



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-90/2008/26.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepe** (Budapest), mint a Citibank Zrt. (Budapest) jogutódja eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepe a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított a 2008. I. félév során a "0 Ft-os bankszámla" termékével kapcsolatosan adott egyes tájékoztatásaival.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat Ötmillió (5.000.000) forint bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles megfizetni.

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

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat indításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) és 70. § (1) bekezdésének együttes alkalmazásával 2008. június 25-én indított versenyfelügyeleti eljárást a Citibank Zrt. ellen, annak vizsgálatára, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény III. fejezetének rendelkezéseit a „0 Ft-os bankszámla” termékével kapcsolatosan adott tájékoztatásokkal.
2. Mivel a fenti termékkel kapcsolatos tájékoztatás több csatornán és hosszabb ideig is elérhető volt a fogyasztók számára, a vizsgálat kiterjedt a Citibank Zrt. érintett

termékkel kapcsolatos, annak bevezetése óta folytatott, „0 Ft-os bankszámla” szlogent tartalmazó teljes kommunikációs gyakorlatára.

3. A Versenytanács a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepét, mint a Citibank Zrt. jogutódját a Tpv. 53. §-ának (2) bekezdése alapján az eljárásba ügyfélként bevonta. A jogutód bevonása a Tpv. 70. §-ának (1) bekezdésében foglaltakra tekintettel indokolt, mert Citibank Zrt. 2009. január 8-ai nyilatkozata értelmében a Citibank Zrt. általános jogutódja a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepe, illetve az ügyfelekkel érvényben lévő szerződések a Citibank Zrt. és a Citibank Europe plc., mint a Citibank Zrt. általános jogutódja közötti átalakulás folytán átszálltak a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepére. Erre tekintettel a határozatban megjelölt jogsértő magatartásokért is a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepe tartozik helytállni.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

4. A Citibank Zrt. 1985. november 22-én alakult meg. A Citibank Zrt. kereskedelmi banki tevékenységet a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (továbbiakban: PSZÁF) által kiadott III/41.048-9/2002. számú engedély alapján folytat.
5. A Citibank Zrt. (Cg. 01-10-041029) 2009. január 1-jén kötött átalakulási szerződés folytán jogutódlással megszűnt. A Citibank Zrt. határon átnyúló egyesülés formájában beolvadt a teljes körű működési engedéllyel rendelkező Citibank Europe plc. Nyilvánosan Működő Részvénytársaságba, melynek nyilvántartási száma: 132781, székhelye: IE-Dublin 1, North Wall Quay 1. A Citibank Europe plc. mint külföldi vállalkozás cégjegyzékét, nyilvántartását vezető hatóság: Companies Registration Office (IE-Dublin 1, Parnell House Parnell Square 14.)
6. A Citibank Europe plc. a határon átnyúló egyesülés formájában történő átalakuláshoz a szükséges felügyeleti és bírósági jóváhagyást megkapta, erre tekintettel a Fővárosi Bíróság, mint cégbíróság Cg. 01-17-000560 cégjegyzékszám alatt 2008. december 18-án bejegyezte a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepét a cégjegyzékbe, ezzel egyidejűleg a Citibank Zártkörűen Működő Részvénytársaság jogutódja 2009. január 1-jei hatállyal a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepe (Cg. 01-17-000560, 1051 Budapest, Bank Center, Szabadság tér 7.) lett.
7. A Citibank 1995-ben indította el lakossági üzletágát, többcsatornás értékesítési hálózatot tart fenn - 23 bankfiókkal és 15 hitelközponttal rendelkezik az ország 19 városában, internetes és telefonos banki szolgáltatásokat nyújt, valamint üzletkötői hálózata is tevékeny.
8. A Citibank legfontosabb gazdálkodási adatai a 2007. évi Éves Beszámoló alapján (Vj-90/2008/10):

Jegyzett tőke:	13 005 millió Ft
Befektetett eszközök:	115 618 millió Ft
Kapott kamatok és kamatjellegű bevételek	43 871 millió Ft
Kapott (járó) jutalék- és díjbevételek	14 885 millió Ft
Szokásos (üzleti) tevékenység eredménye:	18 615 millió Ft
ebből: - pénzügyi és befektetési szolgáltatás eredménye	17 023 millió Ft
- nem pénzügyi és befektetési szolgáltatás eredménye	1 592 millió Ft
Mérleg szerinti eredmény:	13 548 millió Ft

9. A Tptv. 24.§-ának (3) bekezdése alapján a nettó árbevétel helyett figyelembe veendő bevételi tételeinek összege 71.148.000.000 Ft.
10. A GVH Vj-49/2007. számon indított korábban versenyfelügyeleti eljárást a Citibankkal szemben. A Versenytanács ezen ügyben hozott döntése értelmében a bank 2002 márciusától egyes piaci tájékoztatásaiban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott az általa kibocsátott hitelkártyák kamatmentes használatáról. A Versenytanács a Citibankot 20.000.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte.

III.

A vizsgált termék és az érintett fogyasztói kör főbb jellemzői

11. A pénzforgalom lebonyolításáról szóló 21/2006. (XI. 24.) számú MNB rendelet 2. §-ának 28.1. pontja szerint bankszámla a Ptk. 529. §-a szerinti bankszámlaszerződés alapján megnyitott számla, amely elnevezésétől és pénznemétől függetlenül a számlatulajdonos pénzköveteléseinek és pénztartozásainak nyilvántartására, kezelésére szolgál, és amelynek terhére vagy javára - jogszabály eltérő rendelkezése hiányában - pénzforgalmi jogszabályban meghatározott bármely fizetési mód alkalmazható.
12. A hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Hpt.) 5. §-ának (2) bekezdése b) pontja alapján - ha törvény eltérően nem rendelkezik - kizárólag hitelintézet jogosult pénzforgalmi szolgáltatások nyújtására. A Hpt. 2. számú melléklete, Értelmező rendelkezések, I. Pénzügyi szolgáltatások 9. pontja szerint pénzforgalmi szolgáltatás a külön jogszabály szerint a pénzforgalom körében nyújtott szolgáltatások összessége, ideértve elsősorban a pénzforgalmi számlavezetést, a fizetési megbízások teljesítését, továbbá a nemzetközi fizetési forgalom lebonyolítását.
13. A bankszámlaszerződésben a bank arra vállal kötelezettséget, hogy az ügyfél nála elhelyezett pénzeszközeit kezeli és nyilvántartja, azok terhére kifizetéseket és átutalási megbízásokat teljesít, a számlatulajdonost pedig a számlája javára és terhére írt összegekről valamint a számla egyenlegéről értesíti. A bankszámlát gyakran nevezik folyószámlának is, bár a magyar jog szerint a folyószámla-szerződés külön szerződéstípus.¹
14. A folyószámla (fenti értelemben véve) általában egy elsődleges kapcsolatot jelent az ügyfél és a számlavezető hitelintézet között. A folyószámla biztosítja egyes alapvető pénzügyi szolgáltatások igénybevételét az ügyfél mindennapos pénzügyi igényeinek kielégítésére. A folyószámla kiemelkedő szerepet játszik a fizetési forgalomban: biztosítja, hogy a folyószámla tulajdonosa tranzakciókat kezdeményezzen és fogadjon.
15. A folyószámlán jellemzően igénybe vett szolgáltatások közé tartozik a pénzfizetések fogadása, illetve pénzkifizetéske kezdeményezése. Ez utóbbiakat eseti, illetve rendszeres fizetésekre oszthatjuk, a rendszeres fizetéseket pedig állandó átutalásokra és beszedési megbízásokra aszerint, hogy azok a tulajdonos által megadott összeget

¹http://www.pszaf.hu/engine.aspx?page=pszafhu_bankiszolgáltatások&switch-content=pszafhu_bankiszolgáltatások_20050729_7&switch-zone=Content%20Zone%204&switch-render-mode=full

utalják-e át automatikusan, vagy pedig egy változó nagyságú összeg leemelését teszik lehetővé a jogosult számára.

16. Önálló termékként betöltött szerepén túl, a folyószámla rendkívül fontos a szolgáltatók üzletpolitikájában: tekintettel arra, hogy a folyószámla az egyik legelterjedtebb termék², ennek megfelelően rengeteg olyan ügyfél is igénybe veszi, akik egyéb szolgáltatásokat az adott pillanatban nem vesznek igénybe. Ezáltal a folyószámlán keresztül egy szolgáltató újabb ügyfeleket szerezhet kapcsolódó termékei értékesítésével. Egyrészt - az ügyféllel már meglévő üzleti kapcsolatra tekintettel - az értékesítés költségei jelentősen csökkenhetnek, másrészt az ügyfél folyószámla forgalmába történő betekintés többtinformációt nyújthat az ügyfélről a bank számára.
17. Ezt támasztja alá a GfK Hungária Piackutató Intézet közvéleménykutatása is³. A primer bank az ügyfél folyószámlavezető bankja, melyet elsőként választott betétre, befektetésre, hitelre. A szekunder bankok leginkább csak hitelre vagy betétre, befektetésre használt bankok. A kutatási jelentés – többek között - a következő megállapításokat is tartalmazza:
- Az átlagos ügyfél képtelen eligazodni a banki ajánlatok között, így meg sem kísérli az összes lehetőséget feltárni.
 - Az átlagos ügyfél jellemzően 2, maximum 3 bank közül választ: ezek alkotják a releváns szettjét.
 - A releváns szett szigorú határvonal, amibe bekerülni, és ami fontosabb, amiből kikerülni nehéz. Nagyon sok és súlyos hibát kell a banknak elkövetni ahhoz, hogy az ügyfél elpártoljon tőle. Így nagyon nehéz rávenni az ügyfeleket arra is, hogy váltsanak bankot, mert nem látják előnyét vagy hasznát.
18. Magyarországon a folyószámla elterjedtsége elmarad az Európai Unió átlagától. Az Európai Központi Bank (ECB) adatai szerint 2005 végén a Magyarországon vezetett folyószámlák egy főre eső száma az egész Európai Unió (a továbbiakban: EU) átlagának mindössze 75%-át tette ki. Ugyanakkor a folyószámlák piaca Magyarországon bővülő tendenciát mutat. Az ECB adatai szerint - amelyek a folyószámlapiac összes szereplőinél (tehát vállalatoknál is) elhelyezett forint és deviza számlákat is magukba foglalják - a folyószámlák piaca a 2001 és 2005 közötti időszakban évente átlagosan 4,5%-kal nőtt.⁴
19. A pénzügyi termékekkel kapcsolatos fogyasztói magatartást alapvetően befolyásolja e termékek jellege. A pénzügyi szolgáltatások területén a szolgáltatók javára általában fennálló információs aszimmetriát erősíti:
- a) a lakosság pénzügyi ismereteinek alacsony szintje,
 - b) a nagyszámú termék áttekintésének szükségessége (figyelemmel az új, akciós, esetleg változó konstrukciókra is),
 - c) a tájékoztató anyagok és szerződések nagy terjedelme/nehéz áttekinthetősége (például az Általános Szerződési Feltételek esetében),
 - d) az ügyfélszolgáltatáson elhangzó szóbeli tájékoztatások rekonstruálásának problematikusága.

² Az Európai Unióban a „folyószámlák száma/fő” mutató átlagos értéke 2005-ben 1,11 volt. Forrás: ECB Blue Book Payment and securities settlement systems in the European Union and in the acceding countries, 2006. december, 25. oldal

³ Részletesebben lásd. a Versenytanács Vj-81/2008. sz. végzésében.

