

Fővárosi Bíróság

7.K.32.275/2006/7.

A Fővárosi Bíróság a Promo-Indra Consorcio Rt. (Budapest) felperesnek Gazdasági Versenyhivatal (Budapest) alperes ellen (Hiv.sz.: Vj-149/2005.) verseny ügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indult perében meghozta az alábbi

Í T É L E T E T

A bíróság a felperes keresetét elutasítja.

A felperes a már lerótt 16.500 (tizenhatezer-ötszáz) forint kereseti illetéket maga viseli.

A bíróság kötelezi a felperest, hogy fizessen meg az alperesnek 15 napon belül 15.000 (tizenötezer) forint perköltséget.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított 15 napon belül fellebbezésnek van helye a Fővárosi Ítéltáblához, melyet a Fővárosi Bíróságon lehet három példányban benyújtani.

I N D O K O L Á S

A felperesi társaság 1990. végén alakult, és ekkor kezdte meg tevékenységét a hazai piacon. Fő tevékenysége fogyasztói csoportok szervezése, amelynek lényege az volt, hogy úgynevezett fogyasztói csoportokat szervezett, melyekbe a belépő tagok az általuk fizetett havi törlesztőrészletekből a futamidőn belül megvásárolhatták a szerződésben rögzített és az általuk kívánt ingó vagy ingatlan dolgot. A hozzájutás sorrendje rendszerint a fogyasztói csoportoknál sorsolástól vagy az előtörlesztés mértékétől vagy ezek kombinációjától függött. A felperes megalakulásának első

éveiben gépkocsi vásárlói klubokat szervezett. Később ezen vásárlói klubok háttérbe szorulásával a fogyasztói csoportok szervezésén belül az ingatlan lett az egyedüli és kizárólagos termék. A felperes jelenleg 50 fogyasztói csoportot működtet 1400 ügyféllel. Teljes szerződött értékállománya 1 milliárd forint. A felperes tevékenysége az ajánlatot és a szerződést magában foglaló részvételi szabályzaton alapul. A felperes a tagokat olyan fogyasztói csoportokba szervezi, amelyben a tagok által megszerezni kívánt ingatlanok megvásárlására vagy az ingatlanon végzett építési munkák kivitelezésének számla ellenében történő megtérítése a tagok befizetésein alapul.

A felperes a fogyasztói csoport tagjai számára, az ingatlanhoz való jogosultság elnyerése céljából rendszeresen Közgyűlésnek nevezett összejöveteleket szervez, ahol a csoport tagjai sorsolás, elsőbbségi sorsolás vagy előtörlesztés vállalása útján nyerhetik el a jogosultságot, az általa aláírt az ajánlatban és szerződésben körülírt ingatlan tulajdonjogához. Az előtörlesztés vállalása révén a maradéktalanul és határidőben teljesítő tag megszerezheti az általa kiválasztott ingatlan tulajdonjogát.

A felperes szolgáltatásairól tájékoztatást a részvételi szabályzatban, sajtóreklámozásban (Szuperinfo, Express, Blikk, Bazár, Pest Megyei Piac, Borsodi Apró, Budapesti Piac, Infó Krónika) internetes honlapján adott, amelyet egyedi felvilágosítással a munkatársak egészítettek ki. Ezen hirdetésekben nem derült ki egyértelműen, hogy fogyasztói csoport konstrukciót kínálnak, továbbá nem mondanak semmit az áruvásárlási konstrukció lényegéről, a finanszírozás jellemzőiről, a kockázati elemekről. Többek között kezes és jövedelemigazolás nélkül igényelhető akciós lehetőséget kínált a felperes, a lehetőség pontos megnevezése nélkül. Ezen tájékoztatásokból rendszerint kimaradt, hogy a tag nemfizetése esetére a jelzálogjogot bejegyzik az ingatlannyilvántartásba.

A felperesi hirdetések legtöbb esetben a következő megszövegezéseket tartalmazták:

- lakások részletre
- ingatlanfinanszírozás használt lakásokra is 2,77%
- akció - 20% kedvezménnyel

- kezes, munkáltatói igazolás, adóstárs nélkül!
- Fedezet a megvásárolandó ingatlan
- használt és új lakások finanszírozása
- csoportos finanszírozás

Az alkalmazott hirdetések pontos szövegét az alperesi határozat 8-19 oldala tartalmazza, melyre a bíróság - mint nem vitatott tényállási részre - visszautal.

