



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-1/2005.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Euro Credit Consulting Kft.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2004. és a 2005. évben a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban azt a hamis látszatot keltette, hogy hitelezési tevékenységgel, illetve hitelek közvetítésével foglalkozik, s egyben elhallgatta az általa nyújtott szolgáltatás egyes, a fogyasztói döntések szempontjából lényeges tulajdonságait, továbbá megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott az általa tartott akciókról.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 5.000.000 Ft (Ötmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számla javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást, hogy az eljárás alá vont az általa kínált szolgáltatással kapcsolatos reklámjaival megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban Tpv.) 8.§-ának, illetve a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (továbbiakban Grtv.) 7.§-ának a rendelkezéseit.

I.

Az eljárás alá vont, a fogyasztói csoport egyes jellemzői

1. A 2003-ban alakult eljárás alá vont fő tevékenységként 2003 novemberétől fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozik. 2005. január 31-ig három irodával rendelkezett (Budapesten, Győrben és Cegléden), 2005. február 1-től csak a budapesti iroda működik.

2. A Magyarországon mintegy 15 éve megjelent fogyasztói csoportok jellemzője, hogy a tagok által havonta fizetett törlesztő részletből a csoport a futamidőn belül lehetővé teszi a szerződésben rögzített ingó vagy ingatlan dolog megvásárlását. Fogyasztói csoportba a fogyasztók azzal a céllal lépnek be, hogy meghatározott áruk tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék. 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, mivel az áruhoz jutás nem az első részlet megfizetésével egyidejűleg történik meg. A szervező által rendszeresen megtartott 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 ingó vagy ingatlan dolgot. Az eljárás alá vont „Részvételi Szabályzata” szerint a megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói jog sorsolása, illetve az előtörlesztés vállalása, azaz a kedvezményezettként való kiválasztás a vásárlói csoport legalább három havonta megtartandó közgyűlésén történik. A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén végül elméletileg az a fogyasztó is hozzájuthat a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon.

3. A fogyasztói csoport egy olyan sajátos, összetett konstrukció, amely egy speciális előtakarékosági formát kombinál a részletre történő vásárlással és szerencseelemet is magában foglal. A rendszer lényeges pontja a szerencseelem, amely nemcsak a sorsolással, hanem az előtörlesztés vállalásának lehetőségével összefüggésben is megmutatkozik, mivel nem ismert és nem befolyásolható a többi csoporttag előtörlesztés-vállalási hajlandósága.

4. Jelenleg több vállalkozás foglalkozik fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével (Carion Rt., Poligrupo Rt., Promo Indra Rt., Carat Marketing Rt., Hungary Home Kft., IGO Magyarország Kft., Credit Center Kft., MÓD Ingatlanrendszer Kft.).

5. Az eljárás alá vont vállalkozás öt fogyasztói csoportot működtet, melyek közül két csoport 5 éves, két csoport 10 éves és egy csoport 15 éves futamidejű.

6. A fogyasztói csoportok szervezőivel történő kapcsolatfelvétel kezdeményezése reklámokon, illetve ügynöki hálózatokon keresztül valósul meg.

7. A fogyasztónak az eljárás alá vonttal történő szerződéskötést megelőzően legalább egy alkalommal fel kell keresnie az ügyfélszolgálati irodát.

Az eljárás alá vont és az ügyfél közötti első személyes találkozás alkalmával ún. „Adatlap” kerül kitöltésre az üzletkötők által, rögzítve a szerződés fontosabb paramétereit, illetve egy példán bemutatva a futamidő-csökkentés menetét is. A nyomtatvány 2004 szeptemberéig arról is tájékoztatást adott, hogy az eljárás alá vont „szervező tevékenységét 2004. július 1-től a 186/2001. (X.11.) Korm. rend. szabályozza.”

Az eljárás alá vont ügyfelei részére tett nyilatkozatát tartalmazó formanyomtatványon az ügyfél akként nyilatkozik, hogy az eljárás alá vont megbízottjától a részletfizetési lehetőségekről teljes körű tájékoztatást kapott, a szerződés minden részét számára elmagyarázták, a szerződés elválaszthatatlan részét képező részvételi szabályzatot elolvasta, a benne foglaltakat megértette, tudomásul vette, s azokkal kapcsolatban semmilyen további kérdése nincs.

8. 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-re, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-re módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet akként rendelkezett, a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet nem lép hatályba, figyelemmel arra, hogy a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény módosításáról hozott 2004. évi XVI. törvény úgy változtatta meg a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 1999. évi CXXIV. törvényt, hogy a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének hatásköre kiterjed a fogyasztói csoportokról szóló külön jogszabály hatálya alá tartozó szervezetek, személyek és tevékenységek felügyeletére is. Ezidáig a hivatkozott külön jogszabály még nem jelent meg, így a fogyasztói csoportok szervezésére és működtetésére az egyéb jogszabályok rendelkezései az irányadók.

9. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete ügyfélpanaszok és újsághirdetések nyomán 2004-ben eljárást indított, amely arra irányult, hogy az eljárás alá vont által folytatott tevékenység nem ütközik-e a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény rendelkezéseibe. Az eljárás megszüntetésre került, mivel a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete szerint nem volt megállapítható, hogy az eljárás alá vont pénzügyi szolgáltatást végezne.

10. A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség megítélése szerint az eljárás alá vont akciós hiteligenylési lehetőséget kínáló reklámjai különleges ajánlatnak minősülnek. A Grtv. 2.§-ának m) pontja szerint különleges ajánlat minden olyan ajánlat, amely időbeni, mennyiségi, minőségi vagy más jellegű behatároltsága miatt, vagy más okból eltér a kialakult kereskedelmi gyakorlattól. Ilyennek minősül különösen az időszakos kiárusítás és a végkiárusítás, az átmeneti árengedményes vagy időszakos vásár, továbbá a ráadásokra, az ajándékokra és a nyereményekre vonatkozó ígéret. A Grtv. 7/B.§-a értelmében különleges ajánlatra - ideértve a különleges árajánlatot is - vonatkozó reklámot akkor lehet közzétenni, ha az egyértelműen és közérthetően jelzi, hogy a különleges ajánlat mely árura, mely időponttól és mely időpontig érvényes, vagy azt, hogy az ajánlat csak a jelzett időponttól az áru rendelkezésre állásáig érvényes. Az eljárás alá vont egyes reklámjai nem feleltek meg a Grtv. 7/B.§-ában foglaltaknak, ugyanis sem az akciós lehetőség mibenlétéről, sem az akciós lehetőség igénybevételére vonatkozó ajánlat kezdő, vagy befejező időpontjáról, egyes esetekben pedig egyik időpontról sem tájékoztattak. Budapest Főváros Közigazgatási Hivatalának Fogyasztóvédelmi Felügyelősége ezen indok alapján 2004. november 12-én meghozott határozatában megállapította, hogy az eljárás alá vont 2004. szeptember 27-i Metro

újságban megjelent reklámja nem tartalmazta az akció kezdő és befejező időpontját, megsértve ezzel a Grtv. 7/B.§-át, s bírságoz szabott ki az eljárás alá vonttal szemben. A határozat jogerőre emelkedett, azzal szemben az eljárás alá vont jogorvoslatot nem nyújtott be.