⁴ ECB Blue Book Payment and securities settlement systems in the European Union and in the acceding countries, 2006. december

IV. A vizsgált magatartás

20. A vizsgált időszakban alkalmazott kommunikációs eszközök részletes ismertetését - kiterjedtségükre tekintettel - a határozat Melléklete tartalmazza.
21. Az eljárás alá vont „0 Ft”-os, azaz ingyenes folyószámla használati lehetőséget hirdetett kommunikációs eszközein. Összességében elmondható, hogy a Citibank tájékoztatásai során
- a) hirdetményén kívül egyetlen kommunikációs eszközén sem szerepelteti, hogy az ügyfélkapcsolat teljes megszüntetése az ügyfél kezdeményezése alapján a nyitástól számított 6 hónapon belül díjakkal jár, tehát az ingyenes folyószámla feltétele a legalább 6 hónapig tartó igénybevétel,
 - b) az ingyenes bankszámla igénybevételének feltételeként előírt 3.000.000 Ft-os átlagegyenleg, vagy 150.000 Ft-os havi egyösszegű bejövő utalás szükségességét minden alkalmazott kommunikációs eszközön feltünteti, azonban egyes reklámhordozók esetében az ingyenességhez kapcsolódó feltételek nem válnak a fogyasztóhoz eljuttatni kívánt üzenet részévé,
 - c) a DM levelekben a Citibank a „0 Ft-os” számlavezetést egyes versenytársai számlavezetési kondícióival hasonlítja össze.
22. Az eljárás alá vont a GVH megkeresését követően módosította kommunikációját. 2008. június 6-án és 7-én módosításra került valamennyi metróplakát az érintett állomásokon. Az eljárás alá vont 2008. augusztus 25-től újabb televíziós kampányba⁵ kezdett két új 20 mp-es televíziós szpottal. Az új televíziós reklámok tavaszi kampányból ismert forgatókönyv mellett készültek, a tartalmi-formai jegyek is megegyeznek, egyetlen különbséget az jelenti, hogy nagyobb betűtípussal szerepelnek az ingyenességhez kapcsolódó feltételek.

V. Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja

Az összehasonlító reklámot tartalmazó DM levél tekintetében

23. „A hivatkozott DM levél elkészítésekor az a cél vezérelte bankunkat, hogy a 0 forintos bankszámla szolgáltatás más, vele összehasonlítható számlavezetési szolgáltatáshoz mért legfontosabb különbségét (előnyét) tárgyilagosan és hatékonyan tudjuk eljuttatni a szolgáltatás célcsoportjához. Tapasztalataink szerint ugyanis az összehasonlító reklám, bár már évek óta törvényben szabályozott lehetőség, a gazdasági életben mégis viszonylag ritkán fordul elő, mert kevesen élnek ezzel a kommunikációs eszközzel. Álláspontunk szerint azonban - a törvényi előírásoknak megfelelően elkészített és közzétett - összehasonlítás az egyik legjobb eszköze a piaci verseny fokozásának, ezáltal az optimális fogyasztói döntések meghozatalának, azaz végső soron a fogyasztói jólét növelésének.

⁵ Forrás: Vj-90/2008/006. számú beadvány és annak CD-melléklete

Az összehasonlítással kapcsolatos munkálatok megkezdése előtt mindenek előtt - az akkor még hatályban volt - gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény összehasonlító reklámra vonatkozó előírásait vizsgáltuk meg [2. § p) pont, valamint a 7/A.§], és az összehasonlítás módszertanát ezen rendelkezéseknek megfelelően állítottuk fel.

Ezen jogszabályi feltételek közül a legfontosabb egyértelműen az, hogy az ilyen reklám kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő árukat hasonlíthat össze, és köteles ezt tárgyilagosan tenni. Ezért a módszertan első elemeként meghatároztuk az összehasonlítandó árukat.

A legtágabb kör ebből a szempontból a lakossági bankszámlavezetés, és az ezzel szükségszerűen együttjáró pénzforgalmi szolgáltatások [a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény 3.§ (1) bekezdés d) pontja szerinti pénzügyi szolgáltatás]. Ezt a legtágabb kört azonban több lépésben tovább szűkítettük. Először is, kizárólag a "klasszikus" lakossági bankszámla termékekre koncentráltunk, és figyelmen kívül hagytuk az atipikus (vegyes) termékeket (pl. amikor a bank a látra szóló kamatnál magasabb kamatot kínál a számla egyenlegére, de ezzel összefüggésben korlátozza - darabszámban és/vagy összegben - a végezhető tranzakciókat). A szűkítés második körében kizárólag a sztenderd lakossági számlavezetési termékeket vettük figyelembe, míg a különböző privát banki (esetleg külön megállapodás alapján egyedi árazású) csomagokat figyelmen kívül hagytuk, mivel a Citibank 0 forintos bankszámla terméke sem privát banki vagy egyedi árazású termék.

Adott volt tehát az összehasonlítható termék: a klasszikus, sztenderd árazású lakossági bankszámla. Ezt követően azonban a szűkítést tovább folytattuk. Ennek során abból indultunk ki, hogy az előzőek szerint már kiválasztott és definiált banki terméktől függetlenül a lakosság bankszámlahasználati szokásai nagyon sokfélék lehetnek, ezért az objektív összehasonlításhoz szükséges a "jellemző fogyasztói szokást" is meghatározni. Ezért megbízást adtunk egy elismert, független, harmadik személy piackutató cégnek (A.C. Nielsen Kft.), hogy a bankunk által megadott szempontok szerint, sztenderd piackutatási módszerrel határozza meg az ügyfelek havi jellemző bankszámlahasználati szokásait:

- mely tranzakció típusok a legjellemzőbbek;
- ezekből havonta átlagosan hány darabot végeznek.

A piackutató cég a kutatást nem a Citibank ügyfelei körében, hanem a saját 70.000 darabból álló paneljén végezte el.

A piackutatás a havi átlagos számlahasználattal kapcsolatban az alábbi eredménnyel járt:

- 4 db ATM készpénz felvétel (3 db saját ATM-ből, 1 db idegen ATM-ből);
- 8 db átutalás telefonon vagy internetes banki rendszeren keresztül megadva;
- 3 db csoportos beszédési megbízás és
- 1 db ezüst dombornyomott betéti kártya.

A piackutatás eredményeképpen tehát eljutottunk oda, hogy pontosan melyik banki termékkörben (pénzügyi szolgáltatásban), milyen számlahasználati szokást feltételezve végezzük el az összehasonlító számítást (ez volt a "képlet").

A módszertan utolsó eleme pedig az volt, hogy az előbbieket szerinti szűkítési feltételeknek megfelelő banki termékek esetében lehetséges díjcsomagok közül melyeket válasszuk ki az éves számítás elvégzéséhez. Mivel az ajánlat bevezetésekor nem volt, és azóta sem található a piacon a 0 Ft-os bankszámlák feltételeivel mindenben maradéktalanul megegyező kondíciókat tartalmazó konstrukció, ezért az összehasonlítás alapját képező díjcsomagok kiválasztásánál minden bank esetében a nem privátbanki ügyfélkör számára ajánlott folyószámlák közül a legegyszerűbb és leginkább átlátható (transzparens) árazású díjcsomagot választottuk, azaz az adott bank sztenderd ("belépő") díjcsomagját.

Az így meghatározott versenytárs adatokat egy másik független harmadik személy szolgáltató, az 5L Tanácsadó Bt. gyűjtötte össze, a 2008. április 26-án érvényes banki árazási feltételek szerint.

Az adott bank adott díjcsomagjánál kimutatott éves számlavezetési költségben megmutatkozó különbség végül úgy jött ki, hogy a feltételezett havi számlahasználati feltételekbe (mint "képletbe") behelyettesítettük az adott bank által alkalmazott díjakat (mint "változókat"), és az így kapott havi összeget megszoroztuk 12-vel. Ezeket az éves értékeket tüntettük fel a DM levélben.

A fentiek alapján tehát, ami az összehasonlítás módszertanát, illetve a kiválasztási szempontokat illeti, álláspontunk szerint maradéktalanul teljesítettük az összehasonlító reklámmal kapcsolatos, jelen nyilatkozatban hivatkozott jogszabályi feltételeket, mindenek előtt azt, hogy az összehasonlítás azonos rendeltetésű (vagy azonos szükségletet kielégítő) árura kell vonatkozzon, és tartalmát tekintve tárgyilagos kell legyen.

Az összehasonlítással kapcsolatos munkát azonban nem fejeztük be az eredmény ismeretében, mert úgy gondoltuk, hogy az objektivitáshoz az is szükséges, hogy a megszólított potenciális ügyfelek is maradéktalanul tisztában legyenek azzal, hogy az összehasonlítás pontosan mire vonatkozik, és milyen feltételekkel. Ezek hiányában ugyanis (azaz pusztán éves számlavezetési költségekben megmutatkozó különbség bemutatásával) a fogyasztók még nem feltétlenül kapnak reális képet a feltüntetett termékek közötti tényleges különbségekről, és nem tudják eldönteni - hogy a saját számlahasználati szokásuk alapján - rájuk nézve releváns-e az összehasonlítás vagy sem.

Ezért az összehasonlítás kommunikációjában feltüntettük az alkalmazott módszertan minden lényeges elemét, így a következőket:

- melyik bank melyik lakossági számlavezetési díjcsomagjára vonatkozik a feltüntetett összeg;
- melyik időpontban érvényes banki díjszabás szerint;
- milyen átlagos havi bankszámlahasználati szokást vettünk alapul (melyik piackutató cég felmérése alapján);
- arról szóló tájékoztatás, hogy a feltüntetett értékek (azaz az összehasonlítás eredménye) más időpontban érvényes vagy egyedi díjak, más számlacsomagok vagy más számlahasználati szokások esetén eltérőek lehetnek.

Álláspontunk szerint a hivatkozott DM levél konkrét tartalmát tekintve nincsen annak jelentősége, hogy az összehasonlítás során szerepelt-e szempontként az érintett termék ("0 forintos" számlavezetés) lényeges tulajdonságához kapcsolódó szűkítő feltétel vagy sem.

Az összehasonlításban előre felállítottunk egy piackutatáson alapuló, életszerű (általános) modellt, a már ismertetett részletes feltételekkel. Az összehasonlítás nem irányult többre, mint arra, hogy bemutassa: ha valaki ezen - a fogyasztók számára is ismertté tett - modell szerinti bankszámla tranzakciókat teljesíti, akkor az összehasonlításban hivatkozott más banki számlacsomagok adott időpontban érvényes díjszabása szerint a kimutatott költségekkel számolhat, egy évre vetítve.

Ez így önmagában egy objektív és valós állítás, ami semmilyen egyéb feltételtől nem függ, tehát attól is független, hogy valaki egyébként teljesíti-e a 0 forintos számlavezetés feltételeit vagy sem. Feltételezhető, hogy a számlavezető ügyfelek tisztában vannak a saját számlavezetési szokásaikkal, ezért is hívtuk fel a DM levélben a figyelmüket - többek között - arra, hogy más számlahasználati feltételek (továbbá más díjszabás stb) esetén az összehasonlítás nem érvényes. Úgy gondoljuk, hogy egy ilyen figyelemfelhívás esetén a fogyasztó el tudja dönteni, hogy rá nézve relevánsak-e a feltüntetett összegek vagy sem.

Ezekkel a más banki számlavezetési költségekkel állítottuk szembe azt, hogy ugyanilyen fogyasztói magatartás esetén a Citibanknál a banki költségek összege nulla

forint. Ez a lehetőség azonban feltételhez kötött, amely - vagylagos - feltételeket szintén feltüntettük a DM levélben. Ezzel kapcsolatban is azt gondoljuk, mint amit a fogyasztói magatartás modelljével kapcsolatban: a fogyasztó feltehetően el tudja dönteni, hogy képes-e teljesíteni a 0 forintos számlacsomag valamelyik feltételét vagy sem, más szóval, hogy rá nézve releváns-e ez a lehetőség.

Véleményünk szerint tehát ahhoz, hogy a célcsoport tényszerűen tudja értékelni a DM levélben közölteket, és a számára optimális döntést tudja meghozni, a konkrét DM levél esetében az összehasonlítás tényén felül alapvetően két további lényeges információ közlése volt szükséges:

- a feltüntetett más banki költségek pontosan milyen fogyasztói magatartás esetén érvényesek (függetlenül attól, hogy az ügyfél tudja-e teljesíteni a nulla forintos számlavezetés feltételeit); valamint
- a nulla forintos számlavezetés keretében az adott tranzakciók esetén közölt nulla forint költség feltételhez kötött, és melyek ezek a feltételek.

Ezeket az információkat az összehasonlítással egyidejűleg megadtuk a fogyasztók részére. Ezért úgy gondoljuk, hogy versenyjogi probléma kizárólag ezen információk elhallgatása esetén merülhetett volna fel.”

