



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-112-055/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa

- a dr. V. N. ügyvéd (Csabai és Társai Ügyvédi Iroda) és dr. F. Á. jogtanácsos által képviselt **Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft.** (Budaörs), **Media Markt Árkád Kft.** (Budapest), **Media Markt Békéscsaba Kft.** (Békéscsaba), **Media Markt Budaörs Kft.** (Budaörs), **Media Markt Debrecen Kft.** (Debrecen), **Media Markt Megapark Kft.** (Budapest), **Media Markt Miskolc Kft.** (Miskolc), **Media Markt Nyíregyháza Kft.** (Nyíregyháza), **Media Markt Pécs Kft.** (Pécs), **Media Markt Pólus Kft.** (Budapest), **Media Markt Stop Shop Kft.** (Budapest), **Media Markt Szeged Kft.** (Szeged), **Media Markt Székesfehérvár Kft.** (Székesfehérvár), **Media Markt Szolnok Kft.** (Szolnok), **Media Markt Szombathely Kft.** (Szombathely), **Media Markt Tatabánya Kft.** (Tatabánya), **Media Markt Westend Kft.** (Budapest), **Media Markt Zalaegerszeg Kft.** (Zalaegerszeg.) és
- a dr. P. J. ügyvéd (dr. Pusztai József Ügyvédi Iroda) által képviselt **Credigen Bank Zrt.** (Budapest)

ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy a Credigen Bank Zrt., a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft., a Media Markt Árkád Kft., a Media Markt Békéscsaba Kft., a Media Markt Budaörs Kft., a Media Markt Debrecen Kft., a Media Markt Megapark Kft., a Media Markt Miskolc Kft., a Media Markt Nyíregyháza Kft., a Media Markt Pécs Kft., a Media Markt Pólus Kft., a Media Markt Stop Shop Kft., a Media Markt Szeged Kft., a Media Markt Székesfehérvár Kft., a Media Markt Szolnok Kft., a Media Markt Szombathely Kft., a Media Markt Tatabánya Kft., a Media Markt Westend Kft. és a Media Markt Zalaegerszeg Kft. fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak a Media Markt áruházakban 2009. június 6. és 14. között lebonyolított akciót népszerűsítő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával.

A Versenytanács kötelezi a

- a Credigen Bank Zrt.-t 15.000.000 Ft (Tizenötmillió forint),
- a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft.-t 10.000.000 Ft (Tízmillió forint)

bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára kötelesek megfizetni.

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

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal azt követően indított versenyfelügyeleti eljárást a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. és a Credigen Bank Zrt. (a továbbiakban: Credigen) ellen, hogy észlelte, a Media Markt áruházlánc reklámjaiban a Credigen által kínált, áruvásárlási célú „ingyen hitel”-t népszerűsítette, amely kapcsán felmerült, hogy a 2009. június 6. és 14. közötti akció során igényelhető hitel elérhetőségének feltételei nem minden esetben kerültek megfelelően feltüntetésre, illetve azt nem minden ügyfél érthette el valóban ingyenesen. Mivel a fenti információk több formában is elérhetők voltak a fogyasztók számára, a vizsgálat kiterjedt az eljárás alá vontak fenti hitelkonstrukció értékesítésére vonatkozó teljes tájékoztatási gyakorlatára.

Az eljárásba bevonásra került a Media Markt Árkád Kft., a Media Markt Békéscsaba Kft., a Media Markt Budaörs Kft., a Media Markt Debrecen Kft., a Media Markt Megapark Kft., a Media Markt Miskolc Kft., a Media Markt Nyíregyháza Kft., a Media Markt Pécs Kft., a Media Markt Pólus Kft., a Media Markt Stop Shop Kft., a Media Markt Szeged Kft., a Media Markt Székesfehérvár Kft., a Media Markt Szolnok Kft., a Media Markt Szombathely Kft., a Media Markt Tatabánya Kft., a Media Markt Westend Kft. és a Media Markt Zalaegerszeg Kft..

I.

Az eljárás alá vontak

2. Az 1998-ban alapított, s tevékenységét 2000-ben megkezdő Credigen a fogyasztási hitelezésre specializálódott Sofinco S.A. leányvállalata. Fő tevékenysége hitelintézetként a betét gyűjtése, pénzkölcsön és pénzforgalmi szolgáltatások nyújtása, valamint készpénz-helyettesítő fizetési eszköz kibocsátása és az ezzel kapcsolatos szolgáltatások teljesítése.

A Credigen nettó árbevétele helyett a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvénynek (a továbbiakban: Tpv.) 24. §-ának (3) bekezdése alapján figyelembe veendő bevételi tételeinek összege 2008-ban 3.371.517.000 Ft volt.

3. A hazai Media Markt Üzletlánc összesen tizenhét Media Markt áruházból áll. Az áruházak egy részében a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. (a továbbiakban: Holding) 100%-os tulajdonosi részesedéssel rendelkezik, míg a többi üzletben is legalább 90%-os a tulajdonosi részesedéssel bír.

A Holding kereskedelmi tevékenységet nem folytat, a beszerzést és az értékesítést kizárólagosan az érdekeltségébe tartozó áruházak végzik. Nettó árbevétele 2008-ban 5.288.127.000 Ft volt.

4. A Media Markt áruházak műszaki cikkek értékesítésével és ezekhez kapcsolódó szolgáltatások nyújtásával foglalkoznak. Az adott áruház maga állítja össze termékkínálatát, dönt az egyes termékek árairól és a termékakciókról.

5. A Media Markt-ra (azaz a Holding és a Media Markt áruházak együtt) decentralizált struktúra jellemző, azonban

- az áruházak bizonyos hatásköröket csak a Holding előzetes tájékoztatásával, illetve engedélyével gyakorolhatnak,
- vannak feladatkörök, amelyek kizárólag a Holding kompetenciájába tartoznak. Ilyen volt a jelen eljárásban érintett akció is.

6. A 2008. évben minden Media Markt áruház nettó árbevétele meghaladta az 1,5 milliárd forintot.

II.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

7. A tartós fogyasztási cikkek fogyasztók számára jelentősebb, mindennaposnak nem minősülő kiadásként megnyilvánuló megvásárlása kapcsán a jelentősebb kiskereskedőknél fogyasztási kölcsön vehető igénybe. Az adott vállalkozásnál minél nagyobb arányban történik a hitelkihelyezés, annál kedvezőbb vásárlási potenciálokat lehet elérni. Ennek megfelelően a tartós fogyasztási cikkeket árusító, éles versenyhelyzetben lévő vállalkozásnak az az érdeke, hogy a fogyasztók rendelkezésére álljanak hitelkonstrukciók, ezek között pedig a fogyasztók számára vonzó ingyen hitel konstrukciók, amelyek bankok, szakosodott pénzügyi vállalkozások általi nyújtása iránt a kereskedők részéről igény van. A bank, illetve szakosodott pénzügyi vállalkozás érdeke az ingyen hitel lehetőségének kínálásával egyrészt az, hogy jelen tudjon lenni az értékesítési helyeken, az üzletekben, amelyek az éles versenyhelyzetben igénylik az ingyen hitel konstrukciókat, másrészt a további üzleti lehetőségeket kínáló adatbázisuk növelése.

8. A piacon több bank, illetve szakosodott pénzügyi vállalkozás nyújt fogyasztási kölcsönt a fogyasztók részére.

9. A Credigen és a Holding mint Eladó 2008. szeptember 30-án határozatlan idejű ügynöki keretszerződést kötött pénzügyi szolgáltatás közvetítésére, azzal, hogy „a Credigen és az Eladó megállapodnak abban, hogy az Eladó a Credigen ügynökeként pénzügyi szolgáltatás közvetítését fogja végezni 20 Értékesítési ponton, mely értékesítési pontok korlátolt felelősségi formában önállóan bejegyzett jogi személyek. [...] Ezen jogi személyek által a jelen megállapodás érvényességéhez nélkülözhetetlen az Eladó részére történő meghatalmazás a szerződés elválaszthatatlan részét képezi.”

A keretszerződés értelmében

- a szerződés célja az volt, hogy a Credigen által ajánlott fogyasztási hitel konstrukciókat a Media Markt lakossági ügyfelei vásárlásaik során igénybe vehessék,
- a Credigen kötelezettséget vállalt arra, hogy
 - a Media Markt kereskedelmi kampányokban biztosított megjelenési lehetőségek esetén marketing hozzájárulást,

- a részére végzett ügynöki tevékenység kapcsán havi fix jutalékot, illetve a kártyakibocsátásokkal kapcsolatban meghatározott összeget fizet a megállapodásban rögzítettek szerint,
- a Media Markt áruházakban történő hitelügyintézés az áruházakat üzemeltető vállalkozások meghatalmazott képviselőjeként eljáró Media Markt megbízásából egy harmadik vállalkozás végezte.

A keretszerződés külön melléklete szól a Media Markt-ot mint ügynököt megillető jutalék mértékéről, illetőleg rögzíti, hogy a Credigen által kínált három konstrukció (Standard, Akciós, Ingyen hitel 0%) milyen arányt képviseljenek a hiteleken belül, megállapodva abban, hogy „a Felek törekednek arra, hogy a hitelkontingenstől nagymértékű eltérés ne következzen be.”

10. A Media Markt áruházakban 2009. június 6. és 14. között lebonyolított „Ingyen hitel” akció keretében nyújtott hitel vonatkozásában a keretszerződésen belül külön megállapodás jött létre (Vj-112-007/2009., Vj-112-009/2009.), amely alapján

- a Media Markt-nak a finanszírozott hitelösszeg meghatározott százalékát ún. partner hozzájárulásként meg kellett fizetnie a Credigen részére,
- a Media Markt nem volt jogosult jutaléokra az értékesített hitelek után.

