



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj-91-026/2010.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Sz. J. A. ügyvezető és Z. T. irodavezető által képviselt **Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

### **határozatot**

1. A Versenytanács megállapítja, hogy a Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft. a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. június 1. és 2010. szeptember 29. között megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a fogyasztók számára valótlan képet nyújtott az általa kínált szolgáltatásról, s a fogyasztók ezáltal tévesen azt gondolhatták, hogy a szerződés megkötését követően azonnal pénzhez jutnak.

2. A Versenytanács a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. szeptember 29. előtt megjelentetett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló, a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását a jelen határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével megtiltja.

3. A Versenytanács kötelezi a Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft.-t, hogy az alábbi tájékoztatást legalább 90x90 mm méretben, kommentár nélkül jelentesse meg a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül két-két alkalommal a Bors, a Metropol, a Blikk és a Nemzeti Sport című lapokban:

"A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa határozatában megállapította, hogy a Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft. az általa végzett tevékenységre vonatkozó tájékoztatásokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a nyomtatott sajtóban 2010. június 1. és 2010. szeptember 29. között megjelent reklámokkal. A vállalkozás a tájékoztatásokban nem tette egyértelművé azt, hogy nem kölcsönt nyújt, hanem fogyasztói csoportokat szervez. A tájékoztatások szövege alapján az olvasó - tévesen - azt gondolhatta, hogy azonnal készpénzhez jut, és nem kapott információt arról, hogy valójában vásárlói joghoz juthat, mely megszerzésének időpontja meghatározóan a szerencsétől függ. A Versenytanács a jogsértő magatartás további folytatását megtiltotta és 3.200.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft.-t."

A Versenytanács kötelezi a Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft.-t, hogy a határozat kézhezvételétől számított 45 napon belül a Versenytanács részére igazolja, hogy a fenti tájékoztatást az előírtaknak megfelelően közzétette.

4. A Versenytanács kötelezi továbbá a Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft.-t 3.200.000 Ft (Hárommillió-kettőszázezer forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat

kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla javára köteles megfizetni.

5. 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.

## **I d o k o l á s**

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Mutuo Risparmio Szolgáltató és Tanácsadó Kft. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit a fogyasztók részére a fogyasztói csoportok lényeges tulajdonságairól a kereskedelmi kommunikációiban adott tájékoztatásaival.

### **I.**

#### **Az eljárás alá vont**

2. A 2010-ben alakult eljárás alá vont cégjegyzék szerinti főtevékenysége egyéb pénzügyi kiegészítő tevékenység. Az eljárás alá vontnak a 2010. évi nettó árbevételére vonatkozó nyilatkozatát a Vj-91-023/2010. számú irat tartalmazza.

### **II.**

#### **A fogyasztói csoport**

3. A fogyasztói csoport

- egy olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulás, amely
- speciális előtakarékosági formát kombinál
- részletre történő vásárlással, és amely
- szerencseelemet is tartalmaz, s amelyet
- azzal a céllal hoznak létre, hogy meghatározott áruk (ingó vagy ingatlan dolog) tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék.

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

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

A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 5-20 év múlva) a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon (azon fogyasztók esetében, akik a futamidő legelején jutnak a vásárlási joghoz, az előtakarékossági jelleg háttérbe szorul).

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

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

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

6. A fogyasztói csoportok szervezését, működését külön speciális jogszabály nem szabályozza.

A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 55. §-ának i) pontjában kapott felhatalmazás alapján 2001-ben elfogadásra került a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet, amely 2002. január 1-jén lépett volna hatályba. Ezt az időpontot a 325/2001. (XII. 29.) Korm. rendelet 2003. január 1-jére, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-jére módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet hatályon kívül helyezte.

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

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 2007. évi CXXXV. törvény, illetve 2010. évi CLVIII. törvény már nem tért ki a fogyasztói csoportok intézményére.

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

A pénzügyi válság kitörése óta egyre magasabb azon személyek száma, akik felkerültek a Központi Hitelinformációs Rendszer listájára (a továbbiakban: KHR, ismertebb nevén: BAR-lista), s bankoktól, hitelintézetektől, illetve pénzügyi vállalkozásoktól további hitelre nem számíthatnak. A fogyasztói csoportokat szervező cégek ezeket a pénzügyileg sérülékeny fogyasztókat célozzák meg hirdetéseikkel.

A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) célcsoportja elsődlegesen tehát az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni, a Bar-listások, akinek a jövedelmi szerkezete nem teszi lehetővé, hogy a bankok által kért feltételeknek megfeleljenek (nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók stb.), nem rendelkeznek a hitelfelvételhez szükséges önerővel, nem rendelkeznek a jelzáloghitel felvételéhez szükséges terhelhető ingatlannal, nem tudnak kezest, adóstársat állítani stb. (erre mutatnak rá maguk a reklámok is: „Nem hitelképes?“, „Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!“). E fogyasztói körnek jellemzően azonnal van szüksége az általa igényelt összegre és nem esetlegesen 10-15 év múlva. Az előbbieken alapján tehát a fogyasztói csoport nyújtotta lehetőség ténylegesen nem tekinthető a hitel alternatívájának.

8. Az elmúlt években a Gazdasági Versenyhivatal több eljárást folytatott fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben, megállapítva, hogy a vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak (Vj-1/2005., Vj-149/2005., Vj-150/2005., Vj-183/2005., Vj-207/2005., Vj-163/2007., Vj-115/2008., Vj-111/2009., Vj-132/2009., Vj-13/2010., Vj-18/2010., Vj-28/2010., Vj-45/2010., Vj-65/2010., Vj-79/2010., Vj-90/2010.). A Versenytanács határozataival szemben benyújtott kereseteket a bíróságok elutasították.