A Versenytanács előzetes álláspontja tekintetében

Feltételek érzékelhetősége

24. A Versenytanács előzetes álláspontja szerint a Citibank a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott a 2008. tavaszi kampány során alkalmazott 20, illetve 30 másodperces televíziós reklámjaiban, valamint a 2008. május 16. és június 6. között kített (eredeti) metróplakátjain is, amikor nem érzékelhetően tüntette fel az ingyenes folyószámla igénybevételének feltételeit. Az eljárás alá vont vitatta az előzetes álláspontban jelzett, jogsértőnek minősíteni kívánt tájékoztatások tekintetében kifejtetteket és álláspontja szerint jogsértés nem történt, egyebekben egyetértett a Versenytanács előzetes értékelésével.
25. A Citibank álláspontja szerint a TV reklámban a feltételek észlelhetőek, a versenytanácsi álláspont szubjektív megítélésen (nem az üzenet része, nem megfelelő méretű stb.) alapul. Állításai alátámasztására a TV reklám egyik kimerevített és lefotózott kockáját használta.
26. A jogi és marketing szöveg teljes reklámban megjelenő arányosságát illetően kijelentette, hogy véleménye szerint azok között az összhatás nem bomlott meg, a marketing üzenetek nem képezték az akadályát a feltételek észlelhetőségének. A feltételek feltüntetése megfelelő méretben, elhelyezéssel és időtartamban történt meg, a kedvezményre vonatkozó figyelemfelhívás szerves részeként, közvetlenül azt követően.
27. A TV reklám szerkesztésekor a marketing szakma alapelveit követték, ez alapján először az igényt kell érthető módon megfogalmazni a reklámban, ezt követi az igényre adott termék bemutatása, ezt csak ezt követően kerülhet sor a „feltételek, szankciók” ismertetésére. A reklám első részében a fogyasztói gondolkodásnak megfelelő kérdést tették fel, az erre adott válasz a „0 Ft-os” számlacsomag volt, majd következett a feltételek és a szankciók ismertetése.
28. A feltételek ismertetése üzletpolitikai céljaikkal is egybeesett, hiszen azt a réteget kívánták elérni, akik ezeket a feltételeket képesek teljesíteni. Az alkalmazott marketing megoldást sikeresnek ítélik meg, álláspontjuk szerint ezt az is bizonyítja,

hogy míg az általános folyószámla piacon részesedésük nem nőtt, a megcélzott szegmensben viszont igen⁶. A piaci hatás témakörében megemlítette továbbá, hogy a Citibank fiókhálózata révén elsősorban a megcélzott szegmenst képes elérni.

Metróplakát

29. A metróplakát tekintetében hangsúlyozta, hogy ez egy speciális reklámfelület. Szakmai álláspontjuk szerint az egy mozgólépcsős utazás során érzékelhető összes metróplakát egy darab kommunikációnak tekinthető, azaz egy olyan kreatív megoldást takar, amelynek megfelelőségét nem egyenként, hanem egységében kell megvizsgálni. Véleménye szerint a 4-5-szeri ismétlés révén a kapcsolódó feltételek észlelhetőek voltak.
30. A Citibank jelezte, hogy miután az alapelvvel – a tisztességes tájékoztatás követelményével – maradéktalanul egyetért, a Vj-49/2007. sz. ügy tanulságait levonta, ehhez igazodóan alakította ki a jelen eljárásban vizsgált kampányt. Sőt állítása szerint ezt meghaladó módon jártak el: nem csupán a feltételeket jelenítették meg a reklámokban, hanem a feltételek nem teljesítése esetén várható következményeket is közölték, ezáltal a piaci sztenderdeket jóval meghaladó minőségű reklámozási gyakorlatot folytattak.

A magatartás megítélése az EK irányelv alapján

31. A Versenytanács előzetes álláspontjában jelezte továbbá, hogy az eljárás alá vont által tanúsított magatartás nem minősülne kedvezőbben az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve⁷ (a továbbiakban: Irányelv) alapján. A Versenytanács szerint a vizsgált magatartás – összevetve a Versenytanács korábbi gyakorlatát és az Irányelv elvárásait – akkor sem esne enyhébb elbírálás alá, ha arra az Irányelv rendelkezései alapján kerülne sor. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az Irányelv alkalmazásában a vizsgált magatartás egyértelműen kedvezőbben minősülne.

32. Védekezésében az alábbiakat emelte ki:

- meg kell vizsgálni, hogy kinek szólt a kampány, ekkor az Irányelv szerint meghatározott új fogalmakra, a célcsoportra, a tudatos átlagfogyasztóra (információt keres, elvárható gondossággal viselkedik) tekintettel mindenképpen új, a jogsértést kizáró helyzet alakul ki. A célcsoportra figyelemmel meg kell vizsgálni, hogy őket meg lehetett-e téveszteni, alkalmas volt-e a nekik szóló reklám a megtévesztésre. Az eljárás alá vont képviselője szerint az alkalmazott médiamix a feltételek által meghatározott, nem átlag-ügyfél elérését szolgálta, céljuk sem lehetett más, minthogy az üzenetet egyértelműen ennek a jól körülhatárolt célcsoportnak kívánták eljuttatni.

- az Irányelv alapján mentesülést jelentene a jogsértés alól, ha a Versenytanács tekintettel lenne a kommunikációs csatorna/észlelés fizikai korlátaira is. Ebben az esetben a megtévesztésre alkalmasságon túl azt is meg kell vizsgálni, hogy korlátozott volt-e az információ átadása tekintetében a reklámeszköz, és ha igen, a reklámozó megtett-e mindent annak érdekében, hogy a releváns

⁶ Az erre vonatkozó adatok az eljárás alá vont üzleti titkát képezik, részletesebben az előzetes álláspontra adott válasz tartalmazza. (Vj-90/2008/20.)

⁷ Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról

információkat a fogyasztónak eljuttassa. Ha igen, akkor nem áll fenn a megtévesztésre alkalmasság.

33. A Citibank elismerte, hogy mind a TV reklámmal, mind a metró plakáttal a célközönségen kívüli személyeket is elért.

A termék

34. A termék versenyre gyakorolt hatásainak értékelésekor kifejtette: rendkívül kedvezményes – bár nem feltételek nélküli – bankolási lehetőséget kínáltak, továbbá törekedtek egy egyszerű árazási struktúra kialakítására. A kedvezményes új terméket elsőként vezették be, azóta számos versenytárs reagált az újító kezdeményezésre⁸. Véleményük szerint az új termék bevezetése – még ha továbbra is aggályosnak tartaná a Versenytanács az eredeti reklámokat – összességében a versenyhivatali célokat is jól szolgálja. Bizonyíthatóan élénkítette a folyószámla termékek piacán a kínálatot, egyszerűbbé tette a fogyasztók számára az összehasonlítást más bankok hasonló szolgáltatásaival, hosszabb távon hozzájárulhat a verseny erősödéséhez azáltal, hogy az árazási struktúrát átalakítja.

35. Megjegyezte továbbá, hogy a termék nem előzmény nélküli, a TOP és VIP számlacsomag már tartalmazott hasonló, de szűkebb körű kedvezményeket illetve szigorúbb feltételrendszerben működött. A termék bevezetését megelőzően és azt követően sem változott azonban a számlacsomag kedvezményeit igénybe venni nem tudók köre. Véleményük szerint az ügyfeleknek még az esetleges havidíj megfizetése is kedvezőbb, mert kiszámíthatóbb, tervezhetőbb más bankok termékcsomagjaihoz viszonyítva.

Kérelem

36. Amennyiben a reklámokat a Versenytanács mégis jogsértőnek ítéli meg, akkor kérte a bírság mellőzését, hiszen a bírság kiszabását indokló jogpolitikai célok – elrettentés, múltbéli gyakorlat megbüntetése, jogkövetők megerősítése - egyike sem érvényesül esetében.
37. Amennyiben bírság kiszabására kerülne sor, akkor az alábbi enyhítő körülményekre hívta fel a figyelmet:
- azonnali és feltétel nélküli banki korrekció,
 - jóhiszeműsége,
 - teljes üzleti tevékenysége valós állításon alapul,
 - nem volt hamis állítás,
 - valamennyi reklámhordozó tartalmazta a feltételeket, kizárólag az észlelhetőséget kifogásolja a Versenytanács,
 - nem volt láthatatlan, felvillanó felirat,
 - az észlelhetőség meglehetősen szubjektív megítélésű kategória.

⁸ pl. BB Zrt., FHB Nyrt.

VI. A Versenytanács döntése

38. A Tpv. 1. § (1) bekezdése szerint a törvény hatálya kiterjed a természetes és jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak – ide értve a külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepét is a VI. fejezetben szabályozott magatartások kivételével - a Magyar Köztársaság területén tanúsított piaci magatartására.
39. A Tpv. 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdése értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha
- a) az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak,
 - b) elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi eklóírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli,
 - c) az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről – így különösen a forgalmazási módról, fizetési feltételekről, kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, nyírási esélyről – megtévesztő tájékoztatást adnak,
 - d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.
40. A Tpv. 9. §-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
41. Az eljáró Versenytanács a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja értelmében határozatban megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
42. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. 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 (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 fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
43. A Tpv. III. fejezetének célja a fogyasztók döntési szabadságának, mint védett jogi tárgyának a vállalkozások és az áruk (szolgáltatások) közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntési folyamat tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A

tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásnak a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására. A versenyjogi relevancia megállapításához ugyanakkor nem kell a kedvezőtlen piaci hatásnak ténylegesen bekövetkeznie, elegendő, hogy a magatartás alkalmas ilyen hatás kiváltására.

44. A Versenytanács megítélése szerint a Citibank kommunikációs eszközein, ingyenes bankszámlájára, mint újdonságra hívja fel a figyelmet, amely közlés eleve fokozott figyelmet generál. Tájékoztatási eszközein központi üzenetként továbbítja az ingyenesség információját. Az alkalmazott tömegkommunikációs csatornák révén a vizsgált tájékoztatások a fogyasztók széles körét érhették el.
45. Az eljárás alá vont „0 Ft”-os, azaz ingyenes folyószámla használati lehetőséget hirdetett a vizsgált kommunikációs eszközökön. Az ingyenes folyószámlavezetéshez kapcsolódó lényeges feltételek az alábbiak voltak:
- legalább 6 hónapig tartó igénybevétel (az ügyfélkapcsolat teljes megszüntetése az ügyfél kezdeményezése alapján a nyitástól számított 6 hónapon belül díjakkal jár),
 - 3.000.000 Ft-os átlagegyenleg, vagy 150.000 Ft-os havi egyösszegű bejövő utalás (ellenkező esetben havi ügyfélkapcsolati díjat számít fel a Citibank).

Hat hónapig tartó igénybevétel feltétele

46. A Versenytanács álláspontja szerint a „hűségkedvezmény”⁹ általában olyan lényeges tulajdonságnak minősül, amelynek elhallgatása a fogyasztó döntését érdemben befolyásolja, elhallgatása megtévesztő, hiányos tájékoztatásnak minősül, ha a reklám üzenete tartalmazza a szolgáltatás díját vagy éppen annak ingyenességét. Amennyiben az ésszerű fogyasztó a szolgáltatás igénybevételére vonatkozó döntésekor nyilvánvalóan hosszabb távú igénybevételben gondolkodik mint a „hűség” ideje, akkor a követelmény ismeretének hiánya a döntését érdemben nem befolyásolhatja.
47. A Versenytanács megítélése szerint az ingyenes szolgáltatás igénybevételének feltételeként előírt hat hónap nem tekinthető a bankszámla esetén hosszú időnek, mert a fogyasztók folyószámla igénybevételekor jellemzően hosszabb távú, 4-5 évre szóló döntést hoznak, így ennek az információnak az elhallgatása a fogyasztó döntését érdemben nem befolyásolhatta.

A 3.000.000 Ft-os havi összesített átlagegyenleg, illetve a 150.000 Ft-os havi egyösszegű bankon kívülről érkező utalás feltétele

48. A termék - a Citibank által is elismerten - egy kiemelt, az átlagosnál magasabb jövedelemmel rendelkező fogyasztói csoportot céloz meg. A tájékoztatások azonban az ingyenesség állításával, továbbá az alkalmazott kommunikációs eszközök révén szélesebb fogyasztói kör érdeklődését keltik fel, mint ahány fogyasztó ténylegesen megfelel az igénybevétel feltételeinek. A feltételek nem teljesítése esetén azonban az ingyenesség nem teljesül, a meghirdetett „0 Ft” helyett havi 3.500 Ft ügyfélkapcsolati díjat számol fel a Citibank. Az előzőekből következően az állítás a feltételek ismertetése nélkül nem valós. Ezért elengedhetetlen a termék lényeges tulajdonságához, az ingyenes igénybevételhez rendelt feltételek - a 3.000.000 Ft-os havi összesített átlagegyenleg (VIP díjcsomag), illetve a 150.000 Ft-os havi

⁹ Valamely kedvezmény csak akkor vehető igénybe, ha a fogyasztó meghatározott ideig vállalja a szolgáltatás igénybevételét.

egyösszegű bankon kívülről érkező utalás (TOP díjcsomag) – megjelenítése a tájékoztatásokban.

