



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-132-022/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. V. Sz. jogtanácsos (Budapest) által képviselt **Invest Holding System Kft.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot.

A Versenytanács megállapítja, hogy az Invest Holding System Kft. a 2009. augusztus 31. napjával kezdődő és 2009. december 31. napjával záruló időszakban az általa végzett tevékenységre vonatkozó tájékoztatásokkal a fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A Versenytanács 3.000.000 Ft (Hárommillió) bírság megfizetésére kötelezi az Invest Holding System Kft.-t, amely összeget eljárás alá vont 500.000 Ft-os részletekben fizethet meg, akként, hogy az első részletet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül, a további részleteket pedig havonta, minden hónap 15. napjáig köteles befizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számla javára.

A Versenytanács arra kötelezi az Invest Holding System Kft.-t, hogy a határozat mellékletében foglalt szövegű tájékoztatást kommentár nélkül jelentesse meg a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül két-két alkalommal a *Blikk*, a *Bors*, a *Napi Ász*, a *Metropol* és a *Budapesti Piac* című kiadványokban, a jogsértő reklámok formai paramétereinek megfelelően.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételétől számított 30 napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel lehet kérni.

Indokolás

I.

Az eljárás előzményei és megindítása

1. A GVH azt észlelte, hogy az Invest Holding System Kft. (a továbbiakban: IHS vagy eljárás alá vont) hirdetéseiben a fogyasztók részére nem vagy nem egyértelműen ad információt a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságairól, amelyek alapján a fogyasztók számára egyértelműen érzékelhető lenne, hogy nem hitelről vagy egyéb pénzügyi termékről van szó: így többek között a vásárlói jog tartalmáról, megszerzésének bizonytalan időpontjáról, a kockázati tényezőről, a megszerzhető termékek jellegéről. A releváns információ hiányában az ügyfél annak reményében

kívánhat szerződést kötni a fogyasztói csoport szervezőjével, hogy hamarosan pénzhez jut.

2. A versenyfelügyeleti eljárás megindítására 2009. október 26-án, a Vj-132/2009. számú végzéssel került sor.¹
3. A vizsgálat kiterjedt az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos teljes tájékoztatási gyakorlatra. Az ügyindító végzés alapján a vizsgálat az eljárás alá vont működésének kezdetétől, 2009. augusztus 31-től az eljárás indításának napjáig, tehát 2009. október 26-ig tartó időszakra terjedt ki. Azonban a vizsgálók észlelték, hogy a vizsgált magatartás változatlanul folytatódott, ezért 2010. január 5-én a Vj-132-008/2009. számú végzéssel a vizsgálatot kiterjesztették az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos teljes tájékoztatási gyakorlatra a versenyfelügyeleti eljárás indításának napjától, azaz 2009. október 26-ától 2009. december 31-ig tartó időszakra is.
4. A GVH az elmúlt években a már több fogyasztói csoport-szervező vállalkozás tájékoztatási gyakorlatát vizsgálta. Az eljárások részletesebb ismertetése a 2. számú mellékletében található. A 2009. év folyamán új vállalkozások léptek a fogyasztói csoport szervezés piacára, amelyek gyakorlatilag naponta jelentetnek meg hirdetéseket.

II.

Az eljárás alá vont

5. Az IHS 2009. július 30-án került bejegyzésre. Ténylegesen kizárólag fogyasztói csoportok szervezésével, illetve kapcsolódó tevékenységgel foglalkozik, 2009. augusztus 31. óta.
6. A cég jegyzett tőkéje egy millió Ft. A 2009. évre vonatkozóan pénzügyi beszámolóval (a továbbiakban: mérleg) a vizsgálati jelentés írásáig az eljárás alá vont nem rendelkezett².
2009. október 26-ig az eljárás alá vont nettó árbevétele [üzleti titok] Ft volt.³
2009. december 31-ig elért nettó árbevétele [üzleti titok] Ft volt.⁴

III.

A fogyasztói csoport

7. Az eljárás alá vont, mint szervező tevékenységi körébe tartozik – a részvételi szabályzat (a továbbiakban: RSZ) bevezetője szerint – fogyasztói csoportok üzletszerű szervezése és működtetése annak elősegítésére, hogy előre meghatározott ingó és ingatlan dolgok tulajdonjogát a megbízók részletfizetés mellett megszerezhessék.

¹ Mivel a versenyfelügyeleti eljárás a kiterjesztést megelőzően csak a versenyfelügyeleti eljárás indítása napjáig terjedő időszakra terjedt ki, így az adatszolgáltatások is először ezen időszakra irányultak, ezért a bemutatott adatok is megjelennek ebben a bontásban (is).

² Vj/132-014/2009. számú irat 2. pontja alapján

³ Vj/132-005/2009. számú irat 10. pontja alapján

⁴ Vj/132-014/2009. számú irat 2. pontja alapján

8. A fogyasztói csoportbeli tagság a megbízási szerződés megkötésével⁵ kezdődik. A megbízási szerződés a tag mint megbízó adatain kívül tartalmazza
- a szerződés tárgyát képező dolog megnevezését és árát,
 - a szerződéskötési díjat,
 - a havidíjat,
 - az éves (bruttó) megbízási díjat,
 - a csoport résztvevőinek számát,
 - a csoport fennállásának időtartamát.

A szerződés mellékletét képezi általános szerződési feltételként az RSZ.⁶

Egy-egy fogyasztói csoporton belül többféle dolog megvásárlására lehet szerződni. A csoportok között különbség csak a futamidő tekintetében van. Az eljárás alá vont az alapján irányítja a fogyasztókat egy-egy csoportba, hogy „legkésőbb hány havi díj megfizetése ellenében kíván hozzájutni a vásárlói joghoz”⁷.

9. Egy csoportba az azonos értékű szerződéseket megkötni kívánó személyek kerülnek. A szerződés értéke a 60 hónapos csoportban 1.000.000 és 2.500.000 Ft között, a többi csoportban 1.000.000 és 3.000.000 Ft között lehet, azonban egy-egy tagnak több szerződése is lehet akár egy csoporton belül, akár több csoportban.
10. Az RSZ 1.1. pontja szerint a szervező kötelezi magát arra, hogy a szerződés tárgyának eladója, valamint a megbízó között létrejövő adásvételi szerződés megkötését elősegíti oly módon, hogy az arra vonatkozó szerződés megköthető legyen és a megbízó a dolog tulajdonjogát a megbízási szerződésben meghatározott számú részlet megfizetése mellett megszerezhesse.
11. Szerződéses feladatát a szervező több megbízóval együttműködve belőlük, mint résztvevőkből csoportot szervezve látja el. A csoport természetes és/vagy jogi személyekből állhat. A csoport működésével kapcsolatos adminisztratív tevékenység ellátása és az ezzel összefüggő kérdésekben való döntés a szervező, tehát az eljárás alá vont feladata. A csoport és a megbízó azonosítási számot (csoport/pozíciószám) kap a csoport megalakulásakor.
12. Az RSZ 1.3. pontja alapján a megbízók a megbízást egymásra tekintettel adják és tudomásul veszik, hogy a szervező a befizetett díjelőlegekből a csoport részére elkülönített pénzügyi alapot képez. A regisztrációs díj és a megbízási díj nem része a közös alapnak.
13. Az RSZ 1.5. pontja értelmében a megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói jog⁸ sorsolása, illetve az előtörlesztés vállalása, azaz a kedvezményezettként való kiválasztása közgyűlésen történik.
14. Az RSZ 2.1. pontja alapján a szervező a szerződésben foglalt kötelezettségeinek teljesítéséért a vásárolni kívánt dolog teljes vételárának %-ban kifejezett megbízási díjban részesül, amelynek összegét a mindenkor előírt általános forgalmi adóval

⁵ Vj/132-005/2009. számú irat 2. számú melléklete

⁶ A Részvételi Szabályzat a Vj/132-005/2009. számú irat 3. sz. mellékleteként került csatolásra.

⁷ Vj/132-007/2009. számú irat 1. pontja alapján

⁸ Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont a „vásárlói jog” kifejezést használja, a továbbiakban a határozatban is ez a szókapcsolat szerepel, még akkor is, ha egyébként ilyen tartalmú jogról jogszabály nem rendelkezik.

növeli. Továbbá a megbízó köteles regisztrációs díjat fizetni.

