



VERSENYTANÁCS

Vj/045-036/2010.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. J. L. ügyvéd (Budapest) és M. L. ügyvezető által képviselt **InterCash Consulting Kft.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy az InterCash Consulting Kft. 2010. március 23. és június 16. között a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A Versenytanács a jelen határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével megtiltja az InterCash Consulting Kft. által szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, 2010. június 16-ig megjelentetett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló magatartás további folytatását.

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

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást az InterCash Consulting 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 fogyasztói csoportok szervezésével, működtetésével foglalkozik.

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 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 előtakarékosági 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 hátratorolásával járhat.

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

A fentiek egyben azt is eredményezik, hogy a fogyasztó bizonytalanságban van abban a vonatkozásban, hogy mikor jut a vásárlási joghoz, 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 már nem tér 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, illetve más pénzügyi termékek hirdetései is megtalálhatóak.

A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) célcsoportja elsődlegesen az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni, a Bar-listások, akiknek 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 vagy 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!”).

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.). A Versenytanács határozataival szemben benyújtott kereseteket a bíróságok elutasították.

III.

Az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok

9. A fogyasztói csoportok szervezésével 2010 márciusa óta foglalkozó eljárás alá vont négy fogyasztói csoportot működtet, amelyek futamideje 60, 120, 180 és 240 hónap.

10. A fogyasztói csoportok kapcsán – figyelemmel az alkalmazott szerződési feltételekre (Részvételi Szabályzatra) – 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 csoport természetes és/vagy jogi személyekből állhat, tagjai az eljárás alá vonttal egyenként állnak szerződéses jogviszonyban,
- a „szervező a befizetett díjelőlegekből a csoport részére elkülönített pénzügyi alapot képez. A regisztrációs díj és a megbízási díj nem része a közös alapnak,”
- a megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói jog sorsolása, illetve az előtörlesztés vállalása közgyűlésen történik, mely közgyűlés a jelenlevők számára tekintet nélkül megtartható. A közgyűlésen a szervező képviselője ismerteti, hogy hány vásárlói jog átadására nyílik lehetőség. A vásárlói jogot elnyerő tag(ok) kiválasztására sorsolás és/vagy előtörlesztés vállalás útján kerül sor. Amennyiben a közös alap összege csak egy vásárlói jog átadását teszi lehetővé, az eljárás alá vont dönti el, hogy az előbbiektől közül mely módon történik a vásárlói jog átadása,
- közgyűlést minimum háromhavonta kell tartani, melynek összehívásáról az eljárás alá vont gondoskodik, s azon azok a tagok vehetnek részt, akik valamennyi esedékes fizetési kötelezettségüknek eleget tettek és azt igazolni tudják,
- a nyertes előtörlesztés-vállalás összege a csoport közös alapjának nagyságát növeli. A nyertes előtörlesztés-vállalás hónapjainak beszámítása a csoportműködés befejezésének időpontjától történik, azaz a nyertes megbízó törlesztési időtartama az előtörlesztés-vállalás mértékével megrövidül. Az eljárás alá vont az előtörlesztés befizetésével kapcsolatban kedvezményt adhat, de a csoport részére elkülönített pénzügyi alap nem sérülhet,
- a megbízási szerződés megkötésekor a tag köteles befizetni a regisztrációs díjat amely a szerződésben meghatározott dolog teljes vételárának %-ban meghatározott része,
- a tagokat havonta az alábbi fizetési kötelezettségek terhelik:
 - havi alaprészlet, amely a szerződés szerinti összeg elosztva a csoport működési hónapjainak számával,
 - megbízási díj, amely a szerződésben meghatározott, ÁFA-val növelt, fennmaradó megbízási díj, ugyancsak a csoport működési hónap számával elosztva. A megbízási díj a havi részletfizetések időpontjában a részletek arányában esedékes, s az eljárás alá vontat akkor is megilleti, ha a tag egyszerre több havi részletet is kifizet,
- a tag köteles az eljárás alá vont által „törlesztő részlet”-nek nevezett havi fizetési kötelezettségeket teljesíteni akkor is, ha a szerződés tárgyát képező dolgot megszerzi a fizetési kötelezettségek teljesítése (a futamidő vége) előtt,
- a tagokat a szerződés keltétől számított 30 napon belül indokolás nélküli elállási jog illeti meg, melyet a szervező székhelyére elküldött írásbeli nyilatkozattal

