

Újabb fogyasztói csoportot szervező vállalkozást bírságolt meg a GVH

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 2 millió Ft bírságot szabott ki a SWISS INVEST 2009 Hungary Pénzügyi Szolgáltató Kft.-re, valamint megtiltotta a vizsgált és kifogásolt tartalmú tájékoztatások további megjelentetését.

A GVH az eljárásában a fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozó SWISS INVEST 2009 Hungary Pénzügyi Szolgáltató Kft. (Swiss Invest) nyomtatott sajtóban 2010. június 11. előtt megjelent hirdetéseit vizsgálta. A versenyhivatalhoz beérkező nagyszámú panasz alapján feltételezhető volt ugyanis, hogy a fogyasztói csoportok szervezésével 2009 tavasza óta foglalkozó vállalkozás hirdetéseiben a fogyasztók részére nem vagy nem egyértelműen adott információt a fogyasztói csoportok lényeges tulajdonságairól. Azaz arról, hogy az adott szolgáltatás nyújtására belső hitelezéssel (a tagok befizetéseiből) kerül sor, meghatározó a szerencseelem léte (sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása alapján dől el ki az a szerencsés, aki adott hónapban a vásárlói joghoz jut) és 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 csoport tagjai ugyanis vállalják, hogy meghatározott ideig meghatározott összeget fizetnek be havonta úgy, hogy 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, hogy a csoport résztvevői közül az adott alkalommal kik jutnak hozzá a vásárlási joghoz. 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 előtörlesztésként a legnagyobb törlesztőrészt. A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 15 év múlva) a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon.

A fogyasztói csoportok működésének lényeges tulajdonsága tehát a szerencseelem, amely mind a szerencsés tag kisorsolásánál, mind az előtörlesztés vállalásánál megmutatkozik. A csoporttagok előtt ugyanis nem ismert és általuk 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 mielőbbi kiválasztásuk érdekében versenyezniük kell, ami a kevésbé fizetőképese csoporttag előre nem ismert, kiszámíthatatlan hátrásorolásával járhat.

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.

Eljárásában a GVH többek között azt vizsgálta, hogy az elsősorban az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben lévő, jellemzően anyagilag megszorult, a hitelintézetek banki

szolgáltatásaiból kirekesztett fogyasztókat (például BAR-listások, nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók) célzó hirdetések, tájékoztatások alapján az azokkal találkozó személyek tisztában lehettek-e a fogyasztói csoport konstrukció fenti lényeges elemeivel.

A GVH a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok vizsgálatát követően megállapította, hogy a fogyasztó részére kínált összeg mértékére, a futamidőre és a havi törlesztőrészletre utaló reklámok elolvasásakor a fogyasztó a reklám összehatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. A reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhetett, hogy a kívánt dologhoz sorsolás útján vagy előtörlesztés-vállalással (a szerencseelem által befolyásoltan), esetleg 5-10-15 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire (egyfajta belső hitelezésre) van szükség. A fogyasztók jellemzően annak sem voltak a tudatában, hogy a fogyasztói csoport nem nyújt hitelt, a csoportot szervező Swiss Invest nem hitelezéssel, hanem fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozik, hitelt nem is nyújthatna. Ezzel szemben a reklámok egy része kifejezetten nagy értékű hitelt kínált a fogyasztók számára, amely nyilvánvalóan nem felelt meg a valóságnak.

A GVH az eljárásában megállapította, hogy a nyomtatott sajtóban közzétett reklámok kivétel nélkül jogsértőnek minősülnek. Az olyan nagy példányszámú lapokban, mint a Blikk, a Metropolis, a Helyi Téma, a Napi Ász vagy a Nemzeti Sport közzétett hirdetések alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, amelyet önmagában az a tény is igazol, hogy a Swiss Invest folyamatosan szükségesnek ítélte a reklámok igen jelentős költséggel történő közzétételét, hiszen a leendő ügyfelei számára ez jelentette a kapcsolatfelvétel alapját. Aláhúzta a GVH azt is, hogy az egyes reklámokban használt "BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is" szlogennek fontos figyelemfelkeltő hatása volt, ráirányította a hirdetésre azon kiszolgáltatót fogyasztói csoportok figyelmét is, akik a szolgáltatás elsődleges célcsoportját jelentették.

Az elmúlt években több versenytanácsai és bírósági döntés született a fogyasztói csoportok népszerűsítését érintő kérdésekről. Ezek egyhangúan kimondják, hogy a reklámoknak ki kell térniük a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége. A vállalkozásoknak tehát az előtakarékossági 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, ha a hirdetés nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 15 év) után juthat a kívánt termékhez. Szintén 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 Swiss Invest vizsgált reklámjai ezeknek a követelményeknek nem tettek eleget.

A versenyhatóság a fogyasztók megtévesztésére alkalmas közlésnek tartotta a reklámokban megjelentetett "vásárlói csoport már 20 éve Magyarországon" kitélt is, amely alaptalanul azt a fogyasztói bizalom növelését eredményező üzenetet közvetítette, hogy a reklámot közzétevő vállalkozás már 20 éve tevékenykedik, ez pedig nem felel meg valóságnak.

A GVH - szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is - a bírságot 2 millió Ft-ban, a versenytörvény alapján kiszabható legmagasabb összeghez közeli mértékben határozta meg. A bírságkiszabás során a GVH Versenytanácsa súlyosító körülményként értékelte többek között, hogy a jogsértő hirdetések közzététele több, mint egy éven át, igen intenzíven, széles fogyasztói kört elérve zajlott. A megcélzott fogyasztói kör anyagilag nehéz, kiszolgáltatót helyzetben lévő fogyasztókból áll, akik a hirdetések hatására hosszú távú

jogviszonyba kerültek. A GVH által figyelembe vett enyhítő körülmény az a tény volt, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthattak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban. Ennek súlyát ugyanakkor csökkentette, hogy a GVH megítélése szerint a tájékoztatási folyamat egésze sem mentes a problémáktól. Ezt támasztja alá az a körülmény is, hogy a fogyasztói csoportokba belépett fogyasztókhöz képest igen magas a kizárt/felmondott/elállt fogyasztók aránya.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-13/2010.**

Budapest, 2010. szeptember 6.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

ZENISEK Andrea

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: sajto@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>