Minden megbízó egy meghatározott havi részlet összeg fizetésére vállal tehát kötelezettséget, amely az alábbiakból tevődik össze:

- a vásárolni kívánt dolog vételára elosztva a csoport működési hónapjainak számával (havi alaprészlet)⁹,
 - a szerződésben meghatározott, ÁFA-val növelt fennmaradó megbízási díj ugyancsak a csoport működési hónap számával elosztva (megbízási díj).
15. Amennyiben a megbízó a szerződés tárgyát képező dolog árának kifizetése és egyéb fizetési kötelezettségének teljesítése előtt a dolgot megszerezte, köteles a hátralévő törlesztő részleteket továbbra is fizetni.
16. Az RSZ 4.1. pontja alapján a vásárlói csoport minimum 3 havonta közgyűlést tart, melynek összehívásáról a szervező gondoskodik. A közgyűlésen az a tag vehet részt, aki valamennyi esedékes fizetési kötelezettségének eleget tett és azt igazolni tudja.
17. A fogyasztói csoport egy sajátos előtakarékosági konstrukció, amely több szempontból is különbözik más pénzügyi és befektetési termékektől. A konstrukció elhatároló eleme – többek között – az, hogy a fogyasztói csoport tagja nem pénzhez, hanem áruhoz jut, és az áruhoz jutás pontos – sorsolással vagy legmagasabbnak bizonyuló „előtörlesztéssel” elérhető – időpontja előre nem határozható meg a csoport futamidején belül. A fogyasztói csoportok jellemzően ingóságok, tartós használati és fogyasztási cikkek, ritkább esetben ingatlanok megvásárlására jönnek létre.
18. A vásárlói jog átadására vonatkozóan a kijelölés a közgyűlésen sorsolás és/vagy „előtörlesztés” vállalása útján történik. A kedvezményezett kijelölésének módjáról (sorsolás, „előtörlesztés” vállalás) a szervező jogosult dönteni, abban az esetben is, ha a közös alap csak egy vásárlói jog átadására ad lehetőséget, és akkor is, ha a közös alap több vásárlói jog átadására ad lehetőséget.
A kiválasztás közjegyző jelenlétében történik, aki a közgyűlési jegyzőkönyvet a szervező képviselőjével együtt hitelesíti.
19. Az „előtörlesztés vállalása” a törlesztő részletek esedékesség előtt történő befizetésére vonatkozó felajánlást jelent. Ezen felajánlás azonban pénzmozgásban nem, csak az elszámolásban, a közjegyzői okiratban realizálódik, mint a költségeket és a várható kifizetést csökkentő tényező. Ennek megfelelően az előtörlesztés vállalás eljárás során az lesz a nyertes – az szerzi meg a vásárlói jogot –, aki az adott havi közgyűlésen a legtöbb aktuális havi részlet esedékesség előtt befizetését ígéri. Több azonos mértékű előtörlesztés vállalás esetén a jogosultságot sorshúzással döntenek el.
20. Az RSZ 6.1. pontja alapján a dolog megvásárlására – sorsolás vagy „előtörlesztés” vállalása útján – vásárlói jogot szerzett tag az adásvételi szerződést az eladóval köti meg. A vételár szervezőt terhelő részét az eladónak vagy a megbízónak a szervező fizeti meg.
21. Az RSZ 7. pontja rendelkezik a felmondás, a szerződéstől való elállás szabályairól.
– A megbízót a szerződés keltétől számított 30 napon belül¹⁰ indokolás nélküli elállási jog illeti meg, amelyet írásbeli nyilatkozatával gyakorolhat. A szervező

⁹ A befizetések ezen része képezi a csoport közös pénzügyi alapját.

részére teljesített egyszeri regisztrációs díj 12.000 Ft-on felüli részét a szervező a megbízónak visszatéríti.

- Ha kedvezményezettként kiválasztásra nem került megbízó jelzi, hogy a szerződést rendes felmondás útján fel kívánja mondani, a szervező a befizetett havi alaprészletek összegét a szerződésben meghatározott időtartam lejártát megelőzően visszafizetheti. E visszafizetés azonban a szervező számára lehetőség és nem kötelezettség, a megbízó az idő előtti visszafizetést a szervezőtől nem követelheti. A visszafizetés további feltétele, hogy az csak a szervező saját pénzeszközei terhére történhet, a csoport vagyona e visszafizetés által nem csökkenthető. Ha a tag kedvezményezettként kiválasztásra került, a szerződést rendes felmondással nem szüntetheti meg mindaddig, amíg a szerződésben meghatározott valamennyi fizetési és egyéb kötelezettségeinek maradéktalanul eleget nem tett.

A felmondás időpontjáig befizetett havi részletek a megbízási díj (+ÁFA) levonásával a megbízó részére kamatmentesen a szerződésben meghatározott időtartam végén kerülnek visszafizetésre. A regisztrációs díj nem kerül visszafizetésre.

22. A fentiek alapján tehát az alábbi lényeges elemei emelhetők ki a konstrukciónak:
- nem pénz, hanem vásárlói jog szerezhető meg előtörlesztés vállalással vagy sorsolás útján,
 - a vásárlói jog elnyerésének ideje a szerencsén, illetőleg a tagok „előtörlesztés” vállalási hajlandóságán is múlik, de ez utóbbi esetben is van szerepe a tag magatartásán kívüli körülményeknek és a szerencsének, így a vásárlói jog elnyerésének idejét a tag nem képes meghatározni,
 - a vásárolni kívánt dolog vételára elosztva a csoport működési hónapjainak számával teszi ki a havi alaprészletet, abban egyéb költségek nem kerülnek felszámításra,
 - az alaprészletek képezik a csoport közös pénzügyi alapját,
 - a havidíjon (havi alaprészlet és megbízási díj) felül regisztrációs díj is fizetendő,
 - az elállási jog a közgyűlésen való részvétellel megszűnik, illetve
 - elállás esetén is van vissza nem térítendő díj: 12.000 Ft.

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

23. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlatot az eljárás alá vont fogyasztói csoportokat népszerűsítő tájékoztatásai, nevezetesen hirdetése, valamint az értékesítések során átadott, illetve a honlapról is elérhető tájékoztatásai, szerződéses dokumentációi jelentik.
24. A vizsgált tájékoztatási eszközökkel a fogyasztók a döntéshozatali, illetve a szerződéskötési folyamat különböző szakaszain találkozhatnak. A különböző csatornákon elérhető információk részben egymásra épülnek. A leendő tagok
- először a hirdetésekkel,
 - majd esetlegesen a szóbeli tájékoztatásokkal¹¹,

¹⁰ Amennyiben egy tag a soron következő közgyűlésre vonatkozóan előtörlesztést vállal, úgy számára a 30 napos elállási határidő lerövidül a közgyűlés napjáig.

¹¹ A szóbeli tájékoztatások pontos tartalma nem ismert.

- azt követően, illetve azzal párhuzamosan az általános szerződéses dokumentációval,
 - végül saját egyedi szerződésükkel találkozhatnak.
25. Az IHS kizárólag nyomtatott sajtóban népszerűsíti tevékenységét. A hirdetések a Blikk, a Bors, a Napi Ász, a Budapesti Piac és a Metropol újságokban jelennek meg, az eljárás alá vont nyilatkozata szerint¹² átlagosan hetente három alkalommal.
26. A hirdetések 2009. év folyamán eleinte az alábbi szöveggel láttak napvilágot:

*Elutasítják a bankok?
Nem kap hitelt?
VAN MÁS MEGOLDÁS!!!
Fogyasztói csoport mindenkinek
(Bárlistasoknak és nyugdíjasoknak is!)
FIX HAVI DÍJ!*

1 000 000 Ft	havi	8 800 Ft-tól
2 000 000 Ft	havi	17 600 Ft-tól
3 000 000 Ft	havi	26 400 Ft-tól
5 000 000 Ft	havi	44 000 Ft-tól
10 000 000 Ft	havi	88 000 Ft-tól

*Hívjon most! 1075 Budapest, Madách Imre út 13-14.
266-1392 / 266-0821
Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű!*

27. 2009. december 2-től¹³ a hirdetés szövege az alábbi módon változott¹⁴:

*Pénzre van szüksége?
De elutasítják a bankok?
VAN MÁS MEGOLDÁS!!!
Fogyasztói csoport mindenkinek
BAR-listasoknak és nyugdíjasoknak is!
Év végi meglepetés!
Ajándékok*

1 000 000 Ft	havi	6 900 Ft-tól
3 000 000 Ft	havi	20 700 Ft-tól
5 000 000 Ft	havi	34 500 Ft-tól
10 000 000 Ft	havi	69 500 Ft-tól
20 000 000 Ft	havi	138 000 Ft-tól

*1075 Budapest, Madách Imre út 13-14.
Nyitva: H-P 8.00 – 18.00-ig, SZ 8.00-13.30
TEL: 06 1 266 1392 06 1 266 0821 FAX: 06 1 266 0326
Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű!*

28. A Magyar Terjesztés-ellenőrző Szervezet (MATESZ) adatai¹⁵ szerint az érintett lapok¹⁶ az alábbi, megjelenésenkénti átlagokkal rendelkeztek 2009. III. negyedévében:

¹² Vj/132-002/2009

¹³ Vj/132-014/2009. számú irat 4. pontja alapján

¹⁴ Vj/132-005/2009. számú irathoz csatolt mellékletben

¹⁵ http://www.matesz.hu/data/#mainpart_2

A kiadvány címe	Nettó nyomott	Összesen aktívan vásárolt	Összesen értékesített	Összesen terjesztett
	példányszám (db)			
Blikk	275 217	200 623	206 301	207 277
Bors	131 263	91 745	91 987	92 378
Metropol (ingyenes)	255 110	-	-	254 875
Budapesti Piac (ingyenes)	634 768	-	-	624 106

29. A sajtóhirdetések megjelenési adatait és üzleti titoknak minősülő költségeit a Vj/132-005/209. számú irat 6. pontja tartalmazza.
30. Az IHS nyilatkozata¹⁷ szerint 2009. szeptember 15. óta működő honlap¹⁸ (www.invesholdingsystem.hu) az alábbi releváns részekkel bír:
- a) A honlap nyitóoldala az alábbi tájékoztatást¹⁹ tartalmazza:

RÓLUNK
Cégünk fogyasztói csoportok működtetésével, szervezésével foglalkozik.

A fogyasztói csoportok olyan emberekből, fogyasztókból állnak, akik valamely árut vagy szolgáltatást, stb. szeretnének megvásárolni, de ehhez nem áll rendelkezésükre megfelelő összeg.

Ezen fogyasztói csoportok alapelve a közös érdek és az önkéntesség. Tehát mindennek az alapulvát a közös érdekek adják. Ahhoz, hogy a fogyasztói csoport megtalálja a közös érdekekhez megfelelő megvalósítási utat, együtt kell működniük.