### III.

#### **Az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok**

9. Az eljárás alá vont előadása szerint fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos tevékenységét 2010. június 21-én kezdte meg (Vj-91-006/2010.). Az eljárás alá vont reklámjait megjelentető kiadók, illetőleg az eljárás alá vont adatszolgáltatásából megállapíthatóan ugyanakkor a reklámok már ezt megelőzően, 2010. június 1-jétől közzétételre kerültek, illetve az első ismert hirdetési megrendelő kelte 2010. május 27. (Vj-91-005/2010., Vj-91-006/2010. 3. számú melléklet, Vj-91-009/2010. 2. számú melléklet).

10. A fogyasztói csoportok kapcsán – figyelemmel az eljárás alá vont által alkalmazott Általános Szerződési Feltételekben foglaltakra – kiemelendő, hogy

- az eljárás alá vont mint szervező kötelezi magát arra, hogy a szerződés tárgyának eladója, valamint a megbízó között létrejövő adásvételi szerződés megkötését elősegíti oly módon, hogy az arra vonatkozó szerződés megköthető legyen és a megbízó a dolog tulajdonjogát a megbízási szerződésben meghatározott számú részlet megfizetése mellett megszerezhesse,
- a megbízás tárgya a szerződés tárgyát képező dolog „részletfizetéses” megszerzésének elősegítése fogyasztói csoportok szervezése útján. A szervező szerződéses feladatát több megbízóval együttműködve, belőlük, mint résztvevőkből csoportot szervezve látja el. A csoport természetes és/vagy jogi személyekből állhat, tagjai az eljárás alá vonttal egyenként állnak szerződéses jogviszonyban,
- a megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói jog sorsolása, illetve az előtörlesztés vállalása ún. elbíráláson történik, mely a jelenlevők számára tekintet nélkül

megtartható. Elbírálást minimum háromhavonta kell tartani, melynek összehívásáról az eljárás alá vont gondoskodik,

- a szervező meghatározza, hogy hány vásárlói jog átadására nyílik lehetőség az adott elbíráláson
- az előtörlesztés vállalása nem árverseny, hanem a törlesztőrészletek esedékesség előtt történő befizetésére vonatkozó felajánlás, melynek alapján az előtörlesztés-vállalási eljárás során az lesz a nyertes, aki az adott havi elbíráláson a legtöbb aktuális havi részlet esedékesség előtti befizetését ígéri és teljesíti. Az előtörlesztés vállalás azon aktuális havi törlesztő-részletek számát jelöli, amelyek befizetésére a megbízó a jog elnyerése után kötelezettséget vállal. Több azonos mértékű előtörlesztés vállalás esetén a jogosultságot sorshúzással döntenek el,
- a szervező a befizetett díjelőlegekből a csoport részére elkülönített pénzügyi alapot képez,
- a csoporttagok a szerződés megkötésekor egyszeri regisztrációs díjat (amely a szerződésben szereplő vásárlói jog értékének 4,5%-a) és egy havi részletet fizetnek, majd
- havonta teljesítik a további részleteket, azzal, hogy a havi részlet magában foglalja
  - a megbízási díjat, amely az eljárás alá vont eljárás során tett nyilatkozata szerint minden csoport esetén a vásárlói jog értékének 2,8%-a, ugyanakkor a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének 2010. október 28-án kelt, PJ-I-113/2010. számú határozata szerint a vételár 1,8%-ától (5 éves futamidő) a vételár 5,6%-áig (20 éves futamidő) terjedhet,
  - az alapidíjat, amely a vételár 60-ad részétől (5 éves futamidő esetén) a vételár 240-ed részéig (20 éves futamidő esetén) terjedő összeg a választott futamidőtől függően (az eljárás alá vont által szervezett, 25 éves futamidejű fogyasztói csoport kapcsán a fenti adatok nem ismertek),
- a tagot a szerződés keltétől az elbírálás napjáig indokolás nélküli elállási jog illeti meg, melyet a szervező székhelyére elküldött írásbeli nyilatkozattal gyakorolhat. Az indoklás nélküli elállás a szerződést felbontja, s a szervező részére teljesített egyszeri regisztrációs díj 10.000 Ft-on felüli részét a szervező vagy megbízottja a megbízónak visszatéríti,
- a részletfizetési kötelezettségének eleget tevő, de a szerződést a vásárlói jog megszerzése előtt felmondó fogyasztó részére a befizetett vételár, előleg a megbízási díj (+ÁFA) levonásával a megbízó részére kamatmentesen a futamidő végén kerül visszafizetésre,
- ha a megbízó még nem vette át a vásárlói jogot és egymást követő 2 hónap törlesztő-részletével késedelembe esik a csoportból minden külön értesítés nélkül automatikusan kiesik, kizárattatik. A fogyasztó kizárása esetén a futamidő végén kifizetendő összegből a szervezőt kártérítésként megilleti a fennállásának időtartamára számított teljes megbízási díjnak megfelelő összeg.

#### 11. Az eljárás alá vont öt vásárlói csoportot szervez, amelyek futamideje 5-25 év.

Az eljárás alá vont 2010. október 6-i nyilatkozata szerint ezen időpontig egyetlen elbírálás megtartására került sor 2010. augusztus 4-én, azonban azon egyik általa szervezett fogyasztói csoportban sem került kiosztásra vásárlói jog (Vj-91-006/2010.). Az eljárás alá vont előadása szerint vásárlói jog átadása nem történt, mert a közös alap összege nem volt elég (Vj-91-010/2010.).