Nyomatott sajtóban, szórólapokon szereplő reklámok

49. A Citibank nyomtatott sajtóban szereplő reklámjai, szórólapjai tartalmazták a kiemelt terméktulajdonsághoz, az ingyenességhez kapcsolódó feltételeket. A feltételek fogyasztó általi észlelhetőségét egyes esetekben lerontotta az alkalmazott körkörös, kisebb betűs megjelenítés, hiszen azt a fogyasztó a reklám észlelési sajátosságaiból és az olvasási szokásokból adódóan nem szükségszerűen tekinti meg. Azonban tekintettel arra, hogy ezeket a kommunikációs eszközöket a fogyasztónak módja van áttanulmányozni, így észlelheti az apró betűs információkat is, az azokban megjelentetett tájékoztatásokat a Versenytanács nem ítélte meg jogsértőnek.

Ajtómatricák, belógók

50. A bankfiókokban alkalmazott ajtómatricákon és belógókon a „Citibank 0 Ft-os bankszámlák, 0 Ft, 06 40 44 22 44” felirat látható. A Versenytanács megítélése szerint ezen reklámeszközök fogyasztó számára érzékelhető üzenete, hogy
- a Citibanknak van olyan folyószámla terméke, amely „0” Ft-os, továbbá
 - a termékről hol kaphat további, telefonos felvilágosítást.

Tekintettel arra, hogy a zászló észlelésekor a fogyasztó már a fiókban van, a becsalógató hatás nem érvényesül, így az ajtómatricák és belógók a megjelenített ár ellenére csak a termék „létezésére” hívják fel a figyelmet, az pedig a vizsgálat által bizonyítottan is igaz. A fentiek alapján a Versenytanács a tájékoztatást nem ítélte meg jogsértőnek.

Televíziós reklám, metrópalkát

51. 2008. március 15. és április 7. között 30 mp-es, április 7. és április 27. között 20 mp-es tv-szpot volt látható a különböző csatornákon. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint alapvetően két változat (egy hosszabb és egy rövidebb) készült, amelyeknek több alváltozata is volt. A forgatókönyvek minden esetben azonosak voltak a marketingüzenetek és a tájékoztató részek arányát tekintve.
52. A televíziós reklámmal gyorsan, nagy tömegeket lehet elérni, audiovizuális jellege miatt komplex módon hat. A szpotok hallható részében az ingyenességről szóló marketingüzenetek hangzanak el a Citibankkal és a reklámozni kívánt termékkel összekötve, melyeket a látható-olvasható részek is felerősítenek. Eredményként a TV reklámok egy üzenetet, mégpedig a számlavezetés ingyenességét közvetítik a fogyasztók felé hangsúlyosan.
53. A televíziós reklám szpotban összesen egyszer, az ingyenességről szóló üzenettől jelentősen kisebb betűmérettel megjelenítve, az utolsó előtti képkockában, a jobb oldalon 3 másodpercig olvashatók az ingyenességhez kapcsolódó feltételek, a feltételek nem teljesülése esetén várható következmény – a díjfizetés –, valamint információ arról, hogy a tájékoztatás nem teljeskörű. A reklámban ily módon, nem hangsúlyosan megjelenített, kis betűmérettel elhelyezett, kizárólag írásban megjelenített információ ténylegesen nem nyújt tájékoztatást a fogyasztók számára.
54. A 2008. május 16. és június 6. között kitett (eredeti) metróplakátok apró betűvel, a főüzenettől elkülönülten, a plakát alján tüntették fel az ingyenes folyószámla

feltételeit. Az alkalmazott megoldással a Citibank a feltételek olvashatóságát, észlelhetőségét kétségessé, bizonytalanná tette. A fogyasztónak a tömegközlekedés igénybevétele során a kitett (eredeti) metróplakátokat nem volt módja, ideje - még az ismétlődő elhelyezés ellenére sem - áttanulmányozni, az ingyenes folyószámlához kapcsolódó feltételeket megismerni.

55. A Versenytanács álláspontja szerint

- nem jogsértő önmagában az, hogy a reklám egyes elemei nagyobb betűmérettel, figyelemfelhívó színnel vagy más megoldással kiemelten kerülnek közlésre – egészen addig, amíg a többféle betűméret nem válik a fogyasztó szempontjából kedvezőtlen információ észlelésének akadályává,
- az apró betű teljes értékű tájékoztatásnak minősül, amennyiben a megjelenített tájékoztatásokat a fogyasztónak módja van teljes egészében áttanulmányozni, illetve az apró betűs információ lényegesen nem módosítja a tájékoztatásban kiemelt módon közvetített üzenetet,
- a fogyasztói döntésben hasonlóan fontos szerepet játszó, egymást kiegészítő információknak egyformán jól olvashatóan, egyensúlyban kell lenniük egymással. Amennyiben a reklámozó az egymáshoz tartozó közlések egyensúlyát megbontja, akár az észlelhetőséget, akár az olvashatóságot bizonytalanná, kétségessé tevő módon, megsérti a versenyjogi tilalmakat,
- a reklámot közlétező vállalkozások nem alapozhatnak arra az elvárásra, hogy a fogyasztó olvassa el azokat az apró betűs közléseket is, amelyeket egyébként a reklám észlelésének sajátosságaiból adódóan nem szükségszerűen tekint meg, hiszen a tájékoztatás jogszerűségében a vállalkozásnak kell elől járnia.

56. A tavaszi kampányban alkalmazott 20 illetve 30 mp-es televíziós reklámok és az elsőként alkalmazott (eredeti) metróplakátok esetében a fentiek azt jelentik, hogy bár formálisan tartalmaztak tájékoztatást a „0 Ft-os” számlavezetéshez kapcsolódó feltételekre vonatkozóan, de azok - az alkalmazott technikai megoldásnak köszönhetően - nem válhattak a fogyasztói észlelés részévé. A formailag háttérbe szorított közlések nem voltak képesek kiegészíteni sem a reklám által kiemelten közölt üzenetet, sem - ennek hiányában - jelezni azt, hogy a kiemelten hirdetett terméktulajdonság csak további feltételek teljesítése esetén igaz.

57. A Versenytanács álláspontja szerint, amennyiben a reklám üzenete tartalmazza a szolgáltatás díját, vagy éppen annak ingyenességét, megtévesztő, hiányos tájékoztatásnak minősül, ha a használt tájékoztatási eszköz jellemzői miatt az apró betűs részben foglalt, a díjra, illetve annak ingyenességére vonatkozó feltételek nem válnak a fogyasztói üzenet részévé.

58. A fentiek alapján a Citibank a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott, amikor tavaszi kampánya során a 20, illetve 30 másodperces televíziós reklámjaiban valamint az (eredeti) metróplakátokon a fogyasztók számára nem észlelhetően jelenítette meg az ingyenes folyószámla igénybevételeinek feltételeit. A fogyasztóknak így nem volt lehetőségük a kiemelt terméktulajdonsághoz kapcsolódó feltételeket a reklámból megismerni.

59. A Versenytanács mérlegelte azt a körülményt is, hogy folyószámlaszerződés sajátosságai miatt a fogyasztó a szerződéskötést megelőzően – szükségszerűen - az ahhoz szükséges valamennyi információ birtokába juthat. Ebből adódóan ugyanis önmagában is jelentősége lehet a reklámokban – érzékelhető módon – megjelenített „kapcsolódó feltételek”, vagy hasonló tartalmú más tájékoztatásoknak. Ezek ugyanis jelzik az ésszerűen eljáró fogyasztó számára, hogy a reklámígéret – adott esetben a „0

Ft"-os számlavezetés – megvalósulásának további, a reklámban nem szereplő feltételei is vannak.

60. Mindennek azért lehet meghatározó jelentősége, mert a Versenytanács korábbi határozataiban (pl. Vj-79/2002.) is kifejtett álláspontja szerint a fogyasztók megtévesztése csak akkor történik a gazdasági versenyben (s így csak akkor sérti a Tptv. 8. §-ának rendelkezéseit), ha a bármilyen módon megtévesztésre alkalmas információ az ésszerűen eljáró fogyasztókat olyan döntésre sarkalja, amit a valós információ ismeretében nem hoztak volna. A Versenytanács egységes gyakorlata szerint azonban ebből nem következik az, hogy a megtévesztésre alkalmas (valótlan vagy nem elégséges információt adó) reklámot automatikusan jogszerűvé tenné az, ha a fogyasztó a vásárlás helyszínén hozzájut(hat) a valós (teljes körű) információhoz. A megtévesztésre alkalmas reklám által felkeltett fogyasztói igényt ugyanis nem feltétlenül oltja ki a vásárlásban megtestesülő végső döntést megelőzően kapott valós tájékoztatás.
61. Az, hogy az előzőek szerinti két hatás (az igényt felkeltő megtévesztő tájékoztatás és a vásárlást megelőzően megkapott valós információ) eredőjeként a fogyasztó olyan döntést hoz-e, amelyet a reklám ismeretének hiányában nem hozott volna (vagyis megvásárolja az adott árut), nem független attól, hogy a fogyasztó milyen mértékben vélelmezhetette azt, hogy a reklám a döntését befolyásoló minden információt tartalmaz. A tájékoztatás nem teljeskörűségére történő utalás abba az irányba mutat, hogy a fogyasztó – még ha fel is keltette a reklám az érdeklődését az adott áru iránt – kevésbé köteleződik el a vásárlásra, mint egy ilyen figyelemfelhívó tájékoztatás hiányában.
62. Az, hogy az előzőek szerinti figyelemfelhívás elégséges-e a reklám hiányosságainak ellensúlyozására csak esetről-esetre bírálható el. Általános szempontként azonban a Versenytanács álláspontja szerint rögzíthető, hogy a valós és teljes körű információnak a vásárlásban való döntést megelőző megismerhetőségének lehetősége sem teszi jogszerűvé az olyan reklámot, amely
- a) valótlan információt tartalmaz; vagy
 - b) esetében a további információk lényegesen megváltoztatják a reklám által ígértet; vagy
 - c) csak a fogyasztóknak szűk körére, illetve speciális feltételek mellett igaz (a Versenytanács álláspontja szerint az előzőektől eltérő jogértelmezés gyakorlatilag szabad utat biztosítana a minden valós alapot nélkülöző reklámok közzétételének).
63. A Citibank által közzétett televíziós reklám és az (eredeti) metróplakátok esetében a Versenytanács megállapította, hogy egyrészt a feltételekről, a szankciókról, a további tájékozódás szükségességéről szóló információk a fogyasztók számára nem voltak észlelhetőek. Másrészt a további tájékozódás szükségességére való felhívás sem olthatta volna ki azt az információhiányt, ami a feltételek meg nem ismeréséből következik. Azaz azt, hogy az átlagos fogyasztó számára ingyenesen nem biztosít folyószámlavezetést a Citibank, az ingyenesség csak a fogyasztók szűk körére vonatkozóan, speciális feltételek teljesítése mellett igaz állítás.
64. A fentieknek megfelelően a Tptv. alkalmazása körében jogsértő, ha egy kedvező hatást minden fenntartás, megszorítás nélküli ígéretként fogalmaz meg a vállalkozás, azonban a fogyasztók egy nem elhanyagolható része esetén az ígéret bekövetkezése nem várható. Amint azt a Fővárosi Bíróság a Vj-30/2007. számú ügyben hozott, 2.K. 33.639/2007/9. számú ítéletében rögzítette, a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül, illetve kimondta, ha nem

zárható ki annak lehetősége, hogy létezik olyan (az előbbiek szerint racionális) fogyasztó, kinek döntését a téves tájékoztatás képes befolyásolni, akkor a téves tájékoztatás a Tpv. III. fejezete által védett jogi tárgy megsértésére objektíve alkalmas.