II.

Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

11. Az eljárás alá vont a 2004. és a 2005. évben több száz alkalommal jelentetett meg reklámot a Metro, Magyar Bazár „Álmos”, Szuperinfo, Blikk, Kisalföld, Győrpress, Reklám7, Ceglédinfo, Bács Irányár és a Pesti Irányár című újságokban, igen sok fogyasztót érve el ezekkel. A reklámok minden esetben tartalmazták az eljárás alá vont nevét és az elérhetőséget.

12. A Metro újságban a következő tartalmú reklámok jelentek meg:

12.1.

VEGYE KÖNNYEDÉN!!!	AKCIÓ!
2.000.000 Ft most csak 25.000 Ft/hó	Február végéig!
5.000.000 Ft most csak 62.500 Ft/hó	Tavalyi feltételekkel
Kezes és jövedelemigazolás nélkül igényelhető!	5%-tól.

12.2.

AKCIÓ 2,5% (a 2,5%-ot az EU zászlón is jelképként feltüntetett csillagok veszik körül)

ÚJ EU AJÁNLAT

ÚJ EU TAGOKNAK

Május 1-től csökkentett költségek!!!

Ingatlanfedezetre!

Kezes és jövedelem igazolás nélkül igényelhető!

Pl.:	120 hó	2.000.000 Ft	25.000 Ft/hó
		5.000.000 Ft	62.500 Ft/hó
	60 hó	1.000.000 Ft	18.750 Ft/hó
		3.000.000 Ft	56.250 Ft/hó

12.3.

VEGYE KÖNNYEDÉN!!!

2.000.000 Ft most csak 25.000* Ft-tól

5.000.000 Ft most csak 62.500* Ft-tól

Kezes és jövedelemigazolás nélkül

Hívjon bizalommal, segítünk!

*2004-ben is csak évi 5%-tól!

12.4.

KIHAGYHATATLAN AJÁNLAT!

1.000.000 Ft 12.500/hó

3.000.000 37.500/hó

INGATLAN FEDEZETRE

Kezes és jövedelemigazolás nélkül.

AKCIÓ!

Új 5 éves futamidő csak évi 2,5%-tól

12.5.

VEGYE RÉSZLETRE!

1 500 000 Ft 18 750 Ft/hó
 3 000 000 Ft 37 500 Ft/hó

Ingatlan fedezetre!

Kezes és jövedelemigazolás nélkül.

AKCIÓ!

2004-ben is csak évi 5%!

12.6.

VEGYE KÖNNYEDÉN!

-LAKÁS, -TELEK, -FELÚJÍTÁS, -AUTÓ, -ÁRUVÁSÁRLÁS
 FIX RÉSZLETRE

Kezes és jövedelemigazolás nélkül!

INGATLANFEDEZETRE!

	15 év/6%-tól	10 év/5%-tól	5 év/2,5%-tól
Pl.:			
	1 MFt 10.500 Ft/hó	1 MFt 12.500 Ft/hó	1 MFt 18.750 Ft/hó
	3 MFt 31.500 Ft/hó	3 MFt 37.500 Ft/hó	1 MFt 18.750 Ft/hó
	5 MFT 52.500 Ft/hó	5 MFT 62.500 Ft/hó	5 MFT 75.000 Ft/hó

12.7.

NÁLUNK FIX A RÉSZLET!

10 év/120 HÓNAP ÉVI 5%

2.000.000 Ft.....25.000Ft/hó.....FIX

5.000.000 Ft.....62.500Ft/hó.....FIX

5 év/60HÓNAP ÉVI 2,5%

1.000.000 Ft.....18.750 Ft.....FIX

3.000.000 Ft.....56.250 Ft.....FIX

12.8.

NÁLUNK FIX A RÉSZLET!

LEGYEN AZ INGÓSÁG VAGY INGATLAN

10 év/120 HÓNAP ÉVI 5%

2.000.000 Ft.....25.000Ft/hó.....FIX

5.000.000 Ft.....62.500Ft/hó.....FIX

5 év/60HÓNAP ÉVI 2,5%

1.000.000 Ft.....18.750 Ft.....FIX

3.000.000 Ft.....56.250 Ft.....FIX

12.9.

NÁLUNK FIX A RÉSZLET!

LEGYEN AZ INGÓSÁG VAGY INGATLAN

AKCIÓ, AKCIÓ, AKCIÓ

10 év/120 HÓNAP ÉVI 5%

2.000.000 Ft.....25.000Ft/hó.....FIX

5.000.000 Ft.....62.500Ft/hó.....FIX

5 év/60HÓNAP ÉVI 2,5%

1.000.000 Ft.....18.750 Ft.....FIX

3.000.000 Ft.....56.250 Ft.....FIX

12.10. A 2005 januárjában megjelent reklám a következőt tartalmazta:

TAVALYI FELTÉTELEKKEL VÁSÁROLJON IDÉN IS VELÜNK!

5 év/2,5%-tól	10 év/5%-tól	15 év/6%-tól
1.000.000 Ft 18.750 Ft/hó	1.000.000 Ft 12.500 Ft/hó	1.000.000 Ft 10.500 Ft/hó
2.000.000 Ft 37.500 Ft/hó	4.000.000 Ft 50.000 Ft/hó	6.000.000 Ft 63.000 Ft/hó

INGATLANFEDEZETRE, KEZES ÉS JÖVEDELEMIGAZOLÁS NÉLKÜL!

AKCIÓ
 2005. JANUÁR 31-
 IG

VÁSÁRLÓI CSOPORT

13. A Magyar Bazár „Álmos” című lapban megjelent hirdetések

13.1.

HITEL-t nem adunk!

Viszont rajtunk keresztül vásárolhat akár 10 éves részletre is házat, lakást, autót, stb.

2004-ben is évi 5%-tól.

Jövedelemigazolás és kezes nélkül igényelhető.

13.2.

HÁZAT-LAKÁST VÁSÁROLNA, ÉPÍTKEZNE, FELÚJÍTANA, DE KEVÉS AZ ÖNRÉSZE?