11. A vizsgálattal érintett, IH30H kódszámú konstrukció esetén annak Hirdetménye az alábbiakat tartalmazta:

<i>Kölcsön célja:</i>	<i>Tartós fogyasztási cikkek eladása magán személyek részére</i>
<i>Konstrukció kód:</i>	<i>IH30H</i>
<i>Konstrukció neve:</i>	<i>INGYEN HITEL 30 HÓNAP</i>
<i>Érvényes:</i>	<i>2009. június 6. – 2009. június 14.</i>
<i>Hitel összege:</i>	<i>Minimum 15 000 Ft, maximum 2 000 000 Ft.</i>
<i>Futamidő:</i>	<i>30 hónap.</i>
<i>Önrész:</i>	<i>Minimum 0%, de maximum a termék vételárának 80 %-a.</i>
<i>Hitelkamat:</i>	<i>0%</i>
<i>Kezelési költség:</i>	<i>0%</i>
	<i><u>tőke x kamatláb x napok száma</u></i>
<i>Kamatszámítás módja:</i>	<i>36000</i>
<i>Első törlesztő részlet fizetése:</i>	<i>A hitelgény elfogadása esetén a visszaigazoló levélben szereplő napon (munkaszüneti napok függvényében átlag 30 nap).</i>
<i>Havi törlesztő részlet összege:</i>	<i>Minimum 500 Ft, maximum 66 667 Ft.</i>
<i>Teljes hiteldíj mutató:</i>	<i>A teljes hiteldíj mutató mértéke a Credigen Bank Zrt. által nyújtott kölcsön összege, a hitelkamat, a kezelési költség és a hitel futamidejének függvényében 0%. A referencia THM értéke 0% (1 000 000 Ft, 30 hó).</i>

A hitel jóváhagyása az alább felsorolt feltételek és dokumentumok alapján a helyszínen elvégzett értékelés után történik. Az Ügyfél kérésére az előzetes hitelértékelést kollégáink elvégzik. A hitelgényléshez az Ügyfél minősítésétől függően Adóstárs szükséges/lehetséges. Az Ügyfél és Adóstárs személyére vonatkozó általános elvárások:

- Magyarországi állandó lakóhely
- Legalább 18 éves kor
- Állandó munkahely, vagy rendszeres jövedelem
- Telefonos elérhetőség (otthoni vezetékes vagy előfizetéses mobiltelefon vagy kártyás mobiltelefon”

A hitelgényléshez az Ügyfélés az Adóstárs a következő dokumentumokat hozza magával:

- érvényes személyi igazolvány, lakcímkártya, adókártya
- 1 hónapnál nem régebbi, legalább 3 hónapos munkaviszonyt igazoló munkáltatói igazolás, nyugdíjasok esetén a nyugdíj törzslap és az utolsó havi nyugdíjszelvény
- legutóbbi részletes telefonszámla vagy előző havi közüzemi számla
- egyéb rendszeres jövedelem igazolására szolgáló dokumentum, vagy az APEH által kiadott előző évi jövedelemigazolás
- 400.000 Ft hitelösszeg felett utolsó havi bankszámla kivonat

A vásárlást igazoló száma másolatát kötelező a dossziéba beletenni.

<i>Készpénzátutalás díja (postai csekk):</i>	<i>66 Ft + a befizetett összeg 0,36%-a</i>
<i>Hitelfedezeti biztosítás díja:</i>	<i>Havi 0,51%, az eredeti hitelösszeg arányában, biztosítottanként</i>
<i>Szerződésmódosítási díj:</i>	<i>Az eredeti hitelösszeg 3%-a, de min. 7.000 Ft</i>
<i>Késedelmi kamat:</i>	<i>A lejárt tőke és kamattartozás után, ügyleti kamat + évi 6%</i>
<i>Beszedés díja:</i>	<i>200 Ft</i>
<i>Csekknyomtatási díj:</i>	<i>500 Ft</i>
<i>Felszólítási díj:</i>	<i>500 Ft</i>
<i>Felmondási díj:</i>	<i>5 000 Ft</i>
<i>Fizetési mód változtatási díj:</i>	<i>Az eredeti hitelösszeg 3%-a</i>
<i>KHR-értesítési díj:</i>	<i>1 000 Ft</i>
<i>Személyes megkeresés díja:</i>	<i>Változó (a követelés érvényesítése során felmerült költségek)</i>
<i>Behajtási díj:</i>	<i>1 600 Ft</i>
<i>Behajtó cég díja:</i>	<i>Változó (a követelés érvényesítése során felmerült költségek)</i>
<i>Jogi eljárási díj:</i>	<i>Változó (a követelés érvényesítése során felmerült költségek)</i>

További információ a helyszínen vagy a következő telefonszámon kérhető: 4.....

12. A Credigen és az AHICO Biztosító Zrt. csoportos hitelfedezeti biztosítási keretszerződést kötöttek. A keretszerződés, illetve a hitelfedezeti biztosítás szolgáltatásról szóló, a biztosítási ágazati szabályok alapján alkalmazott tájékoztató értelmében

- a Credigen ügyfelei minősülnek biztosítottaknak, azzal, hogy
- a szolgáltatást minden 18 és 70 év közötti természetes személy veheti igénybe, amennyiben a finanszírozó által nyújtott kölcsön lejáratakor nem lesz idősebb, mint 70 éves; az aláíráskor és a megelőző két (2) évben nem volt harminc (30) egymást követő vagy több napon át betegség vagy baleset következtében munkaképtelen; az elmúlt két évben nem állt több mint tíz (10) egymást követő napon át kórházi kezelés alatt; ugyanezen időszakban nem kezelték szív-és érrendszeri, illetve rosszindulatú daganatos megbetegedés, vagy vese, máj, agy, tüdő egyéb rendellenességei miatt; a szerződés aláírásakor nem áll baleset következtében szükségessé vált fizioterápiás kezelés alatt, és nem részesül rokkantsági járandóságban. Amennyiben a felsoroltak bármelyike a 70. életévét be nem töltött személy esetében nem teljesül, abban az esetben a biztosító kockázatviselése kizárólag balesetből származó káresetek következményeire érvényes,
- a biztosítási szerződés fogyasztóra történő kiterjesztése a szerződéses nyomtatvány aláírásával megy végbe. A megállapodást az igénylőnek kézjegyével kell ellátnia, s ezzel a kölcsönfelvevő csatlakozik a Credigen csoportos hitelfedezeti biztosításához. Amennyiben a kölcsönfelvevő úgy nyilatkozik, hogy a hitelfedezeti biztosítást nem kéri, a szolgáltatás nem jár,
- a szolgáltatás díját a Credigen fizeti a kölcsönvevő nevében, helyette a kölcsön összege után járó biztosítási díjat átutalja a biztosító részére, amelyet a kölcsönvevő havonta az esedékes törlesztő részlettel együtt fizet meg a Credigen részére,
- a szolgáltatás összege a kölcsönfelvevő tartozása a Credigen felé,
- a biztosító két esetben nyújt szolgáltatást a biztosított (annak kedvezményezettjei) részére:
 - ha a biztosított betegségből vagy balesetből származó maradandó teljes rokkantság következtében képtelenné válik bármely olyan foglalkozásnak vagy munkának a gyakorlására, amelyért fizetést vagy nyereséget realizálhat, feltéve, hogy ezen rokkantság az utolsó tizenkét (12) egymást követő hónapban folyamatosan fennállott és ezen időszak végén is maradandó volt, úgy a biztosító a maradandó teljes rokkantság esetére szóló biztosítási összeget téríti (a maradandó teljes rokkantság megállapításának időpontjában áruhitel és személyi kölcsön esetén az eredeti törlesztésütemezés szerint hátralévő összes törlesztőrészlet, beleértve a legfeljebb háromhavi elmaradt törlesztőrészleteket és azok kamatait). Ha a teljes és maradandó rokkantság bekövetkezésekor a biztosított már betöltötte a 65. életévét, a biztosító csak a balesetből származó

károsodásokat téríti, a betegségből származó rokkantság bekövetkezése esetén szolgáltatást nem teljesít,

- ha a biztosított a biztosítás tartama alatt meghal, a biztosító a kedvezményezett részére kifizeti a szerződésben meghatározott haláleseti biztosítási összeget (a káresemény bekövetkezésének időpontjában az eredeti törlesztésütemezés szerint hátralévő összes törlesztőrészlet összege, azok kamatait, beleértve a legfeljebb háromhavi elmaradt törlesztőrészleteket és azok kamatait).

Az eljárás alá vontak adatszolgáltatásából ismert, hogy az akció keretében IH30H konstrukció kód alatt megkötött szerződések hány százalékához kapcsolódott hitelfedezeti biztosítás, s hány százalékához nem (Vj-112-013/2009., Vj-112-037/2009.).

13. Az akció kapcsán alkalmazott szerződéses dokumentumok a hitelfedezeti biztosítás vonatkozásában az alábbiakat tartalmazták:

- a Hirdetményben a hitel opcionális díjai között szerepelt a hitelfedezeti biztosítás díja is („Hitelfedezeti biztosítás díja: Havi 0,51%, az eredeti hitelösszeg arányában, biztosítottanként”),
- a kölcsönigénylési nyomtatvány szerint a hitelfedezeti biztosítás megkötése eredetileg opcionális jellegű [„A csoportos hitelfedezeti biztosítás feltételeit megismertem, tudomásul vettem, és igénybe veszem:...” (a fogyasztó nemleges nyilatkozatot is tehetett)],
- az áruhitel szerződésben külön megjelenik, hogy a hitelfedezeti biztosítás megkötése opcionális jellegű, azzal, hogy adott esetben feltüntetésre került a hitelfedezeti biztosítás aktuális díja (a hitelösszeg 0,51%-a),
- a fogyasztási kölcsönszerződésnek a kölcsönigénylési nyomtatvány és az áruhitel szerződés hátoldalán elhelyezett általános feltételei szerint
 - meghatározott részletezett díjak, költségek a hiteldíjba nem számítandók be, azokat a kötelezett a szerződéskötéskori induló hiteldíjon felül köteles megfizetni a Hitelezőnek,
 - a hitelfedezeti biztosításra vonatkozó rendelkezések csak azokra az Adósokra vonatkoznak, akik a kölcsönigényléssel egyidejűleg hitelfedezeti biztosítást is igényeltek. Részletes feltételeit a Hitelező Általános Szerződési Feltételei, valamint a szerződéshez kapcsolódó Hitelfedezeti Tájékoztató tartalmazzák.

A fenti dokumentumok elérhetőek voltak a hitelügyintézői pultnál.

