elven is működő ügynöki rendszer,
- a Lyoness rendszer ismertetésében, reklámozásában nem ígérték, illetve nem keltették azt a képzetet, hogy a potenciális fogyasztó elsősorban a rendszerépítés után juthat csak valamilyen juttatáshoz. A reklámok, az ÁÜF, egyéb kommunikációk is azt igazolják, hogy az eljárás alá vontak elsősorban a vásárlások útján való juttatásban, visszatérítésben látják a rendszer működtetés lényegét, a rendszerépítés csak opcionális lehetőség,
- álláspontjukat alátámasztja az általuk becsatolt igazságügyi szakértői vélemény (Vj-139-020/2009.), amely szerint a Lyoness rendszerben vásárló közösség megszervezésének módszere elhatárolható a piramisjáték modelltől.

40. Az eljárás alá vontak előadták továbbá, hogy a Lyoness törzsvásárlók természetes vagy jogi személyek is lehetnek, így a törzsvásárlók azon köre, akik nem természetes személyek - a fogyasztó Fttv.-ben meghatározott fogalma értelmében - fogyasztónak nem minősülnek. A képviselő álláspontja szerint a természetes személy törzsvásárlók egy része üzletszerűen közvetítési tevékenységet is végez, ebben a tekintetben ők sem tekinthetők az Fttv. alapján fogyasztónak. Az Fttv. értelmében fogyasztónak csak a természetes személy törzsvásárlók azon része tekinthető, akik kizárólag vásárlásaik útján kívánnak előnyöket kigazdálkodni a Lyoness rendszerből, mindazonáltal esetükben is figyelembe veendő, hogy a Lyoness rendszerben résztvevő törzsvásárlók közös gazdasági tevékenység, cél (ügynöki tevékenység) érdekében szövetkeznek szerződéses jogviszony alapján, amelynek eredményeként a termékpartnerek által biztosított árengedményt osztják fel egymás között a szerződésben rögzített feltételek szerint, így a törzsvásárlók egyik kategóriája sem tekinthető az Fttv. értelmében fogyasztónak,

## V. Jogi háttér

41. A Tpv. (2008. szeptember 1. előtti időszak vonatkozásában irányadó) 8. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A Tpv. 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 tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak, 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 Tpv. 9. §-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

42. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartásokra irányadó Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint 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 az Fttv. 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), d) és e) pontja értelmében a) fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, d) 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, e) a kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől.

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 készíti, 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. §).

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése szerint az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek. E bekezdés és a melléklet 14. pontja értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül piramis-eltvre épülő olyan eladásösztönző rendszer létrehozása, működtetése vagy támogatása, ahol a fogyasztó azzal a lehetőséggel számol, hogy - elsősorban további fogyasztóknak a rendszerbe való beléptetéséből, és kevésbé az áruk értékesítéséből vagy fogyasztásából eredően - valamilyen juttatásban részesülhet.

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy 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. A (2) bekezdés 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. §-a (1) bekezdésének b) pontja rögzíti, 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:

b) az áru lényeges jellemzői.

Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás). A (2) bekezdés rögzíti, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhöz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy 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, míg a (3) bekezdés rögzíti, hogy 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 szerint 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.

43. A Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást megszünteti akkor is, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye (82. §).

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja rögzíti, hogy a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

## VI. A Versenytanács döntése

44. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így különösen a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló kereskedelmi kommunikációja igaz és pontos legyen, ne legyen alkalmas téves képzet keltésére, fenntartására.

45. Az Fttv. vonatkozásában – utalva az eljárás alá vontak előadására (lásd az 41. pontot) – a Versenytanács jelzi, az eljárás alá vontakban azon, az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerinti fogyasztók irányában megvalósított kereskedelmi gyakorlatát értékelte, akik esetében teljesülnek a törvényben ezzel kapcsolatban rögzített feltételek.

46. Az eljárás alá vontak vizsgált magatartásának értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vontak által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

47. 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.

Az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó vonatkozásában a Versenytanács (figyelemmel az eljárás alá vonttal szemben Vj-30/2007. szám alatt lefolytatott eljárás során hozott határozat felülvizsgálata során a Fővárosi Bíróság 2.K. 33.639/2007/9. számú, a Fővárosi Ítéletábla által helybenhagyott ítéletére) kiemeli, 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 tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól

nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően - a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.