65. A Versenytanács előzőekben részletesen kifejtettek alapján a Citibank 2008. tavaszi kampánya során alkalmazott 20 illetve 30 mp-es televíziós reklámban valamint az (eredeti) metróplakáton adott tájékoztatást jogsértőnek ítélte meg.
66. A 2008. júniusban módosított metróplakátok a kiemelt terméktulajdonsághoz tartozó feltételeket tartalmazták. Tekintettel arra, hogy a módosítás révén mind a feltételek létezése, mind pedig a feltételek tartalma észlelhető volt a fogyasztók számára, a Versenytanács a tájékoztatást nem ítélte meg jogsértőnek.
67. A módosított televíziós reklám versenyjogi értékelését a Versenytanács nem végezte el, tekintettel arra, hogy az a vizsgált időszakon túl készült el és fejtette ki hatását. Azonban a tudomására jutott módosítás tényét, mint a kifogásolt magatartás megváltoztatására irányuló kifejezett szándékot a szankciók körében, enyhítő körülményként vette figyelembe.

A „0 Ft-os” számlavezetés összehasonlítása a versenytársak számlavezetési kondícióival

68. A Versenytanács álláspontja szerint – a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján - az, hogy mennyiben relevánsak a fogyasztói megtakarítás szempontjából a havi átlagos számlakapcsolatra vonatkozó adatok, valamint a sztenderd lakossági bankszámlákhoz kapcsolódó szolgáltatások árai egy nem sztenderd – a feltételek révén kiemeltnek számító – ügyfélkör tekintetében, kérdéses. A Versenytanács a magatartás versenyjogi értékelésekor tekintettel volt arra tényre, hogy az összehasonlítás alapjául szolgáló főbb információk megjelentek a DM levélben, továbbá, hogy a „0 Ft-os” bankszámla igénybevételének feltételeit a DM levél tartalmazta. Így ezeket a tájékoztatásokat a Versenytanács nem ítélte meg jogsértőnek.

Az Irányelv¹⁰ alkalmazása

69. Az Irányelv implementálására megszabott határidőt túllépve, 2007. december 12-ét követően került elfogadásra a 2008. szeptember 1-jén hatályba lépett, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény. Tekintettel arra, hogy a vizsgált magatartás az implementálásra megszabott határidőn túl, illetve 2008. szeptember 1-jét megelőzően zajlott, a Versenytanács azt is vizsgálta, hogy az eljárás alá vont által tanúsított magatartás vajon kedvezőbben minősülne-e az Irányelv alapján. A Versenytanács álláspontja szerint a vizsgált magatartás – összevetve a Versenytanács korábbi gyakorlatát és az Irányelv elvárásait – akkor sem esne enyhébb elbírálás alá, ha arra az Irányelv rendelkezései alapján kerülne sor.
70. Az Irányelv 7. cikk (1) bekezdése szerint megtévesztőnek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amely a ténybeli körülmények alapján – figyelembe véve annak valamennyi jellemzőjét és feltételét, valamint kommunikációs eszközének korlátait is – az

¹⁰ Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról

átlagfogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges jelentős információt hagy ki, és ezáltal – a körülményektől függően – ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna. A (3) bekezdés értelmében, amennyiben a kereskedelmi gyakorlatban alkalmazott kommunikációs eszköz térbeli, vagy időbeli akadályokat támaszt, ezen akadályokat, illetve minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedő annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhöz figyelembe kell venni annak eldöntésekor, hogy fennállt-e a mulasztás a tájékoztatás tekintetében.

71. Az Irányelv az átlagfogyasztót veszi alapul, aki megfelelően tájékozott, figyelmes és körültekintő, figyelembe véve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is. Amennyiben egy kereskedelmi gyakorlat célzottan egy bizonyos csoportra irányul – pl. gyermekekre –, akkor kívánatos, hogy a csoport átlagtagja szempontjából is megvizsgálják egy kereskedelmi gyakorlat hatását. Az átlagfogyasztóra vonatkozó vizsgálat nem statisztikai alapú vizsgálat, a nemzeti bíróságok és hatóságok – az Európai Bíróság esetjogának figyelembe vételével – saját mérlegelési jogkörükben határozzák meg az átlagfogyasztó adott esetben tanúsított jellegzetes viselkedését.
72. A fogyasztók felé irányuló tájékoztatásokkal, (kedvező) tulajdonság adott reklámhordozón való kiemelése esetén elvárás, hogy a fogyasztó világos, egyértelmű és korlátok nélkül észlelhető tájékoztatást kapjon ugyanazon reklámhordozón arról, hogy a kiemelt kedvező tulajdonság elérése feltétel(ek)től függ. Ez a tájékoztatás történhet közvetlenül és közvetetten.
73. A fogyasztó számára a közvetlen megjelenítés a legkedvezőbb, hiszen ugyanazon a reklámeszközön, egyidejűleg kap tájékoztatást a kedvező tulajdonságról, valamint a kapcsolódó feltételek létezéséről és tartalmáról. A közvetett megjelenítés esetében a fogyasztó csak a kiemelt – általában vonzó, a fogyasztói érdeklődés kiváltására alkalmas - terméktulajdonságról szerez tudomást, a kapcsolódó – jobbra a fogyasztói elérést korlátozó – feltételeket később, további keresés révén éri el.
74. A televíziós reklámokban és az (eredeti) metróplakátokon sem a feltételek létezése (közvetett megjelenítés) sem pedig a feltételek maguk (közvetlen megjelenítés) nem válhattak a fogyasztói érzékelés részévé. Ennek okát a Versenytanács a Citibank által választott megjelenítési módban, nem pedig ezen reklámeszközök – eljárás alá vont által hivatkozott - korlátozott információáteresztő képességében látja. A Versenytanács megállapította, hogy
 - bár a kifogásolt reklámeszközökön valóban korlátozott a részletes adatok közzétételi lehetősége, jelen esetben a kiemelt reklámállítás értelmezéséhez szükségszerűen tartozó feltétel ismertetése egyik reklámeszközön sem ütközött ezen korlátba (ezt igazolja a módosított – versenyjogilag nem kifogásolt – metróplakát is), továbbá
 - a Citibanknak tekintettel kellett volna lennie arra, hogy a televíziós reklám és a metróplakát, mint kommunikációs eszköz, milyen térbeli korlátok között fejti ki a hatását és ehhez kellett volna igazítania a reklám tartalmának meghatározását.
75. A Citibank „0 Ft-os” számlavezetést – már a számlacsomagok (TOP, VIP) elnevezéséből is kitűnően - az átlagfogyasztó számára elérhetően nem kínált.
76. A Versenytanács nem ért egyet a Citibank vélekedésével a tekintetben sem, hogy reklámjaik az átlagfogyasztótól eltérően egy más célcsoportnak szóltak volna, így a reklámok értékelésekor nem az átlagfogyasztót, hanem a megcélzott csoport átlagos

tagjának tulajdonságait kell figyelembe venni. Ennek egyrészt ellentmond az alkalmazott technikai megoldás, amely azt a képzetet kelthette a fogyasztóban, hogy a kiemelt tulajdonság – az ingyenesség - a termék általános jellemzője. Másrészt a választott kommunikációs eszközök, a főműsoridőben jelentkező televíziós reklámok és a legforgalmasabb metrómegálló mozgólépcsője mellett elhelyezett metróplakátok esetében – az eljárás alá vont által is elismerten – a megcélzott csoportnál jóval szélesebb kört értek el. Harmadrészt a Citibank Zrt. nem bizonyította, hogy az átlagfogyasztó és az általa választott célcsoport megítélése miben tér el.

77. A Versenytanács megjegyzi, hogy az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztató folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően – a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában, így pl. reklám által.
78. A Versenytanács nem fogadta el az eljárás alá vontnak azt a vélekedését sem, amely szerint a Versenytanács azt várná el, hogy a termékre vonatkozó valamennyi részletes információt fel kell tüntetni a reklámban. Nem várható el a vállalkozásoktól, hogy a reklámokban túlzott mennyiségű, értelmezhetetlen információkat helyezzenek el. A reklámokkal szemben ugyanakkor elsődleges követelmény az, hogy üzeneteik önmagukban (minden további információ megismerése nélkül) igazak, pontosak és valóságosak legyenek. Ha egy reklám már megjelenít valamely lényeges körülményt, akkor azt pontosan kell tennie, oly módon, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről, annak reklámban megjelenített tulajdonságáról.
79. Ugyancsak megalapozatlan az eljárás alá vontnak az az álláspontja, hogy egy összetett, több médiatípusban megjelenő reklámkampány esetén a fogyasztó több forrásból is tájékozódhat, egyetlen reklám nem lehet megtevesztő, s nem eredményezi a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását, ha például a televízióban közzétett, megfelelően igazolt kijelentéshez egyes magyarázó, kiegészítő információk részletesen más reklámokban kerülnek közlésre. Jelen esetben azonban ezen kiegészítő információknak a szerepe esetleges, hiszen a Citibank éppen azt a tényt hallgatta el a fogyasztó elől, hogy a reklámozott terméktulajdonságokhoz további feltételek kapcsolódnak.
80. Kétségtelen, hogy a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszonmaximalizálásra törekedjék, s ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson a szerződéskötés előtt. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékoztató kötelezettségének parttalan áthárítását – az adott döntési folyamatban hangzatos szlogenek által tisztességtelenül befolyásolt – fogyasztóra. Legfőképpen akkor, ha – a jelen eljárásban kifogásolt magatartásokhoz hasonlóan - a fogyasztó további információ-keresési igényét éppen a feltételek létezésének elhallgatása gyengíti.

A Versenytanács döntése

81. A Versenytanács a Tptv. 77. § (1) bekezdés d) pontja szerint megállapította, a Citibank jogsértést követett el, amikor a 2008. tavaszi kampány során a televíziós reklámokban és az elsőként alkalmazott (eredeti) metróplakátokon nem közölte a fogyasztók számára érzékelhető módon, hogy a „0 Ft-os” számlavezetés csak

3.000.000 Ft-os átlagegyenleg, vagy 150.000 Ft-os havi egyösszegű bejövő utalás esetén igaz, ellenkező esetben havi ügyfélkapcsolati díjat számít fel. Ezzel a magatartásával a Citibank Zrt. megsértette a Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) pontját.

A bírság meghatározása

82. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján. A bírság összegének meghatározása során a Versenytanács a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdésében foglaltak szem előtt tartásával járt el.
83. A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy
- az ingyenesség ígérete az átlagosnál nagyobb figyelmet generál,
 - a tájékoztatásokkal elért fogyasztói kör jelentős volt,
 - a jogsértés igen intenzív reklámtevékenység révén valósult meg,
 - a jogsértés több reklámeszközt érintett,
 - a jogsértéssel érintett időszak több hónapot ölelt fel,
 - az eljárás alá vont a piac jelentős szereplője.
84. A Versenytanács a bírságot enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy
- valamennyi reklámhordozó valamilyen formában tartalmazta a kiemelten hirdetett reklámtulajdonsághoz szorosan kapcsolódó feltételeket,
 - az egyes reklámok nem kizárólag jogsértőnek minősülő elemet tartalmaztak, hanem más közléseket is.
85. A Versenytanács a bírságot jelentősen csökkentő körülményként vette figyelembe, hogy az eljárás alá vont a jogsértőnek minősülő reklámeszközöket részben a versenyfelügyeleti eljárás megindulása előtt (metróplakátok) részben a versenyfelügyeleti eljárás megindításakor önként, feltétel nélkül módosította.
86. A fentiek alapján a Versenytanács a bírság összegét 5.000.000 Ft-ban állapította meg.
87. 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. §-ának (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.
88. A Ket. 138. §-a (1) bekezdésének a) pontja 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 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.
89. A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő
- az eljárás alá vont neve,
 - a versenyfelügyeleti eljárás száma,

- a befizetés jogcíme (bírság).

VII. Egyebek

90. A Tpv. 74. §-a szerint a Versenytanács 2009. január 8-án nyilvános tárgyalást tartott, ahol jelezte, milyen iratok megküldését látja szükségesnek a jogutódlás ill. képviseleti jog egyértelmű igazolására továbbá azt, hogy az iratok beérkezése után hozza meg határozatát. Az eljárás alá vont képviselője kérdésre kijelentette, a tárgyaláson módja volt álláspontját kifejteni, ezért a határozat kihirdetésére tárgyalás megtartásától eltekint.
91. A GVH hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
92. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2009. április 20.