14. A 2009. június 6. és 14. közötti akció számos kereskedelmi kommunikáció útján került népszerűsítésre:

- a www.mediamarkt.hu honlap főoldalán 2009. június 5. és 14. között bannert helyeztek el,
- nyomtatott sajtóban megjelent reklám: 2009. június 5. és 12. között a következő napilapokban, illetve heti és kétheti lapokban jelent meg a reklám: Blikk (Budapest), Hajdú-Bihari Napló (Debrecen), Délmagyarország (Szeged), Fejér Megyei Hírlap (Székesfehérvár), Észak-Magyarország (Miskolc), Új Dunántúli Napló (Pécs), Új Néplap (Szolnok), Vas Népe (Szombathely), 24 óra (Tatabánya), Békés Megyei Hírlap (Békéscsaba), Kelet-Magyarország (Nyíregyháza), Zalai Hírlap (Zalaegerszeg), Tolnai Népújság (Pécs), Tipp (Debrecen), Tipp (Miskolc),
- óriásplakát: 2009. június 1. és 15. között 980 darab óriásplakát került elhelyezésre Békéscsabán, Budapesten, Debrecenben, Miskolcon, Nyíregyházán, Pécsen, Szegeden, Székesfehérváron, Szolnokon, Szombathelyen, Tatabányán és Zalaegerszegen,

- citylight plakát: 2009. június 1. és 15. között 356 darab citylight plakát került elhelyezésre Békéscsabán, Budapesten, Debrecenben, Miskolcon, Nyíregyházán, Pécsen, Szegeden, Székesfehérváron, Szolnokon, Szombathelyen, Tatabányán és Zalaegerszezen,
- kirakati plakát: 2009. június 1. és 14. között közelebbről nem ismert példányszámban plakát került elhelyezésre a Media Markt áruházak kirakatába, oly módon, hogy az az áruházakon kívül volt észlelhető,
- A/1-es plakát: 2009. június 1. és 14. között közelebbről nem ismert példányszámban plakát került elhelyezésre a Media Markt áruházakban beltéri kereskedelmi kommunikációként,
- Hírlevél e-mail: az eljárás alá vont 2009. június 4-én üzleti titoknak minősülő számú fogyasztónak e-mail útján Hírlevelet küldött meg,
- a fogyasztók az áruházak bejáratánál, az info pultnál és az áruházi osztályokon is találkozhattak a nyomtatott sajtóban megjelent hirdetés szövegével PDF formátumban, valamint ez a tájékoztatás egyes esetekben a termékeken is elhelyezésre került,
- rádióreklám, amely az alábbi rádiócsatornákon került sugárzásra:

Város	Sugárzási időszak	Rádió állomás	Sugárzás naponta
Budapest	június 9-11.	Juventus, Sztár FM	7
Debrecen	június 3-5.	FM95	7
Szeged	június 9-10.	Rádió 88	7
Székesfehérvár	június 3-5.	Fehérvár Rádió	7
Miskolc	június 4-6., 10-12.	Rádió GaGa	7
Pécs	június 5-6., 9-10.	Rádió 1	7
Szolnok	június 4-6., 11-13.	Aktív Rádió	7
Szombathely	június 4-6., 11-13.	Szombathelyi Rádió	7
Tatabánya	június 3-5., 10-12.	Kék Duna Rádió	7
Békéscsaba	június 3-5., 10-12.	Csaba Rádió, Juventus Rádió, Rádió 1	7
Nyíregyháza	június 5-14.	Sunshine Rádió	4
országos	július 5-6., 9-10., 12-13.	Sláger Rádió	10

15. A rádióreklám kivételével a kommunikációs eszközök (adott esetben egyéb, pl. konkrét termékekre vonatkozó információk mellett) a következő közléseket tartalmazták [a kereskedelmi kommunikációkat részletesen a vizsgálati jelentés (Vj-112-047/2009.) III. számú melléklete ismerteti]:
hangsúlyosan

0% THM 0% THM 0% THM 0% THM
Csak június 6-14-ig! 30 hónapos futamidő
0% THM minden termékre
0% kezelési költség
0% kamat
0% önerő 500.000 Ft-ig

[Credigen Bank logója] (Crédit Agricole Consumer Finance csoport tagja)
[Media Markt logója] (Mert hülye azért nem vagyok.)

apróbb betűkkel

A Credigen bank a hitelbírálat jogát fenntartja. Ez a hirdetés a bank részéről nem minősül nyilvános tájékoztatónak és ajánlattételnek. A hitelről részletes tájékoztatást az üzletben elhelyezett hirdetések adnak. 500.000 Ft-ig 0% önerővel igényelhető, 500.000 Ft felett 20%

önerő befizetése szükséges. Hitelösszeg: 15.000 – 2.000.000 Ft, futamidő: 30 hónap, kamat:0%, kezelési költség: 0%. A 41/1997. (III.25.) Korm. rendelet szerint a referencia THM értéke: 0% (500.000 és 1.000.000 Ft, 30 hónap). Az ajánlat az ország valamennyi Media Markt áruházában, 2009.06.06-tól 2009.06.14-ig érvényes. A törlesztőrészletek átutalásos és csoportos beszedési megbízással történő fizetési módok esetében érvényesek. Egy banki ügyfél egy fajta termékből jelen akció keretein belül csak egyet vásárolhat.

16. A rádióreklámban az alábbiak hangoztak el:

1. Férfi: *30 hónapig spórolni? 30 hónapon át kuporgatni? 30 hónapon keresztül megtakarítani? Majd hülye lennék! (effekt) Spórolja meg a spórolást a Media Markt-ban, hiszen most ingyen hitellel és 30 hónapos futamidővel vásárolhat az összes Media Markt-ban. Persze az ingyen hitel sem tart örökké kizárólag június 6. és 14. között. Jól hallotta: ingyen hitel, két és fél évre, nyolc napon át!*
2. Férfi: *Media Markt, mert hülye azért nem vagyok!*
3. Férfi: *A tájékoztatás nem teljes körű, az ingyen hitel átutalásos és csoportos beszedési megbízással történő fizetési módok esetében érvényes. A hitel nyújtója a Credigen Bank Zrt.*

17. Az akciót népszerűsítő kommunikációs eszközöket a Media Markt és a Credigen – a 2008. szeptember 30-án létrejött megállapodás rendelkezéseivel („a Credigen és az Eladó közös reklámban való együttműködését a Felek egyeztetése és közös jóváhagyása előzi meg”) összhangban – közösen dolgozta ki (Vj-112-009/2009.):

- a „jogi” szöveg megfogalmazását, azaz a konstrukció leírását és minden, jogi szempontból figyelembe veendő információt a Credigen készítette el,
- a Media Markt megkérte a Credigen-t, küldje meg a hitelfeltételeket, illetve a kereskedelmi kommunikációban megjelenítendő tartalmi elemeket,
- ezt követően (folyamatos egyeztetés mellett) megtörtént a kereskedelmi kommunikációk marketing szempontú kidolgozása,
- a marketing anyagot a Credigen jóváhagyását követően a Media Markt gyártatta le és juttatta el a reklámszolgáltatókhoz.

18. Soós Gábornak, a Credigen áruhitelvezési igazgatójának (nem a jelen eljárás során tett) nyilatkozata szerint a Media Markt-tal közösen végrehajtott akció sikeres volt (<http://www.klikkbank.hu/bankihirek/20090616-az-aruhitel-felvetele-gyors-es-egyszeru-de-nem-mindegy-hogy.html>).

III.

Az eljárás alá vontak előadása

19. A Media Markt előadta,

- a vizsgált kampánya során nem tévesztette meg a fogyasztókat, eleget tett a szakmai gondosság követelményeinek, és a fogyasztók a kampány során birtokába jutottak minden olyan információnak, amely alapján megalapozott döntést hozhattak,
- reklámjai nem ütköztek az Fttv. mellékletének 20. pontjába, ugyanis a hitel valóban ingyenesen volt elérhető. Az, hogy a hitelfelvételt a hitelbíráló eredményeképpen további feltételek teljesítéséhez (pl. biztosítási szerződés megkötéséhez) kapcsolta a bank, nem tekinthető a hitel díjának. A biztosítás megkötése, mint a hitelfelvétel előfeltétele a kereskedelmi gyakorlatban történő részvétel feltétele, és mint ilyen, az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján megengedett költség, így az ingyenességet nem befolyásolja,

- a reklámok nem tartalmaztak valótlan állításokat. A hitelért, mint önálló pénzügyi szolgáltatásért a fogyasztóknak semmilyen díjat, költséget, kamatot, jutalékot stb. nem kellett fizetniük. Az, hogy a hitelbírálat eredményeképp a bank feltételül szabhatta bizonyos összeg megfizetését, a fentieket nem befolyásolja, ugyanis ha a 0% THM konstrukcióban bármilyen összeg megfizetése szükségessé vált, az nem a hitel díja, hanem az igénybevétel, azaz „a kereskedelmi gyakorlatban történő részvétel” feltétele volt. A Hirdetmény nem tartalmazott olyan hivatkozást, amely értelmében a biztosítás díja a „hitel opcionális díjaként” szerepelt. A biztosítási díj nem a hitel mint a Hpt. szerinti pénzügyi szolgáltatás, hanem egy teljesen más, még csak nem is a Hpt. hatálya alá tartozó önálló szolgáltatás díja, és ezen szolgáltatás igénybe vétele lehetett előfeltétele a hitelfelvételnek,
- azon kérdés vonatkozásában, hogy mi a hitel díja, nem a jogszabályban rögzítetteket kell egyszerűen figyelembe venni, hanem azt is, hogy a fogyasztó tudatában mi alakult ki erről. Az adóstárs megkövetelésének, a biztosítás vagy az önrészesedés előírásának lehetőségével a fogyasztók tisztában vannak. Mindezek előfeltételét jelentik a hitel nyújtásának,
- nem lehet elvonatkoztatni az igénybe vett szolgáltatás jellegétől. A hitelintézeteknek jogszabályi kötelezettsége a kockázatelemzés, melynek eredményeképp a hitelintézet dönt arról, hogy az adott fogyasztó igénybe veheti-e a szolgáltatást, azaz részt vehet-e a kereskedelmi gyakorlatban. Ez értelemszerűen nem vethető össze más, birtokba vehető dolgok megvásárlásánál vagy megrendelésénél alkalmazott „kereskedelmi gyakorlatban történő részvételre” vonatkozó konstrukciókkal, azaz a szolgáltatás jellegétől kell függővé tenni, hogy mi tekinthető a részvétel feltételének,
- egy ésszerűen tájékozott fogyasztó számára is nyilvánvaló, hogy a hitel nyújtása jövedelmi és vagyoni viszonyokhoz igazodik, ami magában hordozza, hogy a hitelek nem mindenki számára elérhetők azonos feltételekkel, s a hitel igénybevételének része a hitelbírálat. Ebből levonható az a következtetés is, hogy egy ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó tisztában van azzal, hogy a hitelbírálat eredményeképp a hitel felvételét további feltételektől teheti függővé a hitelintézet, mely feltételek között szerepelhet adóstárs bevonása, de ugyanúgy más szolgáltatás (hitelbiztosítás) igénybe vétele, vagy bizonyos összegű önrész megfizetése is,
- egy ésszerűen tájékozott fogyasztó még az ingyen hitel, illetve a 0% THM meghirdetése esetén sem jut arra a következtetésre, hogy a bank az általános gyakorlattól eltérően, ha a hitelbírálata nem megfelelő, rögtön elutasítja a kérelmét és nem ad lehetőséget arra, hogy plusz feltételek teljesítése esetén igénybe vehesse a fogyasztó a bank pénzügyi szolgáltatását. A fogyasztók általában tisztában vannak azzal, hogy ha nem kedvező a hitelbírálat eredménye, a hitelfelvételhez a bank valamilyen anyagi biztosíték nyújtását követeli meg, függetlenül attól, hogy ez az anyagi biztosíték másnál felmerülő esetleges költségeket (adóstárs), vagy a hitelfelvevőnél felmerülő fizetési kötelezettséget jelent,
- ha a bank a nem megfelelő hitelbírálat eredményeképp nem tenné lehetővé a fent említett plusz feltételek teljesítése esetén a hitel nyújtását, hanem egyből elutasítaná a fogyasztó kérelmét, az nyilvánvalóan hátrányosabban érintené a fogyasztókat, mint plusz feltételek teljesítése esetén a hitel nyújtása. A Versenytanács logikája szerint a közzétett kereskedelmi kommunikáció függvényében a bank akkor járt volna el helyesen, ha minden olyan fogyasztó hitelkérelmét elutasítja, aki csak bizonyos plusz feltételek mellett juthatott hitelhez – ez pedig nyilvánvalóan nem szolgálja a fogyasztók érdekeit,
- a Media Markt-nak nincs ráhatása arra, hogy a bank milyen előzetes feltételektől teszi függővé a hitel nyújtását. Tekintettel arra, hogy a biztosítás értékesítésére a biztosítóval kötött megállapodás alapján a Credigen volt jogosult, a Media Markt nem