Hívjon bizalommal, segítünk!

1.000.000-10.000.000 –ig

1 MFt évi 6%-tól.....10.500 Ft/180 hó

5 MFt évi 6%-tól.....52.500 Ft/180 hó

2 MFt évi 2,5%-tól...37.500 Ft/ 60 hó

4 MFt évi 2,5%-tól...75.000 Ft/ 60 hó

Vidéki és akár már terhelt ingatlanra is.

INGATLANFEDEZETRE!

14. A Szuperinfo című lapban megjelent reklámok

14.1.

NÁLUNK FIX A RÉSZLET!

LEGYEN AZ

INGÓSÁG VAGY INGATLAN

10 ÉV / 120 HÓNAP ÉVI 5%

2.000.000 Ft	25.000 Ft/hó	FIX
--------------	--------------	-----

5.000.000 Ft	61.500 Ft/hó	FIX
--------------	--------------	-----

AKCIÓ!	AKCIÓ!	AKCIÓ!
--------	--------	--------

5 ÉV / 60 HÓNAP ÉVI 2,5%

1.000.000 Ft	18.750 Ft/hó	FIX
--------------	--------------	-----

3.000.000 Ft	56.250 Ft/hó	FIX
--------------	--------------	-----

AKCIÓ!	AKCIÓ!	AKCIÓ!
--------	--------	--------

14.2.

AKCIÓ 2.5%

ÚJ EU AJÁNLAT

ÚJ EU TAGOKNAK

MÁJUS 1-JÉTŐL CSÖKKENTETT KÖLTSÉGEK!

Pl.: 120 hó	2.000.000 Ft	25.000 Ft/hó
-------------	--------------	--------------

	5.000.000 Ft	62.500 Ft/hó
--	--------------	--------------

60 hó	1.000.000 Ft	18.750 Ft/hó
-------	--------------	--------------

	3.000.000 Ft	56.250 Ft/hó
--	--------------	--------------

Kezes és jövedelem igazolás nélkül igényelhető

14.3. A 2005 januárjában megjelent reklám a következőket tartalmazta:

TAVALYI FELTÉTELEKKEL VÁSÁROLJON IDÉN IS VELÜNK!

1.000.000 Ft	5 év/2,5%-tól	18.750 Ft/hó
2.000.000 Ft	5 év/2,5%-tól	37.500 Ft/hó
1.000.000 Ft	10 év/5%-tól	12.500 Ft/hó
4.000.000 Ft	10 év/5%-tól	50.000 Ft/hó
1.000.000 Ft	15 év/6%-tól	10.500 Ft/hó
6.000.000 Ft	15 év/7%-tól	63.000 Ft/hó

VÁSÁRLÓI CSOPORT

INGATLAN FEDEZETRE, KEZES ÉS JÖVEDELEM IGAZOLÁS NÉLKÜL

AKCIÓ 2005. JANUÁR 31-IG

15. A Blikk című lapban megjelent reklámok

15.1.

VEGYE KÖNNYEDÉN

Pl.: 550.000 Ft/36 hó/18.750 Ft

880.000 Ft/36 hó/30.000 Ft

Kezes és jövedelemigazolás nélkül!

500.000 Ft – 10.000.000 Ft-ig

INGATLAN FEDEZETRE!

15.2.

VEGYE KÖNNYEDÉN

Lakás, telek, felújítás

Autó-, áruvásárlás

FIX RÉSZLETRE

Kezes és jövedelemigazolás nélkül!

INGATLANFEDEZETRE

15 ÉV/6%-TÓL

1 M Ff 10.500 Ft/hó

3 M Ft 31.300 Ft/hó

5 M Ft 52.500 Ft/hó

10 év/5%-tól

1 M Ff 12.500 Ft/hó

3 M Ft 37.300 Ft/hó

5 M Ft 62.500 Ft/hó

5 év/2,5%-tól

1 M Ff 18.750 Ft/hó

2 M Ft 37.300 Ft/hó

4 M Ft 75.500 Ft/hó

15.3.

AKCIÓ 2.5%

ÚJ EU AJÁNLAT

ÚJ EU TAGOKNAK

MÁJUS 1-JÉTŐL CSÖKKENTETT KÖLTSÉGEK!

Pl.: 120 hó 2.000.000 Ft 25.000 Ft/hó

5.000.000 Ft 62.500 Ft/hó

60 hó 1.000.000 Ft 18.750 Ft/hó

3.000.000 Ft 56.250 Ft/hó

Kezes és jövedelem igazolás nélkül igényelhető

15.4. A 2005 januárjában megjelent reklám a következőket tartalmazta:

TAVALYI FELTÉTELEKKEL VÁSÁROLJON IDÉN IS VELÜNK!	5 év/2,5%-tól 1.000.000 Ft 18.750 Ft/hó 2.000.000 Ft 37.500 Ft/hó	10 év/5%-tól 1.000.000 Ft 12.500 Ft/hó 4.000.000 Ft 50.000 Ft/hó	15 év/6%-tól 1.000.000 Ft 10.500 Ft/hó 6.000.000 Ft 63.000 Ft/hó	(az eljárás alá vont neve, elérhetősége) Vásárlói csoport
Ingatlanfedezetre, kezes és jövedelemigazolás nélkül AKCIÓ 2005. JANUÁR 31-IG				

16. A Kisalföld című lapban megjelent reklám

Házat, lakást vásárolna,
építkezne, felújítana,
de kevés az önrésze?
Hívjon bizalommal, segítünk!
1.000.000-10.000.000-ig
1 MFt évi 6%-tól.....10.500 Ft/180 hó
5 MFt évi 6%-tól.....52.500 Ft/180 hó
2 MFt évi 2,5%-tól...37.500 Ft/60 hó
4 MFt évi 2,5%-tól...75.000 Ft/60 hó
Vidéki és akár már terhelt ingatlanra is.
INGATLANFEDEZETRE!

17. A Győrpress című lapban megjelent reklám

HÁZAT-LAKÁST VÁSÁROLNA, ÉPÍTKEZNE, FELÚJÍTANA, DE KEVÉS AZ
ÖNRÉSZE?
Hívjon bizalommal, segítünk!
1.000.000-10.000.000 –ig
1 MFt évi 6%-tól.....10.500 Ft/180 hó
5 MFt évi 6%-tól.....52.500 Ft/180 hó
2 MFt évi 2,5%-tól...37.500 Ft/ 60 hó
4 MFt évi 2,5%-tól...75.000 Ft/ 60 hó
Vidéki és akár már terhelt ingatlanra is.
INGATLANFEDEZETRE!