gyakorolhatnak. Az elállás a szerződést felbontja, mely esetben a szervező a részére teljesített egyszeri regisztrációs díj 20.000 Ft-on felüli részét a megbízó részére visszatéríti. Ugyanakkor, amennyiben a megbízó a soron következő közgyűlésre előtörlesztést vállal, úgy számára a 30 napos elállási idő a következő közgyűlés napjáig lerövidül,

- a megbízó a szerződést rendes felmondással is felmondhatja. Ebben az esetben a szervező dönthet úgy, hogy a befizetett havi alaprészletek összegét a szerződésben meghatározott időtartam lejártát megelőzően visszafizeti, mely visszafizetés azonban csak a szervező saját pénzeszközei terhére történhet, és mely idő előtti visszafizetés a szervező részéről csupán lehetőség és nem kötelezettség. Ha a megbízó kedvezményezettként kiválasztásra került, a szerződést rendes felmondással nem szüntetheti meg, amíg a szerződésből fakadó valamennyi fizetési kötelezettségének maradéktalanul eleget nem tett,
- a szervező a megbízóval szemben a szerződést azonnali hatállyal felmondhatja, ha a megbízó a szerződésből fakadó kötelezettségeit megszegi, így különösen kettőnél több havi részletfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget. A megbízóval való elszámolásra ebben az esetben is a szerződésben rögzített időtartam végén kerül sor, a szervező azonban jogosult visszafizetési lehetőségével élni. A szerződés felmondásának időpontjáig befizetett havi részletek a megbízási díj (+ÁFA) levonásával a szerződésben meghatározott időtartam végén kamatmentesen kerülnek visszafizetésre a megbízó részére, a regisztrációs díj azonban nem kerül visszatérítésre.

11. Az eljárás alá vont adatszolgáltatásából ismert az általa szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatban a fogyasztók által az adatszolgáltatásig teljesített befizetések összege. Az adatokból megállapíthatóan a fogyasztók által teljesített befizetések igen csekély mértékben kerültek a közös alapba, az összeg döntő része regisztrációs díj és megbízási díj címén az eljárás alá vontat illette meg.

12. Az eljárás alá vont 2010 júliusában teljesített adatszolgáltatásából ismert, hogy az adatszolgáltatásig miként alakult az eljárás alá vont által 2010 márciusa óta szervezett, működtetett fogyasztói csoportokban a felmondott szerződések aránya, amely a szerződések 9.68 – 16 %-át tette ki.

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

13. Az intenzív kommunikációs tevékenységet kifejtő eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatában kiemelt szerepe van a nyomtatott sajtóban megjelentetett, a különböző újságokban közel azonos tartalommal bíró, több változatban alkalmazott reklámoknak. Az eljárás alá vont az országos terjesztésű Blikk és Bors, valamint a Budapesten és néhány nagyobb városban elérhető Metropol című napilapokban folyamatosan jelenteti meg reklámjait. A reklámok a 2010. március 23. és június 16. között

- a Bors című lapban 46,
- a Blikk című lapban 44,
- a Metropol című lapban 39

alkalommal jelentek meg.

14. Az eljárás alá vont nyomtatott sajtóban közzétett (változó kivitelezésű) reklámjai egyebek között az alábbiakat tartalmazták:

1M Ft – 4.165 Ft/hó	FIX FORINT ALAPON
2M Ft – 8.335 Ft/hó	BAR-LISTÁSOKNAK ÉS
3M Ft – 12.500 Ft/hó	NYUGDÍJASOKNAK IS!
5M Ft – 20.835 Ft/hó	INGATLANFEDEZET NÉLKÜL
10M Ft – 41.665 Ft/hó	

PÉNZRE VAN SZÜKSÉGE?

