



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-091-038/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a B. S. által képviselt **EXPENT BUSSINES CLUB Ingatlanforgalmazó és Pénzügyi Kft.** (Lakitelek) és a Gy. M. által képviselt **All Finance Management Kft.** (Kecskemét) valamint jogutódja a **Győrfi Fuvar Teherfuvarozó, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Kecskemét) eljárás alá vont vállalkozásokkal a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása és a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t.

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozásoknak a www.ingatlandepo.com és a www.ingatlanbazar.com honlapokon a 2007. július 1-jétől 2008. október 11-ig, valamint 2009. március 1-jétől 2009. július 24-ig megjelenő "30 nap ingyen/30 napig ingyen/30 napig ingyen hirdetheti ingatlanát honlapunkon", valamint a 2008. október 12-től 2009. február 28-ig alkalmazott "Kedvezmények Sciennet törzsvásárlóknak! Regisztráljon most!" állítások nem ütköznek a törvénybe.

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

Indokolás

I.

A vizsgálat indítása

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) két¹ fogyasztói panasz alapján észlelte, hogy az www.ingatlandepo.com, illetve www.ingatlanbazar.com honlapokon a „30 napig ingyen hirdetheti ingatlanát honlapunkon!” szlogennel jelzett szolgáltatás igénybevételének feltételeiről a fogyasztók nem tudtak megfelelően tájékozódni, és számukra utóbb kiszámlázásra került egy olyan szolgáltatás, amely ingyenesként lett meghirdetve. A GVH annak érdekében, hogy az alkalmazott kereskedelmi gyakorlatot megvizsgálhassa, versenyfelügyeleti eljárást indított az EXPENT BUSSINES CLUB Ingatlanforgalmazó és Pénzügyi Kft. (a továbbiakban: Expent BC) ellen, mely társaság a honlapon szereplő általános szerződési feltételekben, mint a szolgáltatás nyújtója került feltüntetésre.
2. A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a Fővárosi Bíróság a 2. Kpk. 45.980/2008/16. számú végzésével² a Gazdasági Versenyhivatal B-962/2008/016. számú végzését hatályon kívül helyezte és kötelezte az All Finance Management Kft. (6000 Kecskemét, Ballószög, 284. A ép., a továbbiakban: All Finance Management) elleni vizsgálat 30 napon belül történő elrendelésére. A Fővárosi Bíróság e végzésében megállapította, hogy versenyfelügyeleti eljárás megindítása indokolt, ha több üzletfél számol be arról, hogy utólag, a www.ingatlandepo.com oldalon történő regisztrációt követő öt hónap után érkezett összevont számla alapján vált világossá számukra, a korábban elfogadott hirdetési feltételek valójában visszerthes jogügyletet keletkeztettek.

Az eljárás 2009. augusztus 24. napján történő kiterjesztése³

3. A Vj-091/2009. számú ügyindító végzés és a 2. Kpk.45.980/2008/16. számú bírósági végzés is a www.ingatlandepo.com oldalon a fogyasztók számára közzétett, 30 napig ingyenes hirdetési szolgáltatás igénybevételének feltételeire vonatkozik. Időközben az All Finance Management elnevezése törlésre került, azonos cégjegyzékszámmal és adószámmal 2009. május 15. napjától a Győrfi Fuvar Teherfuvarozó, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. rendelkezik. A GVH ezért a vizsgálatot kiterjesztette az alábbiak szerint:

¹ A GVH-hoz a 2008. évben is folyamatosan érkeztek panaszok a www.ingatlandepo.com, illetve www.ingatlanbazar.com honlapokkal kapcsolatban, azok azonban elutasításra kerültek. Szintén kiemелendő, hogy a vizsgálat megindítása óta az ügyfélszolgálat kezeli e tárgyú panaszokat, melyek folyamatosan érkeznek.

² Vj-091-015(06) sz. irat

³ A kiterjesztő végzéseket a Vj-0091-005/2009. számú és a Vj-0091-024/2009. számú iratok tartalmazzák.

- - a kiterjesztett eljárásba ügyfélként bevonta a Győrfi Fuvar Teherfuvarozó, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.-t (6000 Kecskemét, Ballószög, 284. A ép., a továbbiakban Győrfi Kft.), amelynek az elnevezése 2007. július 1. - 2009. május 14. közötti időszak vonatkozásban All Finance Management volt,
- a vizsgálattal érintett időtartamot az ügyindító végzésben meghatározottakhoz képest 2007. július 1-jéig terjesztette ki,
- a vizsgálatot az eljárást indító végzésben meghatározottakon túl a 2008. szeptember 1-jét megelőző időszak tekintetében a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tilalmának feltételezhető megsértésére is kiterjesztette.

Az eljárás 2009. november 23. napján történő kiterjesztése

4. A GVH az eljárás során szerzett adatokból megállapította, hogy az eljárás alá vállalkozásoknak a magatartása, a kiterjesztő végzésben megjelöltekhez képest, 2008. szeptember 1-jétől az Fttv. melléklete 20. pontját is megvalósíthatja. E pont szerint, mint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tiltott az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell, ezáltal pedig az az Fttv. 3. §-ának (1), illetve (4) bekezdését sértheti.

Az eljárás 2009. december 15. napján történő kiterjesztése

5. A GVH az eljárás során szerzett adatokból megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozásoknak a kiterjesztő végzésben megjelölt magatartása a kiterjesztő végzésben megjelöltekhez képest, 2008. szeptember 1-jétől az Fttv. 6. §-át is megvalósíthatja, mely 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 a törvényben meghatározott egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas, ezáltal pedig az az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését sértheti.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

Expent BC

6. A vállalkozást 2008 szeptemberében alapították, fő tevékenysége: "saját tulajdonú ingatlan adásvétele". A cég jelenleg Benkő Sándor egyszemélyes tulajdonában áll.⁴
7. Az Expent BC 2008. évi éves beszámolója a cégnyilvántartásban nem szerepel, nyilatkozata szerint a cégnek nem volt bevétele⁵. A vizsgált magatartásból a 2009. év I. negyedévében származó bevételét havi bontásban a Vj-091-017/2009. sz. irat tartalmazza.

All Finance Management, Győrfi Kft.

8. Az All Finance Management 2006-ban alakult. A neve 2009 májusában Győrfi Kft.-re változott. Míg korábban fő tevékenysége „ingatlanügynöki tevékenység” volt, addig jelenlegi fő tevékenysége „közúti áruszállítás”. A cégben korábban Benkő Sándor is tulajdonos volt, jelenleg (2009 áprilisától) Győrfi Mihály egyszemélyes tulajdonában áll⁶.
9. Az All Finance Management 2008. évi egyszerűsített éves beszámolója szerint⁷ az értékesítés nettó árbevétele 18.161.000, az üzemi(üzleti) tevékenység eredménye: 597.000, a mérleg szerinti eredmény: 283.000 Ft volt.
10. Az All Finance Management vizsgált magatartásból származó bevételét a vizsgált időszakban a 2007. évben, 2008. januárjától 2008. augusztusáig havi bontásban a Vj-091-021/2009. sz. irat tartalmazza. Az adatokról Benkő Sándor nyilatkozott, aki a vizsgált időszakban az Expent BC-t képviselője, azonban korábban az All Finance Management képviselője volt. 2008. augusztus és 2008. decembere közötti időszakra vonatkozóan bevételi adatok nem állnak rendelkezésre.
11. Az eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben nem került sor korábban versenyfelügyeleti eljárás lefolytatására.

III.

A vizsgált szolgáltatás főbb jellemzői

12. A vizsgált szolgáltatás az ingatlanhirdetés, melyen belül megkülönböztethetünk online és offline hirdetési formákat. Az internetes ingatlan portálok napjainkban több százezer

⁴ A cégmáslatot a Vj-091-011/2009 sz. irat tartalmazza.

⁵ Vj-091-009/2009. sz. irat

⁶ A cégmáslatot a Vj-091-011/2009. sz. irat tartalmazza.