18. A Reklám7 című lapban megjelent reklám

NÁLUNK FIX A RÉSZLET!
LEGYEN AZ INGÓSÁG VAGY INGATLAN
10 év/120 HÓNAP ÉVI 5%
2.000.000 Ft.....25.000Ft/hó.....FIX
5.000.000 Ft.....62.500Ft/hó.....FIX
5 év/60HÓNAP ÉVI 2,5%
1.000.000 Ft.....18.750 Ft.....FIX
3.000.000 Ft.....56.250 Ft.....FIX

19. A Ceglédinfo című lapban megjelent reklám

NÁLUNK FIX A RÉSZLET!
LEGYEN AZ INGÓSÁG VAGY INGATLAN
10 év/120 HÓNAP ÉVI 5%
2.000.000 Ft.....25.000Ft/hó.....FIX
5.000.000 Ft.....62.500Ft/hó.....FIX
5 év/60HÓNAP ÉVI 2,5%
1.000.000 Ft.....18.750 Ft.....FIX
3.000.000 Ft.....56.250 Ft.....FIX

20. A Bács Irányár és a Pesti Irányár című lapokban megjelent reklám

ÁRUVÁSÁRLÁSI AKCIÓK

550.000 Ft/36 hó/18.750 Ft

880.000 Ft/36 hó/30.000 Ft

Kezes és jövedelemigazolás nélkül!

500.000 Ft – 10.000.000 Ft-ig

Ingatlanfedezetre!

21. Az eljárás alá vont által szervezett vásárlói csoportok megalakulásától az évi százalékos költségek nem változtak, azok mértéke csoportonként eltérő. Az eljárás alá vont által tartott akciók a szerződéskötéskor fizetendő regisztrációs díj mértékét érintették, a kedvezmény a díj 10-20%-a volt.

Az eljárás alá vont által alkalmazott Részvételi Szabályzat 2.1. pontja szerint a szerződés megkötésekor a Megbízó (a fogyasztó) köteles az előre meghatározott regisztrációs díjat a Szervező (az eljárás alá vont) részére átadni. Ezen kívül a Megbízó megbízási díjat is fizet a Szervező részére, amely a havi részletfizetések időpontjában a részletek arányában esedékes. A 2.2. pont értelmében a Megbízó által fizetett havi részlet összege a havi alap részletből (az adott dolog vételára elosztva a csoport működési hónapjainak számával) és a megbízási díjből áll (a szerződésben meghatározott, ÁFA-val növelt megbízási díj osztva a csoport működése hónapjainak a számával).

A fogyasztói csoportban történő részvételre vonatkozó szerződés formanyomtatványa szerint a regisztrációs díj a szerződéses érték 3,2%-a+ÁFA.

III.

A vizsgálati jelentés

22. A vizsgálat álláspontja szerint az eljárás alá vont megsértette a Tpv. 8.§-ának (2) bekezdését, amikor reklámjaiban

- elhallgatta az általa kínált árunak az annak beazonosítását lehetővé tévő megnevezését,
- az általa kínált áruvásárlási konstrukció lényeges és alapvető tulajdonságát elhallgatta azzal, hogy reklámjában az áru leginkább meghatározó jellegzetességére, a szerencselem léteire semmilyen formában nem tett utalást, miközben a vásárlói joggal való rendelkezés szerződéses időtartamon belüli tényleges időpontja a sorsolás és az előtörlesztés vállalása révén előálló szerencselem függvénye, s ennek ismerete nélkül a fogyasztónak nem áll módjában egyértelműen elhatárolni a fogyasztói csoportban való részvételt más tartalmú jogviszonyoktól, illetőleg ha nincs tisztában a szerencselem jelenlétével, nem tudja megfelelően értékelni a fogyasztói csoportban rejlő kockázatot,
- az árutulajdonságokra (kezes és jövedelemigazolás nélkül) utaló kifejezések mindennapi életben elfogadott általános jelentése révén önmagukban és a szövegkörnyezetbe ágyazottan is azt sugallják, hogy a hirdetett tevékenység áru- vagy ingatlanvásárlási hitel jelleggel rendelkezik, amely hatást az eljárás alá vont nevében megjelenített „credit” szó is megerősíti. Amint azt a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete is felvetette a Gazdasági Versenyhivatal megkeresésére adott válaszában, a reklámokban a kölcsönnyújtás ismérveit tartalmazó pénzügyi konstrukció elemei jelentek meg a futamidőre, az igényelhető összegre és a havi törlesztő részletre utaló számadatok formájában.

23. A vizsgálati jelentés kiemelte, az eljárás alá vontnak - figyelemmel az általa megbízott Hungaro-Justitia Igazságügyi Szakértői Iroda Kft. véleményében (Vj-1/2005/6/11.) leírtakra is - tudatában kellett lennie azzal, hogy a fogyasztói csoportok háttérében a megszokottnál jóval bonyolultabb jogviszony húzódik meg.

24. Az eljárás alá vont által alkalmazott „Adatlap” a vizsgálók megítélése szerint a konstrukció lényegét illetően nem nyújt érdemi írásos többletinformációt a reklámban foglaltakhoz képest. A vizsgálati jelentés megjegyzi ugyanakkor azt is, hogy az adott szolgáltatás jellegéből adódóan nem egy mindennapos, gyakran előforduló döntési helyzetben van a fogyasztó, s elvárható részéről a körültekintéssel lefolytatott fogyasztói információkeresés.

25. A vizsgálók szerint az eljárás alá vont vizsgált magatartása alkalmas a fogyasztók megtévesztésére. A jogsértés megállapítása mellett bírság kiszabását indítványozták, továbbá az eljárás alá vont arra történő kötelezését, hogy a reklámozási gyakorlatával arányos számú helyreigazító nyilatkozatot tegyen közzé mindazon médiumokban, amelyekben reklámjait megjelentette.

IV.

Az eljárás alá vont védekezése

26. Nem vitatta, hogy egyes reklámok esetében nem szerepel a fogyasztói csoport megnevezés, azonban nincs olyan jogszabályi rendelkezés, amely kötelezővé tenné ennek szerepeltetését. Ezzel kapcsolatban nem hagyható figyelmen kívül az a több mint 15 éves gyakorlat, amely szerint a reklámokban nem kerül megnevezésre a fogyasztói csoport, s nem is lehetne ennek valamennyi meghatározását szerepeltetni a reklámokban. Jogsértést nem követett el, a kialakult gyakorlatnak és a törvény biztosította lehetőségeknek megfelelően történt meg a reklámok szövegeinek a megfogalmazása.

A vásárlói csoport kifejezést azért nem jelentette meg reklámjaiban, mert ezen kifejezés megfelelő szövegkörnyezet hiányában nem utal megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás mivoltára, továbbá ezen kifejezés nincs a köztudatban megfelelően elterjedve.