ELUTASÍJTJÁK A BANKOK?

NÁLUNK VAN MEGOLDÁS!

Részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű. Cégünk vásárlói csoport szervezéssel is foglalkozik.

V.

Az eljárás alá vont előadása

15. Az eljárás alá vont előadta,

- a vizsgált magatartással kapcsolatos gyakorlata aggálytalan, tekintettel arra, hogy korábban több formában is működött ilyen rendszer Magyarországon,
- miután ismertté vált, hogy a megjelent reklámok mely részeit kifogásolja a Gazdasági Versenyhivatal, módosítás történt a reklámokban.

VI.

Jogi háttér

16. 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, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

h) pontja alapján az üzleti 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. §-a (1) bekezdésének b) pontja 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 üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

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.

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.

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

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

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

Az eljáró versenytanács a 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.

VII.

A Versenytanács döntése

18. 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 Ítéltábla 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 Ítéltábla 2.Kf. 27.843/2006/6. számú ítéletét; a Vj-183/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.243/2006/9. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.223/228. számú ítéletét; a Vj-207/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 11.K. 33.078/2006/10. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.124/2007/6. számú ítéletét; a Vj-163/2007. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 2.K.33. 174/2008/7. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.097/2009/5. számú ítéletét).

Az ítéletekben foglaltak alapján a Versenytanács az alábbiakat emeli ki:

- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, valós képet adjon a szolgáltatásról. Jogilag tilalmazott, hogy a kereskedelmi kommunikáció (így pl. a reklám) akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti,
- ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor annak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóságghú módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a vállalkozásé a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. A reklámot alkalmazó vállalkozásnak mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson, ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra,
- minden olyan reklámmal szemben, amely bármi módon a pénzhez jutás ígéretével kecsegtet, egy magasabb elvárhatósági szint fogalmazódik meg a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt. Ezen esetekben a hitelesség, a pontosság kiemelkedő szerepet kap,
- a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán

figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,

- a reklámok címzettjei az átlagos fogyasztótól eltérő hátrányosabb helyzetüknél 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 közzétevése,
- 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 15 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 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 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 hitelnnyújtással 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.

19. A korábbi eljárásban 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? Van 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 jövedelemigazolás 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 teljesíthetőek 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! (Bárlistásoknak 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 árfolyamváltás,
 - 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!

Érintett fogyasztói kör

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

- az elsődlegesen érintett fogyasztói kör azon, minden kommunikációs eszközön (lásd a 14. pontban ismertetett reklámokat) külön, hangsúlyosan is megnevezett fogyasztókból áll, akiket a bankok elutasítanak, a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülnek, abból kirekesztettek (BAR-listások, nyugdíjasok). Ezek a fogyasztók az átlagnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Amint azt a bírói gyakorlat aláhúzza (lásd a 18. pontot), az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közzlése,
- a kommunikációs eszközök az elsődleges fogyasztói kör mellett ezen körbe nem tartozó fogyasztókat is megcéloltak, illetve elértek, irányukban is pénzügyi megoldást kínálva.

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

A reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztató folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy

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

Kiemelendő továbbá, 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 információk körét 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, 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

22. 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.

23. 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.

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

A reklámok üzenete és megtévesztésre alkalmassága

25. Miközben

- a korábbi bírósági ítéletekből és versenytanácsi határozatokból megállapíthatóan a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor,
 - a 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 korábbi döntések alapján megállapítható, hogy
 - a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
 - az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 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 jelen eljárásban vizsgált reklámok (lásd a 14. pontot) ezeknek a követelményeknek nem tettek eleget, hiszen

- a fogyasztó részére kínált összeg mértékére, a futamidőre és a havi törlesztő részletre, továbbá a fix forint alapra utaló, a „pénzre van szüksége?” kérdést szerepeltető reklám elolvasásakor a fogyasztó az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján, a reklám összhatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. Ezt az értelmezést erősítette a „pénzre van szüksége? elutasítják a bankok? nálunk van a megoldás!” közlés, mivel