Az alperesi versenyhivatal a 2006. február hó 6. napján kelt Vj-149/2005/10. számú határozatával megállapította, hogy a felperes 2004-2005. év során fogyasztói csoport szervező, működtető tevékenységét fogyasztómeztévesztésre alkalmas magatartással népszerűsítette. Mindezt 5 millió forint bírsággal sújtotta.

Határozatának indokolásában kifejtette, hogy a felperes az általa nyújtott áruvásárlási konstrukciók lényeges tulajdonságairól nem adott felvilágosítást, a hirdetések megszövegezésében használt szavak és kifejezések önmagukban, valamint a szövegekörnyezetben azt a látszatot kelthetik, hogy a felperes hitelnyújtással foglalkozik. A reklámok tartama arra is következtetni enged, hogy a piacon elérhetőnél kedvezőbb feltételekkel (kezes, munkáltatói igazolás, adóstárs nélkül) nyújt hitelt. A „lakások részletre” kifejezés önmagában is megtévesztő lehet. Az ingatlanfinanszírozás, és annak feltételei oly mértékben érinti az egyén életének az alakulását, hogy a tájékoztatással kapcsolatosan lényegesen nagyobb követelményeket kell támasztani, mint egy kereskedelmi árucikk reklámozásánál. A reklámok csak a kamatmentes kölcsön lehetőségére hívják fel a figyelmet, úgy, mintha a csoportba történő belépéssel soron kívül, fedezet nélkül juthatnának hozzá a szükséges pénzüsszeghez. Az ilyen hirdetések megtévesztőek lehetnek, még akkor is, ha telefonos tájékoztatás, vagy a részvételi szabályzat alapján pontos képet kaphat az ügyfél, tekintettel arra, hogy a reklámban foglaltaknak önmagukban kell teljes és igazi képet adni a felkínált árú lényeges tulajdonságairól. Egyebekben a közléssel már elkövetett jogszerűtlen piaci tájékoztatást jogszerűvé nem teszi és a felelősség alól felmentést nem ad az utólagos tájékoztatás biztosítása.

Alperes egyebekben azt is megállapította, hogy azok között, akik indokolták a felmondásukat, vezető ok az elégtelen tájékoztatás volt.

Rámutatott arra, hogy a felperes közléseinek jogszerűségét az határozta be, hogy a fogyasztói csoportok működése nem közismert, ráadásul tevékenysége mibenléte jogilag sem tisztázott. Kifejtette, hogy a felperes reklámozása azt a hamis látszatot keltette, mintha a felperes szokásos pénzügyi szolgáltatást nyújtana. Ezt támasztja alá a pénzügyi szolgáltató minősítést sugalló névhasználat, a közölt ingatlanszerzési feltételek, a biztosítékok szükségességének a hiánya.

A fentiekben kifejtettek alapján az alperes megállapította, hogy a felperes által állított valós tény alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, és ezzel a magatartásával megszegte a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjában foglalt szabályt.

A bíróság kiszabása körében az alperes határozatában súlyosító körülményként vette figyelembe az Rt. piaci súlyát, a reklámköltséget, a szolgáltatás bizalmi és érzékeny fogyasztói kört érintő jellegét, enyhítő körülményként pedig a piaci viszonyok alakulásának tulajdonítható hirdetés-abbahagyást.

Felperes elsődleges keresetében kérte, hogy a bíróság állapítsa meg, hogy az alperes határozata jogszabálysértő, mivel a felperes jogsértést nem valósított meg. Másodlagosan a bíróság összegének 500.000.- forintra történő mérséklését kérte. Egyebekben kérte az alperes perköltségben történő marasztalását.

Keresetében előadta, hogy a csoportot szervező cégnek sem banki háttérre, sem jelentős tőkére nincsen szüksége, mivel a fogyasztói csoport szervezése nem pénzügyi szolgáltatás.

A felperes szolgáltatásainak elérhetőségéről komplex reklámkampányt folytatott, amelynek keretében tájékoztatást a részvételi szabályzatban, sajtóreklámozásban, internetes honlapján adott, amelyet mintegy a reklámfolyamat záróaktusaként egyedi felvilágosítással a gazdasági társaság munkatársai egészítették ki. Mindezek

figyelembevételével álláspontja szerint az alperes vizsgálatának tárgya is csak ezen komplex tevékenység lehet.