⁷ a Vj-091-011/2009. számú irat tartalmazza

ingatlan hirdetést gyűjtenek össze és tesznek elérhetővé ingatlankeresők számára a világhálón. Ezek a gyűjtő site-ok a vevők számára ingyenesen hozzáférhetőek, széles körű szolgáltatásaikkal támogatják az ingatlanvásárlás teljes folyamatát⁸.

13. A http://www.sg.hu/cikkek/59981/a_netre_vandorolnak_az_ingatlanhirdetesekhonlapon elérhető információ szerint 2008 májusában a legtöbb hirdetést - 207 ezret - az ingatlan.com tartalmazta, az Expressz Ingatlan internetes változata, az expressz.hu ingatlankínálata meghaladja a 190 ezer hirdetést, havi látogatószáma pedig a 150 ezret⁹.
14. A www.ingatlan.net és a Biggeorge's Holding reprezentatív felmérése¹⁰ szerint a válaszadók 82,5 % használja az újsághirdetéseket ingatlan tranzakciói során információszerezésre, míg az internet részesedése 75,5 %. Az újságok közül a megyei lapokat nagyobb arányban veszik igénybe a válaszadók, mint az országos napilapokat. Az újsághirdetésen kívül más offline csatornák, mint az utcai cédulák, hirdető táblák jóval kisebb népszerűséget élveznek, illetve főleg a vevők által preferáltak. Érdekes, hogy a válaszadók nagy százaléka az ismerősöktől szerzett információt is megjelölte információs csatornaként. Míg a tényleges tranzakciót lebonyolító válaszadók körében eladói pozícióban az újsághirdetések és az internet használatának aránya egyaránt 82 %, a tényleges vásárlók körében az internet a kedveltebb információs csatorna, 87 %-os részesedéssel, szemben az újsághirdetések 80 %-ával. A vevők között az Internet magasabb népszerűségnek örvend, melynek háttérében nagy valószínűséggel az ingatlan portálok gyors, és részletes keresési szolgáltatásai állnak, melyekkel az offline forma nem tudja felvenni a versenyt¹¹.
15. A google keresőprogrammal kiválasztott 'ingyenes ingatlanhirdetések' alatt alapvetően kétféle konstrukció érhető el: amely teljesen, vagy meghatározott hirdetésszámhoz kötve ingyenes, illetve amely fizetős. A vizsgáló gyorskeresés révén olyan oldallal, amely időben korlátozott ingyenességet hirdet, nem talált. Ugyanakkor például van olyan oldal, amelyen magyar nyelvű szerződési feltételek egyáltalán nem érhetőek el (pl.: www.olx.hu).
16. Az Interneten megjelenő fogyasztói panaszok között található olyan, amely szerint az ingatlanhirdetések elhelyezése esetén, amennyiben az csak meghatározott ideig ingyenes, akkor a fogyasztó arról kap értesítést, hogy az vagy lejár, vagy fizessen a hirdetésért, és ezen időszak leteltét követően azt a rendszer automatikusan törli. Vannak olyanok, amelyek szerint még az ingyenes hirdetés lejártáról is kap a fogyasztó értesítést.

8 Forrás: <http://tranzitonline.eu/2/tanulmanyok/hirek/2007-06-21/az-on-es-offline-ingatlan-hirdetesi-piac-osszehasonlitasa>

9 Forrás: http://www.sg.hu/cikkek/59981/a_netre_vandorolnak_az_ingatlanhirdetesekhonlapon

10 A felmérés országosan, 4000 fős, kor szerint a teljes populációra reprezentatív minta alapján készült, 2007 áprilisában.

11 Forrás: <http://tranzitonline.eu/2/tanulmanyok/hirek/2007-06-21/az-on-es-offline-ingatlan-hirdetesi-piac-osszehasonlitasa>

17. A Vj-091-017/2009. sz. irat tartalmazza a 2008 szeptembere és 2009 júniusa közötti időszakra vonatkozóan a regisztrált felhasználók, illetve a hirdetést feladó felhasználók számát, továbbá havi bontásban a feladott, a törölt, és a 30 napon túl megmaradt hirdetések számát.

IV.

A vizsgált magatartás

18. A www.ingatlandepo.com és a www.ingatlanbazar.com honlapon – a 2008. október 12. - 2009. február 28-ig tartó időszakot nem számítva – „30 nap ingyen/30 napig ingyen/30 napig ingyen hirdetheti ingatlanát honlapunkon”, 2008. október 12. és 2009. február 28. között „Kedvezmények Sciennet törzsvásárlóknak! Regisztráljon most!” szlogen került meghirdetésre a honlapon felső, körülbelül ¼-ed részében folyamatos futó szöveggént¹².
19. A versenyfelügyeleti eljárás célja az volt, hogy feltárja, a szolgáltatás igénybevételének lényeges feltételeiről a fogyasztók értesülhettek-e, különösen arról, hogy amennyiben nem törlik a hirdetésüket, a szolgáltatás 30 nap elteltével fizetőssé válik.
20. A bíróság 2.Kpk.45.980/2008./16. számú végzése kifogásolta azt is, hogy versenyjogi értelemben nem közömbös, ha linkek láncolatán, különböző oldalakon szétszórt információk együtteseként lehet csak teljes képet alkotni valamely termék vagy szolgáltatás tartalmáról, ha a megjelenítés módjára tekintettel a fogyasztókban megtévesztő kép alakulhatott ki a szolgáltatás tartalmáról, illetve a szolgáltatás igénybevételének feltételeiről. Illetve a már létrejött szerződéses kapcsolatban – a bíróság álláspontja szerint – a vizsgálatnak arra kell kiterjednie, hogy a honlap tartalma alkalmas lehetett-e arra, hogy tisztességtelenül befolyásolja azt a döntési mechanizmust, amelynek eredményeként az üzletfelek egy része végül a szolgáltatás igénybevétele mellett döntött.
21. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárás alá vont vállalkozás fogyasztók számára nyújtott teljes tájékoztatási gyakorlatának vizsgálatára 2007. július 1-jétől a vizsgálat megindításának időpontjáig, azaz 2009. június 24-ig terjedt ki¹³.
22. A vizsgálat tárgyát képező kereskedelmi gyakorlat része:
- a honlapon futó szlogen, amely minden esetben a honlap felső részében található,
 - a honlapon megjelenő és a fogyasztók számára nyújtott egyéb tájékoztatások, így az Általános Szerződési Feltételek (a továbbiakban: ÁSZF), a regisztrációs szabályzat és a díjtábla,
 - a regisztrációt visszaigazoló e-mail.

¹² Vj-091-015/2009(03) számú irat

¹³ Az ügyindító végzést a Vj-091/2009. számú irat tartalmazza.

V.

A vizsgálat során feltárt tények

23. A www.ingatlandepo.com és www.ingatlanbazar.com oldalakról a vizsgálat megállapította, hogy ugyanarra a szerverre mutatnak¹⁴, e honlapok adatai megegyeznek egymással. Ezt alátámasztja a fogyasztóknak kiküldött email-mintalevél¹⁵, amely aláírásában mindkét honlap szerepel. Ezekon a honlapokon a fogyasztóknak a regisztrációt követően ingatlanhirdetésük elhelyezésére nyílik lehetőségük.
24. A vizsgált magatartást az eljárás alá vontak az Interneten keresztül valósították meg. Az Interneten elérhető és a fogyasztók számára közzétett tájékoztatások sajátossága, hogy az esetleges módosítások rekonstruálása nehézségekbe ütközik. A vizsgálat a <http://www.archive.org/web/web.php> oldalon elérhető, régebbi internetes oldalak archiválására szolgáló link segítségével rekonstruálta a fogyasztók részére nyújtott tájékoztatásokat.
25. Az archiválásra szolgáló link segítségével csak a régi oldalakon található fő információk érhetőek el, a futó feliratok és a további linkekről elérhető tájékoztatások nem. Így az ÁSZF tartalmáról, díjtábláról, illetve a regisztrációhoz szükséges lépésekről, amennyiben az eljárás alá vontak erről nem nyilatkoztak, nincsenek minden időszakra vonatkozóan részletes adatok. Kiemelendő továbbá, hogy az archivált vagy nyomtatott formában csatolt tájékoztatások alapján annak megállapítására nyílik lehetőség, hogy egy adott pillanatban milyen tájékoztatás volt elérhető a fogyasztó számára.
26. Az alábbi táblázat összefoglaló jelleggel mutatja be a vizsgált magatartással kapcsolatban az egyes időszakokra vonatkozó főbb jellemzőket:

| Vizsgált időszak | Üzemeltető | A honlapon futó szlogen | Fizetési kötelezettség | |
|---------------------------------|---------------------------|---|--|--------------------|
| | | | magánhirdető | ingatlan-közvetítő |
| 2007. 07. 01.- 2007. 07. 26. | All Finance Management | n.a. | 30. nap után | n.a. |
| 2007. 07. 27.- 2008. 10. 11. | | „30 nap ingyen” | 30. nap után | nincs |
| 2008. 10. 12.- 2009. 02. 28. | | „Kedvezmények Sciennet törzsvásárlóknak! Regisztráljon most!” | Sciennet törzsvásárlók- 30. nap után | nincs |