Melléklet: A vizsgált időszakban alkalmazott kommunikációs eszközök

I. Beltéri kommunikációs eszközök¹¹

1. Matricák és belógó érmék

Az alábbi, pénzérme alapú ajtómatricák és belógók az összes bankfiókban elhelyezésre kerültek:



A matricákon, belógókon az alábbiak ismertetettek:
„CITIBANK 0 FT-OS BANKSZÁMLÁK
0 FORINT
06 40 44 22 44”

II. Direkt marketing eszközök¹²

1. CitiBank Hírvilág magazin 2008. március-áprilisi száma

Az alábbi hírlevelet a bank meglévő ügyfelei kapták:

Citibank Hírvilág 2008. MÁRCIUS-ÁPRILIS

Citibank 0 Ft-os bankszámlák*

Bankszámlák díjakkal. Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

0 Ft számlavezetési díj
0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül
Ingyen bankkártya

MasterCard bankkártyájával most eljuthat az UEFA EURO 2008 Labdarugó Európa-Bajnokság bécsi elődöntőjére!

06 40 44 22 44
www.citibank.hu

Citibank Utazási Csomag

Utazási biztosítás
4200 Ft-ért egész évre*
Arany hitelkártyához automatikusan és díjmentesen

Bármely hitelkártyához és most már betéti kártyához is!

Családjaira is kiterjesztheti az utazási biztosítást

4-15% kedvezmény utazási partnereink ajánlataiból:

Utazási irodák: Malév Air Tours, Markfort's, Mercator Hotellás; Viasz, Többi partner: Sunline SAS Grand Resort & Spa, B&B, Karakorum Outdoor Equipment

Citibank Szabadfelhasználású Kölcsönök

Több hitele kettyeg egyszerre?

Citibank adósságrendezés szabadfelhasználású jelzálogkölcsönrel.

1,99%* kamattól és akciós induló költségekkel.**

THM: 8,32%***

Hitelvonal: 06 40 40 60 40
www.citibank.hu

¹¹ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat beltéri kommunikációs eszközök melléklete és CD-melléklete

¹² Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat direkt marketing eszközök melléklete és CD-melléklete

A hírlevél első oldalának szövege a következő:

**„Citibank Hírvilág 2008. MÁRCIUS-ÁPRILIS
Citibank 0 Ft-os bankszámlák***

Bankszámlák díjakkal - Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

CITIBANK 0 FT-OS BANKSZÁMLÁK

0 FORINT

06 40 44 22 44

0 Ft számlavezetési díj

0 Ft készpénzfelvételi díj bármely
hazai bankautomatából, korlátlanul

0 Ft átutalási díj, forintban,
országban belül

Ingyen bankkártya

*MasterCard bankkártyájával most eljuthat az UEFA EURO 2008 Labdarugó Európa-Bajnokság bécsi elődöntőjére!***

06 40 44 22 44

www.citibank.hu

Citibank

váltasuk valóra!

* A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft összegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi 3500 Ft ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A feltételek részletes leírását az általános szerződési feltételek és a Kamat-és Díjfeltételek tartalmazza. EBKM: 0,20%

**A MasterCard akciójának pontos részletei megtalálhatók a szórólapokon, illetve A bankfiókokban.”.

2. Összehasonlító dm-levél

Az alábbi dm-levél 2008. június 24-én és 25-én került ki-postázásra a bank ügyfeleinek:

Bankszámlák díjakkal. Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

? Kiszámolta már valaha, mennyit fizet évente fő bankjában a bankszámla-szolgáltatásokért?

Mi megtettük Ön helyett és meglepő eredményt kaptunk! Ez a költség meghaladhatja akár az 50 000 Ft-ot is! Érdemes ennyit fizetni egy egyszerű számlacsomagért?

www.citibank.hu
06 40 24 84 24

Éves számlavezetési költségek összehasonlítása

Citibank 0 Ft

Bank	Költség (Ft)
Citibank 0 Ft-os bankszámlák	0 Ft
BB Standard	18 620 Ft
UNICREDIT Privát	20 100 Ft
N&H Lakossági	27 620 Ft
RAIFFEISEN Alapszámla	28 320 Ft
ERSTE Szécsény	32 168 Ft
CIB Classic	35 398 Ft
OTP Ténisz	50 542 Ft

Válassza inkább a Citibank 0 Ft-os Bankszámláját és élvezze - Magyarországon először - a díjmentes bankolás élményét!

Bankszámlahasználati kapcsolatos feltételek: A. C. Nielsen Plackutató Kft. felmérése alapján: havi 4 db ATM készpénzfelvétel (3 db saját és 1 db idegen ATM-től összesen 100 000 Ft értékben), havi 8 db átutalás telefonon vagy elektronikusan indítva, 70 000 Ft értékben, havi 3 db csoportos bezedés és 1 db dombornyomott ezüst betéti kártya esetén, 2008. április 26-án érvényes banki díjszabás szerint!

Citibank 0 Ft-os bankszámlák

Ha 2008 július 31-ig² vált

0 Ft-os csomagra,
hűségét 10 000 Ft-os³
jóváírással jutalmazzuk.

0 Ft számlavezetési díj

0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul

0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül

Ingyen bankkártya

A 0 Ft-os bankszámla feltétele havi egyszeri legalább 150 ezer forint egyösszegű bejövő utalás, vagy 3 millió forintot átjegyeznie a Citibankos számláján. A 0 Ft-os bankszámlára történő váltáshoz mindössze egyetlen telefonhívás szükséges.⁴ Hívja CitiPhone banking ügyfélszolgálatunkat a 06 40 24 84 24-es számon és bankáraink készséggel átállítják díjcsomagját, most 0 forintért.

1 Az összehasonlítás kizárólag a magyarországi banki számlacsomagokra, a megadott feltételekben érvényes standard piacú banki számlákra, a feltüntetett banki számlákhoz képest. A megadott feltételek alapján történik a költségek összehasonlítása. Ha a más számlacsomagok esetében az összehasonlítás eredménye eltérő lehet.
2 Az időpont: 2008.06.30-ig a kivétel csomagokra érvényes.
3 A juttatás feltétele, hogy a díjcsomagot havi bérlet 3 hónapban feladja és 0 Ft-os bankszámla díjmentes igénybevételei kifizetésére.
4 A feltételek nem tartalmaznak az adó közzétételét, az ügyfélszolgálati díj kifizetését. A feltételek kizárólag a banki díjszabásról szólnak. A díjszabásról nem teljesítő, részletek a banki díjszabásról.

A levél szövege az alábbi:

„Citibank

Bankszámlák díjakkal - Citibank 0 Ft-os bankszámlák

? Kiszámolta már valaha, mennyit fizet évente fő bankjában a bankszámla-szolgáltatásokért?

Mi megtettük Ön helyett és meglepő eredményt kaptunk!

Ez a költség meghaladhatja akár az 50 000 Ft-ot is!
Érdeemes ennyit fizetni egy egyszerű számlacsomagért?

Citibank
www.citibank.hu
06 40 24 84 24

Éves számlavezetési költségek összehasonlítása

<i>Citibank (0 Ft-os bankszámlák):</i>	<i>0 Ft</i>	
BB (Standard):		18.620 Ft
UNICREDIT (Privát):		20.108 Ft
K&H (Lakossági):		27.620 Ft
RAIFFEISEN (Alapszámla):		28.320 Ft
ERSTE (Szorgos):		32.168 Ft
CIB (Classic):		35.398 Ft
OTP (Tempó):		50.542 Ft

Válassza inkább a Citibank 0 Ft-os Bankszámláját és élvezze – Magyarországon először – a díjmentes bankolás élményét!

Bankszámlahasználattal kapcsolatos feltételezések, A. C. Nielsen Piackutató Kft. felmérése alapján: havi 4 db ATM készpénzfelvétel (3 db saját és 1 db idegen ATM-ből összesen 100 000 Ft értékben), havi 8 db átutalás telefonon vagy elektronikusan indítva, 70 000 Ft értékben, havi 3 db csoportos beszédés és 1 db dombornyomott ezüst betéti kártya esetén, 2008. április 26-án érvényes banki díjszabás szerint.¹

Citibank 0 Ft-os bankszámlák

0 Ft számlavezetési díj

0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul

0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül

Ingyen bankkártya

Ha 2008. július 31-ig² vált 0 Ft-os csomagra, hűségét 10 000 Ft-os³ jóváírással jutalmazzuk.

A 0 Ft-os bankszámla feltétele havi egyszeri legalább 150 ezer forint egyösszegű bejövő utalás, vagy 3 millió forintos átlagegyenleg a Citibankos számlákon. A 0 Ft-os bankszámlára történő váltáshoz mindössze egyetlen telefonhívás szükséges.⁴ Hívja CitiPhone banking ügyfélszolgálatunkat a 06 40 24 84 24-es számon és bankáraink készséggel átállítják díjcsomagját, most 0 forintért.

¹ Az összehasonlítás kizárólag a megnevezett banki számlacsomagokra, a megadott időpontban érvényes sztenderd piaci árak szerint érvényes, a feltüntetett banki számlahasználat esetén. A megadottól eltérő számlahasználat, a díjak időközbeni változása, illetve más számlacsomagok esetében az összehasonlítás eredménye eltérő lehet.

² Az ajánlat a 2008. 06. 01-jét követő díjcsomagváltásra érvényes.

³ A jutalom feltétele, hogy a díjcsomagváltást követő 3 hónapban teljesüljön a 0 Ft-os bankszámla díjmentes igénybevétele feltétele.

⁴ A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A feltételek deviza tranzakciókra nem vonatkoznak. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.”

III. Elektronikus médiumok

1. Internet

Büszkék vagyunk arra, hogy Magyarországon megvalósítsuk a díjmentes bankolás lehetőségét ügyfeleink számára a **Citibank 0 Ft-os bankszámla VIP és TOP díjcsomagok esetében.**

Ön VIP vagy TOP díjcsomagban a következő szolgáltatásokat érheti el díjmentesen:

- 0 Ft számlavezetési díj
- 0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
- 0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül
- 0 Ft csoportos beszédési díj
- 0 Ft tartós átutalási díj
- Ingyen** bankkártya

A díjmentesség vonatkozik bankfiókunkban, Citiphone Banking telefonos ügyfélszolgálatunkon, és az interneten megadott megbízásokra egyaránt.

Citibank 0 Ft-os VIP díjcsomag feltétele:

- 3 millió forint havi átlagegyenleg
- betéti és befektetési állomány

Citibank 0 Ft-os TOP díjcsomag feltétele:

- havi 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás
- bármilyen jogcímen

Az ingyennél nincs jobb ajánlat! Regisztráljon most a jobbra található form segítségével!

Aktuális Lakossági Kamat- és Díjtételek >

Adatkezelési Tájékoztató >

Regisztráljon!

Felhívjuk szíves figyelmét, hogy a regisztrációhoz szükséges adatokat az online bankolás során a Citibank Bank Kft. a Citibank Bank Kft. 40 24 84 24-es telefonszám vagy e-mail címen a Citibank Bank Kft. bankfiókjában ahol munkatársaink állást rendelkezésükre állítják.

Név: _____

Születési dátum: _____

Ev Hó I

Telefonszám: _____

Ép _____

E-mail: _____

Irányítószám: _____

Kérjük, válasszon Bankfiók kezeltetésben szerződni kívánó Bankfiókjainak műveletet [szolgáltatás kaphat itt.](#)

Kéjük, válasszon

Mielőtt elküldi regisztrációját, figyelmesen olvassa el az [található adatkezelési tájékoztatót](#)

A bank honlapján (www.citibank.hu) a következő linkről volt elérhető termék kommunikációja¹³:

<https://www2.citibank.com/hungary/homepage/igenyles/0ftviptop/form.htm>

A tájékoztatás szövege az alábbi:

*„Büszkék vagyunk arra, hogy Magyarországon megvalósítsuk a díjmentes bankolás lehetőségét ügyfeleink számára a **Citibank 0 Ft-os bankszámla VIP és TOP díjcsomagok esetében.** Ön VIP vagy TOP díjcsomagban a következő szolgáltatásokat érheti el díjmentesen:*

- 0 Ft** számlavezetési díj
- 0 Ft** készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
- 0 Ft** átutalási díj, forintban, országon belül
- 0 Ft** csoportos beszédési díj
- 0 Ft** tartós átutalási díj
- Ingyen** bankkártya

A díjmentesség vonatkozik bankfiókunkban, Citiphone Banking telefonos ügyfélszolgálatunkon, és az interneten megadott megbízásokra egyaránt.