Ebből megállapíthatóan a vásárlási joghoz jutás időpontja nemcsak a felajánlott előtörlesztés-vállalás mértékének függvénye, hanem attól is függ, hogy a csoportalapban összegyűlt pénz lehetővé teszi-e a legmagasabb előtörlesztést vállaló ügyfél vásárlási joghoz jutását.

Eljárás alá vont nyilatkozata szerint 2010. augusztus 4. és december 2. között összesen 2 tag jutott vásárlói joghoz, de az csak 2011 januárjában került átadásra (Vj-91-018/2010., Vj-91-024/2010.).

12. Az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok kapcsán ismert (Vj-91-006/2010.), hogy 2010. október 6-ig

- a fogyasztók által befizetett összegeknek mintegy 10%-a került a vásárlói jogok átadásához szükséges közös alapba,
- a fogyasztók jelentős része elállt a szerződéstől, illetőleg felmondta azt (volt csoport, amelyben a fogyasztók közel egyharmada).

Az elállási jog kapcsán az sem mellőzhető, hogy a rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan

- a csoporttagok a szerződés megkötésekor egyszeri regisztrációs díjat és egy havi részletet fizetnek,
- ez a havi részlet előtörlesztés vállalásának minősül,
- az Általános Szerződési Feltételek értelmében ha a fogyasztó a szerződés aláírásakor előtörlesztést is vállal a soron következő elbírálásra vonatkozóan, úgy ennek megfelelően az elállás joga lerövidül.

#### IV.

#### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

13. Az eljárás alá vont a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő, népszerűsítő tevékenységgel kapcsolatban rendszeresen jelentetett meg reklámokat a nyomtatott sajtóban. A rendelkezésre álló adatok szerint

- 2010. augusztus 2. és szeptember 29. között 27 alkalommal a Metropol,
- 2010. június 1. és szeptember 27. között 70 alkalommal a Bors,
- 2010. június 7. és július 15. között 8 alkalommal a Nemzeti Sport,
- 2010. június 2. és július 14. között 16 alkalommal a Blikk

című lapban jelentette meg hirdetéseit.

A reklámok megjelentetésének ismert költségeit a Vj-91-005/2010., Vj-91-006/2010., Vj-91-007/2010. és Vj-91-009/2010. számú iratok tartalmazzák.

14. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:

Pénzügyi gondja van?

Kapaszkodjon belénk! Mi segítünk megoldani! Fogyasztói csoport mindenkinek!  
(BÁR-listásoknak és nyugdíjasoknak is.)

1.000.000 Ft havi 4.167 Ft

2.000.000 Ft havi 8.334 Ft

3.000.000 Ft havi 12.501 Ft

5.000.000 Ft havi 20.835 Ft

10.000.000 Ft havi 41.670 Ft

Hívjon most bizalommal!

A hirdetés nem teljes körű, részletekért hívja ügyfélszolgálatunkat!

15. Az eljárás alá vont a fogyasztókkal való szerződéskötés kapcsán több dokumentumot alkalmaz (adatlap, szerződés fogyasztói csoportban történő részvételre, Általános Szerződési Feltételek, tájékoztató, előtörlesztés vállaló szelvény, kilépési nyilatkozat). Ezek alkalmazásának pontos körülményei nem ismertek, így e dokumentumok jelen eljárásban történő értékelését a Versenytanács mellőzte.

## V.

### Az eljárás alá vont előadása

16. Az eljárás alá vont előadta,

- nem tanúsított tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot,
- minden hirdetésében kiemelten szerepel az, hogy fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik, így nem érti, milyen vétséget követett el,
- a piacon hirdető többi cégnek nem volt a hirdetésében kiemelten feltüntetve az, hogy mivel foglalkoznak,
- a napilapokban megjelenő hirdetések szövegezése nem jogsértő, hiszen a név és a logó után rögtön a cég működésének egyetlen és fő profilját tárja az olvasó figyelmébe, mégpedig, hogy fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik („Fogyasztói csoport mindenkinek”), továbbá azt is megjelölte és a továbbiakban is e szerint a működés alapján szeretne eljárni, hogy ez a rendszer minden ügyfélnek igénybe vehető, kortól, illetve anyagi helyzettől függetlenül, hiszen ez az értelme a fogyasztói csoportnak, hogy azon ügyfelek részére próbáljon megoldást nyújtani az adott fogyasztói csoportrendszeren keresztül, akik esetleg egy banki finanszírozásra nem jogosultak. Lehetetlen egy ilyen hirdetésben egy adott termék minden tulajdonságát megjeleníteni, ha ezt tennék, egy hirdetés költsége 600.000 Ft körül lenne, illetve terjedelmileg is túllépné a hirdetés ésszerű mértékét,
- a szolgáltatásait igénybe vevő fogyasztóknak most van pénzügyi gondja, ugyanakkor nem a reklám alapján döntenek kizárólagosan, nem a reklámra támaszkodva kötik meg a szerződéseket. A reklámok célja (így a bankok által alkalmazott reklámok esetében is) csak a fogyasztói figyelem felkeltése, nem az, hogy elriasszák a fogyasztókat, hanem hogy felhívják a figyelmüket az adott szolgáltatásra. Például egy televíziós reklám 10 másodpercében sem lehet mindent elmondani az adott szolgáltatásról, hiszen a reklám célja, funkciója nem az, hogy mindenről tájékoztasson. Ha minden információt beleírna, akkor soha senki nem venné fel vele a kapcsolatot,
- az ügyfél tájékoztatása a hirdetési felületnél kezdődik, de egyetlen ügyfél sem kötött még szerződést anélkül, hogy telefonon, illetve személyesen nem érdeklődött volna a cég felől,
- minden ügyfél kellő tájékoztatást kap a cég működéséről, tehát pontosan tudják, mit írnak alá, illetve milyen lehetőségük van a pénzhez jutásra,
- minden ügyfele már az első kontaktusfelvételkor szembesül azzal, hogy az eljárás alá vont nem bankként, nem hitelt vagy kölcsönt folyósítva működik a piacon, hanem fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik,
- ügyfeleit korrekten tájékoztatja,
- minden ügyfél előtt mindig teljesen világos, hogy nem 1-2 hét múlva jutnak hozzá az általuk igényelt összeghez, hanem esetenként ez évekre is telhet. Amelyik ügyfél nem ezt állítja, az nem felel meg a valóságnak, hiszen az irodavezetővel való többszöri egyeztetés alapján bármelyik reklamáló ügyfelet megkérdezvén mindenki azt állította, elolvasta és megértette a feltételeit a szerződésnek. Mivel a fogyasztó csoportok megítélése nagyon rossz Magyarországon, ezért minden ügyfél abba kapaszkodik, amit a sajtó sulykol beléjük,