¹⁴ Vj-091-014/2009. sz. irat

¹⁵ Vj-091-009/209. szám alatt csatolva

| | | | | |
|---------------------------------|-----------|---|----------------------------------|-------|
| | | | Egyéb esetben a 30. nap előtt is | |
| 2009. 03. 01.- 2009. 07. 24. | Expent BC | „30 napig ingyen hirdetheti ingatlanát honlapunkon” | 30. nap után | nincs |

27. A táblázatban feltüntetett „n.a.” jelölés esetében a vizsgálat úgy tekintette, mint amelyre vonatkozóan a fogyasztók részére nem került tájékoztatás közzétételre, hiszen ezzel ellentétes adat a vizsgálat során nem merült fel.
28. A 2008. október 12. - 2009. február 28. közötti időszakon kívül tehát a magánhirdetők számára meghirdetett ingyenes ingatlan elhelyezési lehetőség a hirdetések vonatkozásban az első 30 napos időszakra állt fenn, míg az ingatlanközvetítőknek erre időben korlátlan lehetősége nyílt.
29. A 2008. október 12. - 2009. február 28. között az All Finance Management csak meghatározott fogyasztói körnek, kizárólag a Sciennet rendszerben regisztrált törzsvásárlóknak hirdetett 30 napos ingyenességet.
30. 2009. március 1-jétől az Expent BC a honlap üzemeltetője, a részvételi feltételekben a vizsgált időszakban nem következett be változás.

A fogyasztói tájékozódás menete

31. A folyamatra vonatkozó rendelkezésre álló adatok a 2008. szeptemberi és a 2009. októberi (vizsgált időszakon kívül eső) állapotnak felelnek meg. A 2008. szeptemberi állapotban csak a sikeres regisztrációt megelőzően nyújtott fogyasztói tájékoztatás került rögzítésre. A vizsgálat megállapítása szerint a regisztrációt megelőzően, a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatást tekintve, a 2008. szeptemberi állapot annyiban különbözik a 2009. októberi állapottól, hogy ez utóbbinál a regisztrálás előtt a regisztrációs szabályzatból már nem érhető el az ÁSZF, illetve a díjtábla link.
32. Benkő Sándor¹⁶, aki a vizsgálat indításakor az Expent BC képviselője, azt megelőzően az All Finance Management képviselője volt, úgy nyilatkozott, hogy a vizsgált időszakban mindvégig el lehetett érni a regisztrációs boxból az ÁSZF és a díjtábla linkjét.¹⁷ A gyakorlat megváltoztatására az Expent BC szerint¹⁸ éppen azért került sor, mert egyesek arra hivatkozva indítottak eljárásokat ellene, hogy a szerződési feltételeket több linken

¹⁶ A vizsgálat során Benkő Sándor, aki korábban az All Finance Management képviselője volt, egyes kérdésekben a vizsgálati időszak teljességére vonatkozóan nyilatkozott, mely nyilatkozatát a vizsgáló ezen időszakokra vonatkozóan tanúként tett nyilatkozatként vette figyelembe (kapcsolódó dokumentum: Expent BC Vj-091-020/2009. szám alatt csatolt meghallgatása).

¹⁷ Vj-091-021/2009. szám alatt

¹⁸ Vj-091-021/2009.

keresztül – beágyazva – lehet csak elérni. Az Expent BC előadta, hogy a regisztrációs szabályzat jelenleg csak a honlap használatával kapcsolatos ismérveket tartalmazza, mivel az nem csak a már regisztrált, hanem a regisztrálni kívánó felhasználókra is vonatkozik.

33. Összességében tehát a vizsgálat a teljes vizsgálati időszakra irányadónak fogadta el azt, hogy a regisztrációs szabályzathoz az ÁSZF-et, továbbá a díjtáblát minden esetben elérhetővé lehetett tenni.

34. A fogyasztó a 30 napig ingyenesen reklámozott ingatlanhirdetéshez kapcsolódó információkhoz az alábbiak szerint jutott a 2008. szeptemberi állapot szerint¹⁹:

1. A fogyasztó a honlap nyitólapjának kiemelt részén találkozik a 30 napos ingyenesség ígéretével, a hirdetésre kattintva további információ nem érhető el a szolgáltatásról.
2. A fogyasztó további információhoz akkor jut, ha a honlap nyitólapján a regisztráció menüpontra kattint. Ebben a menüpontban a személyes adatok alatt egy gördítősávval ellátott szövegdobozban olvasható (ill. kinyomtatható) a regisztrációs szabályzat. A regisztrációs szabályzatban szerepel az információ arról, hogy a fogyasztó feladata a hirdetés törlése.
3. A regisztrációs szabályzatba építetten további klikkeléssel érhető el és olvasható (ill. kinyomtatható) az ÁSZF, mely tartalmazza, hogy a
 - szolgáltatás 30 napig ingyenes,
 - fogyasztó feladata a hirdetés törlése,
 - hirdetés a 30. nap leteltével fizetőssé válik.
4. Az ÁSZF-be építetten újabb klikkeléssel jelenik meg a díjtáblázat elnevezésű dokumentum, melyben szerepel, hogy a hirdetés 30 napig ingyenes és azt követően fizetőssé válik, valamint tartalmazza a díjtételeket.
5. A regisztráció további lépéseként a fogyasztónak ki kell pipálnia egy rubrikát a „A szabályzatot elolvastam és elfogadom.” címmel. A vállalkozás felhívja a fogyasztó figyelmét arra, hogy addig nem tud regisztrálni, míg el nem olvasta, és el nem fogadta a regisztrációs szabályzatot, valamint annak elemét jelentő ÁSZF-et, majd ezt követően „A szabályzatot elolvastam és elfogadom.” megnevezésű rubrikát ki nem pipálta.
6. A regisztrációval egy időben automatikus email küldésre kerül sor²⁰. A visszaigazoló e-mail utal arra, hogy a szolgáltatás 30 napig ingyenes és a fogyasztó feladata a hirdetés törlése.

¹⁹ Forrás: www.ingatlandepo.com [Vj-091-015/2009(04) sz. irat]

7. A regisztrációt követően egy személyes postafiók jön létre. A regisztrálást követően, amikor a fogyasztó belép a rendszerbe, megjelenik a fiókja. A postafiókban baloldalon az ÁSZF „fül” jelenik meg²¹. Erre kattintva középen megjelenő ablakban nyomon lehet követni azt, hogy milyen szerződési feltételeket fogadott el a fogyasztó az egyes hirdetések feladásakor. Az ÁSZF-be beépítetten jelenik meg a díjtábla link.
8. A fogyasztó további információhoz akkor jut, ha a honlap nyitólapján a „hirdetés feladása, módosítása” menüpontra kattint. (A hirdetések feladására minden esetben csak regisztrációhoz kötötten nyílt lehetőség.) Itt megjelennek a használati feltételek külön boxban, alatta a „szabályzatot elolvastam és elfogadtam” feliratnál külön kipipálásra kerülnek, ez alatt pedig az ÁSZF nyomtatására nyílik lehetőség, és megjelenik az „Addig nem adhatja fel hirdetését, amíg nem fogadja el az Általános Szerződési Feltételeket” üzenet. Az ÁSZF-be beágyazottan, jól látható módon elkülönítetten, külön linkről érhető el a díjtábla.