értékesíthette a biztosítást, mivel nem ügynöke a biztosítónak, így a Media Markt e tekintetben nem marasztalható,

- nem helytálló az a megállapítás, amely szerint „egy ingyen hitelre tett ígéret a hitelképességi vizsgálatra történő hivatkozással teljesen kiüresíthető lenne.” A magatartás jogi értékelése során nem lehet elvonatkoztatni a vizsgálatban feltárt tényektől, azaz attól, hogy a kihelyezett hiteleknek mindössze egy kisebb része esetében volt szükség a biztosítási szerződés megkötésére. Ez nyilvánvalóan nem jelentheti az „ingyen hitel kiüresítését”,
- a rádióreklám esetén hangsúlyozta,
 - csak korlátozott lehetőségeket biztosít a reklámozott termékekkel kapcsolatos információk közlésére, amely az Fttv. 7. §-a körében figyelembe veendő, illetve a törvény miniszteri indokolása kifejezetten rendelkezik a rádiós kommunikációról, amely kapcsán megállapítja, hogy „nem várható el a vállalkozástól, hogy egy szűkebb ’átesztőképességgel’ rendelkező tájékoztatáskor feltüntessenek minden tájékoztatási elemet,”
 - nem elvárható, hogy a hitelbírálati feltételek teljes egészében közlésre kerüljenek, tekintve, hogy a hitelnyújtás feltételei személyre szabottan mások lehetnek, figyelembe véve az igénylő személyi és vagyoni viszonyait,
 - a reklám korlátozott volta miatt a hitel felvételével kapcsolatban azok a legfontosabb feltételek kerültek megjelölésre, amelyek minden fogyasztót érintettek és minden hitelfelvétel esetében érvényesek voltak,
 - a reklám nem tartalmazott valótlan állításokat, megjelenítésre kerültek mindazon szükséges információk, amelyek alapján a fogyasztó megalapozott döntést hozhatott,
 - az ingyenességgel kapcsolatban hirdetése megfelel a valóságnak, ugyanis a felvett hitel után a fogyasztónak semmilyen díjat, költséget, kamatot, járulékot stb. nem kellett fizetnie, azaz a hitel valóban ingyen volt,
 - azon tény, hogy a hitelbírálat eredményeképp a Credigen feltételül szabhatta bizonyos összegű önrész megfizetését, az ingyenességet nem befolyásolja, ugyanis a fizetendő önrész nem a hitel díja, hanem az igénybevétel feltétele,
 - a reklám a hitel ingyenessége mellett soha nem állította, hogy a hitel feltétel nélküli és mindenki számára elérhető, s az ingyenességet nem is lehet így értelmezni,
 - a reklám kifejezetten felhívta a figyelmet a tájékoztatás nem teljes körű voltára, azaz arra, hogy a reklámban meg nem jelenített további feltételektől függhet a hitel nyújtása,
 - az Fttv. 4. §-ából kifolyólag egy ésszerűen tájékozott fogyasztó számára nyilvánvaló, hogy valaki a hitelbírálat eredményeképpen nem, vagy további feltételek teljesítése esetén kaphat hitelt, figyelembe véve azt a körülményt, hogy az elmúlt egy évben a gazdasági világválság hatására e téren nőtt az átlagemberek tájékozottsága, hiszen a híradásokból folyamatosan arról hallani, hogy a bankok a válság hatására szigorúbb feltételek mellett hiteleznek. Egy ésszerűen tájékozott fogyasztó számára nyilvánvaló, hogy a hitel nyújtása jövedelmi és vagyoni viszonyokhoz kötődik, ami magában hordozza, hogy a hitelek nem mindenki számára elérhetőek. A hirdetés pedig nem állította, hogy a hitel mindenki számára elérhető,
 - a reklámban mind a Media Markt, mind a hitel nyújtója, a Credigen megjelenítésre került, a fogyasztóknak lehetőségük volt a Media Markt honlapján vagy telefonon az ügyfélszolgálaton érdeklődni, ahonnan a hitelügyintézőkhöz kapcsolták a vásárlót. Emellett lehetőség volt közvetlenül a Credigen-hez fordulni a hitelfeltételekkel kapcsolatos kérdésekkel,

- a nyomtatott reklámok kapcsán kiemelendő,
 - a nyomtatott anyagokban foglaltak minden tekintetben megfelelnek a valóságnak, figyelembe véve, hogy a hitel valóban 0% THM, 0% kezelési költség és kamat felszámítása mellett volt elérhető. Az ingyenesség ígérete ezekben egyáltalán nem jelent meg, s a valóságnak megfelelően feltüntetett hiteldíjak (melyek számítására jogszabályi rendelkezéseknek megfelelően került sor) nem értelmezhetők az ingyenesség hirdetésének, még abban az esetben sem, ha a 0% többször szerepel a reklámban,
 - a betéti kamat az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló 41/1997. (III. 5.) Korm. rendelet határozza meg a THM számítási módját, így azt is, hogy milyen költségek vehetők figyelembe a hitel díjának számításánál, és ezt milyen módon kell közzétenni. Ez alapján a valóságnak megfelelően állították az eljárás alá vontak a reklámban, hogy a hitel 0% THM mellett vehető fel, és ugyancsak megfelel a valóságnak, hogy mind a kamat, mind a kezelési költség 0%. Megjegyzendő, hogy a nyomtatott reklámokban a 0% kezelési költség és kamat mellett azonos betűmérettel az is szerepelt, hogy a 0% önerő csak 500.000 Ft. hitelösszegig érvényes, amelyből egyértelmű, hogy efelett önerő befizetése válik szükségessé, tehát nem igaz annak állítása, hogy a reklám azt üzenté a fogyasztók számára, hogy „semmilyen költséggel sem kell számolniuk”,
 - külön jogszabály kötelező tartalmi elemek előírásával szabályozza a pénzügyi szolgáltatások hirdetése tárgyában a THM számításának szabályait, illetőleg a közzétételre vonatkozó egyéb kötelezettségeket. Így egy ilyen hirdetés megjelenésénél a hirdetőnek a rendelet kötelező megjelenítésre vonatkozó tartalmi előírásainak kell eleget tennie,
 - nem fogadható el, hogy ha egy reklámozó eleget tesz az Fttv.-nél speciálisabb, nemcsak tiltó, hanem kifejezett tartalmi elemeket előíró jogszabály rendelkezéseinek, s a valóságnak és a jogi előírásoknak megfelelően tünteti fel reklámjában a hitel díját, a jogalkalmazó széleskörű és indokolatlan kiterjesztő értelmezésével egy, a pénzügyi szolgáltatások reklámozására vonatkozó speciális jogszabálynak megfelelő reklámot az Fttv. generális szabályaira alapozva jogellenessé nyilvánítson. Ellentétes mind az idézett jogszálllyal, mind az általános jogelvekkel, hogy az egyébként valóban 0% THM-mel, 0% kezelési költséggel, 0% kamattal felvehető hitelek vonatkozásában azt állapítja meg a Versenytanács, hogy ez azonos az ingyenesség ígéretével, ugyanis maga a THM rendelet sem rendelkezik úgy, hogy ha a hitel THM 0%, az azt jelenti, hogy további fizetési kötelezettségek nem terhelik a hitelfeltevőt, ettől függetlenül a jogalkotó a THM feltüntetését írja elő kötelező jelleggel, mint megfelelő tájékoztatás,
 - a nyomtatott reklámok tehát azért sem ütköznek az Fttv. mellékletének 20. pontjába, mert jogszabályban meghatározott számítási módok szerinti tényszerű információkat közöltek, s az ingyenesség ígérete fel sem merült, a nyomtatott reklámokban nem szerepelt az „ingyen”, „díjtalan” vagy „térítésmentes” kifejezés, és bizonyos mutatók 0%-ként történő feltüntetése a valóságnak megfelelően történt,
- a nyomtatott reklámok esetében nagy hangsúlyt fektetett arra, hogy a részletesebb írásbeli tájékoztatás is könnyen elérhető legyen a fogyasztók számára, s lehetőleg el is jusson a fogyasztói körhöz,
- óriásplakátokkal is megtámogatták a reklámot, így a nyomtatott reklámok valamennyi lényeges feltételt tartalmaztak, és ugyanolyan, ha nem szélesebb körét érték el a fogyasztókat, mint a rádióreklám,

- internetes honlapján a megnyitást követően azonnal a tájékoztatást tartalmazó anyagok jelentek meg, így a fogyasztó még az üzletbe történő látogatása előtt teljes körűen informálódhatott a hitelfelvétel feltételeiről,
- a vásárlók a bejáratnál, az info pultnál és az áruházi osztályokon is találkozhattak a megfelelő tájékoztatást megadó dokumentumokkal, valamint egyes esetekben ezek a termékeken is elhelyezésre kerültek. Emellett további tájékoztató anyagok voltak kihelyezve az áruházi osztályokon és az információs pulton, valamint a hitelügyintézői pultnál,
- az osztályokon a Media Markt eladói tájékoztatták a vásárlókat, hogy a hitelfelvételhez milyen dokumentumok, igazolások lehetnek szükségesek, illetve arról, hogy bővebb felvilágosítást a hitelügyintézőktől kaphatnak,
- a kampány rövid ideig tartott,
- a 18. pontban ismertetett nyilatkozatnak nincs befolyása a felelősség megállapítására, ez egyfelől a Media Markt-tal nem egyeztetett nyilatkozatokat tartalmazott, másfelől az újságcikk valóságtartalma nem igazolható, nem ellenőrzött tényeken alapul, csupán a nyilatkozó személy szubjektív álláspontját tükrözi,
- 2000 óta értékesíti termékeit áruhitellel, és ellene az áruhitelzés nem megfelelő hirdetése miatt soha korábban nem indult eljárás, illetve a 2008-ban ellene indult eljárásban az eredeti állapot helyreállítása érdekében a termékek visszavásárlását is vállalta,
- mindig törekedett arra, hogy megfelelő és széleskörű tájékoztatással lássa el a fogyasztókat úgy, hogy a fogyasztók megalapozott döntést tudjanak hozni egyes termékek megvásárlása esetén. Mindig igyekezett a fogyasztói panaszokat a lehető leghatékonyabban, a fogyasztók megalapozott döntésére kezelni,
- miután a jelen vizsgálattal felmerült, hogy esetlegesen csorbulhat a fogyasztók lehetősége a hiteltermékek tárgyilagos megítélése kapcsán, a Media Markt és a hitelnyújtója, a Credigen újratárgyalta a közöttük fennálló szerződéses feltételeket, különös figyelmet fordítva a reklámanyagok gyártására, ellenőrzésére, illetőleg a reklámanyag tartalmára vonatkozó egyes felelősségi körökre. A hiteltermékekre vonatkozó állításokat a szolgáltatás feltételeit részleteiben ismerő Credigen-nek kell minden esetben a jogszabályoknak megfelelően és a hitel lényeges feltételeit feltüntetve összeállítani, tekintettel arra, hogy e téren ő rendelkezik megfelelő szakismeretekkel. Ennek eredményeképpen a vizsgálat megindítása után megjelenő hirdetésekben fokozott figyelmet fordítottak a hitel feltételeinek megjelenítésére, ideértve a lehetséges előfeltételek megjelenítését is.