- nem világos számára, hogy a Gazdasági Versenyhivatal miért csak a 2010. június és szeptember közötti időszakot vizsgálta, hiszen hirdetései ezen időszakot követően csak formailag módosultak, tartalmukban nem változtak, tartalmilag ma is ugyanazok a hirdetések jelennek meg, mint korábban,
- az esetleges bírság kapcsán érthetetlen azon versenytanácsi gyakorlat, hogy egyes vállalkozásokkal szemben akár több millió forintos bírságot is kiszab, míg nagyobb piaci szereplők esetében 200.000 Ft-ot, illetőleg vannak olyan fogyasztói csoportokat szervező vállalkozások, akikkel szemben nem is szab ki a Versenytanács bírságot. Megítélése szerint a Gazdasági Versenyhivatal részéről az lenne a korrekt eljárás, hogy ha egy hirdetéssel kapcsolatban problémát észlel, akkor felhívja az adott vállalkozás figyelmét arra, változtassa meg a gyakorlatát, s ha erre nem kerül sor, akkor lépne fel vele szemben.

## VI. Jogi háttér

17. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén 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 alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2)



bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

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

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

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

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

18. 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. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d), f) és h) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását, h) elrendelheti a jogsértő tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## VII.

### A Versenytanács döntése

19. A Gazdasági Versenyhivatal által a fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozásokkal szemben korábban lefolytatott eljárásokban (lásd a 8. pontot) megszületett határozatok bírósági felülvizsgálata során hozott ítéletekben a bíróságok világos, egyértelmű megállapításokat tettek a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő vállalkozások kereskedelmi kommunikációival összefüggésben (a Vj-1/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.673/2005/5. számú és a Fővárosi Ítéletkönyv 2.Kf. 27.707/2006/7. számú ítéletét; a Vj-149/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.275/2006/7. számú ítéletét; a Vj-150/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Ítéletkönyv 2.Kf. 27.843/2006/6. számú ítéletét; a Vj-183/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.243/2006/9. számú és a Fővárosi Ítéletkönyv 2.Kf. 27.223/228. számú ítéletét; a Vj-207/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 11.K. 33.078/2006/10. számú és a Fővárosi Ítéletkönyv 2.Kf. 27.124/2007/6. számú ítéletét; a Vj-163/2007. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 2.K.33. 174/2008/7. számú és a Fővárosi Ítéletkönyv 2.Kf. 27.097/2009/5. számú ítéletét).

Az ítéletekben foglaltak alapján a Versenytanács az alábbiakat emeli ki:

- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, valós képet adjon a szolgáltatásról. Jogilag tilalmazott, hogy a kereskedelmi kommunikáció (így pl. a reklám) akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti,
- ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor annak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóságghű módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a vállalkozásé a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. A reklámot alkalmazó vállalkozásnak mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson, ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra,

- minden olyan reklámmal szemben, amely bármi módon a pénzhez jutás ígéréssel kecsegtet, egy magasabb elvárhatósági szint fogalmazódik meg a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt. Ezen esetekben a hitelesség, a pontosság kiemelkedő szerepet kap,
- a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,
- a reklámok címzettjei az átlagos fogyasztótól eltérő hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett rászoruló fogyasztók (BAR-listások, nyugdíjasok stb.), akik az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közzélése,
- a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
  - az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor, amely tovább növeli a fogyasztói várakozások teljesülésének bizonytalanságát, mivel a teljesítés jelentős részben azon fogyasztók jövőbeni, több éven (akár 20 éven) át tartó rendszeres teljesítésétől függ, akik fizetőképességét/fizetőkészségét a bankok korábban már kétségesnek ítélték, s akik anyagi helyzete ezt követően valószínűsíthetően nem javult,
  - a szerencseelem léte,
  - az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,
- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 20 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható,
- a reklám jogsértő jellegét nem szünteti meg, hogy abban közzétételre kerülnek olyan kitételek, mint például „Nem kap hitelt?”, „Nehezen teljesíthető banki feltételek”, „Van más megoldás”, mivel a fogyasztó a reklám egésze alapján arról győződhetett meg, hogy a kívánt pénzösszeghez azonnal hozzájuthat,
- a fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának,
- a fogyasztói csoportok tevékenységét jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás,