A hirdetésekre vonatkozó szabályrendszer

35. A hirdetésekre vonatkozó szabályrendszer három dokumentumban, a regisztrációs szabályzatban, az ÁSZF-ben, és a díjtáblában található (kivéve a 2007. július 26. előtti állapot, amelynél csak ÁSZF és díjtábla található). A fogyasztók továbbá az ingyenes regisztrációjukat követően annak megtörténtéről visszaigazoló emailt kapnak (kivéve a 2008. október 12. és 2009. február 28-i időszak, melyre vonatkozóan nem merült fel a visszaigazoló e-mail küldésére vonatkozó adat).
36. A szabályrendszer vonatkozásában kiemelendő:
 - Az ingatlanhirdetés feladása regisztrációhoz kötött. A honlap közepén szövegdozban a regisztrációs szabályzat került elhelyezésre, mely tartalmazta azt az információt, hogy a hirdető feladata a hirdetését törölni. A regisztrációs szabályzat közepén aláhúzva kiemelésre kerül „[A hirdetés feladásra vonatkozó általános szerződési feltételek. Olvassa el!](#)” felirat és link. Az ÁSZF-ben egy további linkről érhető el a díjtábla.
 - A regisztrációs szabályzatot ki kell pipálni („A szabályzatot elolvastam és elfogadom”).
 - A regisztráció egyben az ÁSZF elfogadását is jelenti.

²⁰ 2008 szeptemberében az All Finance Management így nyilatkozott, email a Vj-091-015/2009(03) alatt csatolva.

- Az ingyenes hirdetési lehetőség ingatlanközvetítőknek szól és az külön boxban szerepel.

Ingyenes hirdetési lehetőség

37. A rendelkezésre álló információk birtokában megállapítható, hogy a hirdetések elhelyezése magánhirdetők számára a 2008. október 12. – 2009. február 29. közötti időszakon kívül tehát 30 napnyi időszakra ingyenes, míg a 30. napon túl a szolgáltatásért fizetni kell, amennyiben a hirdetés nem kerül törlésre. A törlésről a fogyasztónak kell gondoskodnia. Az időkorlát nélküli ingyenes hirdetési lehetőség kizárólag ingatlanközvetítők részére került meghirdetésre.
38. 2008. október 12. - 2009. február 28. között az ÁSZF megváltozott és a 30 napos ingyenesség kizárólag a Sciennet törzsvásárlói részére volt biztosított. Annak alátámasztására, mely szerint ebben az időszakban az ÁSZF-nek megfelelően módosult a honlapon található fő üzenet, az Expent BC egy 2009. február 5. napján kelt közjegyző előtt készült okiratot nyújtott be²², melyen nem szerepel olyan tájékoztatás, hogy a „30 napig ingyen hirdetheti ingatlanát” szlogen került alkalmazásra. Az eljárás alá vont által csatoltak szerint a futószövegben ekkor a „Kedvezmények Sciennet törzsvásárlóknak! Regisztráljon most” felirat volt látható.²³ Az ÁSZF-ben került feltüntetésre, hogy a kedvezmény csak a Sciennet törzsvásárlókra vonatzik, továbbá ezt a csatolt e-mail-mintalevél²⁴ is alátámasztja.
39. Az Expent BC előadta továbbá, hogy a honlap optimalizálása ugyan a hatályos jogszabályok szerint nem minősül reklámnak, de ott is valamennyi helyen a „30 napig ingyen hirdethet” szlogen szerepel.²⁵ A honlap optimalizálása azt jelenti, hogy annak érdekében, hogy a keresőprogramokban az adott honlap előrébb szerepeljen, ezt különböző technikai megoldásokkal segítik (pl.: bizonyos szavak kiemelése, meghatározott elhelyezése, megjelenítése stb.). A vizsgálat megállapítása szerint amennyiben a google keresőprogramba az 'ingyenes ingatlanhirdetés' címszó beírásra kerül és megjelenik a lista, ez valóban ekként került feltüntetésre („30 napig ingyen hirdethet”)²⁶.
40. Az All Finance Management, illetve az Expent BC tájékoztatása szerint soha nem hirdették, hogy 30 napon túl magánhirdetők részére a www.ingatlandepo.com oldalon

²¹ Az Expent BC nyilatkozata szerint, Vj-091-020/2009. sz. irat 4. pontja. A vizsgáló 2009 októberében regisztrált, ezért az adatok ekkori állapotnak megfelelően kerültek rögzítésre, de az alább ismertetettek megegyeznek az Expent BC által Vj-091-009/2009. szám alatt csatoltakkal.

²² a Vj-091-013/2009. szám alatt

²³ a Vj-091-021/2009. szám alatt csatolt dokumentum 2. pontjában

²⁴ a Vj-091-015/2009(05). szám alatt

²⁵ Vj-091-009/2009. sz. irat

²⁶ Vj-091-021/2009. sz.alatt

történő hirdetés elhelyezés ingyenes lett volna. A csatolt dokumentumok ezt alátámasztják²⁷, a vizsgálat során ezzel ellentétes bizonyítékot – különös tekintettel arra, hogy az egyetlen kommunikációs eszköz a honlap, amely esetében a tartalma rekonstruálásának ilyen idő távlatából nehézségekbe ütközik – nem sikerült beszerezni.

41. Az Expent BC csatolta a 2008 szeptembere és 2009 júniusa közötti időszakra vonatkozóan az összes regisztrált felhasználó, az ebből hirdetést feladó, illetve a hirdetést 30 napon belül törölő felhasználók számát, továbbá havi bontásban a feladott hirdetések számára, a 30 napon belül törölt és a 30 napon túl megmaradt hirdetések számára vonatkozó nyilvántartását.²⁸A csatolt adatok alapján megállapítható, hogy
- az összes regisztrált felhasználónak kevesebb, mint 25 %-a adott fel hirdetést,
 - körülbelül a fogyasztók 2/3-a él a törlés lehetőségével, míg
 - 1/3-a 30 nap után is igénybe veszi a szolgáltatást.

VI.

Az eljárás alá vontak álláspontja

42. Az All Finance Management álláspontja szerint²⁹ jogsértést nem követett el, a szolgáltatását minden esetben „30 napig ingyen” szlogennel hirdette. A hirdetés feladása előtt jól látható helyen található a szerződési feltétel és a díjtáblázat, amelyek kinyomtathatók és hirdetést nem lehet úgy felhelyezni a honlapra, hogy a feltételeket a fogyasztó el ne olvassa és el ne fogadja. A hirdetés feladása előtt így minden lényeges információt közöl. A reklamációk miatt a szerződés elejére helyezték azt a leglényegesebb információt, mely szerint a hirdetés a 31. naptól fizetős és a szolgáltató hirdetést automatikusan nem töröl. Álláspontja szerint annyi elvárható a szerződött partnertől, hogy az egy hónap ingyenesség fejében a naptárba felírja, hogy mikor kell törölni a hirdetését, ha nem akarja fizetős időszakban a honlapon fent hagyni, főleg, ha erre több alkalommal fel is hívják a figyelmét. Nem tudja kezelni azokat az eseteket, amikor úgy kötnek szerződést, hogy annak feltételeit nem olvassák el, nem értelmezik, a kiküldött tájékoztatót figyelmen kívül hagyják. Álláspontja szerint a szolgáltatással kapcsolatban panaszkodók száma kevés, lejárató hadjárat indult ellene.
43. Az Expent BC nem ért egyet az eljárás megindításával, hiszen a 2008. évi bejelentéses eljárásban a GVH megállapította, hogy nem valószínűsíthető a fogyasztók

²⁷ Vj-091-015/2009, Vj-091-013/2009, Vj-091-009/2009. alatt

²⁸ a Vj-091-017/2009. számú irat

²⁹ Vj-091-015/2009(03) számú irat

megtévesztése³⁰. Azóta a gyakorlatuk nem került megváltoztatásra. Hivatkozott és becsatolt olyan fogyasztói panaszokat, amelyből szintén kiderül az, hogy a fogyasztók tisztában vannak azzal, hogy a szolgáltatás 30 napig ingyenes.³¹ Hivatkozott továbbá a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság 2009. július 2-án kelt határozatára, melyben határozat formájában az egyik panaszos beadványa elutasításra került³².