20. A Credigen előadta,

- elismeri annak tényét, hogy a rádióreklámokban szerepeltetett „ingyen hitel” kifejezés elhangzott, azonban nem mellőzhető, hogy a többi kommunikációs kiadványban (szórólapok, egyéb nyomtatott média-megjelenések) a 0 % THM kifejezés szerepelt, s az akkor hatályos jogszabályok értelmében a THM-nek a hitelfedezeti biztosítás (tekintettel annak opcionális jellegére) nem volt része,
- a fogyasztói döntésének tisztességtelen befolyásolását egy kifejezetten és elismerten figyelemfelkeltés célját szolgáló rövid rádióreklám nem tudja kiváltani, minden érdeklődő ügyfél a partnerkapcsolat későbbi szakaszában megfelelő és tisztességes tájékoztatást kapott arról, hogy az akció keretein belül, pontosan milyen feltételekkel juthat kedvezményes hitelhez,
- a jogszerű és jogkövető magatartásának és együttműködési szándékának jeleként közvetlenül a Gazdasági Versenyhivatal vizsgálatának megindítását követően a vizsgálni rendelt „ingyenhitel” kifejezés használatát kifejezetten megtiltotta kampányaiban, s ehhez azóta is szigorúan ragaszkodik,

- valamennyi kommunikációban megjelenítésre került, hogy a bank a hitelbírálat jogát fenntartja, illetve (a reklámok figyelemfelkeltő jellegére tekintettel) minimálisan annyi, hogy a tájékoztatás nem teljes körű,
- az átlagfogyasztó pénzügyi alapismereteinek, elsősorban a különféle felügyeleti szervek szakszerű és lényegi kommunikációs tevékenységének is köszönhetően a fogyasztók körében ismert, hogy minden egyes bank hitelezési tevékenységét az ügyfél hitelképességének megvizsgálása alapján végzi. Ebből az alaptételből következik, hogy a hitelminősítés jogát minden bank fenntartja, vagyis a vizsgált magatartás tisztességtelen piaci jellegét az eredményezte volna, ha a Credigen a meghirdetett ingyenes, illetve 0% THM megjelölésű hitelt csak azzal a feltétellel nyújtotta volna a fogyasztók részére, ha egyéb addicionális költséggel járó szolgáltatások igénybevételére kötelezi őket. Azonban jelen esetben erről nem volt szó, az akcióban a sikeres hitelbírálatot követően az ügyfél megkapta a kért 0% THM hitelt, és szabadon dönthetett arról, hogy a hitelfedezeti biztosítást igénybe veszi-e vagy sem,
- nem vitatja, voltak olyan ügyfelek akik a hitelbírálat során nem minősültek hitelképesnek, azonban ezen tény ismeretében önként, opcionális jelleggel vállalták azt, hogy immáron nem költségmentesen, de továbbra is 0% THM mellett vállalják hitelfedezeti biztosítás megkötését az ismert költségvonzat felvállalása mellett, azért, hogy ezzel hitelminősítésüket javítva (a Credigen fedezeti kockázatát csökkentve) kedvezményes hitelhez juthassanak,
- a fedezet nélkül nyújtott fogyasztási kölcsönök esetében a hitelbírálat átlagos banki gyakorlathoz képest szigorúbb feltételek mentén történik, ezért egyes ügyfelek kérelmei jogszerűen kerültek elutasításra. Ebben a vonatkozásában elfogadható a Gazdasági Versenyhivatal azon álláspontja, miszerint nem minden ügyfél számára volt elérhető ingyenesen a hitel,
- a vizsgálat tárgyát képező piaci szegmensben elfogadott gyakorlat alapján a hitelminősítést ún. „scoring” automatikus hitelminősítő rendszer alkalmazásával végzi. Az automatikus hitelbírálati rendszer által elutasított ügyfeleket tájékoztatta arról, hogy a hitelbírálat negatív eredménnyel zárult. Az ingyen hitel elérhetőségének korlátozása kizárólag a banki hitelbírálaton alapuló negatív minősítés eredményeképpen következhetett be,
- az ún. „scoring” automatikus hitelminősítő, komplex pontozásos rendszer eredményeként születik meg a döntés, hogy az adott fogyasztó részére nyújtható-e hitel vagy sem, esetleg csak feltétellel. Ennek keretében nemcsak az ügyfél jövedelmét veszik figyelembe, hanem számos más szempontot is (pl. hogy mióta dolgozik az adott munkahelyen, milyen a családi állapota, hány gyermeke van, milyen terméket kíván megvásárolni). A hitelfedezeti biztosítási fedezetben való részesülés a fogyasztó helyzetét javítja az ún. „scoring” automatikus hitelminősítő rendszer kapcsán, azzal, hogy a jelen esetben egy fedezet nélkül nyújtott hitelről van szó, amelynél az egyetlen fedezetet tulajdonképpen az adós személye, illetőleg az ő „jövedelemtermelő képessége” jelenti, s ennek megfelelően van jelentősége a hitelfedezeti biztosításnak is,
- a kölcsönkérelem elutasítása összhangban állt a hitelintézetekkel szemben megfogalmazott felelős hitelezési gyakorlat követelményével, nevezetesen, hogy nemcsak a hitelek kihelyezésére kell törekedni, hanem a hitel sikeres visszafizetésének esélyét is megvizsgálva, az ügyfél által vállalható kockázatokat is mérlegelve kell a kölcsönkérelmeket elbírálni. A Credigen a kölcsönigénylő teherviselő képessége ismeretében – és fedezet bevonása nélkül nyújtott kölcsönök esetén kizárólag erre alapozva – hozza meg a döntését a felmerülő kockázatok körültekintő mérlegelésével,
- a hitelbírálati jogával élve, a felmerülő kockázatok körültekintő mérlegelésével lehetőséget látott arra, hogy az ügyfelek hitelképességének elősegítése és így

kockázatainak csökkentése céljából egyes ügyfeleinek felajánlja, hogy hitelfedezeti biztosítással nyújt kölcsönt számukra. Ez a lehetőség az ügyfelek számára hangsúlyozottan opcionális jellegű volt, erről az ügyfelek megfelelő tájékoztatást kaptak, és így az ügyfél a tájékoztatás birtokában hozta meg azon üzleti döntését, miszerint hitelfedezeti biztosítás igénybevétele mellett kíván, illetve nem kíván a Credigen-nel szerződéses kapcsolatot létesíteni,

- a hitelfedezeti biztosítás igénybevétele nem volt kötelező és kizárólag a negatív hitelbírálat eredményének közlését követően került felajánlásra az ügyfélnek, továbbá a hitelfedezeti biztosítás semmilyen körülmények között nem volt feltétele az ún. ingyen hitel pozitív elbírálásának,
- a vizsgálat megkezdődésétől és annak eredményétől függetlenül a későbbiekben, az esetleges félreértések megelőzése végett, jelenlegi gyakorlata alapján az ún. hirdetési jogi szövegben már kifejezetten szerepelteti, hogy a bank a hitelbírálat eredményétől függően jogosult nemcsak kezes és adóstárs, de hitelfedezeti biztosítás megkötését előírni (természetesen szigorúan az ügyfél választása szerint és a hitelígény fenntartása esetén. Érzékelve a Gazdasági Versenyhivatal oldaláról megfogalmazódó elvárásokat, a jelen eljárás lezárultától függetlenül törekedett gyakorlatát a megfogalmazódó követelményeknek megfelelően alakítani, adott esetben számára versenyhátrányt okozó intézkedést is hozva, hiszen van versenytársa, amely a mai napig használja az „ingyen hitel” kifejezést a reklámjaiban.

A Credigen kérte, az esetleges bírság körében a Versenytanács az eset összes körülményét, így különösen az enyhítő körülményeket (önkéntes, a vizsgálat eredményétől független marketing gyakorlat megváltoztatása, illetve még teljesebb körű ügyfélinformálás) figyelembe véve hozza meg döntését.

IV. Jogi háttér

21. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának

- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
- d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
- e) pontja rögzíti, hogy a kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,

h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A (4) bekezdés rögzíti, hogy az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján tisztességtelen 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.

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy 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. A (2) bekezdés szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

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

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

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tpvt. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

22. A Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

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

V.

A Versenytanács döntése

23. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.

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

25. Az eljárás alá vontak vizsgált kereskedelmi gyakorlatának értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

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

A reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztató folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínáljanak, s a fogyasztó - számára költségmegtakarítást eredményezően - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.

27. A különböző áruházak, üzletek közötti választás, illetőleg a valamely áru megvételére vonatkozó döntés meghozatalának folyamatában a fogyasztói döntés befolyásolására alkalmas az olyan tájékoztatás, amely szerint a fogyasztónak lehetősége van fogyasztási kölcsön, hitel igényvételére, ha vásárolni szeretne.