- nem megalapozott az a védekezés, hogy a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kell vizsgálni, a kapcsolatfelvételt követően a fogyasztók, ügyfelek teljes körű tájékoztatást kapnak, mivel
  - nemcsak a teljes információs folyamat végeredményének, hanem annak minden elemének, és különösen a reklámnak is korrektnek kell lennie,
  - a reklám közzétételével megvalósult a jogsértés,
  - a reklám célja nem csupán információátadás, hanem ezen túlmenően egy adott termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelése, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítása,
  - a reklám megtévesztő jellegét attól függetlenül kell vizsgálni, hogy az azt közzétevő vállalkozás más jogszabály [pl. a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény 205.§-ának (3) bekezdése, illetve 205/B.§-ának (2) bekezdése] alapján egyébként milyen módon köteles a vele (adott esetben éppen egy sikeres reklámkampány hatására) szerződni kívánó fogyasztókat tájékoztatni a megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről. A reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére, vagyis ha a vállalkozás a külön jogszabályokban foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz,
  - ha a védekezés elfogadást nyerne, az azt is eredményezhetné, hogy amennyiben egy termékről vagy szolgáltatásról telefonos vagy személyes megbeszélés során pontos tájékoztatás kapható, akkor az azt megelőző reklámban bármi következmények nélkül állítható lenne.

20. A korábbi eljárásokban hozott határozatok részletesen ismertetik azokat a reklámokat, amelyeket a Versenytanács és a bíróságok jogsértőnek minősítettek. Példaként emelhető ki, hogy

- a Vj-1/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - 2.000.000 Ft most csak 25.000 Ft/hó; 5.000.000 Ft most csak 62.500 Ft/hó; Kezes és jövedelemigazolás nélkül igényelhető!
  - 2.000.000 Ft most csak 25.000 Ft-tól; 5.000.000 Ft most csak 62.500 Ft-tól; Kezes és jövedelemigazolás nélkül
  - NÁLUNK FIX A RÉSZLET!
  - kezes és jövedelemigazolás nélkül, 500.000 Ft – 10.000.000 Ft-ig; Ingatlanfedezetre!
- a Vj-149/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - kezes, jövedelem ig., munkáltatói ig. nélkül
  - kezes, munkáltatói ig., adóstárs nélkül
  - csoportos ingatlanfinanszírozás, kezes és jövedelemigazolás nélkül is!
  - lakások részletre
  - használt lakásokra is 2,77%
- a Vj-150/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - ha már mindent megpróbált, de sehol sem tudtak segíteni! Mi segítünk! Akár önerő nélkül vagy minimálbérre
  - már mindent megpróbált, de sehol sem tudtak segíteni? mi segítünk! vásároljon kezes és jövedelem igazolás nélkül, ingatlan fedezetre
  - fix törlesztő részletre, akár ingatlan fedezetre! alacsony jövedelemre, korhatár nélkül!
  - fix törlesztő részletek
  - jövedelemigazolás és korhatár nélkül!

- ingatlant, autót vásárolna? felújítana, építene? vásároljon fix törlesztő részletre akár ingatlant vagy autót!
- a Vj-183/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - önerő nélkül, adóstárs nélkül, jövedelemigazolás nélkül
  - pénzügyi forrásra lenne szüksége? Minimálbér után adózik? Nincs lehetősége banktól kölcsönt felvenni?
  - nálunk az is kap, akinek szüksége van rá. Bárki igényelheti 1,5 milliótól több 10 millió Ft-ig
- a Vj-207/2005. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - nem kap hitelt? Nehezen teljesíthető banki feltételek? V an más megoldás!
  - kezes és jövedelemigazolás nélkül!
  - BÁR-listásoknak és nyugdíjasoknak is
  - fix részletre
  - fix törlesztő részletek
- a Vj-163/2007. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok (a szerződött összeg és a havi részlet feltüntetése mellett) egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - vásárolna, de nincs miből? Van megoldás! Előtakarékossággal egybekötött áruvásárlási finanszírozás. Fogyasztói csoport!
  - -lakás, -telek, -felújítás, -építés, -autó, -egyéb áruvásárlás, stb... BÁR-listásoknak és nyugdíjasoknak is. Kezes és jövedelemigazolás nélkül! Ingatlan fedezetre!
  - lakás, telek, autó, stb... Kezes és jövedelmigazolás nélkül! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
  - ragadja meg a lehetőséget! Felhasználhat: ingó és ingatlan vásárlásra! Hívjon minket és számoljon utána! Fix törlesztőrészletek! Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálati irodánkat! Fogyasztói csoport mindenkinek!
  - nem hitelképes? Itt a megoldás! Fogyasztói csoport mindenkinek! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is! Fix törlesztőrészletek!
- a Vj-115/2008. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - nem hitelképes? Itt a megoldás! Fogyasztói csoport mindenkinek! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
  - fix törlesztő részletek!
  - Fogyasztói csoport mindenkinek! BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
  - társaságunk pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztó csoport szervezésére irányul.
- a Vj-111/2009. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - a BAR listásoknak és nyugdíjasoknak is
  - fix törlesztő részletek
  - társaságunk pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoportok szervezésére irányul!
  - nem hitelképes? Nehezen teljesíthetők a banki feltételek? A lehetséges megoldás
  - fogyasztói csoport bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
- a Vj-132/2009. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - elutasítják a bankok? Nem kap hitelt? VAN MÁS MEGOLDÁS!!!
  - pénzre van szüksége? De elutasítják a bankok? VAN MÁS MEGOLDÁS!!!