44. Az Expent BC előadta továbbá, hogy azt a gyakorlatot, mely szerint 30 nap után nem törlik a hirdetést, viszont az fizetőssé válik, azért alkalmazzák, mert álláspontja szerint a fogyasztók, ha a hirdetésük törlésre kerül, nem fogják ugyanazt a hirdetési oldalt még egyszer meglátogatni. Álláspontja szerint a fogyasztók 90%-a odafigyel arra, hogy mikortól válik fizetőssé a szolgáltatás. A fogyasztótól is elvárható, mint a polgári jog egyéb területein is, hogy kellő körültekintéssel járjon el ügyeiben.
45. Álláspontja szerint nem az a probléma, hogy nem ismerik a fogyasztók a szerződési feltételeket. Ismételten kitért arra, hogy bizonyos köröknek az az érdeke, hogy a szolgáltatását kedvezőtlen színben tüntessék fel, ezért fiktív hirdetéseket adnak fel³³. A Vj-091-025/2009. számú iratban alatt részletesen ismertette, hogy mely versenytársak részéről milyen „lejáratás” valósul meg irányában.
46. Véleménye szerint amennyiben a fogyasztók hirdetését törölnék a rendszerből, úgy az Expent BC követne el szerződésszegést. Ebben az esetben alapot szolgáltatnának arra, hogy reklamáljanak, a szélsőséges esetben ez a szerződéssel ellentétes törlés alapja lehetne akár egy kártérítési pernek is, hiszen a szerződésben vállalt kötelezettségeiknek nem tennének eleget³⁴.
47. Az eljárás során a Győrfi Kft. egyáltalán nem nyilatkozott.

VII.

Jogi háttér

2008. szeptember 1-jét megelőzően

48. A Tptv. 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága – így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása,

³⁰ A panaszos ebben az esetben azt kifogásolta, hogy az ingyenes 30 nap után automatikusan fél évre kötelezi el magát a fogyasztó, havi díjazással, külön értesítés nélkül.

³¹ Vj-091-004/2009.

³² Jelen eljárás szempontjából ez utóbbi nem releváns, tekintettel arra, hogy az kifejezetten a szerződési feltételek vizsgálatára, valamint a szerződés alapján a követelésekre vonatkozik (Vj-091-020/2009).

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.

49. 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.

2008. szeptember 1-jét követően

50. A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 2. §-a szerint e törvénynek a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy.
51. A Grt. 3. §-ának d) pontja szerint a gazdasági reklám olyan olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely 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), szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (a továbbiakban mindezek együtt: áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.
52. A Grt. 3. §-ának h) pontja alkalmazásában megtévesztő minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul vagy akiknek tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozások jogait sérti vagy sértheti.
53. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény 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 szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki,

³⁴ Vj-091-021/2009.

amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

54. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint 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, valamint h) pontja szerint ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.
55. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
56. 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.
57. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:
- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
 - b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd)

- előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,
- c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte,
- d) az áru igénybevételéhez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny,
- e) az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége,
- f) az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés,
- g) a vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései,
- h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés, vagy
- i) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

58. Az Fttv. 7. § (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott üzleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és
- b) ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás).

(2) Ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

59. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
60. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján 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,
 - b) vagy a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
61. A fenti szakasz (2) bekezdése szerint továbbá a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha
- a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,
 - b) 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.
62. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tptv. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
63. Az Fttv. Melléklete 20. pontja tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatként azonosítja az áru „ingyenes, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírását, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.
64. A Tptv. 8. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben az üzletfeleket megtéveszteni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint az üzletfelek megtévesztésének minősül különösen, 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 tényről vagy valós tényről megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak;

- b) elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli;
- c) az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, az üzletfél döntését befolyásoló körülményekről – így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről – megtevesztésre alkalmas tájékoztatást adnak;
- d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

65. A Tpvt. 8/A. §-a alapján nem terjed ki a Tpvt. III. fejezetének hatálya az olyan magatartásra, amely a Grt. rendelkezései értelmében megtevesztő reklám.

2008. szeptember 1-je előtt és után is alkalmazandóan

66. A Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének i) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja, hogy a magatartás nem ütközik a törvénybe.

VIII.

A 2008. szeptember 1-jét megelőző magatartás értékelése

67. A Tpvt. III. fejezetének célja a fogyasztók döntési szabadságának, mint védett jogi tárgyának az áruk (szolgáltatások), illetve vállalkozások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A Tpvt. III. fejezete 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.
68. A Tpvt. III. fejezetének alkalmazása körében azok a magatartások bírnak relevanciával, amelyek alkalmasak arra, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén sérelmet okozzanak a gazdasági versenyben az áruk (szolgáltatások), illetve vállalkozások közötti választással összefüggésben.
69. A vállalkozásoknak versenyjogilag nem tiltott, hogy a fogyasztók áru, szolgáltatás, szolgáltató választásának számukra kedvező alakulása érdekében a befolyásolás különféle eszközeit alkalmazzák. Általános követelményként fogalmazódik azonban meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásnak magáról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen. A versenyhelyzetben lévő vállalkozással szemben

fokozottan elvárható, hogy a vevőcsalogató információk valósak és tényszerűek legyenek³⁵.

70. Amint azt a Legfelsőbb Bíróság a Vj-12/1998. számú ügyben hozott Kf.II.39.624/2000/7. számú ítéletében megállapította, a Tpv. 8. §-a (2) bekezdésének a) pontjában foglaltak helyes értelmezése szerint a fogyasztói döntések jogsértő befolyásolása megvalósul a valótlan tényállítással, valós tény megtévesztésre alkalmas módon való állításával, illetőleg bármilyen megtévesztésre objektíve alkalmas tájékoztatással. Általában minden olyan magatartás, amely alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására jogellenes, tekintet nélkül arra, hogy a hátrány valóban vagy ténylegesen bekövetkezett volna [az objektivitás szempontját más esetekben is aláhúzta a Legfelsőbb Bíróság, így pl. a Kf.II.39.774/2000/6. (Vj-3/1998.), a Kf.II.39.862/2000/4. (Vj-74/1999.), a Kf.II.39.312/2001/4. (Vj-3/2000.) és Kf.II.39.908/2001/5. számú ítéletében (Vj-168/1998.)].
71. Kiemelendő továbbá, hogy a jogsértés valamely lényeges körülmény elhallgatásával, hiányos tájékoztatással is megvalósítható. Amint azt a Legfelsőbb Bíróság a Vj-125/1996. számú ügyben meghozott Kf.II.27.254/1998/5. számú ítéletében megállapította, a valós adatokat tartalmazó és előnyös tulajdonságokat kiemelő reklám is lehet félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amelyek a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlenül szükségesek.³⁶
72. Versenyjogi szempontból csak az áru, a szolgáltatás lényeges tulajdonságára vonatkozó tájékoztatásoknak van jelentősége. Az a tulajdonság lényeges versenyjogilag, amelynek szerepe lehet a fogyasztók versenytársak, illetve versenyző termékek közötti választása szempontjából.
73. Az ár a fogyasztó számára a versenyző árak közötti választás során az eligazodást jelentő legfontosabb mérce. Ehhez közvetlenül kötődik az is, hogy a fogyasztók tájékozódása során nemcsak adott áru tényleges fogyasztói ára, hanem a számukra biztosított megtakarítás mértéke is jelentős befolyásoló tényező lehet. A Versenytanács megítélése szerint a vizsgált honlapokon alkalmazott központi állítás, amely meghatározott időszakra a szolgáltatás ingyenességét ígérte, illetve kedvezményeket kínált, ebből következően nyilvánvalóan alkalmas a fogyasztók döntésének befolyásolására.
74. A Versenytanács megállapította továbbá, az alkalmazott kommunikációs eszközök alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztók széles körét éri el. A kommunikáció kihathatott a piaci viszonyokra, és hatással bírhatott az image-növelés révén is.