A csoportban résztvevők közös érdeke, hogy valamely áruhoz, szolgáltatáshoz, stb. viszonylag hosszú futamidővel és alacsony részletfizetési összeggel jussanak hozzá.

- b) A honlap egy másik oldalán pedig az alábbi ajánlatok láthatóak:

Ajánlataink
Az összegek magyar forintban (HUF) értendők:

	15 év/180 hó	5 év/60 hó
1 millió	8800.-/hó	19000.-/hó
2 millió	17600.-/hó	38000.-/hó
3 millió	26400.-/hó	57000.-/hó

*További ajánlatainkért kérjük fáradjon be irodánkba vagy hívjon minket bizalommal.
További információk a kapcsolat menü pont alatt található.*

31. A honlapnak mind a nyitó „Rólunk” oldaláról, mind az „Ajánlataink” oldalról közvetlenül el lehet jutni a „Letöltések” oldalra, ahol a Tájékoztató²⁰, a RSZ-t és az Adatlapot²¹ is le lehet tölteni.
A Tájékoztatóban – többek között – az alábbiak olvashatók: „Felhívjuk továbbá az

¹⁶ A Napi Ász adatai azért nem szerepelnek, mert a MATESZ szabályok értelmében, a Napi Ász kiadványok adatközlése felfüggesztés alatt van, mert példányszám-auditálásuk kétségessé vált.

¹⁷ Vj/132-014/2009. számú irat 1. pontja alapján

¹⁸ Vj/132-010/2009. számú irat

¹⁹ A megjelent szöveg a helyesírási hibák és a központosítási hiányosságok korrigálását követően került idézésre.

²⁰ A Tájékoztató a Vj/132-005/2009. számú irat 4. sz. mellékleteként került csatolásra.

²¹ Az Adatlap a Vj/132-005/2009. számú irat 1. sz. mellékleteként került csatolásra.

ügyfelek figyelmét, hogy a nem hitelintézet, nem bank, semmilyen pénzügyi szolgáltatást vagy kiegészítő pénzügyi szolgáltatást nem végez, hitelt nem nyújt, tevékenysége kizárólag fogyasztói csoportok szervezésére és működtetésére irányul.”

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

A vizsgálati szakban tett észrevételek

32. Az IHS álláspontja²² szerint a fogyasztók számára a hirdetéseket olvasva egyértelműen kiderül, hogy társaság kizárólag fogyasztói csoportok szervezésével és kezelésével foglalkozik. A társaság hirdetési gyakorlata – álláspontja szerint – a működése kezdetétől, illetve a versenyfelügyeleti eljárás megindítását megelőzően is megfelelő volt, mely nem sértette a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) és a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvénynek (a továbbiakban: Tpv.) egyetlen rendelkezését sem.
33. Az alkalmazott hirdetések és tájékoztatások a fogyasztók részére egyértelmű információkat adtak és adnak a fogyasztói csoportok lényeges tulajdonságairól, kiemelten arról a tényről, hogy nem hitelről, vagy más pénzügyi termékről van szó, és hogy társaság ilyen terméket nem értékesít, hitelt semmilyen formában nem nyújt.
34. Eljárás alá vont előadta, hogy a szerződő partnereknek a személyes kapcsolatfelvétel elején azonnal felhívja a figyelmét, hogy a szerződéskötés nem hitel, vagy kölcsön felvételére vonatkozik, és nem biztosított az, hogy a csoport tagja a szerződés megkötését követően azonnal, vagy hamarosan pénzhez jut. Nyilatkozata szerint ebben segíti a társaság munkáját a (Kft.) tagjainak a vásárlói csoport szervezése terén szerzett több mint tíz éves tapasztalata.
35. Az IHS határozott véleménye, hogy a jelen eljárás alapját képező bejelentés nem megalapozott, célja valójában nem az, hogy a GVH figyelmét felhívja a tisztességtelen piaci magatartás, vagy a fogyasztók megtévesztésének potenciális veszélyére, hanem a konkurencia igyekszik meg nem engedhető módon, a GVH-t felhasználva a társaság gazdasági tevékenységét elnehezíteni, és a piacra történő belépését a lehető legnagyobb mértékben meggátolni.
36. Ennek ellenére a hirdetési gyakorlatán igyekezett javítani annak érdekében, hogy az esetleges félreértések – melyek álláspontja szerint eddig sem voltak, és nem is lehettek – még elméleti szinten se fordulhassanak elő.

Beadvány

37. Eljárás alá vont a 2010. március 19-i beadványában az előzetes álláspontra az alábbi észrevételeket tette:

²² Vj/114-014/2009. számú irat 3. pontja

- a) Eljárás alá vont a Versenytanács által körülírt jogszabályi környezetet és a bemutatott bírósági gyakorlatot, illetve azok célját és tartalmát elfogadta.
- b) Eljárás alá vont fenntartotta korábbi képviselője útján tett érdemi észrevételeit és kiegészítette azt.
- c) Eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy sem szándékosan, sem gondatlanul nem kíván és kívánt jogellenesen eljárni.
- d) Eljárás alá vont jelezte, hogy együtt kíván működni, a GVH és a bíróságok által is elfogadható reklámtevékenység kialakítása érdekében.
- e) Eljárás alá vont kérte, hogy
 - elsődlegesen a Versenytanács halassza el a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapítására vonatkozó döntést, és végleges döntését az eljárás alá vont lent megfogalmazott vállalásait figyelembe véve és azokat is megvizsgálva utóvizsgálati eljárást követően hozza meg;
 - másodlagosan az eljárás alá vontra hátrányos megállapítás esetén a Versenytanács mellőzze a bírság kiszabását és vegye figyelembe az eljárás alá vont rövid működési idejét, valamint vállalásait.
- f) Eljárás alá vont kérte a Versenytanácsot, hogy döntésénél vegye figyelembe eljárás alá vont néhány hónapos működési idejét, együttműködési szándékát és azt a kifejezett célját, hogy az általa írtak figyelembe vételével kívánja reklámgyakorlatát folytatni.
- g) Eljárás alá vont úgy értékelte, hogy számára preventív hatású volt a vele szemben lefolytatott eljárás és az „előzetes álláspont”-ban írtak. El kívánja kerülni a GVH eljárását követő bírósági utat, mert célszerűbbnek látja azt az eljárást, amely lehetőséget ad számára az alábbi vállalások teljesítésére. Megállapítás és bírság kiszabása elhalasztása mellett utóvizsgálati eljárásban való vizsgálatban történő megállapítás terhével – függetlenül eddig alkalmazott reklám-gyakorlatától és jogi álláspontjától – vállalja, hogy az előzetes álláspontban írtakra és az eljárás során megismert bírósági gyakorlatra – azok tartalmi és jogi elvárásaira – is tekintettel folytatja reklámgyakorlatát az alábbi szempontok figyelembe vételével:
 - a reklám keretei között kerüli a „hitel” kifejezés használatát;
 - a reklám keretei között kerüli a „pénz” kifejezés használatát, de semmiképpen nem használja olyan szövegösszefüggésben, amely a fogyasztó valamely „rész”-döntése során megtévesztő hatású lehet és hitelezés lehetőségére utal, vagy ilyen ígéretet tartalmaz;
 - ha a reklám során tényközlésbe bocsátkozik, akkor valóságghú módon igyekszik elől járni a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában;
 - tájékoztatja a fogyasztókat a reklám keretein belül, hogy a vásárlói (fogyasztói) csoportok szervezésekor ténylegesen előtakarékosági lehetőséget biztosított a csoport tagjainak azzal, hogy
 - bizonyos szerencseelem (sorsolás eredménye) is teheti lehetővé az anyagi eszközökhöz való korábbi, futamidő lejárt előtti hozzájárulást;
 - a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később meghatározott feltételek teljesülése esetén, vagy a futamidő végén juthat a vásárlási joghoz, s ezáltal a megszerezni kívánt dologhoz;
 - reklámjait lehetőség szerint nem a hitel és pénzintézetek reklámjai között helyezi el.