- fogyasztói csoport mindenkinek! (Bárlistasoknak és nyugdíjasoknak is!) FIX HAVI DÍJ!
- a Vj-13/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - ne vegyen fel hitelt! Amíg minket meg nem hallgat!
  - fix törlesztés
  - a lehetséges megoldás: fogyasztói csoport BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
  - MI
    - nem vagyunk bank,
    - nem adunk hitelt,
    - nálunk nincs THM – EBKM,
    - nálunk nincs árfolyamváltozás,
    - nálunk nincs rejtett költség
  - fogyasztói csoport rendszer a bankok helyett Önért
  - vásárlói csoport már 20 éve Magyarországon
  - nem bankhitel, részletes tájékoztatás irodánkban!
  - lehetőség előtörlesztésre!
  - lehetőség költségmentes előtörlesztésre
- a Vj-18/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - pénzügyi gondja van? Megoldjuk!
  - ha BAR-listás, ha nyugdíjas, ha elutasították a bankok
  - fogyasztói csoportok nyugdíjasoknak, BAR-listásoknak is
  - vásárlói csoport rendszer
- a Vj-28/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - Nem hitelképes? Elutasítják a bankok? A lehetséges megoldás: Fogyasztói csoport mindenkinek!
  - Nehezen teljesíthető banki feltételek? Mi nem ismerünk akadályt!
  - BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
- a Vj-45/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - Pénzre van szüksége? Elutasítják a bankok? Nálunk van a megoldás!
  - BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!
- a Vj-65/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - Pénzt szeretne? Hívjon minket!
  - Kamatmentesen és kezelési költség nélkül, csak nálunk!
  - Vásárlói csoport mindenkinek!
  - Mi mindenkinek tudunk pénzt adni!
  - A tájékoztatás nem teljes körű. A pénzhez jutásnak feltételei vannak.
  - BAR listásoknak is!
- a Vj-79/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - Pénzre van szüksége? Vásárlói csoport Önöknek, Önökért!
  - Pénzre van szüksége? Itt a MEGOLDÁS!!!
  - Pénzre van szüksége? De elutasítják a bankok? VAN MÁS MEGOLDÁS!!!
  - Nyugdíjasoknak, KHR-listásoknak
  - Mindenkinek elérhető megoldás!
  - Vegye könnyedén anyagi gondjait!
  - Árfolyamkockázat nálunk nincs!

- Fix havi díj hosszútávon!
- Minimálbér, tiltólista nem akadály!
- Életkori megkötés nélkül!
- Kérjük, részletes tájékoztatásért, forduljon hozzánk bizalommal!
- Cégünk tevékenysége fogyasztói csoportok szervezésére irányul!
- a Vj-90/2010. számú eljárásban jogsértőnek ítélt reklámok egyebek között az alábbiakat tartalmazták:
  - Egyenesbe hoz
  - Nyugdíjasoknak, BÁR-listásoknak és cégeknek is!
  - Extra ajánlat
  - FIX HAVIDÍJ!
  - A tájékoztatás nem teljes körű. Részletes felvilágosításért hívja ügyfélszolgálatunkat
  - Cégünk fogyasztói csoportok szervezésével is foglalkozik

### *Érintett fogyasztói kör*

21. A jelen eljárásban vizsgált kommunikációs eszközök által népszerűsített szolgáltatás vonatkozásában megkülönböztetendő két fogyasztói kör:

a) azon fogyasztók, akiket a bankok elutasítanak, a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülnek, abból kirekesztettek, nem hitelképesek. Ezek a fogyasztók az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztóhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Amint azt a bírói gyakorlat aláhúzta (lásd a 19. pontot), az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közlése,

b) a fenti körbe nem tartozó fogyasztók, akik számára szintén pénzügyi megoldást kínál az adott szolgáltatás.

22. 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 „ésszerűség” kapcsán a Versenytanács – figyelemmel a bírói gyakorlatra is – kiemeli,

- a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak, s a fogyasztó - számára költségmegtakarítást eredményezően - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
- 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 tájékozási folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

Az adott helyzetben általában elvárható magatartás, s azon belül adott helyzetben általában elvárható figyelmesség és körültekintés vonatkozásában a Versenytanács kiemeli, hogy

- 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. Ennek nem mond ellent az Fttv. sem. A törvény 4. §-ának (1) bekezdése maga sem követeli azt meg, hogy valamely kereskedelmi gyakorlat megítélése során a különböző alternatívák között hideg fejjel, a döntés meghozatalához szükséges információkat teljes körűen feltárva és saját preferenciáit pontosan ismerve eljáró, a számára legkedvezőbb, kizárólag a racionalitásra alapozott döntést meghozó fogyasztót tartsa szem előtt a jogalkalmazó. Az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró fogyasztó nem azonosítható egy, kizárólag az ésszerűségi követelményeknek megfelelően eljáró fogyasztóval. A törvény alkalmazása során egy olyan fogyasztó a mérce, aki általában nem kizárólag az ésszerűség által meghatározottan hozza meg döntéseit. Ezzel nem ellentétes az Fttv. 4. §-a (1) bekezdésében az „ésszerűen tájékozottan” kitétel sem, mivel ez nem abszolutizálja az ésszerűség követelményét, hanem éppen relativizálja azt – hiszen (amint arra előzőleg rámutatott a Versenytanács) az a fogyasztó is ésszerűen tájékozott, aki nem kételkedik a reklámokban tett állításokban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, mivel a kölcsönös bizalmon alapuló gazdaságban a reklámokat egy költséghatékony tájékoztatói lehetőségnek tekinti,
- a fogyasztói döntési folyamat nem racionális elemeinek szerepe az átlagosnál erőteljesebben jelentkezik azon fogyasztók esetében, akik különösen kiszolgáltatottnak minősülnek.

#### *A reklámok szerepe a fogyasztói döntési folyamatban*

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

Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács nem osztotta az eljárás alá vont azon, a reklám figyelemfelkeltő szerepével, illetve a reklám észlelését és a kapcsolatfelvételt követő utólagos tájékoztatással kapcsolatos előadását, amelynek elfogadása azt eredményezné, hogy egy reklám esetén bármilyen tartalom elfogadható, ha az felkelti a fogyasztó figyelmét.