Citibank 0 Ft-os VIP díjcsomag feltétele:

- 3 millió forint havi átlagegyenleg
- betéti és befektetési állomány

Citibank 0 Ft-os TOP díjcsomag feltétele:

- havi 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás
- bármilyen jogcímen

Az ingyennél nincs jobb ajánlat! Regisztráljon most a jobbra található form segítségével!

[Aktuális lakossági Kamat- és díjtételek \(linkelhetőek\)](#)
[Adatkezelési tájékoztató](#)

2. Televíziós reklámok

Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint¹⁴ a kampány során sugárzott tv-szpotnak alapvetően kettő változata készült: egy hosszabb (30 mp-es) és egy rövidebb (20 mp-es). A rövidebb változat - amely gyakorlatilag a hosszabb "sűrített" verziója - időben váltotta a hosszabbat. Mindkét változatnak több alváltozata is futott, amelyek kizárólag a különböző, a Citibank célcsoportjának megfelelően kiválasztott karakterek (szereplők) által közvetített marketing üzenet tartalma szerint tértek el. A szpot-ok második, tájékoztató része mindkét változat valamennyi alváltozata esetében azonos volt, ennek megfelelően csatolt egy-egy alváltozatot.

¹³ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat elektronikus médiumok melléklete és CD-melléklete

¹⁴ Vj-90/2008/013.

2008. március 15. és április 7. között 30 mp-es, április 7. és április 27. között 20 mp-es tv-szpot volt látható az RTL Klub, mtv, Viasat3, Discovery, Sport1, Sport2 csatornákon az alábbi tartalommal:

4.3.2.1. 30 mp-es szpot	
<p>Hallható: (Férfi szereplő)</p> <p>Hát bonyolultnak azért nem mondanám, Citikártya fényképpel. Beteszem, felveszem a pénzt bárhol, bármikor ingyen.</p> <p>(Másik férfi)</p> <p>Bankszámla? Ingyen? Hogy ez nekik miért jó?</p> <p>(Hölgy)</p> <p>Nem tudom, miért van ez. Valószínűleg megőrültek. Hm. Vagy szerelmes az igazgató. (nevetés) Csókoltatom!</p> <p>(Narrátor)</p> <p>És Ön mit szólna hozzá?</p> <p>Citibank 0 forintos bankszámlák. Ingyenes számlavezetés, pénzfelvétel bárhol az országban. Átutalások és bankkártya. Az ingyennél nincs jobb ajánlat.</p> <p>Citibank. Váltuk valóra.</p>	<p>Látható/olvasható</p> <p>(1. kép - Citibank logó, majd egy férfi és egy nő és egy ATM berendezés)</p> <p>(2. kép - egy másik férfi tűnik fel, háttérben a Citibank)</p> <p>(3. kép - egy hölgy tűnik fel)</p> <p>(4. kép) Bankszámlák díjakkal – Citibank 0 Ft-os bankszámlák (Citibank logó tűnik fel, majd a „0 Ft-os” ezüst érme (az érme ábrázolását lásd a további anyagoknál))</p> <p>(5. kép – az érme mellett megjelennek alábbiak)</p> <p>Számlavezetési díj</p> <p>Készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul</p> <p>Átutalási díj forintban, országon belül</p> <p>Ingyen bankkártya</p> <p>(6. kép - ezt követően a „0 Ft-os” érme eltűnik, a szöveges rész átkerül a bal oldalra, jobb oldalon pedig megjelenik egy Citibank bankkártya, a kép alsó részén pedig - 3 másodpercig – alábbiak olvashatók)</p> <p>„A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft összegű bejövő utalás, vagy 3 millió Ft havi átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A feltételek devizatranzakciókra nem vonatkoznak. A tájékoztatás nem teljes körű, részletek a bankfiókokban.</p> <p>(7. kép – a következők jelennek meg)</p> <p>citibank váltuk valóra! 06 40 44 22 44</p>
4.3.2.2. 20 mp-es szpot	

Hallható	Látható/olvasható
<p>(Férfi)</p> <p>Mostantól ingyenes a bankszámlaszám. Megérte átjönnöm.</p> <p>(Narrátor)</p> <p>És Ön mit szólna hozzá? Citibank 0 forintos bankszámlák.</p> <p>Ingyenes számlavezetés, pénzfelvétel bárhol az országban. Átutalások és bankkártya. Az ingyennél nincs jobb ajánlat.</p> <p>Citibank. Váltuk valóra.</p>	<p>(1. kép - a Citibank logó majd egy férfi tűnik fel, háttérben egy bankfiók)</p> <p>(2. kép) Bankszámlák díjakkal – Citibank 0 Ft-os bankszámlák</p> <p>(feltűnik a „0 Ft-os” ezüst érme (az érme ábrázolását lásd a további anyagoknál))</p> <p>(3. kép – az érme mellett megjelennek alábbiak)</p> <p>Számlavezetési díj</p> <p>Készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul</p> <p>Átutalási díj forintban, országon belül</p> <p>Ingyen bankkártya</p> <p>(4. kép - ezt követően a „0 Ft-os” érme eltűnik, a szöveges rész átkerül a bal oldalra, jobb oldalon pedig megjelenik egy Citibank bankkártya, a kép alsó részén pedig - 3 másodpercig – alábbiak olvashatók)</p> <p>A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft összegű bejövő utalás, vagy 3 millió Ft havi átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A feltételek devizatranzakciókra nem vonatkoznak. A tájékoztatás nem teljes körű, részletek a bankfiókokban.</p> <p>(5. kép – a következők jelennek meg)</p> <p>citibank váltuk valóra! 06 40 44 22 44</p>

Az eljárás alá vont 2008. augusztus 25-ától újabb televíziós kampányba¹⁵ kezdett két új 20 mp-es televíziós szpottal, amelyekben a tavaszi kampányban használttal azonos tartalom mellett nagyobb betűtípussal szerepelnek a vagylagos feltételek:

4.3.2.3. 20 mp-es szpot	
Hallható:	Látható/olvasható:
<p>(Nő)</p> <p>De tényleg, miért is fizessek azért, hogy használom a saját pénzemet?</p> <p>(Narrátor)</p> <p>És Ön mit szólna hozzá? Citibank 0 forintos bankszámlák.</p>	<p>(1. kép - a Citibank logó majd egy nő tűnik fel, háttérben egy bankfiók)</p> <p>(2. kép) Bankszámlák díjakkal – Citibank 0 Ft-os bankszámlák</p> <p>(feltűnik a „0 Ft-os” ezüst érme (az érme ábrázolását lásd a további anyagoknál))</p>

¹⁵ Forrás: Vj-90/2008/006. számú beadvány és annak CD-melléklete

<p>Ingyenes számlavezetés, pénzfelvétel bárhol az országban. Átutalások és bankkártya. Az ingyennél nincs jobb ajánlat.</p> <p>Citibank. Váltuk valóra.</p>	<p>(3. kép – az érme mellett megjelennek alábbiak)</p> <p>Számlavezetési díj</p> <p>Készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul</p> <p>Átutalási díj forintban, országon belül</p> <p>Ingyen bankkártya</p> <p>(4. kép - ezt követően a „0 Ft-os” érme eltűnik, a szöveges rész átkerül a bal oldalra, jobb oldalon pedig megjelenik egy Citibank bankkártya, a kép alsó részén pedig alábbiak olvashatók)</p> <p>A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás, vagy 3 millió Ft havi átlagegyenleg.</p> <p>A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A feltételek devizatranszakciókra nem vonatkoznak. A tájékoztatás nem teljes körű, részletek a bankfiókokban.</p> <p>(5. kép – a következők jelennek meg)</p> <p>citibank <i>váltuk valóra!</i> 06 40 44 22 44</p>
---	---

4.3.2.4. 20 mp-es szpot	
Hallható:	Látható/Olvasható:
<p>(Férfi)</p> <p>Mostantól ingyenes a bankszámlám. Megérte átjönnöm.</p> <p>(Narrátor)</p> <p>És Ön mit szólna hozzá? Citibank 0 forintos bankszámlák.</p> <p>Ingyenes számlavezetés, pénzfelvétel bárhol az országban. Átutalások és bankkártya. Az ingyennél nincs jobb ajánlat.</p> <p>Citibank. Váltuk valóra.</p>	<p>(1. kép - a Citibank logó majd egy nő tűnik fel, háttérben egy bankfiók)</p> <p>(2. kép) <i>Bankszámlák díjakkal – Citibank 0 Ft-os bankszámlák</i></p> <p>(feltűnik a „0 Ft-os” ezüst érme (az érme ábrázolását lásd a további anyagoknál))</p> <p>(3. kép – az érme mellett megjelennek alábbiak)</p> <p>Számlavezetési díj</p> <p>Készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul</p> <p>Átutalási díj forintban, országon belül</p> <p>Ingyen bankkártya</p>

(4. kép - ezt követően a „0 Ft-os” érme eltűnik, a szöveges rész átkerül a bal oldalra, jobb oldalon pedig megjelenik egy Citibank bankkártya, a kép alsó részén pedig alábbiak olvashatók)

A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás, vagy 3 millió Ft havi átlagegyenleg.

A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A feltételek devizatranzakciókra nem vonatkoznak. A tájékoztatás nem teljes körű, részletek a bankfiókokban.

(5. kép – a következők jelennek meg)

citibank
váltsuk valóra!
06 40 44 22 44

3. Rádió reklámok

a) Vidéki rádiók¹⁶

2008. május 26-tól május 30-ig, illetve június 2-től június 8-ig hétköznaponként napi 2 alkalommal, illetve szerdánként 3 alkalommal a következő vidéki rádiókban volt hallható az akciót népszerűsítő rádiós szpot:

Abszolút Rádió	Vác
Aktív Rádió	Szolnok
Alisca Rádió	Szekszárd
Csaba Rádió	Békéscsaba
Enjoy Rádió	Kaposvár
Fehérvár Rádió	Székesfehérvár
Gold FM Miskolc	Miskolc
Gold FM Nyíregyháza	Nyíregyháza
Gong Rádió	Kecskemét
N-Joy Rádió	Zalaegerszeg
Rádió 88	Szeged
Rádió Eger	Eger
Rádió FM95	Debrecen
Rádió Szombathely	Szombathely
Rádió1 Pécs	Pécs
Rádió1 Veszprém	Veszprém
Rádió1 Győr	Győr

A rádiós szpot szövege az alábbi volt:

„Beteszek, kiveszek, utalok, hogy mennyiért, teljesen ingyen. De tényleg, miért is fizessek azért, hogy használom a saját pénzemet?

És ön mit szól hozzá? Citibank, 0 Ft-os bankszámlák. Legalább 150 000 Ft havi egyösszegű bejövő átutalás, vagy 3 millió forint havi átlagegyenleg esetén ingyenes a számlavezetés, a készpénzfelvétel bárhol az országban, a forintátutalások és a bankkártya. Az ingyennél nincs jobb ajánlat. A tájékoztatás nem teljes körű, részletek a Citibank fiókban (bankfiók címe)”

b) Budapesti rádióadó¹⁷

A budapesti vételű Radio Cafe csatornán a vidéki rádiókban hallhatóval azonos szöveggel, illetve a központi telefonszámmal kiegészített rádióreklám összesen 103 alkalommal volt hallható 2008. május 26-tól június 2-ig, reggel 7.00 és 9.00 között, napi 4 alkalommal.

IV. Kültéri kommunikációs eszközök¹⁸

1. Metró plakátok

Az eredeti metró plakátok 2008. május 16-tól voltak láthatóak:

¹⁶ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat CD-melléklete

¹⁷ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat CD-melléklete

¹⁸ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat kultéri kommunikációs anyagok melléklete és CD-melléklete


Bankszámlák díjakkal.

Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

- 0 Ft** számlavezetési díj
- 0 Ft** készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
- 0 Ft** átutalási díj, forintban, országon belül

Ingyen bankkártya

V., Vörösmarty tér 4. **Tel.: 288-2352**
V., Báthory u. 12. **Tel.: 301-2700**



citibank
váltasuk valóra!

A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélnyitási díj kerül felszámításra. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.

Bankszámlák díjakkal.

Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

- 0 Ft** számlavezetési díj
- 0 Ft** készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
- 0 Ft** átutalási díj, forintban, országon belül

Ingyen bankkártya

V., Vörösmarty tér 4. | V., Báthory u. 12.
Tel.: 288-2352 | Tel.: 301-2700



citibank
váltasuk valóra!

A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélnyitási díj kerül felszámításra. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.