Tárgyaláson tett észrevételek

38. Eljárás alá vont a tárgyaláson jelezte, hogy az előzetes álláspont tényállási része a tényeket helyesen, valóságosan tükrözi.
39. Eljárás alá vont előadta, hogy a fogyasztói csoport tagja az alábbi módokon juthat vásárlói joghoz:
 - mindenekelőtt sorsolással, illetőleg
 - „előtörlesztéssel”,
 - abban az esetben, hogy ha több személy azonos mértékű „előtörlesztést” vállal, akkor közülük sorsolással választják ki azt, hogy ki szerez vásárlói jogot, és végezetül
 - a futamidő leteltével juthat vásárlói joghoz a fogyasztói csoport tagja.
40. Az elállási joggal kapcsolatban eljárás alá vont előadta, hogy nincs nagyobb számú elállás. A jogi képviselő tudomása szerint egyetlen egy olyan panaszos volt, aki bejelentette elállási szándékát. Eljárás alá vont elfogadta ezt a fogyasztói igényt és visszafizette az ügyfél számára az addig befizetett összeget. Ezt a gyakorlatot alakult ki a későbbiek során is, tehát eljárás alá vont igyekszik a panaszokat hatékonyan kezelni.
41. Az előzetes álláspont III. számú mellékletében a befizetések összege és a közös alap összege közötti különbség fakadhat abból is, hogy már kifizetésekre sor került és a kifizetett összegek csökkentik a befizetések révén létrejövő alap nagyságát.
42. A tárgyalást megelőző napon jogi képviselő tájékoztatást adott a cég vezetése számára egyrészt a versenyhivatali, másrészt a bírói gyakorlatról. Jelezte, hogy javasolt a cég reklámtevékenységének változtatása. A cégvezetés fogadókészséget mutatott azokra a javaslatokra, amik legutóbbi beadványában írásban is rögzítésre kerültek, mindenekelőtt arra, hogy a „hitel”, a „pénz”, a „BAR-lista” és a „bank” szavak nem fognak szerepelni a későbbi tájékoztatásokban. Ezzel kapcsolatban felhívja a figyelmet arra, hogy a „hitel” kifejezést már a 2009. december 2-ától kezdődően megjelenő reklámjai sem tartalmazzák. A jövőben a fogyasztói csoportra vonatkozó bővebb információk fognak szerepelni a reklámokban, „frappáns keretbe kell foglalni” azt, hogy előtakarékoság révén a fogyasztó hozzájut a számára fontos termékhez. Nem a pénzintézetek reklámjai között fogják elhelyezni a tájékoztatásokat. Várhatóan lesznek olyan reklámok is, amelyekben számok egyáltalán nem szerepelnek majd, ha mégis, akkor világossá teszi a reklám, hogy mi az az összeg, amit a fogyasztónak kell befizetni, nem pedig ő kapja.
43. Az új reklámgyakorlattal kapcsolatban konkrét reklámszövegek még nem készültek el. A cégnek szándékában áll egy reklámszakember vagy reklám cég igénybevétele, bevonása ebbe a munkába, annak érdekében, hogy egyfelől biztosítsák a kommunikáció jogszerűségét, másrészt viszont a hatékonyságát is, nevezetesen, hogy azért a reklám a jogi követelmények betartása mellett elérhesse a célját.
44. Eljárás alá vont az alábbi adatok zártan való kezelését kérte:

- az előzetes álláspont 2. oldalán a 7. pontban szereplő árbevétel adatok, mivel az éves pénzügyi beszámoló még nem készült el, az egyébként nyilvánossá váló árbevételi adat is üzleti titoknak minősül még,
- az előzetes álláspont II. számú mellékletében szereplő – a médiaköltségre vonatkozó – adatok,
- az előzetes álláspont III. számú mellékletében szereplő adatok.

VI. Jogszabályi háttér

45. 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, 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. 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 a 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.

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 (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), 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. §).

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése értelmében a törvény mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a

kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 6. §-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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termék megnevezésére 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.

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.

A fenti szakasz (2) bekezdése 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. 11. §-a (1) bekezdésének értelmében az Fttv. 10. §-ának alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára, vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

Az Fttv. 11. §-a (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.

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 értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

VII. Előkérdések

Az alkalmazandó jogszabály

- 46. Az Fttv. 2. §-ának d) pontja szerint a reklám kereskedelmi gyakorlat. A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 3. §-ának d) pontjában szereplő meghatározás értelmében gazdasági reklám az 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 –, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.
- 47. A Grt. 3. §-ának h) pontja szerint megtévesztő reklám minden olyan (gazdasági) reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti.
A jelen eljárásban vizsgált hirdetések, illetve a honlapon megjelenő tájékoztatások gazdasági reklámnak minősülnek, hiszen céljuk a fogyasztói csoportbeli tagságra való ösztönzés, a konstrukció igénybevételének előmozdítására.
A Grt. 2. §-a szerint ugyanakkor 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. Mivel azonban a vizsgált kereskedelmi gyakorlat esetében a reklám címzettjei természetes személyek is, nem a Grt., hanem az Fttv. rendelkezései alkalmazandóak.
- 48. Szintén nem alkalmazandóak a Tpv. üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról szóló III. fejezetének rendelkezései, mert egyrészt azok csak üzletfelek gazdasági versenyben történő megtévesztését, az üzletfelek választási szabadságát

indokolatlanul korlátozó üzleti módszereket tiltják, másrészt a Tpv. 8/A. §-a alapján nem terjed ki a Tpv. III. fejezetének hatálya az olyan magatartásra, amely a Grt. rendelkezései értelmében megtévesztő reklám.

A GVH hatásköre

49. A GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdésén, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont a budapesti terjesztésű Metropol és Budapesti Piac mellett a Blikk és a Bors című, országos terjesztésű napilapokban, illetve a Napi Ász országos hirdetési lapban is tesz közzé hirdetéseket, így – az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének b) pontja alapján, miszerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű lap útján valósul meg – megállapítható a kereskedelmi gyakorlat gazdasági verseny érdemi befolyásolására való alkalmassága, tehát az eljárással érintett magatartás vizsgálata az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a GVH hatáskörébe tartozik.

Az érintett fogyasztói kör jellemzői²³

50. A fogyasztói csoportok hirdetési ugyan mindenkinek szólnak, de jól kirajzolódik két személyi kör, akik a reklámra leginkább felfigyelnek.

- a) A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) elsődleges (kifejezett, megszólított) célcsoportja az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni, ezért kiszolgáltatottabb. Ezt a célzott fogyasztói kört a hirdetések szövegezése is alátámasztja („Elutasítják a bankok”, „Nem kap hitelt?” „Barlistásoknak és nyugdíjasoknak is!”²⁴, illetőleg „Pénzre van szüksége? De elutasítják a bankok” „BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!”)²⁵. A hirdetésekkel kiemelten célzott fogyasztók tehát azok, akik önerő, kezes, jövedelemigazolás vagy fedezetül szolgáló ingatlan nélkül kívánnak ingatlanhoz vagy nagyobb értékű ingósághoz jutni. A lehetséges fogyasztói körbe tartoznak kifejezetten
- a Bar-listások,
 - olyan személyek, akiknek a jövedelmi szerkezete nem teszi lehetővé, hogy a bankok által kért feltételeknek megfeleljenek (nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók stb.),
 - nem rendelkeznek a hitelfelvételhez szükséges önerővel,
 - nem rendelkeznek a jelzáloghitel felvételéhez szükséges terhelhető ingatlannal,
 - nem tudnak kezes, adóstársat állítani.

E sérülékenyebb fogyasztók számára

²³ Vj-163/2007. számú versenyfelügyeleti eljárás alapján.

²⁴ Sajtóhirdetések eredeti szövege

²⁵ Sajtóhirdetések módosított szövege

- az azonnali, nem pedig a bizonytalan, akár 15 év múlva történő pénzhez jutás jelent megoldást,
 - a megtakarítás, mint jövőbeli fogyasztás kevésbé fontos, mint a jelenbeli fogyasztás, szükséglet kielégítés.
- b) A hirdetésekben az egyes konstrukciós ajánlatok megjelenítése (táblázatos formában összegek mellett havidíjak) azon (feltehetően szélesebb kört jelentő) fogyasztók felé is irányul, akik valamiféle pénzügyi segítséget (hitelt) keresnek, és az érintett kiadványok átlapozása során (célzottan vagy nem tudatosan) összehasonlítják az egyes akciókat, ajánlatokat. E fogyasztók számára ugyanis vonzóbb lehet az eljárás alá vont reklámjaiban szereplő alacsony „fix havi díj” a bankok és a pénzügyi közvetítők ajánlatainál. A reklámban szerelő havonta fizetendő összegek ugyanis a hitelpiacon megszokottnál vagy elérhetőnél kedvezőbbek.
51. A Központi Hitelinformációs Rendszert (a továbbiakban: KHR, ismertebb nevén: BAR-lista) működtető Bisz Zrt. honlapján szereplő információk²⁶ szerint 2008 decemberében több mint 130.000-rel nőtt a KHR lista lakossági alrendszerében nyilvántartott természetes személyek száma a 2007. decemberi adatokhoz képest. A 2009 decemberében a KHR listán szereplő természetes személyek száma ugyanakkor már több mint 170.000 fővel magasabb az előző év azonos időszakához viszonyítva. Az előbb ismertetett adatokból egyértelmű, hogy a pénzügyi válság kitörése óta egyre magasabb azon személyek száma, akik felkerültek a KHR listájára és így bankoktól, hitelintézetektől, illetve pénzügyi vállalkozásoktól további hitelre nem számíthatnak. A fogyasztói csoportokat szervező cégek ezeket a pénzügyileg sérülékeny fogyasztókat célozzák meg hirdetéseikkel. E fogyasztói körnek azonnal van szüksége az általa igényelt összegre és nem esetlegesen 10-15 év múlva. Az előbbieken alapján tehát a fogyasztói csoport nyújtotta lehetőség ténylegesen nem tekinthető a hitel alternatívájának.
52. Az érintett fogyasztók (illetve azok lehetséges megtévesztése) kapcsán megjegyzendő továbbá, hogy
- a lakosság pénzügyi ismeretei általában alacsonyak,
 - az általános szerződési feltételek elolvasása és megértése nem jellemző az ügyfelekre,
 - a fogyasztói csoport kifejezésnek nincs meghatározása, mindennapi értelemben, de akár egy adott szakmában (pl. statisztika, piackutatás, marketing, célcsoport-képzés) jelenthet más fogalmat is, mint a jelen ügyben.
53. A Versenytanács alappal feltételezhetőnek tartja azt, hogy az átlagos fogyasztók nem rendelkeznek pontos ismeretekkel a fogyasztói csoportok definícióját illetően, tekintettel a különböző vállalkozások ellen érkezett panaszok számára, jellegére, illetve arra a körülményre, hogy az elmúlt években inkább a piacról való kivonulás, mint új piacra lépő megjelenése volt jellemző, és a ténylegesen működő fogyasztói csoportok száma – a GVH előtt zajló eljárások adatai alapján – számottevően csökkent. Ezt a feltevést erősíti az is, hogy az egyes fogyasztói csoportok rendszerében lehetnek kisebb-nagyobb különbségek, így az iparági gyakorlat sem mondható egységesnek.