28. A Tptv. 2008. szeptember 1. előtt hatályos III. fejezetével kapcsolatban a bíróságok, illetve a Versenytanács által tett elvi jellegű megállapítások megfelelően alkalmazandók az Fttv. vonatkozásában is. A korábban lefolytatott eljárásokban meghozott versenytanácsi döntések felülvizsgálata során eljáró bíróságok ítéletek megállapításai közül kiemelendő, a Legfelsőbb Bíróság mint felülvizsgálati bíróság Vj-56/2006. számú ügyben hozott, Kfv.IV. 37.380/2008/7. számú ítéletében rámutatott,

- a vállalkozások pénzügyi szolgáltatásaik ismertetése során pontos, egyértelmű tájékoztatást adva kötelesek közrehozni a fogyasztói szándék kialakításában,
- a reklámoknak önmagukban – minden további információ megismerése nélkül – kell hitelesnek, igaznak és pontosnak kell lenniük. Ez nem teljes körű tájékoztatást jelent, de azt mindenképpen, hogy ne tartalmazzon valótlan, megtévesztő, hiányos információt,
- a fogyasztók megtévesztése bármilyen, a megtévesztésre objektíve alkalmas, a tájékoztatás részét képező magatartással (reklám) megvalósul,
- a jogsértés már a jogsértő tájékoztatás közreadásával megvalósul. A jogsértés megállapíthatósága szempontjából irreleváns, hogy a vállalkozás a jogsértő tájékoztatások mellett nem jogsértő tájékoztatásokat is közread,
- a tájékoztatás akkor is jogsértőnek minősül, ha utóbb mód van a teljes körű valós információk megismerésére. A reklámtevékenység vizsgálatakor a versenyjogi felelősség alóli mentesülésre nem alkalmas az a hivatkozás, hogy a fogyasztó a bankfiókban részletes tájékoztatást kaphat, ezzel ugyanis a fogyasztókat terhelné a reklám valóságtartalmának ellenőrzése. Egy ilyen vállalkozói érvelés nem is körültekintően eljáró, hanem kifejezetten „gyanakvó” fogyasztót feltételez, aki a reklám (egyébként ténylegesen hiányos) szövegét és az abban közlőket „gyanús” találva további utánjárásba kezd a kínált szolgáltatás tekintetében,
- a jogsértés súlyossága körébe tartozó kérdés, hogy a fogyasztónak utóbb módjában áll az akció részletes feltételeiről tájékozódni, azonban e körülmény önmagában nem mentesít a versenyjogi felelősség megállapíthatósága alól.

A következőket, jelen esetben is irányadó joggyakorlat köréből a Versenytanács szükségesnek tartja még kiemelni az alábbiakat [figyelemmel pl. a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.121/2007/8.

számú (Vj-111/2005.), 2.Kf. 27.496/2007/9. számú (Vj-56/2006.), 2.Kf. 27.060/2008/8. számú (Vj-50/2007.), 2.Kf. 27.350/2008/8. számú (Vj-30/2007.) ítéleteire]:

- a sérelem a megtévesztésre alkalmas információk közreadásával megvalósul. Így ha a fogyasztóban a megvételere kínált termékkel, annak lényeges tulajdonságaival kapcsolatban téves képzet alakul vagy alakulhat ki, a jogsértés megállapítható. Ehhez nincs szükség arra, hogy a megtévesztettségéből eredően a fogyasztó ténylegesen szerződést kössön,
- a jogsértés miatti felelősség alól nem mentesít a fogyasztói panaszok hiánya,
- töretlen a bírói gyakorlat abban a kérdésben, hogy a pénzügyi szolgáltatások esetében kiemelkedően fontos a fogyasztók pontos, megfelelő tájékoztatása. Annál is inkább, mert - éppen a termék sajátosságai következtében - az értékesítési folyamatban a felek közötti bizalomnak is meghatározó szerepe van. A fogyasztók ismereteinek a banki szolgáltatások területén lévő hiányosságai, valamint a pénzügyi szervezetek szakmai hozzáértése iránti kényszerű bizalom igen hangsúlyossá teszi a fogyasztókat tájékoztató vállalkozások versenyjogi felelősségét. Miután a szolgáltatás - jellegéből fakadóan - a fogyasztói oldalt kiszolgáltatottá teszi, alappal várható el a vállalkozásoktól a teljes, alapos, korrekt, megbízható tájékoztatás. Csak így kerülhet a fogyasztó olyan helyzetbe, hogy megalapozottan hozzon döntést az adott banki szolgáltatás esetleges igénybevételéről,
- a reklámot megjelentető vállalkozásnak elől kell járnia a fogyasztók pontos, valóságnak megfelelő, tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelen, hogy a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra 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,
- ha a reklámozó bármiféle tényközlésébe belebocsátkozik, akkor a reklámnak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges, releváns információkat tartalmaznia kell. A fogyasztó ugyanis a megjelenő, illetve elhangzó információkat értékeli, és adott esetben nem méri fel azt, hogy a tájékoztatás nem teljes körű. Ilyenkor a reklámozó a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza az átlagfogyasztó számára a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. Ha ezen feltétlenül szükséges információk átadása elmarad, sérül a fogyasztó döntési szabadsága. A fogyasztók tájékozott döntés meghozatalára való képességét feltétlenül biztosítani kell, ellenkező esetben a fogyasztók gazdasági magatartása jelentős mértékben torzulhat. Az ennek kiváltására alkalmas vállalkozói magatartás jogilag tilalmazott. Csakis a zavartalanul lefolytatott döntési folyamat eredményeként állhat elő megfelelően tájékozott döntés. A hirdetésben megjelölt állításnak tehát igaznak, valósnak és a tájékozott fogyasztói döntéshez szükséges releváns információkat tartalmazónak kell lennie és igazodnia kell a tisztességes verseny követelményeihez,
- a jogsértés nem csupán téves információk adásával, hanem valamely lényeges körülmény elhallgatásával, illetőleg hiányos tájékoztatással is megvalósítható. A Legfelsőbb Bíróság a Kf.II.27.254/1998/5. számú eseti döntésében kimondta, hogy a valós adatokat tartalmazó és előnyös tulajdonságokat kiemelő reklám is lehet félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amelyek a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlenül szükségesek (lásd még pl. a Legfelsőbb Bíróság mint felülvizsgálati bíróság Vj-111/2005. számú ügyben hozott, Kfv.II. 39.073/2008/8. számú ítéletét).

29. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:

- ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek, vagy
- ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket, vagy
- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).

Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e,

- mindenekelőtt azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor
 - a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül, s így
 - még annak feltárása sem szükséges, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt-e a fogyasztó üzleti döntésének befolyásolására, s különösen a fogyasztó üzleti döntésének torzítására,
- ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió törvényben megadott kritériumait,
- csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése.

30. A 2009. június 6. és 14. közötti akció kapcsán alkalmazott

- rádióreklám (16. pont) arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy 2009. június 6. és 14. között ingyen hitellel és 30 hónapos futamidővel vásárolhatnak a Media Markt áruházakban, azzal, hogy az ingyen hitel átutalásos és csoportos beszédési megbízással történő fizetési módok esetében érvényes. A rádióreklám azt is közölte, hogy a tájékoztatás nem teljes körű. A 30 másodperces rádióreklámban négy alkalommal hangzott el az ingyen hitel ígérete,
 - egyéb kereskedelmi kommunikációk (14. pont), így
 - a www.mediamarkt.hu honlap főoldalán 2009. június 5. és 14. között elhelyezett banner,
 - a nyomtatott sajtóban 2009. június 5. és 12. között megjelent reklámok,
 - a 2009. június 1. és 15. között kihelyezett óriásplakátok és citylight plakátok,
 - a 2009. június 1. és 14. között alkalmazott kirakati plakátok és A/1-es plakátok,
 - a 2009. június 4-én megküldött Hírlevél e-mail,
 - az áruházak bejáratánál, az info pultnál és az áruházi osztályokon, illetve egyes termékeken PDF formátumban elérhető tájékoztatások
- nemcsak a THM, a kezelési költség és az önerő (500.000 Ft-ig) vonatkozásában közvetítették a 0%-os ígéretet, hanem a 0% ígérete hatotta át a reklámok egészét.

31. Az eljárás alá vontaknak a betéti kamat az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló 41/1997. (III. 5.) Korm. rendeletre történő hivatkozása kapcsán a Versenytanács kiemeli, nem vitatott, hogy a rendelet 8. §-a (2) bekezdésének d) pontja értelmében a THM számításánál nem vehető figyelembe a biztosítási díj.

Mindazonáltal amint arra a Media Markt rámutatott, azon kérdés vonatkozásában, hogy mi a hitel díja, nem a jogszabályban rögzítetteket kell egyszerűen figyelembe venni, hanem azt is, hogy a fogyasztó tudatában mi alakult ki erről. A 2009. június 6. és 14. közötti akció kapcsán alkalmazott kereskedelmi kommunikációk üzenetének fogyasztók tudatában lezajló értelmezését e kereskedelmi kommunikációk azon összhatása határozta meg, amely az volt, hogy a fogyasztó ingyen, minden költség nélkül veheti igénybe a kínált hitel lehetőséget, s így például ha a fogyasztó egy 150.000 Ft értékű árut kíván megvásárolni, akkor az akció keretében ezt oly módon teheti meg, hogy 30 hónapon keresztül 5.000 Ft-ot fizet. Ennek az értelmezésnek nem mondtak ellent sem az egyes reklámokban apró betűvel elhelyezett kiegészítő információk, sem az IH30H kódszámú, „ingyen hitel 30 hónap” elnevezésű konstrukció Hirdetménye (lásd a 11. pontot), amelyek még csak utalást sem tartalmaztak arra nézve, hogy a Credigen a hitelbírálattól függően a hitelnyújtás feltételeként írhatja elő a hitelfedezeti biztosítási fedezet igénybe vételét (a Hirdetmény kizárólag azt említi, hogy „a hiteligényléshez az Ügyfél minősítésétől függően Adóstárs szükséges/lehetséges,” s hitelfedezeti biztosítás díjáról sem mint a minősítéstől függően felmerülő költségről szól, miközben a 2010. február 1. és 28. között lebonyolított akció kapcsán a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatás „apróbetűs” részében megjelent, hogy „a Bank fenntartja a jogot, hogy hitelbírálattól függően hitelfedezeti biztosítást feltételként előírja, amelynek a költsége az ügyfelet terheli” – ilyen tartalmú közlés a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációkban, illetve a Hirdetményben semmilyen formában sem került szerepeltetésre). A Credigen által készített, „Hitelügyintézők kézikönyve” című dokumentum (Vj-112-007/2009., Vj-112-009/2009.) sem tartalmaz előírást arra nézve, hogy mikor, milyen esetekben követelendő meg a hitelfedezeti biztosítás, s a biztosítási fedezet léte miként befolyásolhatja a hitelminősítés végeredményét.

A hitel ingyenes, költségektől mentes jellegének kereskedelmi kommunikációk által (minden fogyasztó irányában) közvetített ígérete nem felelt meg a valóságnak, mivel a fogyasztók egy része számára csak akkor vált hozzáférhetővé az IH30H kódszámú, „ingyen hitel 30 hónap” elnevezésű konstrukció, ha vállalták a biztosítási fedezet díjának megfizetését.