- a fogyasztók, s különösen az elsődlegesen megcélzott fogyasztói kör számára a felmerülő pénzügyi gond megoldása nyilvánvalóan nem 5-20 év múlva esedékes,
- a bankhoz történő sikeres fordulás eredménye jellemzően egy azonnali pénzhez jutás, s a reklám ennek alternatíváját kínálja,
- a reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet, hogy a kívánt dologhoz sorsolás útján vagy előtörlesztés-vállalással (a szerencselem által befolyásoltan, lásd az 5. pontot), esetleg 5-10-15-20 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire (egyfajta belső hitelezésre) van szükség (olyan belső hitelezésre, amely más oldalról azt eredményezi, hogy miközben a reklámok hitelt, azonnali pénzzutási lehetőséget kínálnak, addig a fogyasztó olyan sajátos, akár 20 évig tartó előtakarékoskodásra kényszerül, amely után nem illeti meg kamat). A reklámok megtévesztő jellegét erősítette az a közlés is, hogy „cégünk vásárlói csoport szervezéssel is foglalkozik,” melynek révén az eljárás alá vont a reklámozott szolgáltatást maga sem törekedett közvetlenül és félreérthetetlen módon összekapcsolni a fogyasztói csoport intézményével.

26. A reklámokban az eljárás alá vont közölte, a hirdetés nem teljes körű, s a részletes tájékoztatás megszerzése érdekében a fogyasztóknak az ügyfélszolgálat felkeresését ajánlotta. A Versenytanács megítélése szerint önmagában ez, illetve egy, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás nem szünteti meg a reklámok jogsértő jellegét. A Versenytanács megjegyzi, erre tekintettel nem mutatkozott szükségesnek annak külön értékelése sem, hogy az eljárás alá vont reklámja a fogyasztók általi olvashatóságot lényegesen megnehezítő módon (apró betűvel) tartalmazta a hirdetés nem teljes körű voltára utaló közlést, mivel ennek részletesebb vizsgálata sem változtatott volna az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat minősítésén.

27. A Versenytanács a fentiekre tekintettel megállapította, hogy az eljárás alá vont által a nyomtatott sajtóban megjelentetett reklámok alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére.

28. A fogyasztók felé irányuló kereskedelmi kommunikáció problematikus voltára mutat rá az is, hogy a fogyasztói csoportokba belépett fogyasztókhöz képest igen magas a felmondott szerződések aránya (lásd a 12. pontot).

A Versenytanács döntése

29. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2010. március 23. és június 16. között a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, ezen kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A Versenytanács a jogsértéssel érintett időszakot a vizsgált kereskedelmi kommunikáció alkalmazásának ismert időpontjai alapján határozta meg, s semmilyen formában sem értékelte a 2010. június 16. után megjelent reklámokat.

30. 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 a nyomtatott sajtóban 2010. június 16-ig

megjelentetett jogsértő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló magatartás további folytatását.

A határozat értelmében az eljárás alá vont a határozat kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével nem tehet közzé a vizsgált, a beszerzett információk alapján 2010. június 16-ig alkalmazott, a határozat 14. pontjában ismertetett tartalommal bíró reklámokat. A korábban valamely reklám 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.

VIII.

Egyéb kérdések

31. A Versenytanács Vj-45-018/2010. számú, 2010. augusztus 2-án kelt végzésében ideiglenes intézkedéssel a végzés kézhezvételétől számított 5 munkanap elteltével megtiltotta a végzés mellékletében meghatározott tartalommal bíró kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló magatartás további folytatását. A jelen határozatában a Versenytanács nem értékeli eljárás alá vontnak a Vj-45-018/2010. számú végzéssel kapcsolatos magatartását.

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

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. Az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

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

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

Budapest, 2010. október 19.

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanács tag

Váczai Nóra sk.
versenytanács tag

dr. Szántó Tibor sk.
versenytanács tag