48. A jelen eljárás – a vizsgálatot megindító, illetve kiterjesztő végzések által behatároltan – az azon kérdésre adandó válaszadást célozza, hogy az eljárás alá vontak megsértették-e vagy sem az Fttv. rendelkezéseit, amikor

- azt ígérték, hogy a fogyasztó minden vásárlás után 1%-os visszatérítésre jogosult,
- azt ígérték, hogy a fogyasztó azonnali visszatérítésben részesül,
- az ingyenesség ígérését fogalmazták meg,
- nem közölték az EUR/HUF árfolyam alkalmazásával kapcsolatos információt,
- a fogyasztóknak ígért nagymértékű juttatások elérésének alapfeltétele más fogyasztók Lyoness rendszerbe történő aktív beléptetésében való közreműködés.

A Versenytanács az 1%-os, azonnali visszatérítés és az ingyenesség ígéréssel megvalósuló kereskedelmi gyakorlatot külön határozatban bírálta el.

### **Az EUR/HUF árfolyam**

49. Az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében rögzített tilalom megsértése nemcsak aktív tényállítással, hanem megtévesztő mulasztással is megvalósulhat. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, s ezáltal
- a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy ilyen döntés meghozatalának készítésére alkalmas.

Annak elbírálása során, hogy megvalósult-e a jelentős információ elhallgatása, elrejtése, vagy annak homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon történő rendelkezésre bocsátása, figyelembe veendő valamennyi tényszerű körülmény és a kommunikációs eszköz korlátai. Ez utóbbi vonatkozásában alkalmazandó az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése is, amely szerint ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhöz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás. E rendelkezés kapcsán kiemelendő,

- a megtévesztő mulasztás (jellemzően valamely lényeges információ kommunikációs eszközökből történő mellőzése vagy a kommunikációs eszköz kivitelezése révén történő elrejtése) esetén önmagában nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli mentesüléséhez, ha a kommunikációs eszköz térbeli vagy időbeli korlátokkal rendelkezik (a kommunikációs eszköz terjedelme nem alkalmas jelentős mennyiségű információ közvetítésére, a kommunikációs eszköz tartalmának észlelésére a fogyasztónak csak időben korlátozott lehetősége van). Ezekre a korlátokra magának a vállalkozásnak kell figyelemmel lennie, amikor a kommunikációs eszköz tartalmát határozza meg. Az üzleti tisztesség keretei között a vállalkozás nem háríthatja át a fogyasztóra annak következményeit, hogy nem volt tekintettel a kommunikációs eszköz korlátaira, s csak a termék kedvező tulajdonságait jelenítette meg, mellőzve a kommunikációs



eszközökön tett közlések helyes értelmezéséhez szükséges információk szerepeltetését,

- nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli mentesüléséhez az sem, ha a vállalkozás később biztosítja a kommunikációs eszköz által nem közölt információk megismerését, adott esetben legkésőbb a szerződés megkötésekor lehetővé téve a szerződési feltételek részletes megismerését, mivel ez jellemzően teljes egészében már nem tudja meg nem történté tenni a döntési folyamat korábbi szakaszával összefüggésben tanúsított tisztességtelen magatartást. Ettől eltérő a helyzet, ha a vállalkozás a valamely információt elhallgató vagy elrejtő kommunikációs eszköz megismerésével azonos időpontban, illetve még a döntési folyamat azonos szakaszában az információt eljuttatja a fogyasztók számára. Erre a reklámkampány, a vállalkozás által alkalmazott médiamix általában alkalmatlan, hiszen – amint arra előzőleg már utalt a Versenytanács – nem várható el a fogyasztótól, hogy egy intenzív, akár több hónapig tartó reklámkampány során az innen-onnan részletekben csöpögtetett információ-mozaikokat fejben összerakja, maga kutasson azután, hogy esetlegesen milyen csatornán keresztül juttathat el hozzá még reklámüzenetet a reklámozó (Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.170/2007/6., Vj-133/2005.).