³⁵ lásd Vj-4/2008.

³⁶ Vj-33/2005.

75. A Versenytanács álláspontja szerint a vizsgált termékek lényeges tulajdonságának a szolgáltatás egy időszakra vonatkozó ingyenessége/kedvezmény ígérete, valamint azt követően a szolgáltatás fizetőssé válása minősül. Az adott tájékoztatások megtévesztőek lehetnek, ha az
- a) a tájékoztatásban ígérttel ellentétben
 - ingyesként hirdetett szolgáltatás nem ingyenes, ill.
 - a kedvezményeket a tájékoztatással ellentétben nem biztosították a Sciennet vásárlóknak,
 - b) a kiemelten hirdetett ingyenes periódust követően a szolgáltatás fizetőssé válik, de ennek feltételeiről a fogyasztó nem kap tájékoztatást.
76. A vizsgált honlap nyitóoldalán futó szlogen
- 2007. július 1-jétől 2008. október 11-ig, valamint 2009. március 1-jétől 2009. július 24-ig az ingatlanhirdetés 30 napos ingyenességét hirdette (a 30 napos ingyesség a magánhirdetőkre vonatkozott, az ingatlanközvetítők részére időbeli korlátozás nélküli ingyességet biztosított a reklámozó),
 - 2008. október 12-től 2009. február 28-ig kedvezményeket ígért a Sciennet törzsvásárlóinak.
77. Az ingyesség/kedvezmény igénybe vételéhez a fogyasztónak – értelemszerűen - hirdetést kellett feladnia, további korlátozó feltételeket a vizsgálat nem tárt fel. A vizsgálat során arra vonatkozóan sem merült fel adat, hogy bármely, ingatlanhirdetést feladó fogyasztó a meghirdetett kedvezményből kizárásra került volna. A Versenytanács álláspontja szerint a fentiekből következően megállapítható, hogy a vizsgált honlapokon megjelenő állítás a 30 napos ingyességről valós volt.
78. A vizsgálat során arra vonatkozóan sem merült fel adat, hogy bármely, ingatlanhirdetését feladó Sciennet törzsvásárló a meghirdetett kedvezményből kizárásra került volna. A Versenytanács álláspontja szerint ebből következően megállapítható, hogy a vizsgált honlapokon megjelenő „Kedvezmények Sciennet törzsvásárlóknak! Regisztráljon most!” állítás valós volt.
79. A 30 napos ingyességet hirdető szlogenből a fogyasztó gondolhat arra, hogy a 30 napos határidőt követően az igénybevett szolgáltatás ingyenessége megszűnik, a szolgáltatás e határidő lejártával fizetőssé válik. Ekkor az adott körülmények között ésszerűen eljáró fogyasztó a szolgáltatás fizetőssé válásához kapcsolódó információ célirányos keresésébe fog.
80. A Főv. Ítéltábla Vj-56/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott 2.Kf. 27.496/2007/9. sz. ítéletében megállapította: „Az nem vitatható, hogy ha az adott hirdetés felkeltette a fogyasztó figyelmét, akkor elvárható, hogy a fogyasztó tájékozódjon az

ajánlat részleteiről. A reklámot megjelentető vállalkozásnak azonban elől kell járnia a fogyasztók pontos, valóságnak megfelelő, tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelen, hogy a fogyasztótól is elvárható, hogy racionális döntéshozatalra törekedjék, és ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását - az adott döntési folyamatban hangzatos szlogenek által tisztességtelenül befolyásolt - fogyasztóra.”

81. A Versenytanács az ésszerű mértékű információkeresés értékelése körében abból indult ki, az Internet jellegéből adódóan alkalmas arra, hogy információkat, egy-egy termék vonatkozásában akár a releváns információk teljes körét, gyorsan és kényelmesen elérhetővé tegyen. Az Interneten megjelentethető - és meg is jelenő - információk nagy tömege ugyanakkor azt is jelenti, hogy a fogyasztó versenyjogilag figyelembe veendő döntésének meghozatalát általában nem az információk rendelkezésre állásának hiánya nehezíti meg, hanem a nagy mennyiségű információ szelektálása, a releváns információk megtalálása és kiválasztása, s azok feldolgozása.
82. A Versenytanács kiemeli, hogy a honlapokon megjelenő egyes tájékoztatási formákat nem önmagukban, hanem összességében, mint egyetlen kommunikációs eszközön, vagyis a honlapon nyújtott tájékoztatás részeként szükséges értékelni.
83. A vizsgált honlapok kizárólagos tájékoztatási csatornaként és eladási pontként működtek egyszerre. Ez a helyzet a Versenytanács álláspontja szerint azt a terhet rója az eljárás alá vontakra, hogy e két funkció egyensúlyára tekintettel szükséges kialakítaniuk a honlapon megjelenő információkat. A vizsgált honlapokon ezt az egyensúlyt megbontották és a tájékoztatás a termékértékesítési funkcióhoz – lásd regisztráció, hirdetés feladása - kötötten volt elérhető a fogyasztó számára. Ez azzal a következménnyel is járt, hogy a hirdetett kedvező terméktulajdonsághoz értelemszerűen kapcsolódó információkat a fogyasztó csak azt követően érthette el, miután a termék illetve szolgáltatás használatával kapcsolatosan már valamilyen döntést hozott, jelen esetben döntött a honlapon történő regisztrálásról, vagy hirdetést adott fel.
84. Megállapítható továbbá az is, hogy az ÁSZF egyértelműen az a dokumentum, amely először rögzíti a fogyasztó számára az ingyenességhez, illetve annak megszűnéséhez kapcsolódó lényeges (a szolgáltatás 30 napig ingyenes, a fogyasztó feladata a hirdetés törlése, a hirdetés a 30. nap leteltével fizetőssé válik) információkat.
85. A Versenytanácsnak tehát azt a körülményt kellett értékelnie, hogy adott esetben ezen egyensúly megbontása ill. az ÁSZF-ből történő tájékozódás kényszere gátolta-e fogyasztó ésszerű mértékű tájékozódását.
86. Az ÁSZF megismerésére a fogyasztónak az alábbiak szerint nyílt lehetősége (időrendi sorrendben):

- a regisztráció során,

- a sikeres regisztrációt követően a személyes postafiók használatakor,
- az ingatlanhirdetés hirdetés feladásakor.

87. Az ÁSZF-et a fogyasztó a regisztrációs folyamat részeként közvetetten, a regisztrációs szabályzatba épített linkről érthette el. Ekkor a szükséges információk körét további „klikkelésekkel” kiteljesedő, kizárólag egymásból elérhető dokumentum-lánc egyes elemei tartalmazták. A sikeres regisztrációt követően azonban a fogyasztó személyes postafiókjában megjelenő ÁSZF „fültre” kattintva az ÁSZF-et közvetlenül érthette el. Ez azt jelenti, hogy a fogyasztó a regisztrációt követően a postafiók létrejöttékor minden következmény nélkül tájékozódhatott a szolgáltatás feltételeiről, azaz még az elköteleződés – vagyis a hirdetés feladása előtt – hozzájuthatott a kiemelt reklámállítás értelmezéséhez szükséges információkhoz.
88. Amennyiben ezzel a közvetlen a tájékozási lehetőséggel a fogyasztó nem élt, úgy legkésőbb a hirdetés feladásakor el kellett fogadnia a hirdetés feladására vonatkozó feltételeket, melynek kiemelt, első részében figyelemfelhívás jelent meg a fizetössé váláshoz kapcsolódó lényeges információkról. A hirdetés feladását követően a fogyasztónak még további 29 napja maradt arra, hogy a személyes postafiókjából közvetlenül elérhető lényeges információkat megismerje.
89. A Versenytanács álláspontja szerint a fogyasztótól – az ésszerű mértékű információkeresés körében - elvárható, hogy a hirdetés feladásához kapcsolódó információkról megfelelő körültekintéssel tájékozódjon. A Versenytanács megítélése szerint a szükséges információkat az ÁSZF tartalmazta. Jelen esetben kiemelendő, hogy nem egy bonyolult, összetett ÁSZF-ről van szó, a fogyasztóknak nem egy széleskörű, pl. kommunikációs kampány részeként közzétett tájékoztatásokat kellett megismerniük. Nem is arról van szó, hogy a honlap elért részén a reklámban megtevesztésre alkalmas tájékoztatás pontosítását olvashatta az ide külön ellátogató fogyasztó, amelyekre klikkelve viszonylag nagy mennyiségű pótlólagos információhoz juthatott.
90. A Versenytanács megjegyzi, ismert előtte az Internet használat során kialakuló „automatizmus”, amely a fogyasztókat gyors döntésre, azonnali „klikkelésre” sarkallja, továbbá azt sem tartja kizártnak, hogy a vizsgált honlapok szerkesztési elvei (lásd. eladási funkcióhoz kapcsolt tájékoztatás, a dokumentum-lánc alkalmazása) erre az automatizmusra „ráerősítettek”. Ugyanakkor a Versenytanács azt a fogyasztói magatartást kívánja támogatni, amikor fogyasztók megfelelően, a racionális és indokolt keresési költségek szem előtt tartásával tájékozódnak egy általuk igénybe vett, vagy venni kívánt szolgáltatás lényeges feltételeiről.
91. A Versenytanács a vizsgálat által feltárt tények alapján a versenyjog eszközeivel történő beavatkozást jelen esetben nem tartja indokoltnak, az alábbiak figyelembe vétele miatt:

- a fogyasztó a regisztrációt követően a személyes postafiókban megjelenő ÁSZF révén közvetlenül tájékozódhatott a szolgáltatás feltételeiről,
- a hirdetés feladásakor el kellett fogadnia a hirdetés feladására vonatkozó feltételeket, melynek kiemelt első részében felhívták a fogyasztó figyelmét a szolgáltatás fizetőssé válásának feltételeire,
- a fogyasztó a hirdetés feladása után még további 29 napig a személyes postafiókban megjelenő ÁSZF révén tájékozódhatott a szolgáltatás lényeges feltételeiről.

92. A Versenytanács megjegyzi, rendelkezésre álló információk alapján³⁷ a fogyasztók 2/3- a él azzal a lehetőséggel, hogy 30 napig ingyenesen hirdeti ingatlanát, majd ezt követően törli a hirdetését, vagyis tipikusnak ez a fogyasztói magatartás tekinthető. A fennmaradó 1/3 vonatkozásában figyelembe kell venni továbbá azt is, nem ismert az, hogy milyen okból marad fenn a hirdetés, azaz a fogyasztó szándéka ellenére és ezért a későbbiekben fizetnie kell, vagy a fogyasztó akaratának megfelelően, azért, mert ezt a hirdetési oldalt választotta.

IX.

A 2008. szeptember 1-jétől kezdődően tanúsított magatartás értékelése

Jogszabályok alkalmazhatósága

93. A vizsgált magatartásokkal kapcsolatos tájékoztatások a Grt. 3. §-ának d) pontja szerinti gazdasági reklámnak minősülnek, melynek címzettjei ugyanakkor nem a Grt. 2. §-ában meghatározott vállalkozások vagy önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személyek, hanem az Fttv. 2. §-ának a) pontjában meghatározott természetes személy fogyasztók is voltak, így a Grt. 2. §-ának, valamint az Fttv. 1. §-ának (2) pontja együttes értelmezése alapján az Fttv. alkalmazhatósága állapítható meg.
94. Nem alkalmazandóak a Tpvt. az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról szóló III. fejezetének rendelkezései a Tpvt. 8/A. §-ának figyelembevételével, miszerint nem terjed ki a Tpvt. III. fejezetének hatálya az olyan magatartásra, amely a Grt. rendelkezései értelmében megtévesztő reklám.

³⁷ Vj-091-017/2009.sz. irat

Hatáskör

95. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
96. A kifogásolt kereskedelmi gyakorlat a www.ingatlanbazar.com és a www.ingatlandepo.com honlapok révén valósult meg. A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatósággal egyeztetett egységes álláspont szerint az internetes tájékoztatást illetően a verseny érdemi érintettsége akkor áll fenn, ha a kereskedelmi gyakorlat azonos tartalommal érhető el több honlapon, és az összes kereskedelmi gyakorlat közzétételéért ugyanaz a vállalkozás felelős.
97. A vizsgálat megállapította, hogy a Vj-091/2009. irat 3. számú mellékleteként csatolt honlap adatok szerint azok valóban egy szerverre mutatnak. A Versenytanács álláspontja szerint azonban a fogyasztók szempontjából közömbös, hogy a honlapok műszaki kialakítása hogyan történik, és a honlap mely szerverre mutat, lényegesnek azt tekinti, hogy a fogyasztók nem egy, hanem két különböző elnevezésű honlapról érhetik el a szolgáltatást. Ebből következően a kifogásolt gyakorlat több honlapon azonos tartalommal valósult meg, így a fogyasztók széles köréhez eljuthatott, a GVH hatásköre ezért is fennáll.

Fogyasztói kör

98. Az eljárás alá vontak a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot nem egy speciális (mint például kora, hiszékenysége vagy szellemi, vagy fizikai fogyatkozása miatt különösen kiszolgáltatott) közönség, hanem általában az ingatlanhirdetést elhelyezni kívánó, illetve az iránt érdeklődő végső fogyasztók számára tette közzé, így a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megítélésekor az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott, ésszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartása veendő figyelembe.

Ügyleti döntés

99. Az Fttv. 2. §-ának h) pontja rögzíti az ügyleti döntés fogalmát, amely vonatkozásában kiemелendő, hogy annak tartalma eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezéseiként való értékelésétől.
100. A fogyasztói döntés meghozatalának teljes – a vásárlási szándék megjelenésétől legalább az adott termék megvásárlásáig, vagy szolgáltatás igénybevételéig tartó – folyamatát védi az Fttv., beleértve a folyamat egészét és egyes szakaszait is. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra. Az Fttv. körében a fentieket támasztják alá az alábbiak:

- i. az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése az Fttv.-t rendeli alkalmazni az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, külön is emlékeztetve az Fttv. 2. §-ának d) pontjára, amely a kereskedelmi gyakorlat körébe tartozó magatartások között külön is nevesíti a reklámot. Mindezen nem változtat a 2. § ügyleti döntés fogalmát rögzítő h) pontja sem, ügyleti döntésnek minősül, pl. a fogyasztó azon döntése, mely során azonosítja a szükségletét, s azt, hogy szükségletét kielégítendő a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik termékét, szolgáltatását, milyen feltételekkel választja,
- ii. az Fttv. mellékletében rögzített, minden körülmények között tisztességtelennek minősülő tényállások közül több megvalósulásának nem feltétele, hogy a fogyasztó döntést hozzon a vállalkozás termékének megvásárlásáról.

101. Jelen vizsgálatban a fogyasztó ügyleti döntése az, hogy a szolgáltatást igénybe veszi-e, illetve az is, hogy a szolgáltatást csak meghatározott ideig használja-e, amennyiben az ingyenes időszakon belül kíván maradni (amely a felmondási jog gyakorlásával azonosítható).

102. Az Fttv. 1. §-ának (3) bekezdése szerint hatálya nem terjed ki a szerződés létrejöttére, érvényességére és joghatásaira, valamint a kereskedelmi gyakorlattal összefüggésben felmerült polgári jogi igényekre.

Kereskedelmi gyakorlat

103. Az eljárás alá vontak az Fttv. 2. §-ának b) pontja szerint vállalkozásoknak minősülnek. A vizsgált magatartás az eljárás alá vont bizonyos kedvezményekkel igénybe vehető szolgáltatása értékesítésének elősegítésére irányult. A vállalkozás által közzétett és vizsgált honlapok az Fttv. 2. §-ának d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek. A Versenytanács a kereskedelmi gyakorlat részének tekintette a fogyasztók részére közzétett tájékoztatásokat, ekként a honlapon futó szlogent, a regisztrációs szabályzatot, az ÁSZF-et, a díjtáblát valamint a fogyasztók részére kiküldésre kerülő e-maileket.

Az eljárás alá vontak felelőssége

104. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 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.