Jogkövető magatartását bizonyítja, hogy 2005. január 1-től a reklámokban szerepelteti a „fogyasztói csoport” megjelölést, noha ennek szükségességét vitatja, illetve ezt semmilyen jogszabály sem teszi kötelezővé és versenytársai sem alkalmazzák. Kiemelte, a reklámoknak köszönhetően több száz ügyfelet regisztrált, akik szabad akaratukból léptek be a fogyasztói csoportokba, s abban megaláddással vesznek részt. Minden ügyfele tisztában van azzal, nem azonnali hitelnyújtásról van szó, amely önmagában ellentmond annak, hogy a reklámjai alkalmasak lennének a fogyasztók megtévesztésére.

27. Az eljárás alá vont kiemelte, a fogyasztói csoport konstrukciójának egyik, de nem a legfontosabb eleme a szerencseelem, az ügyfelek befolyásolhatják, hogy mikor szerzik meg a vásárlási jogot. Nem helytálló egy olyan megközelítés, hogy a reklámokban a konstrukció valamennyi elemét hangsúlyozni kellene. A reklámfelületek végesek, nem teszik lehetővé egy minden részletre kiterjedő reklámszöveg közlését, nem tartalmazhatnak minden lényeges dolgot. A reklámok célja a fogyasztók figyelmének a felkeltése, s az, hogy a figyelemfelkeltésnek köszönhetően létrejöjjön a kapcsolatfelvétel.

28. A nyomtatott sajtóban tehát kizárólag figyelemfelkeltés céljából teszi közzé reklámjait, amelyek pénzügyi tevékenységre utaló elemeket nem tartalmaznak. Mivel a hirdetési felületek jelentősen korlátozzák az azokban szerepeltethető információk mennyiségét, részletes, teljes körű felvilágosításra csak a fogyasztóval való személyes tájékoztatáskor kerülhet sor, amikor minden érdeklődőt - nyomtatványok segítségével és szóbeli tájékoztatással - részletesen informál a fogyasztói csoportok szerződési és működési feltételeiről. Az általa alkalmazott és a fogyasztók által áttanulmányozható „Adatlapon” felhívja az érdeklődők figyelmét arra, hogy fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozik. A szerződéskötésre általában a második vagy harmadik személyes találkozáskor kerül sor.

29. A reklámokkal összefüggésben kiemelte, azokban egyetlen egy esetben sem szerepel a „hitel” szó. Azt, hogy a hirdető mit szerepeltet egy reklámban, a hirdető szerint mi minősül lényeges elemnek, a hirdető joga és lehetősége eldönteni.

A reklámokat áttanulmányozva összességében megállapítható, hogy azok bankszerű tevékenységre is utalhatnak. Ennek magyarázata az, hogy a fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozó vállalkozások bizonyos tekintetben a pénzügyi tevékenységekkel is versenyben állnak. Az évi 5% költség megjelenítése arra szolgál, hogy az egyéb fogyasztói hitelt, áruhitelt vagy pénzügyi kölcsönt nyújtó vállalkozások ajánlataival a fogyasztói csoportot szervező vállalkozás ajánlata már a reklám megjelenésekor részben összevethető legyen. Mivel gyakorlatilag egy csoportba tartozó szolgáltatásokkal foglalkoznak a pénzügyi tevékenységet folytató intézmények és a fogyasztói csoportokat szervező vállalkozások, természetesnek tűnhet, ha esetleg némi gondolati-asszociatív átfedés fedezhető fel a két tevékenység reklámjaiban.

30. Az akcióra utalással összefüggésben előadta, e kifejezés alkalmazása egy marketing stratégiai eszköz, amely fokozottan szolgálja azt a célt, hogy a fogyasztók érdeklődését felkeltse az adott szolgáltatás iránt. Kiemelte, az akció alkalmazásakor döntő többségben további, az ügyfeleket az eligazodásban segítő információkat is tartalmaztak a reklámok, így pl. 2005. január 31-ig, illetve május 1-től csökkentett költségek, akció 2,5% (miközben a bevezetett és kialakított megbízási díj 5%), tavalyi feltételekkel 5%-tól, 2004-ben is csak évi 5%.

31. Az általa alkalmazott „Adatlap”-pal kapcsolatban kifogásolja, hogy a használt dokumentumok, szerződések közül miért csak ez kerül kiemelésre és értékelésre. A fogyasztóknak nyújtott tájékoztatást komplex egészként kell vizsgálni, nem egyes elemeket kiragadva. Az ügylet bonyolultsága és összetettsége megköveteli az eljárás alá vont munkatársainak és a fogyasztóknak a személyes találkozáskor, a személyes információnyújtást, amely természetes, hiszen a reklámok jellegükből és rendeltetésükből adódóan csak korlátozott információátadásra alkalmasak.

Miután 2004 júliusában kiderült, hogy a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet nem lép hatályba, intézkedtek az adatlap módosítása iránt. Ennek nyomdai átfutását követően szeptembertől új „Adatlapot” alkalmaznak, amely nem tartalmazza a jogszabályra utalást. Ezt megelőzően augusztus végétől az „Adatlapon” tollal áthúzták a jogszabályra való utalást.

A fogyasztók tájékoztatását szolgáló dokumentumok nyilvánvalóvá teszi a fogyasztók számára, hogy az eljárás alá vont mivel foglalkozik. Ennek igazolására becsatolta a 2004. április 20-án a Hungaro-Justitia Igazságügyi Szakértői Iroda Kft. által az eljárás alá vont tevékenységéhez tartozó nyomtatványok felülvizsgálata tárgyában készített igazságügyi szakértői véleményt, amely szerint az eljárás alá vont fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos nyomtatványai megfelelnek a törvényes működés feltételeinek.

32. A vállalkozás nevével összefüggésben megfogalmazódó kifogással kapcsolatban kiemelte, abban a „credit” szó a fantázia elem szerepét tölti be, azt a Fővárosi Bíróság Cégbírósága végzésével elfogadta. A „credit” szó egyoldalúan nem azonosítható a „hitel” szóval, mivel a szó latin megfelelőjeként a „credit” szó „bizalmat” is jelent, és a jelentésre hivatkozva az eljárás alá vont is azt állítja, hogy az ügyfelek bizalmának elnyerése a fogyasztói csoportok működésének az egyik sarkalatos pontja. Ezért lett ez a latin eredetű szó a vállalkozás nevébe beépítve, utalva az ügyfelekkel kialakítandó „bizalmas” viszonyra.