Az eredeti metró plakátok szövege tehát a következő:

„Bankszámlák díjakkal.
Citibank 0 Ft-os bankszámlák.
0 Ft számlavezetési díj
0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai
bankautomatából, korlátlanul
0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül
Ingyen bankkártya

(fiókcímek és telefonszámok)

A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.

Citibank
Váltsuk valóra!”

2. Módosított metró plakátok

2008. június 6-tól az eljárás alá vont megváltoztatta a metró plakátok tartalmát.

2008. június 15-ig az alábbi plakátok voltak láthatóak (összesen 131 poszter az Arany János utcai, a Kossuth téri, a Deák Ferenc téri és a Moszkva téri megállóknban):



Bankszámlák díjakkal.

Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

- 0 Ft** számlavezetési díj
- 0 Ft** készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
- 0 Ft** átutalási díj, forintban, országon belül

Ingyen bankkártya

V., Vörösmarty tér 4. **Tel.: 288-2352**
V., Báthory u. 12. **Tel.: 301-2700**

A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele:

- havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy
- 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg.

A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.

citibank

CITIBANK 0 FT-OS BANKS
0
FORINT
06 40 44 22 44

Bankszámlák díjakkal.

Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

- 0 Ft számlavezetési díj
- 0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
- 0 Ft átutalási díj, forintban, országokon belül
- Ingyen bankkártya

A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltételei:

- havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy
- 3 millió Ft havi (betéteti és befektetési) átlagegyenleg.

A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.

V. Vörösmarty tér 4. | V. Báthory u. 12.
Tel.: 288-2352 | Tel.: 301-2700

V. Nyomatott sajtótermékek

A nyomtatott sajtóban az alábbi megjelenési adatokkal voltak láthatóak a következő, szerkesztői cikkbe ágyazott reklámok¹⁹:

Metro (Budapest)	2008. március 18., május 22., június 12.	322.321 példány/megjelenés
HVG (pénzügyi melléklet)	2008. május 29.	110.000 példány/megjelenés
Heti Válasz	2008. április 3., május 22., június 5.	35.833 példány/megjelenés
Hegyvidék	2008. május 20., június 3.	40.000 példány/megjelenés
Budai Polgár	2008. május 16., május 30	49.000 példány/megjelenés
Hírnök (XIII. ker.)	2008. június 3.	67.000 példány/megjelenés
Képmás	2008. június 5.	21.000 példány/megjelenés

8 érdekességek

Londoni munkamegosztásról írták meg az egyik legújabb számában a HVG. A cikkben a londoni munkamegosztásról írták meg az egyik legújabb számában a HVG. A cikkben a londoni munkamegosztásról írták meg az egyik legújabb számában a HVG. A cikkben a londoni munkamegosztásról írták meg az egyik legújabb számában a HVG.

A gyerekek pontosan tudják, milyen elvárások vannak a szüleiktől.

Közvetlen gyermekgyógyászati szakorvosok és a Magyar Tudományos Akadémia (MTA) kutatói közösen vizsgálják a gyerekek elvárásait a szüleikre. A kutatás során a gyerekeknek meg kell adniuk a szüleikre vonatkozó elvárásokat, és a szülőknek meg kell adniuk a gyerekekre vonatkozó elvárásokat. A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a gyerekek pontosan tudják, milyen elvárások vannak a szüleiktől.

Bankzámlák díjakkal.

Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

- 0 Ft számlavezetési díj
- 0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
- 0 Ft átutalási díj, forintban, országokon belül
- Ingyen bankkártya

06 40 44 22 44

www.citibank.hu

¹⁹ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat nyomtatott sajtó melléklete és CD-melléklete



A nyomtatott sajtóban dupla értéként megjelenő reklámok szövege az alábbi:

„CITIBANK 0 FT-OS BANKSZÁMLÁK
0 FORINT
06 40 44 22 44

A Citibank 0 Ft-os bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft egyösszegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A tájékoztató nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.”

Bankszámlák díjakkal.
Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

0 Ft számlavezetési díj
0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül
Ingyen bankkártya

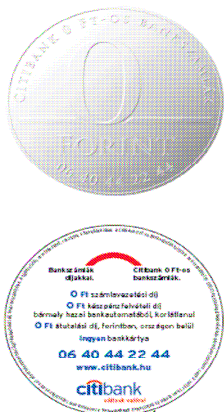
06 40 44 22 44
www.citibank.hu

Citibank
váltasuk valóra”

VI. Vásárhelyi reklámanyagok

1. Szórólapok

A bankfiókokban fellelhető, 10 cm-es átmérőjű szórólapok²⁰ az alábbi tartalommal jelentek meg:



A négyzetes szórólap szövege az alábbi volt:

„CITIBANK 0 FT-OS BANKSZÁMLÁK
0 FORINT
06 40 44 22 44

Citibank 0 Ft-os bankszámlák
0 Ft számlavezetési díj
0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából
0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül
Ingyen bankkártya

²⁰ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat vásárhelyi reklámanyagok melléklete és CD-melléklete

*A Citibank 0 Ft-os Bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft összegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.
EBKM: 0,20%”*

Az érme formájú szórólap szövege az alábbi volt:

„CITIBANK 0 FT-OS BANKSZÁMLÁK
0 FORINT
06 40 44 22 44

A Citibank 0 Ft-os bankszámlák feltétele havi legalább 150 000 Ft összegű bejövő utalás bármilyen jogcímen, vagy 3 millió Ft havi (betéti és befektetési) átlagegyenleg. A feltételek nem teljesülése esetén az adott hónapban havi ügyfélkapcsolati díj kerül felszámításra. A tájékoztatás nem teljeskörű, részletek a bankfiókokban.”

Bankszámlák díjakkal.
Citibank 0 Ft-os bankszámlák.

0 Ft számlavezetési díj
0 Ft készpénzfelvételi díj bármely hazai bankautomatából, korlátlanul
0 Ft átutalási díj, forintban, országon belül
Ingyen bankkártya

06 40 44 22 44
www.citibank.hu

Citibank
váltuk valóra”

2. Hirdetmény

Az aktuális, 2008. május 1-től hatályos „Lakossági kamat- és díjfeltételek”²¹ 1.3. pontja az alábbi információkat tartalmazza a 0 Ft-os bankszámlákról:

„1.3 CITIBANK 0 FT-OS BANKSZÁMLÁK - TOP és VIP díjcsomag
Ügyfélkapcsolati és ATM készpénzfelvételi díjak, jutalékok

Havi ügyfélkapcsolati díj (Havi díj) (számlák számától függetlenül egységes összeg)	
TOP díjcsomag: min. 150 ezer Ft bankon kívülről érkező átutalás esetén ⁴	Díjmentes
TOP díjcsomag: min. 150 ezer Ft bankon kívülről érkező átutalás hiányában ⁴	3500 Ft
VIP díjcsomag: 3 000 000 Ft egyenleg felett ⁵	Díjmentes
VIP díjcsomag: 3 000 000 Ft egyenleg alatt ⁵	3500 Ft
Készpénzfelvétel bankfiókban	Díjmentes
ATM készpénzfelvételi díj Magyarországon	
Citibank-bankfióknál lévő ATM-nél	Díjmentes
Egyéb automatánál	Díjmentes
ATM készpénzfelvételi díj külföldön	
az első 2 tranzakció	Díjmentes
További tranzakciók, tranzakciónként	1% min. 1500 Ft
Egyszeri átutalások díja, jutaléka	
Egyszeri forintátutalás teljesítése bankon belül	
Citibank Online	Díjmentes
CitiPhone	Díjmentes

²¹ Forrás: Vj-90/2008/013. számú irat vásárhelyi reklámanyagok melléklete és CD-melléklete

Bankfiókban		Díjmentes
Egyszeri forintátutalás teljesítése bankon kívül		
Citibank Online		Díjmentes
CitiPhone		Díjmentes
Bankfiókban		Díjmentes
Egyszeri forintátutalás teljesítése saját számlák között		Díjmentes
VIBER-utalás		
Citibank Online		Nem elérhető
CitiPhone		0,5% min. 10 000 Ft
Bankfiókban		0,5% min. 10 000 Ft
Devizaátutalás bankon kívülre (nem SEPA átutalás)		
Citibank Online	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
CitiPhone	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
Bankfiókban	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
Devizaátutalás - SEPA átutalás		
Citibank Online		Nem elérhető
CitiPhone	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
Bankfiókban	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
Devizaátutalás bankon belülre		
Citibank Online		Díjmentes
CitiPhone		Díjmentes
Bankfiókban		Díjmentes
Devizaátutalás teljesítése saját számlák között		Díjmentes
Forintutalás külföldre		
Citibank Online	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
CitiPhone	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
Bankfiókban	0,3% min. 2 500 Ft, max 120 000 Ft	
(...)		

4 A díjsomag igénybevételének feltétele havi rendszeres, minimum 150 000 Ft egyösszegű bankon kívülről bármilyen jogcímen érkező jóváírás a Citibanknál vezetett folyószámlára. A Citibank a számlanyitás hónapján illetve díjsomag módosítás esetén a díjsomag igénybevételének első hónapján túl további egy hónap egyszeri türelmi időt biztosít, hogy a számlatulajdonos bankszámlájára beérkezzen az első, minimum havi 150 000 Ft egyösszegű átutalás. Amennyiben ez a számlanyitás hónapját követő hónap illetve díjsomag módosítás esetén a díjsomagban eltöltött második hónap utolsó munkanapjáig nem történik meg, a Bank a jelen Kamat- és Díjfeltételekben meghatározott Havi ügyfélkapcsolati díjat számít fel. Ez a rendelkezés irányadó a további hónapokban is, amennyiben a minimum 150 000 Ft egyösszegű bankon kívülről érkező jóváírás nem érkezik meg az Ügyfél Citibanknál vezetett folyószámlájára.

5 A VIP díjsomagban lévő Ügyfeleknek a Bank általános szabályként nem számít fel ügyfélkapcsolati díjat. Ha azonban a VIP díjsomagba belépő Ügyfél legkésőbb a díjsomag beállítását követő teljes hónap végéig nem éri el a 3 000 000 forintos összesített havi átlagegyenleget, akkor a Bank a jelen Kamat- és Díjfeltételekben meghatározott Havi ügyfélkapcsolati díjat számít fel. Ez a rendelkezés irányadó a VIP díjsomagban lévő ügyfelek esetében a további hónapokban is, amennyiben az Ügyfél adott havi összesített átlagegyenlege nem éri el az 3 000 000 forintos összeget. Az egyenleget a Citibank havonta magyar forintban számítja ki, az adott hónap napi záróegyenlegeinek számtani átlaga alapján, amely során a következő, a Bank által az Ügyfél – mint számlatulajdonos – részére, magyar forintban vagy devizában vezetett számlák egyenlegét veszi figyelembe: folyószámlák, megtakarítási számlák, pénzüpiaci indexált számlák, lekötött betétek, piaci indexált lekötött betétek, értékpapírszámlák. Ha az adott számlát a Bank devizában vezeti, akkor annak napi záróegyenlege szempontjából a Bank a saját maga által meghatározott deviza-középfolyamot veszi figyelembe. Értékpapírszámlán nyilvántartott (i) OECD és strukturált (tőkegarantált) kötvények, valamint magyar államkötvény és diszkontkincstárjegy esetében az adott értékpapír névértéke, (ii) befektetési jegy esetében pedig a nap végi befektetési jegy darabszáma és annak az azonos napra vonatkozó, egy befektetési jegyre jutó nettó eszközértékének szorzata képezi a napi záróegyenleg részét.”.

Előbbieken túlmenően valamennyi díjsomag esetén, így a 0 Ft-os számláknál is az 1.7 pont alapján az „Ügyfélkapcsolat teljes megszüntetése az Ügyfél kezdeményezése alapján a nyitástól számított 6 hónapon belül¹⁶” a következő díjakkal jár:

„Citibank Online	Nem elérhető	
CitiPhone	5000 Ft	
Bankfiókban		7500 Ft”

A 16. számú lábjegyzet szerint „Levélben történő felmondás esetén a CitiPhone-nál feltüntetett díj a mérvadó. Citibank Hírelközpontban történő felmondást a Bank nem fogad el.”

A díjcsomag módosítása pedig (szintén az 1.7. pont alapján)

„Citibank Online (Ügyfélszolgálati üzenet formájában)

CitiPhone

500 Ft

Díjmentes

Bankfiókban