50. A fentiek mellett nem mellőzhető, jellemzően nem várható el egy vállalkozástól, hogy a termékre vonatkozó valamennyi részletes információt feltüntesse a kereskedelmi kommunikációkban, s különösen reklámjaiban, illetőleg az, hogy azokban túlzott mennyiségű, s ezáltal a reklám sajátosságai miatt adott esetben éppen nem megfelelően értelmezhető információt helyezzen el. Ugyanakkor e kérdéskör kapcsán különbséget kell tenni a tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem támasztó és ilyen korlátot támasztó kommunikációs eszközök között (azzal, hogy a jelen esetben kifogásolt kommunikációs eszközök jellemzően olyanok voltak, amelyek nem bírtak térbeli vagy időbeli korlátokkal):

- ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem vagy nem szűk körben támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, akkor elvárt, hogy a kereskedelmi kommunikáció ne csak az adott termék pozitív, hanem annak negatív tulajdonságait is tartalmazza, lehetővé téve, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson a termékről. Különösen ez a helyzet azon kommunikációs eszközök esetében, amelyekről – a bennük elhelyezett információk milyensége, illetve mennyisége révén – a fogyasztó alappal várhatja el a részletes tájékoztatást,
- ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, a vállalkozásnak a kommunikációs eszköz tartalmának tárgyában hozott döntése határozza meg a kommunikációs eszközben szerepeltetendő információk körét:
  - ha a vállalkozás úgy dönt, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében nem szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az sem elvárt, hogy az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges információkat közölje,
  - ha azonban a vállalkozás azt a döntést hozza, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges, adott esetben a termék negatív, a fogyasztó számára nem előnyös tulajdonságait ismertető információkat is közölnie kell, kiegyensúlyozott, a termékről, illetve a termék adott tulajdonságáról reális képet adó tájékoztatást adva. Amint azt a Legfelsőbb Bíróság legutóbb a Kfv.IV. 39.190/2008/7. számú ítéletében (Vj-68/2006.) kifejezésre juttatta, elvárás, hogy a reklám ne

egyoldalúan, hanem valamennyi, a fogyasztót befolyásoló körülményről tájékoztasson.

51. Az Fttv. alkalmazásának körében – figyelemmel az Fttv. 2. §-ának d) és e) pontjában foglaltakra – a vállalkozások kereskedelmi gyakorlata nem korlátozódik a reklámok közzétételére, a marketingtevékenységre, hanem az magában foglal minden, az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartást, s így minden olyan információközlést is, amely közvetlen összefüggésben van a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével. Ennek megfelelően az Fttv. alapján mint kereskedelmi kommunikáció értékelhető a vállalkozás által alkalmazott azon általános szerződési feltétel, amely a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény (a továbbiakban: Ptk.) 205/B. §-ának (1) bekezdése értelmében csak akkor válik a szerződés részévé, ha alkalmazója lehetővé tette, hogy a másik fél annak tartalmát megismerje, és ha azt a másik fél kifejezetten vagy ráutaló magatartással elfogadta – amely egyben azt is jelenti, hogy a fogyasztói ügyleti döntés meghozatalának folyamatában az általános szerződési feltétel nemcsak mint a felek között létrejövő polgári jogi szerződés feltétele funkcionál [a Ptk. 205/A. §-ának (1) bekezdése szerint általános szerződési feltételnek minősül az a szerződési feltétel, amelyet az egyik fél több szerződés megkötése céljából egyoldalúan, a másik fél közreműködése nélkül előre meghatároz, és amelyet a felek egyedileg nem tárgyalnak meg], hanem az Fttv. körében relevanciával bíró információközlés, kereskedelmi kommunikáció is.

A jelen esetben a Lyoness rendszer kapcsán alkalmazott ÁÜF tehát olyan általános szerződési feltételnek minősül, amely mint kereskedelmi kommunikáció az Fttv. körében értékelhető.

52. A Ptk. 205. §-ának (2) bekezdése értelmében a szerződés létrejöttéhez a feleknek a lényeges, valamint a bármelyikük által lényegesnek minősített kérdésekben való megállapodása szükséges. Nem kell a feleknek megállapodniuk olyan kérdésekben, amelyeket jogszabály rendez.