33. Az eljárás alá vont elsődlegesen a versenyfelügyeleti eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését, másodlagosan a vizsgálati jelentésben javasolt bírság összegének mérséklését kérte. Az esetleges bírsággal kapcsolatban kérte figyelembe venni az enyhítő körülményeket:

- valamennyi panaszos ügyfelét telefonon megkeresi, külön levélben reagál a feltett kérdésekre, melynek eredményeként valamennyi fogyasztói csoportja működik, a kilépések egyetlen esetben sem befolyásolták hátrányosan a zavartalan működést,
- felvállalta a fogyasztók tájékoztatását a fogyasztói csoportok működéséről, melynek igazolására becsatolt egy újságcikket,
- a piaci részesedése kb. 2%, így az érintett fogyasztók köre kicsi,
- a Gazdasági Versenyhivatal által lefolytatott eljárás során együttműködő magatartást tanúsított,
- a hasonló tárgykörű reklámok esetében fellelhető valamilyen hiányosság.

V. Jogi háttér

34. A Tpv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdése értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha

a) az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak,

c) az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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

A Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) és h) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve elrendelheti a megtévesztésre alkalmas tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét.

Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) bekezdés szerint 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 fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

35. A Grtv. 2.§-ának g) pont értelmében a gazdasági reklám olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő. Az n) pont szerint megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon - beleértve a megjelenítését is - megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti.

A Grtv. 7.§-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos közzétenni megtévesztő reklámot. A (2) bekezdés alapján a reklám megtévesztő jellegének megállapításakor figyelembe kell venni különösen a reklámban foglalt azokat a tájékoztatásokat, amelyek a) az áru általános jellemzőire, b) az áru árára vagy az ár megállapításának módjára, valamint a vásárlás egyéb szerződéses feltételeire, c) a reklámozó megítélésére, így a reklámozó jellemzőire, illetve az őt megillető jogokra, vagyonára, minősítésére, elnyert díjaira vonatkoznak. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a (2) bekezdés a) pontja szerint az áru általános jellemzőjére vonatkozó tájékoztatásnak minősül különösen az áru származási helyével, eredetével, előállításához felhasznált összetevőkkel, biztonságosságával, egészségre gyakorolt hatásával, műszaki jellemzőivel, környezet- vagy természetkímélő jellegével, energiafelhasználásának ismérveivel kapcsolatos, továbbá a beszerezhetőségére, előállításának időpontjára, mennyiségére, adott célra való alkalmasságára, a használatától várható eredményre, ellenőrzöttségére, tesztelésére, valamint az igénybevételéhez, szállításához, használatához, fenntartásához szükséges bármely ismeretre vonatkozó tájékoztatás.

A Grtv. 15.§-ának (2) bekezdése értelmében a Grtv. 7.§-ában foglaltakba ütköző reklám esetén a Tpvt.-ben meghatározottak szerint a bíróság, illetve a Gazdasági Versenyhivatal jár el azzal, hogy a 7/A.§ (2) bekezdés b)-e) pontjában foglaltak megállapítása a bíróság, a (2) bekezdés a) pontjában foglaltak megállapítása a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

A Grtv. 17.§-a (2) bekezdésének első mondata szerint ha a Gazdasági Versenyhivatal a 15.§ (2) bekezdése alapján jár el, eljárására a Tpvt. rendelkezéseit kell alkalmazni, a (3) bekezdésben, valamint a 19.§ (2) bekezdésében és a 19/A.§-ban foglalt eltérésekkel.

VI. A Versenytanács döntése

36. A Tpv. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.

37. A Tpv. 8.§-ának alkalmazásakor a Versenytanács - a bírói gyakorlattal összhangban – követelményként fogalmazza meg, a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozás fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen. Különösen fontos a fogyasztók igaz és pontos tájékoztatása azon szolgáltatások esetében, ahol a felek közötti kölcsönös bizalomnak kiemelkedő szerepe van a szolgáltatások sajátosságaiból adódóan. A fogyasztók ismereteinek a különböző pénzügyi konstrukciók területén meglévő hiányosságai még inkább előtérbe állítják az ilyen szolgáltatásokat kínáló, ezekről a fogyasztók számára tájékoztatást nyújtó vállalkozások versenyjogi felelősségét.

38. Megvalósul a fogyasztók megtévesztése bármilyen, a megtévesztésre objektíve alkalmas magatartással. Kiemelendő továbbá, hogy a jogsértés valamely lényeges körülmény elhallgatásával, hiányos tájékoztatással is megvalósítható.

39. A jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb mód van a teljes körű valós információ megismerésére, a Tpv. ugyanis a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik.

40. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását tiltó rendelkezéseknek nem tényállási eleme sem a fogyasztóknak okozott sérelem megvalósítása, sem a fogyasztói panaszok rendelkezésre állása. A jogsértés megállapíthatósága kapcsán a fogyasztói panaszok léte vagy hiánya nem bír jelentőséggel, mivel fogyasztói panaszok hiányában is tanúsítható a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás.

41. A Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont által közzétett reklámok nem tájékoztatták a fogyasztókat arról, hogy az eljárás alá vont fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozik, amelyek esetében egyfajta sajátos „belső hitelezés” történik a fogyasztói csoport tagjai között, miközben az eljárás alá vont ténylegesen nem rendelkezik a reklámokban feltüntetett összegekkel, illetve nem áll kapcsolatban olyan más vállalkozással, amely rendelkezne ezekkel az összegekkel és kész lenne azokat a fogyasztók rendelkezésére bocsátani. Maga az eljárás alá vont is elismerte, a reklámokat áttanulmányozva összességében megállapítható, hogy azok bankszerű tevékenységre is utalhatnak.

A reklámok alapján a fogyasztó számára nem azonosítható be, hogy az eljárás alá vont egy fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozó vállalkozás, s ennek megfelelő szolgáltatást kínál ügyfeleinek. Az eljárás alá vont az általa kínált szolgáltatás meghatározó alapvető tulajdonságát elhallgatta a reklámokban, a sajátos „belső hitelezés” konkrét megvalósulásával kapcsolatban álló szerencseelem létre semmilyen formában sem tett utalást. A felvehető összeg mértékére, a futamidőre és a havi törlesztő részletre utaló reklámok elolvasásakor a fogyasztó az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános

jelentése alapján, a reklám összehatása eredményeként arra a következtetésre juthat, hogy az eljárás alá vont pénzügyi szolgáltatást kínál, s szolgáltatásának igénybevétele esetén (a reklámok jelentős része szerint kezes és jövedelemigazolás nélkül, illetve ingatlanfedezetre) a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez. A reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet, hogy a kívánt összeghez sorsolás útján vagy előtörlesztés-vállalással, esetleg 5-10-15 év elteltével juthat hozzá.