32. Az eljárás alá vontak által többször hivatkozott, a betéti kamat az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló 41/1997. (III. 5.) Korm. rendelet kapcsán a Versenytanács kiemeli, a rendelet 12. §-ának f) pontja értelmében ugyan a pénzügyi intézménynek biztosítania kell, hogy ügyfele a szerződés aláírása előtt megismerhesse a THM számítása során figyelembe nem vett egyéb költségek, különösen a közjegyzői díj és a kölcsön folyósításához megkövetelt biztosítási díj meghatározását és várható összegét, azonban a kereskedelmi gyakorlat Fttv. szerinti értékelésén ez nem változtat, tekintettel az alábbiakra:

- fő szabály szerint a kereskedelmi kommunikációknak önmagukban, minden további, a fogyasztói döntési folyamat későbbi szakaszában nyújtott információ megismerése nélkül kell hitelesnek, igaznak és pontosnak lenniük, s így a kereskedelmi kommunikáció alkalmazása akkor is jogsértőnek minősül, ha utóbb, a fogyasztói döntési folyamat egy másik szakaszában a polgári jogi szerződés megkötése előtt esetlegesen mód van a teljes körű valós információk megismerésére,
- a Versenytanács a jelen eljárás során nem azt vizsgálta, hogy az eljárás alá vontak (és e vonatkozásban különösen a Credigen) magatartása megfelelt-e az ágazati jogszabály, a rendelet előírásainak vagy sem, a THM számítása és közzététele a rendeletnek megfelelően történt-e,
- a polgári jogi szerződés létrejöttének folyamatában ezen, a pénzügyi intézmény (a pénzügyi intézmény ügynöke, illetve a pénzügyi intézmény érdekében vagy javára eljáró más személy) által megvalósított, a rendelet által előírt tájékoztatásnak a szerződés aláírásáig kell megtörténnie, mindazonáltal ez nem jelenti azt, hogy a pénzügyi intézménynek (ügynökének, illetve a pénzügyi intézmény érdekében vagy

javára eljáró más személynek) a hiteltermék fogyasztók részére történő értékesítését szolgáló, az Fttv. szerint értékelendő kereskedelmi gyakorlata során mellőzhető lenne az a körülmény, hogy a hiteltermék kapcsán a fogyasztót a THM számítása során figyelembe nem vett egyéb költségek is terhelhetik, s különösen nem kerülhet alkalmazásra olyan, a hiteltermék értékesítése kapcsán megvalósított kereskedelmi kommunikáció, amely akár valótlan információ vagy valós tény megtévesztésre alkalmas közlésével, akár megtévesztő mulasztással azt a látszatot kelti, hogy a fogyasztót a hiteltermék kapcsán semmilyen költség sem terheli, miközben a hiteltermék igénybevétele esetén a fogyasztóknak költséggel kell számolniuk.

33. Az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztók előtt ismert, hogy egy bank még ingyen hitel akció keretében történő meghirdetése esetén sem nyújt automatikusan hitelt, hanem kockázatbírálást végez, s így a bank akként dönthet, hogy

- hitelt ad a fogyasztónak,
- a kockázatbírálás eredményeként egyes fogyasztóknak nem ad hitelt.

Mindazonáltal ha a kereskedelmi kommunikációk arról tájékoztatják a fogyasztókat, egy bank ingyen, a fogyasztói oldalon jelentkező költségek nélkül nyújt hitelt, akkor a fogyasztók nem tételezhetik fel, hogy a kockázatbírálás a bank háromféle magatartását eredményezheti:

- hitelt ad,
- nem ad hitelt,
- a kockázatbírálás alapján nem ad hitelt, kivéve ha a fogyasztó költségeket vállalva olyan magatartást tanúsít, amely módosítja a kockázatbírálás eredményét, ezzel egyben a kereskedelmi kommunikáció üzenetével összhangban nem lévő kereskedelmi gyakorlatot megvalósítva.

A Media Markt előadására tekintettel a Versenytanács aláhúzza, „a Versenytanács logikája szerint” az eljárás alá vontak nem akkor jártak volna el helyesen, ha minden olyan fogyasztó hitelkérelmét elutasítják, aki csak bizonyos plusz feltételek mellett juthatott hitelhez – a Versenytanács szerint az eljárás alá vontak akkor jártak volna el helyesen, ha a kereskedelmi kommunikációk tartalmát az általuk ténylegesen megvalósított gyakorlathoz igazítják, s a fogyasztók számára pontos tájékoztatást nyújtanak.

A Versenytanács – utalva a Credigen előadásaira – a hitelkérelem bírálatának jogát sem vonja kétségbe, ugyanakkor a fenti követelmény teljesülését elengedhetetlennek ítéli.

34. Egy ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó előtt tehát ismert, hogy egy hiteltermék folyósításához alapvetően hitelbírálat társul, s így ha egy hiteltermékről szóló tájékoztatást észlel, akkor feltételezi, hogy a hitelkérelem pozitív elbírálásához általában szükséges bizonyos mélységű hitelképességi vizsgálat. Az „ingyen hitel” ígérete alapján nem feltételezi, hogy ha az általa pontosan nem is ismert szempontok alapján, s így nem is átláthatóan lezajló hitelképességi vizsgálat kedvezőtlen kimenetelű számára, akkor mégiscsak hozzájuthat a hitelhez, igaz, már nem ingyen, hanem további költségek vállalása mellett (havi 0,51%-os biztosítás díj megfizetésével, amely azt jelenti, hogy egy 169.990 Ft értékű notebook-hoz a 30 hónapos futamidő alatt mintegy 26.000 Ft-os további költség járul).

Kiemeli a Versenytanács, az „Ingyen hitel 30 hónap” elnevezésű akció kapcsán a fogyasztókkal szemben tanúsított magatartás elfogadása azt eredményezhetné, hogy egy ingyen hitelre tett ígéret a hitelképességi vizsgálatra történő hivatkozással teljesen kiüresíthető lenne. Ha ismert, hogy a hitelnyújtásnak a fogyasztói oldalon költségvállalást okozó feltétele

lehet, akkor a kereskedelmi kommunikációk tartalmát erre figyelemmel kell kialakítani, amely a jelen esetben nem történt meg.

Ezzel összefüggésben megalapozatlannak ítélte a Versenytanács a Media Markt arra való hivatkozását, hogy a magatartás jogi értékelése során nem lehet elvonatkoztatni attól, hogy a kihelyezett hiteleknek mindössze egy kisebb része esetében volt szükség a biztosítási szerződés megkötésére, s ez nyilvánvalóan nem jelentheti az „ingyen hitel kiüresítését.” Nem vitatott, hogy a biztosítási fedezet díja viselésének előírása, mint a hitel nyújtásának előfeltétele csak a fogyasztók egy része esetében valósult meg (ezt a körülményt a Versenytanács a bírságok összegének meghatározásakor figyelembe is vette), ugyanakkor az eljárás alá vontak által megvalósított kereskedelmi gyakorlat magában rejtette ezen „kiüresítés” lehetőségét.

35. Az „ingyen hitel”, a költségektől mentes hitel ígéretét valótlanná tette az, hogy nem egyedi jelleggel, hanem a szerződést kötő fogyasztók egy nem elhanyagolható része esetén a hitelhez jutás feltétele volt a hitelfedezeti biztosítással kapcsolatos költségek vállalása.

A rendelkezésre álló adatokból ismert, hogy a Credigen által az akció keretében kínált „Ingyen hitel 0%” konstrukcióval megkötött szerződések között hány százalékot tettek ki azok a szerződések, amelyek azért jöhettek létre, mert a fogyasztó a hitelfedezeti biztosítási fedezet igénybe vétele mellett döntött, s ennek hiányában a szerződést nem kötötte volna meg a Credigen.

Ismert azon szerződések aránya is, amelyek esetében a fogyasztók előzetesen önkéntesen döntöttek a hitelfedezeti biztosítási fedezet igénybe vétele mellett. Nem ismert ugyanakkor, hogy ezen fogyasztók között milyen arányban vannak azok, akik ha nem nyilatkoznak előzetesen arról, hogy igénybe veszik a hitelfedezeti biztosítási fedezetet, akkor a Credigen elutasítja hitelkérelmüket.

36. Az eljárás alá vontak által teljesített adatszolgáltatásokból, illetve az általuk tett nyilatkozatokból nem vált részleteiben ismertté, hogy a teljes rokkantságra és a halálra, mint biztosítási eseményekre kiterjedő hitelfedezeti biztosítási fedezet létét vagy hiányát a hitelminősítés során alkalmazott ún. „scoring” automatikus hitelminősítő rendszer milyen módon veszi figyelembe, ennek további vizsgálata ugyanakkor nem mutatkozott szükségesnek a jelen eljárásban.

37. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének 20. pontja értelmében tisztességtelen 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.

A Versenytanács megítélése szerint az „ingyen hitel”-ről adott tájékoztatás az Fttv. melléklete 20. pontjának figyelembe vételével minősítendő.

Ez az „ingyen jelleg” egyébiránt magának az IH30H kóddal bíró konstrukciónak a lényegi sajátossága, amint arra a Hirdetmény is rámutat, amikor rögzíti, hogy a konstrukció neve „ingyen hitel 30 hónapra,” illetőleg a Media Markt és a Credigen közötti keretszerződés is „Ingyen hitel 0%” név alatt szerepelteti a konstrukciót.

38. Az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján tisztességtelennek minősül minden olyan kereskedelmi gyakorlat, amely esetében

- a vállalkozás által nyújtott tájékoztatás a fogyasztóban az ellenszolgáltatás nélküliség képzetet kelti [vö. pl. a Fővárosi Bíróság 7.K. 31.081/2006/6. számú, a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.170/2007/6. számú ítéletével helybenhagyott ítéletét (Vj-133/2005.)], azt, hogy a fogyasztónak az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlése, igénybevétele stb. kapcsán a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel (pl. a vállalkozásnak címzett küldemény postára adásával összefüggésben felmerült költség) és az áru birtokbavételével (pl. a birtokbavétel helyére történő utazással), illetve fuvarozásával (az áru fogyasztóhoz való eljuttatásával) összefüggő elkerülhetetlen költségeken (pl. a postai kézbesítés költségén) felül semmit sem kell fizetnie,
- ugyanakkor a fogyasztót az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlése, igénybevétele stb. kapcsán a melléklet 20. pontjában meghatározott költségeken kívül ténylegesen bármilyen jogcímen, bármilyen elnevezéssel illetett fizetési kötelezettség terhelheti, illetve a fogyasztó oldalán költség, anyagi teher keletkezhet.