²⁶ http://www.bisz.hu/lakossagi_adatok.php, Vj-111-069/2009. sz. irat 2. sz. melléklete

54. Az elmúlt másfél év során számos olyan fogyasztó jelent meg a piacon, akinek korábban nem jelentett reális alternatívát a fogyasztói csoport, most azonban – tekintettel a következő pontban bemutatandó elnehezült pénzügyi helyzetére – igen. Ezen fogyasztók számára a konstrukció új, így arról korábbi tudással nem rendelkeznek. Végül kiemelendő, hogy ezekkel a magatartásokkal kapcsolatban a fogyasztói tanulás lehetősége korlátozott: a fogyasztói csoportba belépés nagy értékű tranzakció, ilyen döntést a fogyasztó élete során feltehetően egyszer, vagy legalábbis ritkán hoz meg. Ez a körülmény is a vizsgált magatartást illető fogyasztói ismeretek alacsony szintjét támasztja alá.
55. A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal összefüggésben megállapítható, hogy a címzettek két csoportja eltérő helyzetű: egy részük kifejezetten egy sérülékenyebb („Bar-listások és nyugdíjasok”) kör, míg a címzettek másik része átlagos helyzetűnek tekinthető („mindenkinek” kitétel a reklámokban). Figyelemmel arra, hogy a vizsgált tájékoztatások egyaránt alkalmasnak bizonyulhatnak mindkét személycsoport megtévesztésére, ezért a Versenytanács jelen esetben nem tartotta indokoltnak a két címzetti csoport külön-külön való vizsgálatát, hanem a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megítélésakor az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott, ésszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartása vette figyelembe.

VIII. Jogi értékelés

Az értékelés módszere

56. Az Fttv. rendelkezései alapján először az vizsgálandó, hogy az értékelendő kereskedelmi gyakorlat megfeleltethető-e az Fttv. mellékletében foglalt pontok valamelyikének, illetve megsérthette-e ezen pontokat, majd vizsgálandó, hogy sérülhetnek-e az Fttv. 6., 7. és 8. §-aiban foglalt rendelkezések, végül pedig a 3. §-ában foglalt generálklauzula megsértésnek lehetősége. A szabályozás logikájából adódóan mindig azon tényállási elemeket szükséges vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.
57. Mivel a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat a mellékletben felsorolt gyakorlatok egyikének sem feleltethető meg, ahhoz, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat ténye bizonyítást nyerhessen,
- egyfelől azt kell vizsgálni, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg,
 - másfelől azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ megtévesztő volt-e, akár akként, hogy a valótlan információt, vagy valós információt megtévesztésre alkalmas módon tett közzé, akár úgy, hogy a tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges, és ezért jelentős információt elhallgatott, elrejtett, homályos, félreérthető, időszerűtlen módon bocsátott rendelkezésre.

Az ügyleti döntés

58. A versenytanácsi gyakorlatban is megjelenő módon²⁷ „a 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 kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes tehát, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra, így a figyelem felkeltése is. Önmagában tehát az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot, már kifogásolható. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat, így különösen egy tisztességtelen reklám – különösen akkor, ha egyébként a kifogásolt (pl. az adott esetben nyomtatott sajtóban megjelenő) tájékoztatásokon kívül a fogyasztók számára csak a tényleges értékesítéshez, szerződéskötéshez kapcsolódó dokumentáció áll a rendelkezésére.”
59. Az Fttv. körében a fentieket támasztják alá az alábbiak:
- 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, amely vonatkozásában (figyelemmel a törvény indoklására is) kiemelendő, hogy annak tartalma eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezéseiként való értékelésétől, s így ügyleti döntésnek minősülnek pl. a fogyasztó azon döntései, hogy azonosítja a kielégítendő szükségletet, s ezzel kapcsolatban a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik szolgáltatását (termékét), s azt milyen feltételekkel választja,
 - az Fttv. mellékletében rögzített, minden körülmények között tisztességtelennek minősülő tényállások közül több megvalósulásának nem feltétele, hogy a fogyasztó döntést hozzon a vállalkozással való szerződéskötésről.
60. Ezen értelmezést erősíti a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló EK Irányelv megalkotására tett javaslat is, amely kifejti, hogy ügyleti döntésnek minősül az is, amikor a fogyasztó a szerződéses kapcsolat fenntartásáról vagy megszakításáról dönt. A fogyasztó egyre több esetben hosszú távú, nemritkán számos alkalommal módosítandó szerződéses kapcsolat megkötéséről dönt, amely esetben a szerződés módosítására vagy akár a szerződés megszüntetésére vonatkozó ügyleti döntés fontossága a szerződés megkötésének fontosságát is felülmúlhatja.
61. Az ügyleti döntés kapcsán tehát kiemelendő, hogy
- az ügyleti döntés elválhat a szerződés megkötésének aktusától,

²⁷ Pl. a Vj/43/2009. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott döntésben

- egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés meghozatalára is sor kerülhet. Az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában, így például ha a fogyasztó az esetlegesen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat hatására módosítja az adott esetben szóba jöhető helyettesítő árukra vonatkozó preferencia sorrendjét, vagy egy kereskedelmi kommunikáció hatására olyan árut von be az alternatívák értékelési körébe, amely addig nem volt ismert számára,
- a fentiek alapján az Fttv. védett jogi tárgya a fogyasztói döntés teljes folyamata.”

- 62) A Versenytanács álláspontja szerint a fogyasztó számos döntést hoz a fogyasztói csoport kapcsán. A folyamatban potenciális döntési pont, amikor a fogyasztó
- szükségletei, pénzügyi lehetőségei alapján pénzügyi (hitel vagy megtakarítási jellegű, illetve ezek elemeit kombináló) terméket választ,
 - olyan vállalkozások közül választ, amelyek fogyasztói csoportokat szerveznek,
 - felveszi a kapcsolatot a reklámozóval,
 - konstrukciót (áru, összeg, futamidő) választ,
 - belép egy fogyasztói csoportba,
 - előtörlesztést vállal,
 - eláll a szerződéstől 30 napon belül, illetve még az első közgyűlés előtt (12.000 Ft-os elveszett befizetéssel),
 - felmondja a szerződését, nem teljesíti további befizetéseit (vállalva, hogy a regisztrációs és megbízási díjait elveszti, valamint a már befizetett alaprészleteihez csak a futamidő lejártát követően juthat hozzá).

A fogyasztó a döntéshozatali folyamat során több ügyleti döntést is hoz, amelyek mindegyikének meghozatala esetén súlya lehet a vállalkozások által folytatott kereskedelmi gyakorlatoknak, vagyis a tisztességtelenség a döntési folyamat egésze során vizsgálható.

A kereskedelmi gyakorlat

- 63) Az Fttv. definíciója 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, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. A kereskedelmi kommunikáció pedig a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől.
- 64) A fentiekre való tekintettel jelen versenyfelügyeleti eljárásban a kereskedelmi gyakorlat részeinek tekintendők a fogyasztói csoportok népszerűsítését, a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos tájékoztatások:
- az eljárás alá vont hirdetései és
 - a szerződéskötési folyamat során átadott tájékoztatások (ideértve a megbízási szerződést, a nyilatkozatot is tartalmazó tájékoztató levelet, illetve a RSZ-t), amelyek
 - az eljárás alá vont honlapjáról is elérhetőek 2009 novemberétől.

A tájékoztatás alkalmassága a fogyasztói döntések befolyásolására

65. Egy kereskedelmi gyakorlat megítélése során vizsgálendő, vajon az adott vállalkozás fogyasztók felé irányuló kereskedelmi gyakorlata alkalmas lehet-e a fogyasztó arra történő késztetésére, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
66. Az Fttv. 6. §-a felsorolja azon tényezők körét, amelyek tekintetében a megtévesztésre való alkalmasság²⁸ felmerülhet. A jelen vizsgálat szempontjából az a tulajdonság minősül lényegesnek, amelynek jelentősége lehet a fogyasztók választása, üzleti döntése szempontjából. A jelen esetben az eljárás alá vont szolgáltatásának [Fttv. 6. §-ának a), b) és c) pontjai szerinti] lényeges jellemzői:
- a csoportbeli részvétel keretei, a szerencseelem,
 - a vásárlói jog tartalma,
 - az előtörlesztés vállalás lehetősége, költségei,
 - a havi díjak tartalma,
 - a regisztrációs és a megbízási díj léte, mértéke,
 - a futamidők tartalma.
- Ezek a jellemzők azonban a hirdetésekben egyáltalán nem jelennek meg, habár a fogyasztói csoportok működésében megjelenő kockázati elemek („előtörlesztés” vállalása a többi tagtól függően, sorsolás) mindenképpen olyan lényeges – kategóriaképző – tulajdonságnak minősülnek, amelyek ismerete nélkül nem hozható megalapozott döntés vagy akár körültekintő összehasonlítás.
67. A jelen eljárás célja nem a fogyasztói csoportok működésének, hasznosságának megítélése, hanem az eljárás alá vont fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos tájékoztatási gyakorlatának értékelése.
68. A magatartás megítélése kapcsán lényeges, hogy a konstrukció elsődleges célcsoportjának jellemzői meghatározzák a tájékoztatások befolyásolásra való alkalmasságát, tekintettel arra, hogy számukra a pénzügyi lehetőségek köre meglehetősen korlátozott, így bármely (adott esetben a hiteltermékekkel kapcsolatban megszokott fogalmakkal operáló) „más megoldás” felkeltheti érdeklődésüket.
69. A hitelképes fogyasztói kör érdeklődését pedig – hazai lakosság magas szintű érzékenységből kiindulva – az aktuális banki THM és kamatértékek (Vj-132-011/2009. számon iktatott, PSZÁF-összehasonlításokból: 10-40%-os), illetve a hitelpiaci mozgások ismeretében vonzó fix havi költségek vívják ki.
70. Az eljárás alá vont hirdetései azáltal, hogy vonzó, a pénzügyi piacon elérhető termékeknél kedvezőbb feltételeket jelenítenek meg
- az összes potenciális ügyfél, illetve
 - a nem hitelképes fogyasztók számára
- különböző szempontból, de egyaránt felkeltik az érdeklődést.