Megjegyzzi a Versenytanács, a szintén a pénzügyi szolgáltatók esetében megszokott szolgáltatás, illetve a pénzkölcsön jelleget erősítő, a reklámokban általánosan visszatérően megjelenő „ingatlanfedezetre” kitétel önmagában sem felel meg a valóságnak, mivel a fogyasztói csoportba történő belépéshez, illetve a tagság fenntartásához nem szükséges ingatlanfedezet.

Kiemelendő továbbá, hogy az eljárás alá vont olyan fogyasztó csoportokat működtet, amelyek esetében a szerződéses érték három esetben 1-2,5 millió Ft, két esetben pedig 1-3 millió Ft, így a reklámokban elűntetett 4, 5 és 6 millió Ft összegek esetében a fogyasztónak legalább két tagsággal kell rendelkeznie, amely által fokozottan van kitéve a többi tag kiszámíthatatlan előtörlesztési hajlandóságának, illetve a sorsolásnak.

Az eljárás alá vont a 2005. januárjában megjelent reklámjaiban szerepeltette a „vásárlói csoport” szavakat. A Versenytanács megítélése szerint ez a reklámban nem hangsúlyosan megjelenő közlés nem alkalmas a reklám fő üzenetének a módosítására, a fogyasztók ténylegesen tájékoztatására a szolgáltatás valódi tartalmáról. Amint azt maga az eljárás alá vont megállapította, a vásárlói csoport kifejezés megfelelő szövegkörnyezet hiányában nem utal megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás mivoltára, továbbá ezen kifejezés nincs a köztudatban elterjedve.

A Versenytanács megjegyzi, a Magyar Bazár „Álmos” című lapban megjelentetett, a 13.1. pontban ismertetett reklám ugyan tartalmazza azt, hogy „hitelt nem adunk”, azonban ez nem segíti elő a fogyasztó megfelelő tájékoztatását, figyelemmel a reklám egyéb közléseire, így az azonnali vásárlási lehetőségre, a 10 éves részletre, az évi kamatra, valamint a jövedelemigazolás és a kezes szükségtelenségére történő utalásra.

42. Az eljárás alá vont reklámjaiban rendszeresen megjelent az akció tartásáról történő tájékoztatás.

A vállalkozások gyakorta élnek a vásárlásösztönzés, vagyis a vásárlók érdeklődésének adott vállalkozás, illetve termék irányában történő felkeltését szolgáló marketingtevékenység lehetőségével. A vásárlásösztönzés eszközeivel, így különösen akciókkal a vállalkozások képesek befolyást gyakorolni a fogyasztók magatartására, a különböző vállalkozások és termékek közötti választás kapcsán meghozott döntéseikre. Maga az akció, illetőleg az erről való tájékoztatás a fogyasztói érdeklődés növelésével, a fogyasztók vásárlásra ösztönzésével jár.

A vásárlásösztönzés eszközeinek tisztességes alkalmazásáért a vállalkozások versenyjogilag is értékelhető felelősséggel tartoznak. A vásárlásösztönzési eszközökkel élő vállalkozások nemcsak az akció jelentette előnyöket élvezik, hanem viselniük kell az akció megszervezésével és lebonyolításával, illetőleg az akcióról való tájékoztatással járó felelősséget is. Eleget kell tenniük azon elvárásnak, hogy az akcióról való tájékoztatásra a tisztesség követelményei szerint, a versenyjogi előírások tiszteletben tartásával kerüljön sor,

így különösen a valóságnak megfelelően, egyértelműen közölve az akció mibenlétét, időtartamát, az akcióban való részvételhez teljesítendő feltételeket.

A Versenytanács nem vitatja, hogy a vállalkozásoknak joguk van akciók tartásával felhívni a fogyasztók figyelmét termékeikre (szolgáltatásaikra), azonban a jelen esetben semmi sem alapozta meg az eljárás alá vont reklámjainak azon üzenetét, hogy a fogyasztók a havi részletek összege vonatkozásában valamilyen, az általában alkalmazottnál kedvezőbb feltételek mellett vehették volna igénybe az eljárás alá vont szolgáltatásait.

Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a vásárlói csoportok megalakulásától az évi százalékos költségek nem változtak, az általa tartott akciók a szerződéskötéskor fizetendő regisztrációs díj mértékét érintették, a kedvezmény ezen díj 10-20%-a volt, miközben a reklámok a fogyasztó által megfizetendő havi részlet feltüntetése mellett adtak tájékoztatást az általa akció létéről, azt az üzenetet közvetítették a fogyasztóknak, hogy az akció révén ezzel kapcsolatban részesülnek kedvezményben. A Versenytanács azt is megállapította, hogy miközben a reklámok a 2,5%-os mértéket elérő költségeket hangsúlyozzák, a reklámban megjelenő összegek egy része esetében a tényleges költség (a csoport működése időtartamának megfelelően) ennél nagyobb, 5% (12.2., 12.4., 14.2., 15.3. pontban ismertetett reklámok). Egyes esetekben a reklám annak ellenére tartalmazott akcióra történő utalást, hogy a rendelkezésre álló számlákból megállapíthatóan ugyanazon tartalommal, akcióra történő utalás nélkül korábban már jelent meg reklám (12.7, 12.8 és 12.9. pontban ismertetett reklámok).

A Versenytanács megítélése szerint az akcióról való tájékoztatással az eljárás alá vont tisztességtelenül befolyásolta a fogyasztói döntéseket.

43. A Tptv. 8.§-ának (2) bekezdése nem taxatív, csak példálódzó jelleggel rögzíti azokat a törvényi tényállásokat, amelyek tilalmazottak, mert alkalmasak a fogyasztói döntést tisztességtelen befolyásolására. Ennek megfelelően egy vállalkozás neve is versenyjogi értékelés tárgya lehet, különösen abban az esetben, ha a név a vállalkozásról, az általa kínált szolgáltatásról (áruról), a vállalkozás, illetve a szolgáltatás valamely lényeges tulajdonságáról ad tájékoztatást a fogyasztóknak.

A Versenytanács a Vj-211/2000. számú ügyben hozott határozatában kiemelte, a névhasználatból eredő sérelem jogi úton is többféle módon orvosolható, amelyek közé tartozik a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény VII. fejezetén alapuló polgári jogi védelem vagy cégnyilvántartásról, a cégnyilvánosságról és a bírósági cégeljárásról szóló 1997. évi CXLV. törvény 15.§-ára alapított per indítása. Idetartozik a versenyjogi védelem is, az adott esetben a fogyasztók megtévesztésének vélelme okán indított versenyfelügyeleti eljárás formájában.