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

25. A nyomtatott sajtóban megjelent, a fogyasztó pénzügyi gondjának megoldását kínáló reklámoknak (lásd a 14. pontot) fontos figyelemfelkeltő hatása van, összehatásuk eljárás alá vont szolgáltatására irányítja azon kiszolgáltatót fogyasztói csoportok figyelmét, akik az elsődleges célcsoportot jelentik. Ezen fogyasztói kört nevesítetten is megszólítja a reklám („BÁR-listásoknak és nyugdíjasoknak is”).

#### *A vizsgált kereskedelmi kommunikációk üzenete és megtévesztésre alkalmassága*

26. A fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben lefolytatott eljárások kapcsán született korábbi bírósági ítéletek és versenytanácsi határozatok által is kiemelten

- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak ki kell terjedniük a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége [így pl. az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor],
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 25 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnnyújtással azonosítható.

27. A jelen eljárásában vizsgált, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok (lásd a 14. pontot) ezeknek a követelményeknek nem tettek eleget, hiszen a fogyasztó részére kínált összeg mértékére és a fogyasztó által havonta fizetendő összegre utaló közléseket szerepeltető reklám elolvasásakor a fogyasztó az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján, a reklám összehatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. Ezt az értelmezést erősítette a reklámoknak a pénzügyi gondra, annak megoldására utaló közlése („Pénzügyi gondja van? Kapaszkodjon belénk!”), mivel a fogyasztók, s különösen a 21. a) pontban jelzett fogyasztók számára a felmerülő pénzügyi gond megoldása jellemzően nyilvánvalóan nem 5-25 év múlva esedékes. Maga az eljárás alá vont is azt adta elő, hogy a szolgáltatásait igénybe vevő fogyasztóknak jelenleg van pénzügyi gondja.

A reklámközlésekkel összefüggésben kiemelendő az is, hogy a fogyasztói csoportok a vásárlói joghoz, s nem a (kész)pénzhez való jutást célozzák.

A reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet, hogy a kívánt dologhoz előtörlesztés-vállalással (a szerencseem által befolyásoltan, lásd az 5. pontot), esetleg 25 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire van szükség, egyfajta sajátos belső hitelezésre, amely más oldalról azt eredményezi, hogy miközben a reklámok összhatása pénzkölcsönt, azonnali pénzhez jutási lehetőséget kínál, addig a fogyasztó olyan sajátos, akár 25 évig tartó előtakarékoskodásra kényszerül, amely után nem illeti meg kamat).

A „pénzügyi gondja van? Kapaszkodjon belénk!” szlogen vonatkozásában az sem mellőzhető, hogy nem valamiféle sajátos megtakarításról, előtakarékoságról, hanem pénzről van szó a reklámokban, amely valamiféle jelenbeli szükségletre utal, s nem a fogyasztói csoportok által pontosan meg nem határozható időpontban elérhető, s így azon időbelileg bizonytalan vásárlói jogra, amelyhez jutás a többi csoporttag magatartásától függ, hiszen az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a vásárlási jog kapcsán (noha erre az Általános Szerződési Feltételek lehetőséget adnak) sorsolásra ténylegesen nem kerül sor, kizárólag a tagok által vállalt előtörlesztés alapján kerül megállapításra, hogy mely fogyasztót illeti meg a vásárlási jog.

A reklámok megtévesztésre alkalmas összhatását erősítette a hitelképesség hiányára, korlátozott voltára történő utalás, mivel a bankhoz történő sikeres fordulás eredménye jellemzően egy azonnali pénzhez jutás, s a reklámok ennek alternatíváját kínálták.

28. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámokban az eljárás alá vont szerepeltette annak közlését, hogy „a hirdetés nem teljes körű, részletekért hívja ügyfélszolgálatunkat.” A Versenytanács megítélése szerint önmagában ez, illetve egy, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás, de a fogyasztót megillető ellátsási jog sem szünteti meg a reklámok jogsértő jellegét.

29. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok tartalmazták azon közlést, hogy „fogyasztói csoport mindenkinek”. Önmagában ennek reklámban való szerepeltetése nem változtat azon, hogy a fogyasztó a jelen esetben a reklám egésze alapján nem kapott reális tájékoztatást a szolgáltatás tényleges természetéről.

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

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

Amint azt a Vj-132/2009. számú eljárásban is aláhúzta a Versenytanács, a fogyasztó által igényelt összeg nagyságától függetlenül megállapítható, hogy nem, vagy csak kivételes esetben felelnek meg a valóságnak a fix havi díjakra vonatkozó reklámállítások. A fogyasztói csoport tagjainak csak töredékére igaz, hogy a reklámban szereplő havidíj mellett, a tagsági jogviszony keletkezésétől számított rövid időn belül ténylegesen hozzá is jut a reklámban szereplő értékhez.

Ahhoz, hogy valaki meghatározott összegű vásárlói joghoz jusson, jelentős összegű előtörlesztést kell vállalnia. Ebben az esetben azonban megváltozik a szerződés tárgya, a szerződésben meghatározott összegnél sokkal alacsonyabb érték kerül rögzítésre. Az előtörlesztést vállaló számára a vásárlói jog elnyerését követően sem a fix havi díjak, sem a vásárlói jog értéke (a termék eladója által igényelt vételárhoz történő „közös” hozzájárulás)

nem a tájékoztatások szerint alakul. „Sikeres” tehát csak a reklámokban megjelenítettektől számottevően eltérő feltételekkel lehet a fogyasztói csoport tagja.