²⁸ Megjegyzi a Versenytanács, hogy e lista az üzleti döntéshez szükséges és ezért jelentős információk körében irányadónak tekintendő az Fttv. 7. §-a keretében is.

Az, hogy az eljárás alá vont reklámjai alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, önmagában az a tény is igazolja, hogy az eljárás alá vont folyamatosan szükségesnek tartotta a reklámok közzétételét, hiszen a leendő ügyfelei számára ez a kapcsolatfelvétel alapja.

A fogyasztók szerződéskötésre vonatkozó ügyleti döntését tehát jelentős mértékben befolyásolhatta a reklám – még ha utólag akár nem bizonyítható módon szóban, akár a szerződéses papírok átadásával tájékoztatták is őket a konstrukció kevésbé kedvező jellemzőiről.

A kereskedelmi gyakorlat üzenete

71. A kereskedelmi gyakorlat üzenetének meghatározásakor nem az veendő figyelembe, hogy mi volt a vállalkozás célja/szándéka, hanem az, hogy a fogyasztó számára mi volt az üzenet. A további lépésekben mérlegelendő, hogy melyek azok a lényeges tulajdonságok, amelyeket a kereskedelmi gyakorlat ugyan tartalmazott, de valótlan/megtévesztő módon – ezen esetekben a megtévesztés aktív tényállásában értékelendő a magatartás. A Versenytanács álláspontja szerint továbbá a megtévesztés aktív tényállásában értékelendő az is, amikor a kereskedelmi gyakorlat (nem valós/megtévesztő) üzenete a fogyasztó számára tartalmazhat bizonyos elemeket, azonban azokat a kereskedelmi gyakorlat ténylegesen nem tartalmazza.

Megtévesztés

A sajtóreklám megtévesztő összhataása a szolgáltatás természetét illetően

72. Az eljárás alá vont álláspontjával²⁹ szemben, a Versenytanács megítélése szerint a fogyasztók számára a hirdetésekben nem derül ki, hogy az IHS kizárólag fogyasztói csoportok szervezésével és kezelésével foglalkozik, és nem nyújt kölcsönt.
73. A hirdetések nem szolgálnak egyértelmű információval a fogyasztói csoportok – közismertnek nem tekinthető – lényeges tulajdonságairól.
74. Az eljárás alá vont reklámjainak összhataása alapján a fogyasztó arra a téves következtetésre juthatott, hogy az eljárás alá vont valamiféle pénzügyi szolgáltatást kínál, és szolgáltatásának igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti fizetéssel törleszt. A Versenytanács megítélése szerint önmagában a „fogyasztói csoport” megnevezés feltüntetése nem ellensúlyozza a megszólításból („Elutasítják a bankok? Nem kap hitelt?”, illetőleg „Pénzre van szüksége? De elutasítják a bankok?”), a címezésből („BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is!”) és a reklám legnagyobb részét adó, növekvő sorba állított forintösszegek és az azokhoz kapcsolódó havi részletfizetési összegek együttes hatását. Az a körülmény sem szünteti meg a jogsértést, hogy a fogyasztónak egy későbbi döntési helyzetben lehetősége nyílik az eljárás alá vont által nyújtott szolgáltatás megismerésére, legfeljebb enyhítő körülménynek minősülhet a szerződéskötést megelőző pontos tájékoztatás.

²⁹ Vj/114-014/2009. számú irat 3. pontja

75. Eljárás alá vont maga sem vitatja, hogy a fogyasztói csoporthoz való csatlakozás lehetősége nem azonos azzal, hogy valakinek kölcsönt ígérnek. Ennek ellenére úgy fogalmazza meg tájékoztatását, hogy hagyja tévedésbe esni olvasóit. Tény, hogy kifejezetten nem állítja, hogy kölcsönt ígér, de saját szolgáltatását csak annyira mutatja be, hogy a kölcsönhöz hasonló elemek domináljanak, miközben a különbségekről³⁰ egy szó sem esik. A versenytanács nem a kétféle szolgáltatás – kölcsön nyújtása és fogyasztói csoport szervezése – közötti különbségek feltárását várta el a reklámoktól, hanem csak annyit, hogy a reklám ne adjon okot a kettő összetévesztésére, ne teremtsen alkalmat arra, hogy az olvasók azt hihessék, hogy a reklámokban szereplő millió forintokat megkaphatják az ott feltüntetett havi összegek fejében. Ebből ugyanis az olvasó – teljes joggal – kölcsön (hitel) szerződésre asszociál.
76. A fogyasztói tévedés valószínűségét növeli az a körülmény, hogy a fogyasztói csoportot népszerűsítő hirdetések a nyomtatott sajtóban gyakran a hitel- vagy hitelközvetítői hirdetések mellett/közelében találhatók. Ebből a körülményből pedig az következhet, hogy a fogyasztói csoportot szervező vállalkozás hirdetéseire felfigyelő fogyasztó nem különíti el azoktól, és a hitelközvetítő alternatívájaként választja a fogyasztói csoportot szervező vállalkozást.
77. 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 áru egy vagy több lényeges jellemzője tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

A „nem kap hitelt” és a „pénzre van szüksége” szlogenfogyasztói csoport esetén is megtévesztő sugallata

78. A reklámok még abban az esetben is megtévesztőnek minősülnek, ha egyértelmű tájékoztatást adnának a fogyasztói csoport előtakarékosági jellegéről. A reklámok ugyanis közvetve, vagy közvetlenül pénzt ígérnek, noha a fogyasztói csoport tagja pénzhez nem jut a jogviszony keretében.
- a) A 2009. december 2 előtt alkalmazott hirdetés szövegének figyelemfelhívó részében szerepel a „nem kap hitelt?” fordulat. Ebből a fogyasztó – joggal – azt a következtetést vonja le, hogy a hirdetés közzétevőjétől viszont kölcsönt³¹ kaphat, noha sem az IHS-től, sem a fogyasztói csoport többi tagjától nem kap majd pénzt.
 - b) A 2009. december 2-től alkalmazott hirdetés szövege továbbá tartalmazza a „Pénzre van szüksége?” figyelemfelkeltő szlogent. A Versenytanács álláspontja szerint a hirdetés szövege – valótlan lehetőség sugalmazása miatt – megtévesztő, mivel
 - az IHS által szervezett csoportok ténylegesen vásárlói joghoz, és nem (kész)pénzhez való jutást célozzák, illetve

³⁰ A fogyasztói csoport tagjai elsődlegesen, alapvetően takarékoskodnak, azaz nem kapnak, hanem befizetnek. Ezen túlmenően a szerencseelem, a sorsolás, az előtörlesztés lehetősége minősül a konstrukció lényeges, kategóriaképző tulajdonságának.

³¹ A hétköznapi szóhasználatban a hitel és a kölcsön szinonim fogalmak.

- nem megtakarításról, hanem pénzről van szó a hirdetésben, amely valamiféle jelenbeli szükségletre utal szemben a fogyasztói csoportok által elérhető bizonytalan időbeli vásárlói joggal.

Az egyes összegek mellett feltüntetett fix havi díjak megítélése

79. A fogyasztó által igényelt összeg nagyságától függetlenül megállapítható, hogy nem, vagy csak kivételes esetben felel meg a valóságnak a fix havi díjakra vonatkozó állítás.
- a) Az, hogy valaki meghatározott összegű vásárlói joghoz jusson a megjelenített fix havi díjak mellett – a szerencsés sorsolást leszámítva – csak úgy lehetséges, ha jelentős összegű előtörlesztést vállal. Ebben az esetben azonban megváltozik a szerződés tárgya, a szerződésben meghatározott összegnél sokkal alacsonyabb érték³² kerül rögzítésre az eljárás alá vont által csatolt³³ közjegyzői szerződésmódosítási okiratok szerint³⁴ Az előtörlesztést vállaló számára a vásárlói jog elnyerését követően sem a fix havi díjak, sem a vásárlói jog értéke (a termék eladója által igényelt vételárhoz történő „közös” hozzájárulás”) nem a tájékoztatások szerint alakul. „Sikeres” tehát csak a reklámokban megjelenítettekől számottevően eltérő feltételekkel lehet a fogyasztói csoport tagja.
 - b) Nem jellemző, hogy a tagok előtörlesztés vállalási hajlandósága híján pusztán sorsolással, a futamidő kezdetén nyernek. Ez sorsolásonként elvben egy embernek sikerülhet, a csoport többi tagja kénytelen várakozni a következő, majd ismételt sikertelenség esetén azt követő sorsolásra. Az eljárás alá vont által csatolt közjegyzői okiratok mindegyike azt igazolja, hogy vásárlási jogot jelentős összegű előtörlesztés vállalásával lehetett megszerezni. A versenytanács számára nem került bizonyításra, hogy a vásárlási jog sorsolással történő megszerzése előfordult-e egyáltalán.³⁵
80. A fogyasztói csoport tagjainak csak töredékére³⁶ igaz, hogy a reklámban szereplő havidíj mellett, a tagsági jogviszony keletkezésétől számított rövid időn belül ténylegesen hozzá is jut a reklámban szereplő értékhez.³⁷
81. Még az előző pontban említett igen kis számú szerencsés tag esetében sem valósak a hirdetésekben megjelenő összeg és havidíj párosítások, hiszen csak az előtörlesztés után fennmaradó összegre vonatkozóan igaz a törlesztés havi mértéke, az „igényelt összeg” 40-70%-át egyáltalán nem „kapja meg” az ügyfél, azaz ezzel a résszel egyáltalán nem rendelkezhet. Látható tehát, hogy az előtörlesztés vállalással (ahol egyébként egyértelműen előny a vásárlási jog aktuális megnyílta) a vásárlási jog

³² Az eredeti igényelt összeg 50-60%-a, 40-50%-a, illetve 30-40%-a közé esik az ügyfelet „megillető” összeg.