105. Jelen esetben megállapítható, hogy az eljárás alá vontaknak a szolgáltatás népszerűsítése közvetlen érdekében állt az értékesítésből származó árbevétel révén.

Az értékelés módszere

106. Az Fttv. hármas követelményrendszert vezet be azáltal, hogy definiálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot [3. § (2) bekezdés], a megtévesztő (6-7. §) és agresszív (8. §) kereskedelmi gyakorlatot, továbbá a mellékletben szereplő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok – példálózó – felsorolását. A szabályozás logikájából (generális-speciális viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.
107. A vizsgálat tárgyát képezte egyfelől az, hogy az ingyenesként meghirdetett szolgáltatás valóban ingyenes volt-e, másfelől az is, hogy a lényeges feltételekről a fogyasztók tájékoztatást kaphattak-e.
108. Jelen esetben az agresszív kereskedelmi gyakorlat – pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlás hiányában – fogalmilag nem valósulhat meg.

Értékelés az Fttv. mellékletének 20. pontja szerint

109. A kifogásolt kereskedelmi gyakorlat az ingyenesség állítása tekintetében a melléklet 20. pontjában foglaltaknak megfeleltethető. A mellékletben felsorolt tényállások esetében nem vizsgálendő az, hogy a gyakorlat a fogyasztó ügyleti döntésének torzítására alkalmas volt-e, mivel ezen gyakorlatok esetében a jogalkotó a torzításra való alkalmasságot *ab ovo* adottnak veszi. Az adott tényállás vizsgálatakor azt szükséges tehát bizonyítani, hogy a szolgáltatást ingyenesként írták le, és a fogyasztónak ennek ellenére fizetnie kellett a szolgáltatásért (kivéve birtokbavétel, fuvarozás költségei).
110. Az eljárás alá vontak a szolgáltatást a vizsgált időszakban 30 napos ingyenességgel hirdették, a fogyasztók erről kaptak tájékoztatást. A 2008. október 18. –2009. február 28. közötti időszakban a szolgáltatás nem került ingyenesként meghirdetésre. A vizsgálat során nem nyert megállapítást az, hogy a 30 napos időszakban a fogyasztóknak bármit is fizetniük kellett volna.
111. A 30 napos ingyenesség ígérete tekintetében az Fttv. mellékletének 20. pontja szerinti jogsértés a rendelkezésre álló adatok alapján nem állapítható meg.

A vizsgált magatartás értékelése az Fttv. 6. és 7. §-ai alapján

112. Ahhoz, hogy az Fttv. mellékletében kifejezetten nem szereplő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapításra kerüljön, egyrészt az kell értékelni, az eljárás alá vontak magatartása alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, másrészt azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló lényeges információ(t)
- a) megtévesztő volt-e valamilyen módon, azaz a kiemelt reklámállítás és a honlapon megjelenő egyéb, ÁSZF-ben, regisztrációs szabályzatban, díjtáblában, visszaigazoló emailben – teljes körű információ – között volt-e ellentmondás (tevéleges megtévesztés, Fttv. 6. §);
 - b) elhallgatták, elrejtették, illetve azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátották-e a fogyasztók rendelkezésére, azaz a szolgáltatás lényeges feltételeiről szóló, illetve e feltételek értelmezéséhez szükséges információt elrejtettek-e az eljárás alá vontak (mulasztásos megtévesztés, Fttv. 7. §).
113. A tevéleges megtévesztés esetén nem vizsgálendő az, hogy mennyi keresési költséggel érhető el a fogyasztó számára a valós információ – a valótlan információ átadásával a jogsértés megvalósul, függetlenül az esetleges kiegészítő, vagy utólagos tájékoztatás tartalmától. A megtévesztő mulasztás esetében azonban mérlegelendő, hogy a fogyasztó milyen módon jut hozzá a teljes információhoz. Ezt a megközelítést vallja magáénak az Fttv. is, amikor a megtévesztő mulasztás megvalósulása esetén a 7. § (2) bekezdésében foglaltaknak megfelelően vizsgálni rendel minden más eszközt vagy módot, amelyekkel a vállalkozás a teljes információt a fogyasztó részére átadta, nem teszi kötelezővé azonban ezt a mérlegelést a 6. § alá tartozó tevéleges megtévesztés esetén.
114. Az, hogy a szolgáltatásért a fogyasztónak kell-e fizetnie, illetve amennyiben igen, mennyit, megkapja-e az ígért kedvezményt, a szolgáltatás árával kapcsolatos információ. A Versenytanács az árra vonatkozó információk tekintetében fenntartja a Tpv. szerinti értékeléskor kifejtetteket. Ekként az értelmezéséhez, igénybevételhez szükséges információkat a fogyasztó számára elengedhetetlenek tartja, melyek alkalmasak lehetnek arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
115. A kiemelt reklámállításnak azonos mértékben fontos része az, hogy a szolgáltatás ingyenes és az, hogy ez az ingyenesség 30 napra szól (2007. július 1-jétől 2008. október 11-ig, valamint 2009. március 1-jétől 2009. július 24-ig alkalmazott szlogen esetében), illetve, hogy kedvezményeket biztosítanak a Sciennet törzsvásárlóinak (2008. október 12-től 2009. február 28-ig alkalmazott szlogen esetében). A vizsgálat során nem nyert

megállapítást az, hogy az eljárás alá vontak ezzel ellentétes információkat tettek volna közzé.

116. A továbbiakban az értékelendő, hogy a szolgáltatás lényeges feltételeiről a fogyasztók milyen módon tájékozódhattak. E körben a Versenytanács fenntartja a Tpv. körében kifejtetteket, azaz a szolgáltatás igénybevételehez kapcsolódó lényeges információk elérésére, a racionális mértékű tájékozódásra a fogyasztóknak a regisztrációt illetve a hirdetés feladását követően lehetőségük volt.

Összegzés

117. Összességében tehát sem a Tpv., sem pedig az Fttv. szerinti értékelés alapján nem nyert megállapítást az, hogy a fogyasztók számára olyan szlogenel hirdették volna a szolgáltatást, amely alapján a fogyasztóban az a téves képzet alakulhatott ki, hogy a szolgáltatás időbeli korlát nélkül ingyenes, sem pedig az, hogy a szlogen, illetve a szolgáltatás értelmezéséhez szükséges lényeges információt az eljárás alá vontak elrejtettek volna.
118. A Versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének i) pontja alkalmazásában megállapítja, hogy a Győrfi Fuvar Kft. (korábbi elnevezése: az All Finance Management Kft.) vizsgált magatartása 2007. július 1. - 2008. augusztus 31. és a 2008. szeptember 1. - 2009. február 28. közötti időszak vonatkozásában, az Expent BC Kft. vizsgált magatartása a 2009. március 1. - 2009. június 24. közötti időszak vonatkozásában nem ütközik a törvénybe.

X.

Egyebek

119. Az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelv (a továbbiakban: Irányelv) implementálására megszabott határidőt túllépve, 2007. december 12-ét követően került csak elfogadásra a 2008. szeptember 1-jén hatályba lépett Fttv. Ezért az olyan ügyekben, ahol e jogalkotói késedelem folytán a szóban forgó gyakorlatot még a Tpv. alapján kell értékelni, a Versenytanács vizsgálja, hogy az Irányelvben foglaltak alkalmazása kedvezőbb eredménnyel járna-e az eljárás alá vontak számára. A Versenytanács értékelése szerint az eljárás alá vontak által tanúsított magatartás az Fttv. alapjául szolgáló Irányelv rendelkezéseinek figyelembe vétele esetén sem eredményezne enyhébb elbírálást.
120. 2008. szeptember 1-jét megelőzően a GVH hatásköre a Tpv. 45.§-án, illetékessége a Tpv. 46.§-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel

rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság (86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

121. 2008. szeptember 1-jétől a GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) és (5) bekezdéseiben, illetékessége a Tptv 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

Budapest, 2010. február 23.

Bártfai-Mager Andrea sk.
előadó versenytanács tag

Dr. Gadó Gábor sk.
A Versenytanács elnöke
Versenytanács tagként eljárva

Dr. Dobos Gergely sk.
versenytanács tag