Amint azt a Versenytanács a Vj-10/2004. számú ügyben hozott határozatában aláhúzta a vállalkozások névhasználatával kapcsolatban, a társaságok cégbejegyzésekor lefolytatott cégbejegyzési eljárás nem jelenti egyben a névhasználat lehetséges versenyjogi aspektusainak vizsgálatát. Ezek elvégzésére csak a Tptv. alapján kerülhet sor.

A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont nevében megjelenő, a versenyjogi értékelés szempontjából egyszerű fantázia elemnek nem tekinthető „credit” szó önmagában alkalmas lehet arra, hogy ne az általa nyújtott szolgáltatás tényleges tartalmát tükröző tájékoztatást adjon a fogyasztók számára. A Versenytanács úgy ítélte meg, a jelen esetben

nem indokolt e vonatkozásában jogsértés megállapítása, illetve nem szükséges az eljárás alá vontat nevének megváltoztatására kötelezni, mivel ha a versenyjogi követelményeknek megfelelő reklámokat jelentet meg, tájékoztatást ad a fogyasztók számára, akkor a név egésze nem lesz alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

44. A Versenytanács észlelte, hogy az eljárás alá vont által 2004 júliusában és augusztusában alkalmazott „Adatlap” arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy az eljárás alá vont „szervező tevékenységét 2004. július 1-től a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet szabályozza.” A fogyasztói csoportok szervezéséről és működéséről szóló jogszabály történetének, illetve az „Adatlap” fogyasztói döntési folyamatban betöltött szerepének, alkalmazása körülményeinek tükrében, továbbá az eljárás alá vontnak a jogszabály hatályba nem lépéséről szóló kormányzati döntés megismerése után követett magatartására figyelemmel a Versenytanács a rendelkezésére álló adatok alapján nem látott lehetőséget jogsértés megállapítására az „Adatlap” rendeletről való tájékoztatásával kapcsolatban.

45. A Tpvt. és a Grtv. kapcsolatát illetően a Versenytanács kiemeli, hogy a két törvény megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseinek tartalmi egybeesése következtében nemcsak a Tpvt. eljárási szabályaira, hanem – a két jogszabályt tartalmilag szinoptikusan, azaz egymásra figyelemmel, egyszerre alkalmazva – a Tpvt. 8.§-ára történő áttérés is indokolt, különös tekintettel arra, hogy a Tpvt. 8.§-ának (2) bekezdése nem taxatív jelleggel tesz említést egyes, a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartásokról, így a megtévesztő reklám valamennyi, a Grtv. 7.§-a alapján értékelhető esete a Tpvt. 8.§-a alapján is elbírálható.

46. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2004. és a 2005. évben a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban azt a hamis látszatot keltette, hogy hitelezési tevékenységgel, illetve hitelek közvetítésével foglalkozik, s egyben elhallgatta az általa nyújtott szolgáltatás egyes, a fogyasztói döntések szempontjából lényeges tulajdonságait, továbbá megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott az általa tartott akciókról. Az eljárás alá vont e magatartásával megsértette a Tpvt. 8.§-a (2) bekezdésének a) és c) pontját.

47. Mivel a vizsgált magatartás tanúsítása a reklámok megjelentetésével időben lezárult, nem került sor a jogsértő magatartás további folytatásának a megtiltására. Ha az eljárás alá vont ezt követően is a fogyasztók megtévesztésére alkalmas reklámokat tesz közzé, az újabb versenyfelügyeleti eljárás megindítását eredményezheti.

48. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben. A bírság összegét a Versenytanács a Tpvt. 78.§-ának (2) bekezdésében meghatározott szempontok alapján határozta meg. A Versenytanács figyelemmel volt

- az eljárás alá vont által kifejtett reklámtevékenység igen kiterjedt voltára (több száz reklám jelent meg nagypéldányszámú lapokban),
- a jogsértő magatartás tanúsításának több mint egy évet felölelő időtartamára,
- az ezáltal elért fogyasztók széles körére,
- a reklámok megjelentetése kapcsán felmerült (üzleti tiktól képező) költségek jelentős mértékére.

Az eljárás alá vont előtt (amint az a Hungaro-Justitia Igazságügyi Szakértői Iroda Kft. részére megfogalmazott kérdéseiből is kitűnik) ismert volt, hogy tevékenysége kapcsán nem utalhat banki tevékenység végzésére, amely a felróhatóság körében értékelendő.

A Versenytanács a bírság összegének megállapításakor tekintettel volt az eljárás piaci részesedésére is, azzal, hogy mivel az eljárás alá vont a 2004. és 2005. évben több száz alkalommal adott valótlán tájékoztatást, önmagában az alacsony piaci részesedés nem adhat okot a bírság mérséklésére.

A Versenytanács súlyosbító körülményként vette figyelembe, hogy

- az eljárás alá vont tevékenységének meghatározó eleme a reklámtevékenység, amely vonatkozásában általános jelleggel nyert megállapítást, hogy az a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon történt,
- a fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozó vállalkozások, így az eljárás alá vont előtt is nyilvánvalóan ismert, hogy az elmúlt mintegy másfél évtized tapasztalatai szerint a fogyasztói csoportokból kilépő fogyasztók aránya igen magas, s így esetükben fokozottan elvárható, hogy igaz és pontos reklámokkal befolyásolják a fogyasztói döntéseket,
- amint arra az eljárás alá vont felhívta a figyelmet, a hasonló tárgykörű reklámok esetében fellelhető valamilyen hiányosság, amely arra mutat rá, hogy az eljárás alá vont által tanúsított magatartás elterjedt a vállalkozások körében.

A Legfelsőbb Bíróság korábban több alkalommal rámutatott arra, a bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozónak érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz (Kf.III. 27.599/1995/3.), s olyan összegű, amely az eljárás alá vontat és más vállalkozást hasonló magatartástól visszatarthat (Kf.I. 25.217/1993/3. és Kf.II. 27.096/1995/4.).

A Versenytanács enyhítő körülményként nem tudta figyelembe venni az eljárás alá vont azon hivatkozását, hogy a Gazdasági Versenyhivatal által lefolytatott eljárás során együttműködő magatartást tanúsított. Az ilyen körülménynek minősülő együttműködő magatartás nem az adott jogsértés elismerésének tényét jelenti, hanem egy nehezen felderíthető, bonyolult tényállású ügyben a további tényállás felderítését elősegítő magatartás értékelését. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult, általában egyszerűbb megítélésű eljárásokban a Gazdasági Versenyhivatallal való együttműködést a jóhiszemű eljárás körében lehet értékelni, amely az egyes eljárás alá vontak kötelezettsége.

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

Budapest, 2005. május 24.