³³ Vj-132-007/2009. és Vj-132-014/2009.

³⁴ Vj-132-007/2009. sz. beadvány 1., 3., 4., 7., 8., 9., 10. sz. mellékletei

³⁵ Eljárás alá vont az előzetes álláspont azonos tartalmú szövegére nem tett észrevételt, nem jelzett bizonyítási indítványt, és nem nyújtott be az állítást cáfoló bizonyítékot.

³⁶ Eljárás alá vont Vj-132-014/2009. sz. beadványában jelezte azt az - üzleti titoknak minősülő - adatot, hogy a működésüket 1.5-3.5 hónapja megkezdő fogyasztói csoportokban 2009. december 31. napjáig hányan jutottak vásárlási joghoz. Ezt a létszámot a csoportok – szintén üzleti titoknak minősülő - összlétszámával elosztva kapjuk azt a százalékos értéket, amelyre tekintettel használja a határozat a „töredék” megjelölést.

³⁷ Nem készpénz kifizetés formájában kapja meg az összeget, hanem azt az általa választott termék eladójának fogják kifizetni, tehermentesítve a tagot, vagy csökkentve a tag fizetési kötelezettségét

értéke, a megszerzendő dologhoz (szolgáltatáshoz) a fogyasztói csoport által – vásárlói jog keretében – nyújtott támogatás jelentősen csökken a dolog árához képest. Lényeges továbbá megjegyezni, hogy a vásárlói jog értékéhez képest a szerződéskötési vagy más néven regisztrációs díj már sokkal magasabb hányadot képvisel az eredetileg a dolog árából kalkulált, millió forintokénti 4,5 %-hoz képest.

82. A havi forintösszegek feltüntetése azt a hamis látszatot kelti, mintha a reklámban szereplő összeg havi rendszerességű megfizetése elegendő lenne a milliós értékhez való hozzájutáshoz. Tény, hogy a havi összegek „-tól” toldalékkal szerepelnek, de ebből a fogyasztó csak arra következtethet, hogy a leghosszabb futamidő esetén kell ezt az összeget megfizetnie. A valóságban azonban ezen túl még havi megbízási díjat és egyszeri regisztrációs díjat is fizetnie kell, amelyek figyelembe vételével a reklámban szereplő összegek akkor sem lennének valóságok, ha azok megfizetése révén hozzá lehetne jutni a reklámban szereplő milliókhoz.
83. A nagyobb értékű (hirdetésekből is szereplő 5, 10, 20 milliós) vásárlói jogokkal kapcsolatos tájékoztatások kapcsán további problémák forrása, hogy csak 1-3 millió forintos összegre vonatkozó megbízási szerződések köthetőek. A nagyobb összegek több megbízási szerződéssel, többszöri regisztrációs díjjal, még magasabb törlesztési hajlandósággal és nyilvánvalóan más nyeresési eséllyel érhetőek el, így ezen összegek sem igazak önmagukban, megjelenítésük a hirdetésekből látható összefüggésben megtévesztő.

A vállalkozás felelőssége

84. 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.
85. A jelen esetben megállapítható, hogy az eljárás alá vontnak a szolgáltatás népszerűsítése közvetlen érdekében állt a regisztrációs és megbízási díjakból származó árbevétel révén.

A döntés

86. A Versenytanács megállapította a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján, hogy az IHS nyomtatott sajtóban – működésének kezdetétől 2009. december 31-ig – megjelenő hirdetéseinek összhatásukban és egyes részleteikben is megtévesztők, részleges valóságtartalmuk csak atipikus esetekben, az érintettek töredékére vonatkozóan bizonyított. Az IHS Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének a) és b) pontjait érintő magatartása az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütközik.
87. A Versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabott ki a 78. § (3) bekezdésében rögzített körülmények figyelembevételével. A Versenytanács fokozottan figyelemmel volt:
egyfelől

- arra a tényre, hogy a korábbi eljárásokban hozott határozatok alapján egy fogyasztói csoportot szervezésére szakosodott vállalkozás számára ismert kell, hogy legyen a tájékoztatásaival szembeni versenyjogi elvárás, különösen, hogy az IHS nyilatkozata szerint a Kft. tagjai a vásárlói csoport szervezése terén több mint tíz éves tapasztalattal rendelkeznek (34. pont),
- a hirdetések intenzív voltára, a megjelenési helyek elérési potenciáljára, nevezetesen, hogy az érintett sajtótermékek kiemelten magas példányszámmal (lásd 28. pont), olvasottsággal rendelkeznek, illetve részben ingyenesen elérhető lapok, amelyek szinte a teljes lakossághoz eljuthatnak,
- az érintett fogyasztói kör – különösen a kiemelt célcsoport – jellemzőire,
- a pénzügyi termékekkel kapcsolatos érzékenységre,
- a konstrukció bizalmi jellegére,

másfelől

- arra a körülményre, hogy a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában a fogyasztót tájékoztathatják arról, hogy nem kap kölcsönt, a fogyasztó által aláírt szerződés tartalmi elemeként pedig szerepel ez a figyelemfelhívás.
- az IHS piaci működésének rövid időtartamára. Utóbbi körülmény kapcsán azonban a Versenytanács arra is figyelemmel volt, hogy a bírságkiszabás során tekintetbe vett jogszabályi korlát szoros összefüggésben áll a működés időtartamával, illetőleg arra a bírói gyakorlatra is, mely szerint azt a körülményt, hogy az eljárás alá vont a tevékenységet a jogsértés elkövetése előtt nem sokkal kezdte meg, csak abban az esetben lehet enyhítőként figyelembe venni, ha bizonyítható, hogy a csekély súlyú jogsértés az üzleti életben való járatlanságának tudható be, ezen felül törekedett a jogsértés káros következményeinek elhárítására, valamint az eset összes körülményének gondos mérlegelése után alappal feltehető, hogy a jövőben jogkövető magatartást folytat.

88. Eljárás alá vont csak állította, de nem bizonyította, hogy a szerződő partnereknek a személyes kapcsolatfelvétel elején azonnal felhívja a figyelmét, hogy a szerződéskötés nem hitel, vagy kölcsön felvételére vonatkozik, és nem biztosított az, hogy a csoport tagja a szerződés megkötését követően azonnal, vagy hamarosan pénzhez jut.
89. Nem vette enyhítő körülményként figyelembe a Versenytanács azt, hogy a „hitel” kifejezést az IHS a 2009. december 2-ától kezdődően megjelenő reklámjai már nem tartalmazzák.
90. A „hitel” kifejezés mellőzését azért nem vette enyhítő körülményként figyelembe a Versenytanács, mivel ekkortól kezdődően viszont a „pénz” kifejezés szerepel a reklámokban, a fogyasztók megtévesztésére a korábbival azonos módon alapot adóan.
91. A Versenytanács a számos korábbi megtévesztő közlés bizonyos fokú ellensúlyozása érdekében kötelezte az IHS-t arra, hogy tegyen közzé az 1. sz. melléklet szerint megfogalmazott általános jellegű tájékoztatást a fogyasztói csoportokkal kapcsolatban az érintett sajtótermékekben.

IX. Kötelezettségvállalás

92. Az IHS ígéretet tett reklámozási gyakorlatának megváltoztatására. A reklámozási gyakorlat megváltoztatására irányuló ígéretet kötelezettségvállalásként [Tpvt. 75., Fttv. 27. § (3) bekezdés] azért nem fogadta el a Versenytanács, mert
- a vállalás nem volt egyértelmű, nem kellően határozott megfogalmazásban került előterjesztésre, amelynek teljesítése később jogi vitákra adhatott volna alapot („kerüli a pénz kifejezés használatát, de semmiképpen nem használja olyan szövegösszefüggésben ...”, „ha a reklám során tényközlésbe bocsátkozik, akkor valóság-hű módon igyekszik...”, „reklámjait lehetőség szerint ...”)
 - nem elegendő, ha a vállalás csak arra irányul, hogy „saját gyakorlata lehetőség szerint ne legyen jogszabálysértő”,
 - eljárás alá vont olyan helyzetben tett ígéretet reklámozási gyakorlatának jövőbeni megváltoztatására, amikor magatartásának jogellenes voltával tevékenységének megkezdésétől fogva tisztában kellett, hogy legyen, sőt annak tudatában is volt,
 - az IHS-nek számos lehetősége lett volna reklámozási gyakorlatát korigálni, de nem élt ezzel, sőt a korábban benyújtott vállalást is csak a tárgyalást megelőző napon hagyta jóvá az eljárás alá vont vezetése³⁸, végezetül
 - a Versenytanács úgy ítélte meg, hogy a reklámszakértő igénybe vételével járó késelem nem az eljárás alá vont által világosan látott jogsértő elemek reklámokból való kiszűrését célozza, hanem annak biztosítására szolgál, hogy a jogellenesnek már nem minősülő reklám is hatékony legyen (vö. 43. pont és „frappáns keretbe kell foglalni” azt, hogy „előtakarékoság” révén a fogyasztó hozzájut a számára fontos termékhez).