31. A reklámokban szereplő nagyobb összegű (pl. 5, 10 millió Ft-ot kitevő) vásárlói jogokkal kapcsolatos tájékoztatások kapcsán további problémák forrása, hogy ehhez több szerződést kell kötnie a fogyasztónak. A nagyobb összegek több megbízási szerződéssel, többszöri regisztrációs díjjal, még magasabb törlesztési hajlandósággal és nyilvánvalóan más nyeresi eséllyel érhetőek el, így ezen összegek sem igazak önmagukban, megjelenítésük a reklámokban látható összefüggésben megtévesztő.

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

Ezt egyértelműen alátámasztja eljárás alá vont azon előadása, amely szerint ha a reklámjaiba minden információt beleírna, akkor soha senki nem venné fel vele a kapcsolatot. Ez azt jelenti, hogy ha eljárás alá vont kommunikációi valós képet nyújtanának az általa kínált szolgáltatásról, akkor aziránt nem lenne kereslet, így például egy idős (a reklámokban külön is megszólított) nyugdíjas nem keresné fel eljárás alá vontat, ha ismert lenne előtte, hogy akár 25 múlva juthat csak vásárlói joghoz.

33. A Versenytanács megjegyzi, hogy a fogyasztók felé irányuló kereskedelmi kommunikáció problematikus voltára mutat rá az is, hogy az eljárás alá vont által szervezett és működtetett fogyasztói csoportok esetében a rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan már néhány hónappal a tevékenység megkezdését követően magas az elállási, illetve felmondási joggal élő fogyasztók aránya (lásd a 12. pontot).

#### *A Versenytanács döntése*

34. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. június 1. és 2010. szeptember 29. között megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a fogyasztók számára valótlán képet nyújtott az általa kínált szolgáltatásról, s a fogyasztók ezáltal tévesen azt gondolhatták, hogy a szerződés megkötését követően azonnal pénzhez jutnak. Az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-ának (1) bekezdésére] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A Versenytanács a jogsértéssel érintett időszakot a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok vonatkozásában azok alkalmazásának ismert időpontjai alapján határozta meg, a vizsgálat által meghatározott vizsgálatlalt érintett időszakhoz igazodva. Eljárás alá vont előadására figyelemmel megjegyzi a Versenytanács, hogy ez utóbbi okból nem volt lehetősége az eljárás alá vont ezen időszakot követően tanúsított kereskedelmi gyakorlatának az értékelésére.

35. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével megtiltotta az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2010. szeptember 29. előtt megjelentetett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló, a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását. A határozat értelmében az eljárás alá vont a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével nem teheti közzé a jogsértőnek minősülő tartalommal bíró kereskedelmi kommunikációkat.

A korábban valamely reklám nyomtatott sajtóban történő megjelenése tárgyában megkötött szerződés teljesülését az eljárás alá vont köteles oly módon megakadályozni, hogy 5 munkanap elteltével jogsértő reklám az adott lapban ne jelenjen meg.

36. A fogyasztók megfelelő tájékoztatása érdekében a Versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének h) pontja alapján a jogsértő tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét rendelte el. Az előírt tartalom szerinti tájékoztatást az eljárás alá vont köteles bármilyen kommentár nélkül a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül két-két alkalommal, legalább 90x90 mm méretben azon lapokban megjelentetni, amelyekben a jogsértő tartalommal bíró kereskedelmi kommunikációk közzétételre kerültek (lásd a 13. pontot).

A Versenytanács kötelezte az eljárás alá vontat, a határozat kézhezvételétől számított 45 napon belül igazolja, hogy a meghatározott tájékoztatást az előírtaknak megfelelően közzétette, azaz a tájékoztatást a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül két-két alkalommal, legalább 90x90 mm méretben az adott lapokban megjelentette.

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

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele időben elhúzódott, négy hónapon át zajlott,
- az elkövetési mód kapcsán nagyfokú intenzitás állt fenn, a jogsértő reklámok jelentős példányszámú, a fogyasztók igen széles körét elérő lapokban sok alkalommal jelentek meg (lásd Vj-91-005/2010., Vj-91-006/2010., Vj-91-007/2010., Vj-91-009/2010., illetve a határozat 13. pontja),
- a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb (lásd a 21. pontot),
- az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül,
- a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés, s így a kereskedelmi gyakorlat hatása időben elhúzódó,
- az eljárás alá vont magatartása felrőható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének. Kiemelendő, hogy eljárás alá vont nyilatkozatából megállapíthatóan ismeri a Versenytanács fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozások ellen indított egyes eljárásokban hozott döntéseit, így a Versenytanács által a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációval szemben támasztott elvárásokkal is tisztában kellett lennie.

A Versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthatnak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban.

A fentiek mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert költségek (a kiszabott bírságot lényegesen meghaladó) mértékére (lásd Vj-91-005/2010., Vj-91-006/2010., Vj-91-007/2010., Vj-91-009/2010.), s a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 3.200.000 Ft-ban, a kiszabható legmagasabb összeghez közeli mértékben határozta meg. A

bírság kiszabása során a Versenytanács az eljárás alá vont 2010. évi nettó árbevétele kapcsán az eljárás során ismertté vált adatra (Vj-91-0023/2010.) volt figyelemmel.

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

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a 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 bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

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

## **VIII. Egyéb kérdések**

39. 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 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.

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. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- a vizsgált kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű napilapok (Metropol, Bors, Nemzeti Sport, Blikk) útján valósult meg,
- a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el.

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

Budapest, 2011. február 15.

Váczai Nóra sk.  
versenytanács tag

dr. Zavodnyik József sk.  
előadó versenytanács tag

dr. Zlatarov László sk.  
versenytanács tag