Az Fttv. mellékletének 20. pontja kapcsán kiemelendő továbbá, a jogsértés megállapításának nem feltétele, hogy az „ingyenesség”, „díjtalanság”, „térítésmentesség” stb. ígérete ellenére valamennyi, az adott árut megvásároló (bérbe vevő stb.) fogyasztónak kelljen a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie. Megvalósul a jogsértés, ha az áru „ingyenességével”, „díjtalanságával”, „térítésmentességével” stb. kapcsolatban tett ígéret ellenében a fogyasztók egy részének kell, nem egyedi jelleggel a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie.

A Media Markt előadása kapcsán megjegyzi a Versenytanács, a jelen esetben a biztosítási fedezet díja nem minősül az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján megengedett költségnek, olyan költségnek, amely a kereskedelmi gyakorlatban történő részvétel feltétele.

39. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy a Credigen Bank Zrt., a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft., a Media Markt Arkád Kft., a Media Markt Békéscsaba Kft., a Media Markt Budaörs Kft., a Media Markt Debrecen Kft., a Media Markt Megapark Kft., a Media Markt Miskolc Kft., a Media Markt Nyíregyháza Kft., a Media Markt Pécs Kft., a Media Markt Pólus Kft., a Media Markt Stop Shop Kft., a Media Markt Szeged Kft., a Media Markt Székesfehérvár Kft., a Media Markt Szolnok Kft., a Media Markt Szombathely Kft., a Media Markt Tatabánya Kft., a Media Markt Westend Kft. és a Media Markt Zalaegerszeg Kft. [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és az Fttv. mellékletének 20. pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköző kereskedelmi gyakorlatot folytattak a Media Markt áruházakban 2009. június 6. és 14. között lebonyolított akciót népszerűsítő kereskedelmi kommunikációk (lásd a határozat 14-16. pontját) alkalmazásával.

40. A Versenytanács a Media Markt eljárás során tett előadása kapcsán megjegyzi, irrelevánsak voltak az Fttv. 7. §-a körében tett észrevételek, mivel az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében rögzített tilalom megsértésének megállapítására nem az Fttv. 7. §-ának, hanem az Fttv. 3. §-a (4) bekezdésének és a törvény melléklete 20. pontjának alkalmazásával került sor.

41. A Versenytanács megállapította, valamennyi eljárás alá vont felelősséggel tartozik a jogsértő magatartásért.

Az áruvásárlási kölcsönökkel kapcsolatban közzétett reklámok kapcsán az azok fogyasztókhöz való eljuttatásában közreműködő kiskereskedőnek közvetlen érdeke fűződik a reklám eredményességéhez. Az áruvásárlási kölcsönt nyújtó vállalkozás és az árut eladó vállalkozás kereskedelmi gyakorlata oly módon – jellemzően a jogviszonyukban megjelenő együttműködési kötelezettség formájában is megjelenően – összefonódik (amely a jelen esetben tükröződik a Media Markt és a Credigen között 2008. szeptember 30-án létrejött megállapodás rendelkezéseiben, illetve a felek jelen eljárásban érintett akcióval kapcsolatos együttműködésében, lásd a 17. pontot), hogy az áruvásárlási kölcsönre vonatkozó kereskedelmi gyakorlatért úgy a kölcsönt nyújtó vállalkozás, mint a kiskereskedő felelősséggel tartozik.

A Credigen-nek közvetlen érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett hitelkonstrukció értékesítése, tekintettel arra, hogy

- a hitelt felvevők hozzájárultak ahhoz, hogy a Credigen hitelkártyát is kibocsásson részükre (a feltételek teljesítése esetén), és a hitelkártya későbbi használata további bevételi forrást jelent a Credigen-nek,
- az adatbázisba bekerülő fogyasztó számára más áruk is ajánlhatók,
- a megkötött hitelszerződések után ún. partner-hozzájárulást, egy nem csekély mértékű jutalékot kapott.

A Media Markt esetén úgy a Holding, mint a Media Markt áruházak felelőssége megállapítható volt.

A Media Markt áruházaknak közvetlen érdekükben állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áruknak hitellel történő értékesítése, tekintettel mindenekelőtt arra, hogy az akció révén növelhették forgalmukat, s ezáltal bevételeiket, illetőleg nem mellőzhető az akciónak a Media Markt imázsára gyakorolt kedvező hatása sem. Figyelembe veendő továbbá, hogy az akcióhoz kapcsolódóan az áruházaknak lehetőségük nyílt nem akciós feltételekkel történő értékesítésre is az áruházakat az akcióról adott tájékoztatás hatására felkereső fogyasztók körében.

A Media Markt áruházakban jelentős (90, illetve 100%-os mértékű) tulajdoni hányaddal rendelkező, s így azok forgalmának növelésében nyilvánvalóan érdekelt Holdingnak közvetlen érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, valamint az áruházak forgalmának fenntartása, illetőleg növelése. A Media Markt csoport vonatkozásában a Versenytanács a Holding szerepét ítélte meghatározónak, amely ugyanakkor nem érinti a Media Markt áruházak fentiek szerinti közvetlen érdekelttségét. Az, hogy a Credigen-nel való szerződéskötések és a kapcsolattartás során a Holding járt el, egy, a csoporton belüli munkamegosztás eredménye volt, amely nem szüntette meg az áruházak Fttv. szerinti felelősségét.

A Media Markt közvetlen érdekének fennálltát igazolja az a körülmény is, hogy a Credigen felé egy nem csekély mértékű jutalék megfizetésének vállalása történt meg.

42. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki a Credigen-nel és a Holding-gal szemben a Tptv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tptv. 78. §-ának (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

43. A Credigen esetében a Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy
- a Credigen-nel szemben már nem első alkalommal került megállapításra, hogy a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására magatartást tanúsított (Vj-154/2005., Vj-151/2007.),
 - az intenzív tájékoztatási kampánnyal elért fogyasztói kör jelentős volt,
 - az eljárás alá vont magatartása felróható volt, nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács enyhítő körülményként értékelte, hogy

- a fogyasztók a szerződéskötést megelőzően további információkhoz juthattak a hitellel összefüggésben,
- a jelen eljárás lezárultát megelőzően intézkedett a tájékoztatási gyakorlat módosítása érdekében (az „ingyen hitel” kifejezés használatának mellőzése, az ún. hirdetési jogi szövegben annak közlése, hogy a bank a hitelbírálat eredményétől függően hitelfedezeti biztosítás megkötését előírhatja).

A fentiek mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a 2009. június 6-14. közötti akció kapcsán a Credigen-nek fizetett ún. partner hozzájárulás mértékére (a 2009. június 6-14. közötti akcióra vonatkozó megállapodást lásd a Vj-112-009/2009. számú irat 8/B. számú mellékletében, az akció keretében nyújtott hitelek összegét illetően lásd a Vj-112-013/2009. számú iratot), figyelemmel a hitelfedezeti biztosítás megkötésének feltételével megkötött szerződések számára, az összes szerződési állományon belüli arányukra (lásd a Vj-112-013/2009. számú iratot), s a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás speciál- és generálpreventív célját is – 15.000.000 Ft-ban határozta meg, azzal, hogy a Versenytanács a szankcionálás preventív célja körében is figyelembe vette azt a körülményt, hogy a Credigen az eljárás lezárultát megelőzően önként módosított kereskedelmi gyakorlatán.

44. A Holding esetében a Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- az intenzív tájékoztatási kampánnyal elért fogyasztói kör jelentős volt,
- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a fogyasztókban a Media Markt kapcsán kialakult imázs kedvező befolyásolására, s így hatása nemcsak az akció időtartamára korlátozódott,
- az eljárás alá vont magatartása felróható volt, nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács enyhítő körülményként értékelte, hogy

- a fogyasztók a szerződéskötést megelőzően további információkhoz juthattak a hitellel összefüggésben,
- a jelen eljárás lezárultát megelőzően lépéseket tett a tájékoztatási gyakorlat módosítása érdekében.

A fentiek mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert költségek mértékére (Vj-112-009/2009. számú irat 7. számú melléklete) és az akció keretében lebonyolított vásárlások értékére (a vásárlásokhoz nyújtott hitelek összegét illetően lásd a Vj-112-013/2009. számú iratot), figyelemmel a hitelfedezeti biztosítás megkötésének feltételével megkötött szerződések számára, összes szerződési állományon belüli arányukra (lásd a Vj-112-013/2009. számú iratot) is, s a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás speciál- és generálpreventív célját is – 10.000.000 Ft-ban határozta meg, azzal, hogy a Versenytanács a szankcionálás preventív célja körében is figyelembe vette azt a körülményt, hogy az eljárás lezárultát megelőzően törekedett a tájékoztatási gyakorlat javítására.

45. A Holding és az egyes áruházak egységes jogsértést valósítottak meg, mivel bármelyikük jogsértő magatartása a másíknak is betudható, mert bármelyiknek a jogsértéssel összefüggésbe hozható piaci előnye közvetetten a másíkra is kedvező eredménnyel jár, rá nézve is kedvező versenyfeltételeket teremthet. Figyelemmel arra, hogy az egyes érintetteknek a jogsértő kereskedelmi gyakorlatban betöltött szerepe a vállalkozás-csoporton belüli munkamegosztás eredménye volt, s ezen munkamegosztásban a Holding az áruházaknál jelentősebb szerepet töltött be (lásd az 5. pontot), a Versenytanács elegendőnek ítélte a Holding bírság megfizetésére kötelezését, s szükségtelennek tartotta bírság kiszabását a Media Markt áruházakkal szemben.

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

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

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

VI. Egyéb kérdések

47. Megjegyzi a Versenytanács, a jelen eljárásban nem tartotta szükségesnek annak tisztázását, milyen jogszabályi háttérrel bír azon szerződéses konstrukció, amely szerint a hitelfedezeti biztosítási szerződés a Credigen és a biztosító között jött létre, ugyanakkor a díj megfizetésének kötelezettsége nem a szerződő felet (a Credigen-t), hanem annak ügyfeleit terheli. Nem értékelte a Versenytanács külön azt sem, hogy a Credigen és az AHICO Biztosító Zrt. közötti csoportos hitelfedezeti biztosítási keretszerződés kapcsán alkalmazott ügyféltájékoztató (12. pont, Vj-112-039/2009.) a több éve hatályon kívül helyezett 1995. évi XCVI. törvényre hivatkozik.

48. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az

alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközeinek jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat részben országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón (a Sláger Rádió országos műsorszolgáltató rádió csatornán) keresztül valósult meg, illetőleg
- a vizsgált kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el,
- a jogsértéssel érintett terület az ország jelentős részét felöleli.

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

Budapest, 2010. június 3.

dr. Dobos Gergely sk.
versenytanács tag

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanács tag

dr. Gadó Gábor sk.
versenytanács tag