X. Egyebek

93. A versenytanács az eljárás alá vont által előterjesztett kérésnek megfelelően üzleti titokként kezelte a jelen határozat 44. pontjában megjelölt adatokat, és az előzetes álláspontnak is elkészítette a betekinthező változatát.
94. A bíróság első részletét a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül, az a további részleteket esedékessé válásukkor, attól függetlenül meg kell fizetni, hogy a határozattal szemben terjesztettek-e elő keresetet. A Ket. 110. § (1) bekezdése 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.
95. A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot 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 Tpvt.

³⁸ Lásd tárgyalási jegyzőkönyv

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.

96. A bírságot a GVH 1003200-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatba feltüntetendő:
- az eljárás alá vont neve,
 - a versenyfelügyeleti eljárás száma (Vj-132/2009), és
 - a befizetés jogcíme (bírság).

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

Budapest, 2010. március 25.

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
előadó versenytanács tag

dr. Gadó Gábor sk.
versenytanács tag

dr. Zavodnyik József sk.
versenytanács tag

Mellékletek

1. számú melléklet: Megjelentetendő szöveg

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa határozatában megállapította, hogy az Invest Holding System Kft. a 2009. augusztus 31. napjával kezdődő és 2009. december 31. napjával záruló időszakban az általa végzett tevékenységre vonatkozó tájékoztatásokkal a fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a sajtóban megjelentetett reklámokban és honlapján nem tette egyértelművé azt, hogy nem kölcsönt nyújt, hanem fogyasztói csoportot szervez. A tájékoztatások szövege alapján az olvasó – tévesen – azt gondolhatta, hogy pénzhez jut, és nem kapott információt arról, hogy a vásárlási jog megszerzésének időpontja meghatározóan szerencse elemet tartalmaz.

A Versenytanács 3.000.000 Ft (Hárommillió forint) bírság részletekben történő megfizetésére kötelezte az Invest Holding System Kft.-t

2. sz. melléklet: fogyasztói csoportokat szervező vállalkozások elleni versenyfelügyeleti eljárások

Vj-szám	Eljárás alá vont	Rendelkezés	Bírósági ítéletek
Vj-1/2005	Euro Credit Consulting Kft.	A fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor a 2004. és a 2005. évben a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban azt a hamis látszatot keltette, hogy hitelezési tevékenységgel, illetve hitelek közvetítésével foglalkozik, s egyben elhallgatta az általa nyújtott szolgáltatás egyes, a fogyasztói döntések szempontjából lényeges tulajdonságait, továbbá megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott az általa tartott akciókról. (2005. május 24., 5 millió Ft)	7.K.32.673/2005/5. A Fővárosi Bíróság a bírságot 4 millió Ft-ra mérsékelte, egyebekben a keresetet elutasította. 2.Kf.27.707/2006/7. A Fővárosi Ítélőtábla a jogsértés megállapítását és az eredeti bírságösszeget is megalapozottnak találta.
Vj-149/2005	Promo-Indra Consorcio Rt.	2004-2005. év során fogyasztói csoport szervező, működtető tevékenységét fogyasztó megtévesztésre alkalmas magatartással népszerűsítette. (2006. február 6., 5 millió Ft)	7.K.32.275/2006/7. A Fővárosi Bíróság a felperes keresetét elutasította.
Vj-150/2005	Common Based Kft.	A fogyasztói csoportokat szervező tevékenysége során megtévesztésre alkalmas módon tájékoztatta hirdetéseiben a fogyasztókat szolgáltatása lényeges tulajdonságairól. (2006. január 31., 1 millió Ft)	11.K.31.797/2006/6. A Fővárosi Bíróság a felperes keresetét elutasította. 2. Kf. 27. 843/2006/6. A Fővárosi Ítélőtábla az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta.
Vj-152/2005	Carion Kereskedelmi és Szolgáltató Rt.	Vizsgálói megszüntetés – nem megfelelő fél ellen indult az eljárás (2005. október 18.)	-
Vj-183/2005	Poligrupo Hungária Fogyasztói Csoport Szervező Zrt.	Az eljárás alá vont a 2002-2005. években fogyasztói csoportokat szervező, működtető tevékenységét a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartással népszerűsítette. (2006. március 23., 10 millió Ft)	7.K.32.243/2006. A Fővárosi Bíróság a felperes keresetét elutasította. 2. Kf. 27. 223/228. A Fővárosi Ítélőtábla az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta.
Vj-189/2005	Carion Kereskedelmi és Szolgáltató Rt.	A Versenytanács a rendelkezésre álló adatok alapján arra a következtetésre jutott, hogy a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény, ezért a Versenytanács a Tptv. 72. § (1) bekezdés a) pontjának alkalmazásával a rendelkező részben foglaltak szerint határozott és az eljárást végzéssel megszüntette (2006. március 9.)	-
Vj-207/2005	Euro Credit Consulting Kft.	A Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont a 2005. évben	11.K.33.078/2006/10. A Fővárosi Bíróság a felperes

		fogyasztói csoportokat szervező, működtető tevékenységét egyes reklámjaival a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartással népszerűsítette. A Versenytanács a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás további folytatását a határozat kézhezvételétől megtiltotta. (2006. május 4., 17,5 millió Ft)	keresetét elutasította. 2.Kf.27.124/2007/6. A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta.
VJ-163/2007	Euro Credit Consulting Kft.	A Versenytanács megállapította, hogy az Euro Credit Consulting Kft. a fogyasztói csoportokat szervező tevékenységét a 2006 júniusától 2007 októberéig a nyomtatott sajtóban megjelent tájékoztatásaival a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartással népszerűsítette. (2008. március 27., 14 millió Ft – 2 millió Ft-os részletekben)	2.K.33.174/2008 Fővárosi Bíróság az eljárás alá vont keresetét elutasította. 2.Kf.27.097/2009. Fővárosi Ítéltábla az eljárás alá vontnak a végrehajtás felfüggesztésére irányuló kérelmet elutasította
Vj-115/2008	Euro Credit Consulting Kft.	A Versenytanács az ügyben tartott tárgyaláson megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztói csoportokat szervező, működtető tevékenységét 2008 januárja és 2008 szeptembere között a nyomtatott sajtóban megjelent tájékoztatásaival a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon népszerűsítette. (2009. február 5., 41.618.100 Ft). A határozat a jelentés írásakor még nem volt írásba foglalva.	-

Az ítéletekben foglaltak alapján a Versenytanács az alábbiakat emeli ki:

- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, valós képet adjon a szolgáltatásról. Jogilag tilalmazott, hogy a kereskedelmi kommunikáció (így pl. a reklám) akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti,
- ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor annak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóság-hű módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a vállalkozásé a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. A reklámot alkalmazó vállalkozásnak mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson, ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra,
- minden olyan reklámmal szemben, amely bármi módon a pénzhez jutás ígéretével kecsegtet, egy magasabb elvárhatósági szint fogalmazódik meg a reklámozott

szolgáltatás bizalmi jellege. Ezen esetekben a hitelesség, a pontosság kiemelkedő szerepet kap,

- a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,
- a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására belső hitelezéssel (a tagok befizetéseiből) kerül sor,
 - a szerencseelem léte,
 - az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,
- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 15 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható,
- a reklám jogsértő jellegét nem szünteti meg, hogy abban közzétételre kerülnek olyan kitételek, mint például „Nem kap hitelt?”, „Nehezen teljesíthető banki feltételek”, „Van más megoldás”, mivel a fogyasztó a reklám egésze alapján arról győződhetett meg, hogy a kívánt pénzösszeghez azonnal hozzájuthat,
- a fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának,
- a fogyasztói csoportok tevékenységét jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás,
- a reklámok címzettjei az átlagos fogyasztótól eltérő hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett rászoruló fogyasztók (BAR-listások, nyugdíjasok stb.), akik az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhöz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közlése,
- nem megalapozott az a védekezés, hogy a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kell vizsgálni, a kapcsolatfelvételt követően a fogyasztók ügyfelek teljes körű tájékoztatást kapnak, mivel
 - nemcsak a teljes információs folyamat végeredményének, hanem annak minden elemének, és különösen a reklámnak is korrektnek kell lennie,
 - a reklám közzétételével megvalósult a jogsértés,

- a reklám célja nem csupán információátadás, hanem ezen túlmenően egy adott termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelése, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítása,
- a reklám megtévesztő jellegét attól függetlenül kell vizsgálni, hogy az azt közlétező vállalkozás más jogszabály [pl. a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény 205.§-ának (3) bekezdése, illetve 205/B.§-ának (2) bekezdése] alapján egyébként milyen módon köteles a vele (adott esetben éppen egy sikeres reklámkampány hatására) szerződni kívánó fogyasztókat tájékoztatnia megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről. A reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére, vagyis ha a vállalkozás a külön jogszabályokban foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz,
- ha a védekezés elfogadást nyerne, az azt is eredményezhetné, hogy amennyiben egy termékről vagy szolgáltatásról telefonos vagy személyes megbeszélés során pontos tájékoztatás kapható, akkor az azt megelőző reklámban bármi következmények nélkül állítható lenne