A Versenytanács megítélése szerint a Ptk. körében a jelen esetben a felek közötti polgári jogviszony lényeges kérdése, hogy

- a Lyoness rendszerben történő elszámolások forintban vagy más módon, így euróban történnek-e,
- ha nem forintban valósulnak meg az elszámolások, akkor miként történik az árfolyam meghatározása és lehetőség van-e, s ha igen, milyen szabályok szerint az árfolyam módosítására.

53. A Versenytanács nem hivatott az abban történő állásfoglalásra, hogy a felek között létrejött polgári jogi szerződés részei voltak-e az árfolyammal, az árfolyam módosításával kapcsolatos rendelkezések, s így jogszerű volt-e az árfolyam 2009. áprilisi módosítása, az ugyanakkor az megállapítható, hogy

- 2009 novemberéig a fogyasztók az ÁÜF-ek révén nem kaptak információt arra nézve, hogy az elszámolás euró alapú, milyen árfolyamon történik az elszámolás, miként van lehetőség az árfolyam meghatározására és módosításra, s ennek milyen következményei vannak a fogyasztóra nézve,
- a fogyasztók az egyéb kommunikációs eszközökben sem juthattak hozzá ehhez az információhoz,
- a 2009. április 29-től alkalmazott árfolyamról a fogyasztók csak a [www.lyoness.hu](http://www.lyoness.hu) honlapon 2009. április 7-én megjelent, két kattintással elérhető tájékoztatás által értesülhettek.

54. Egy áru valamely tulajdonságának a fogyasztói (ügyleti) döntési folyamatban betöltött, az Fttv. körében relevanciával bíró szerepe, jelentőségének mértéke számos tényező által meghatározott, amely azt eredményezi, hogy az áru valamely tulajdonsága egy adott időszakban lényegesnek minősülhet, más esetben azonban a korábbi lényeges jelleg elenyészhet, s az adott tulajdonságra vonatkozó információ elhallgatása a fogyasztót nem készítheti olyan ügyleti döntés meghozatalára, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

55. A jelen esetben a Versenytanács előtt nem ismertek azok az adatok, amelyek alapján elbírálható lenne, hogy a Lyoness rendszerben történő elszámolások pénzneme, az alkalmazott árfolyam meghatározása és módosításának lehetősége a vizsgálattal érintett időszak alatt oly körülménynek minősült-e az Fttv. körében, amely alkalmas volt a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalának készítésére, amelyet egyébként nem hozott volna meg, illetőleg ezen időtartam alatt (figyelemmel a gazdasági változásokra) ebben nem történtek-e változások.

56. Az árfolyam kapcsán továbbá újabb, eredményességüket tekintve kétséges vizsgálati cselekményeket igényelt volna annak megállapítása, hogy az eljárás alá vontak kiterjedt kereskedelmi kommunikációs gyakorlata kapcsán konkrétan mely kereskedelmi kommunikációk vonatkozásában kerülhetne megállapításra a lényeges információ elhallgatásával megvalósuló jogsértés.

Amint azt előzőleg már aláhúzta a Versenytanács,

- jellemzően nem várható el egy vállalkozástól, hogy a termékre vonatkozó valamennyi részletes információt feltüntesse a kereskedelmi kommunikációkban, s különösen reklámjaiban, azaz nem szükségszerűen elvárt, hogy az eljárás alá vontak például egy televíziós reklámban szerepeltessék az árfolyammal, az árfolyamváltozós lehetőségével kapcsolatos információkat,
- a jogsértés vonatkozásában különbséget kell tenni a tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem támasztó és ilyen korláttal bíró támasztó kommunikációs eszközök között.

Ennek megfelelően kereskedelmi kommunikációnként vizsgálandó és eldöntendő a jogsértés fennállta. Az ezt lehetővé tevő további, az eljárás egészét elhúzó cselekményeket a Versenytanács szükségtelennek és eredményességét tekintve kétségesnek ítélte.

57. A Versenytanács előtt a 2009 novemberét megelőzően alkalmazott ÁÜF-ek vonatkozásában nem volt ismert, hogy az ÁÜF mellett az ügyleti döntési folyamat ugyanazon szakaszában, az ÁÜF-hez kapcsolódóan milyen egyéb kereskedelmi kommunikációk kerültek alkalmazásra. E körben ugyanakkor jelentőséggel bírt, hogy az ÁÜF-ek kapcsán esetleges érdeksérelmeik orvoslására polgári jogi eszközök állnak a fogyasztók rendelkezésére.

58. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács az árfolyam kapcsán az eljárást a Tptv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján megszüntette.

## Más fogyasztók beléptetése

59. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének 14. pontja értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül olyan piramis-elvre épülő eladásösztönző rendszer létrehozása, működtetése vagy támogatása, ahol a fogyasztó azzal a lehetőséggel számol, hogy - elsősorban további fogyasztóknak a rendszerbe való beléptetéséből, és kevésbé az áruk értékesítéséből vagy fogyasztásából eredően - valamilyen juttatásban részesülhet.

Az Fttv. mellékletének 14. pontjában rögzített magatartás megvalósulásának két alapvető feltétele van:

- piramis-elvre épülő eladásösztönző rendszer létrehozása, működtetése vagy támogatása,
- a rendszer kapcsán a fogyasztó azzal a lehetőséggel számol, hogy - elsősorban további fogyasztóknak a rendszerbe való beléptetéséből, és kevésbé az áruk értékesítéséből vagy fogyasztásából eredően - valamilyen juttatásban részesülhet.

Ha a két konjunktív feltétel valamelyike nem teljesül, illetőleg teljesülése nem bizonyított, akkor nem valósul meg az Fttv. mellékletének 14. pontjában szereplő magatartás, amely egyben azt is jelenti, hogy szükségtelen a másik feltétel megvalósulásának a vizsgálata.

60. A jelen esetben a Versenytanács a rendelkezésére álló bizonyítékok alapján nem látta megállapíthatónak, hogy a Lyoness rendszer piramis-elvre épülő eladásösztönző rendszernek minősül-e. Az eljárás alá vontak által becsatolt, két igazságügyi szakértő által készített vélemény leszögezi, a Lyoness rendszerben a vásárló közösség megszervezésének módszere elhatárolható a piramisjáték modelltől, mindazonáltal a Lyoness rendszer vonatkozásában számos, az Fttv. szempontjából relevanciával bíró, a szakértők által készített véleményen túlmutató tényállási elem nem ismert a Versenytanács előtt. Nem ismert az sem, hogy a Lyoness rendszer kapcsán a fogyasztók miként, milyen mértékben számolnak azzal a lehetőséggel, hogy elsősorban további fogyasztók beléptetése révén részesülnek a rendszerből származó juttatással. Ez a fogyasztók felé megvalósult (írásbeli és szóbeli) tájékoztatások oly mértékű ismeretét feltételeznék, amely alapján aggály nélkül meg lehetne azt állapítani, hogy a Lyoness rendszer kapcsán a fogyasztók ezen feltételezésekkel élhettek-e.

A rendelkezésre álló bizonyítékok (lásd a 36. és a 37. pontot) alapján nem állapítható meg törvénysértés, s e téren a jelen eljárás folytatásától sem várható eredmény.

61. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács a más fogyasztók beléptetése kapcsán az eljárást a Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján megszüntette.

62. Megjegyzi a Versenytanács, a jelen eljárás, illetve a jelen végzés nem zárja ki, hogy a Gazdasági Versenyhivatal egy újabb eljárásban vizsgálja a Lyoness rendszer működését, annak egyes elemeit, illetve egészét, s például azt, hogy a fogyasztóknak ígért nagymértékű juttatások elérésének alapfeltétele-e más fogyasztók Lyoness rendszerbe történő aktív beléptetésében való közreműködés.

## VII. Egyéb kérdések

63. 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.

64. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartás vonatkozásában irányadó 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 eszközének 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 (2) bekezdés a) és b) pontja 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.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát, tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat részben országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatókon keresztül, illetve országos terjesztésű időszakos lapokban közzétett reklámok útján valósult meg.

65. A Versenytanács végzését – a Tpv. 73. §-a (2) bekezdésének alkalmazásával – tárgyaláson kívül hozta meg.

66. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja és 82. §-a biztosítja.

Budapest, 2010. július 8.

dr. Zavodnyik József sk.  
előadó versenytanácsstag

dr. Gadó Gábor sk.  
versenytanácsstag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
versenytanácsstag