Kifejtette, hogy jelen esetben az érintett piac a fogyasztói csoportok szervezésének piaca, és nem a pénzügyi szolgáltatások piaca, így nem hasonlítható össze ezen piac jellemzőivel. Hangsúlyozta, hogy a versenyfelügyelet során nem közvetlenül a fogyasztó a védelem tárgya, hanem a fogyasztói döntés szabadsága. A reklám jogellenességének megítélésénél annak piaci hatás kiváltására alkalmasságán túl arra kell figyelemmel lenni, hogy az tartalmánál, illetve megjelenésénél fogva alkalmas-e a célzott fogyasztói réteg megtévesztésére.

A valóságnak meg nem felelő tájékoztatás ténye mellett tisztázni kell, hogy a közölt információk a gazdasági versenyre kihatóan képesek-e a fogyasztói döntések befolyásolására, valamint, hogy milyen körben valósult meg a téves információadás. A vizsgálat során a teljes reklámkampány folyamatát figyelembe kellett volna venni, ahol csak az egyedi szóbeli tájékoztatást követően került sor a szerződés megkötésére. Ezt követően a fogyasztónak még elállási joga is van. Az újságban megjelent hirdetés csupán a reklám első aktusa volt, és ez egyebekben nem befolyásolta a fogyasztói döntéseket, mivel a helyszínen a fogyasztó találkozott az áru valóságos jellemzőivel. Felperes hivatkozott a Vj-82/2003. számú döntésre, miszerint valamely vállalkozás árujára vonatkozó reklámtól nem várható el, hogy az összes lényeges tulajdonságáról számot adjon, ha egyébként a fogyasztó megalapozott döntéséhez szükséges piaci ismeretet biztosítja.

Megállapítható, hogy a felperes az áru lényeges tulajdonságára vonatkozó valótlan tényt nem állított, valós tény hamis színben nem tüntetett fel.

A bírság összegének megállapításánál kifogásolta, hogy az alperes nem vette kellő súllyal figyelembe azt a tényt, hogy a szabályozni kívánt versenypiac már megszűnőben van, valamint a sérelmezett magatartással társaságunk már 2005. októberében felhagyott.

Az alperes érdemi ellenkérelmében a kereset elutasítását, és a felperes perköltségben történő marasztalását kérte. Kifejtette, hogy a kifogásolt magatartásra kiterjed a Tpv. hatálya, tekintettel arra, hogy a felperes olyan piaci magatartást tanúsított, amely a fogyasztók széles körét érthette el, és alkalmas volt ezen fogyasztói réteg döntésének befolyásolására.

A bíróság megállapította, hogy a felperes keresete nem alapos.

A tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 8. § (1) bekezdése értelmében Tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. E törvény alkalmazásában fogyasztó: a megrendelő, a vevő és a felhasználó.

Ugyanezen szakasz (2) bekezdés a) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha 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.

A Tpv. 8.§ (2) bekezdés c) pontja szerint fogyasztók megtévesztésének minősül különösen az is, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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

A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (Grtv.) 15. § (3) bekezdése szerint a Grtv 7.§ (2) bekezdés a) pontjában foglalt jogsértés megállapítása a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik:

A Grtv. 7. § (1) bekezdése értelmében tilos közzétenni megtévesztő reklámot. Ugyanezen szakasz GVH hatáskörébe tartozó (2) bekezdés a) pontjában foglalt rendelkezés szerint a reklám megtévesztő jellegének megállapításakor figyelembe kell venni különösen a reklámban foglalt azokat a tájékoztatásokat, amelyek az áru általános jellemzőire vonatkoznak.

A bíróság megállapította, hogy az alperes határozata részletesen, tényszerűen és ellentmondásmentesen ekként jogilag is helytállóan vezette le indokolásában azt, hogy a felperes reklámjai megtévesztették a fogyasztókat, mert azt hihették, hogy felperes hitelezéssel foglalkozik, így nem ismerhették fel a reklámozott fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságát, hogy döntően szerencselem függvénye a vásárlási jog megszerzése és megtévesztették a fogyasztókat azzal is, hogy akciósként hirdettek meg, valójában nem akciós feltételekkel nyújtott szolgáltatásukat.

A bíróság teljes egészében osztotta alperes álláspontját abban, hogy a fogyasztók megtévesztése épp azért valósult meg, mert egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással volt összetéveszthető felperes reklámjai alapján a felperes által történő fogyasztói csoportok szervezése, figyelemmel a reklámban és hirdetésekben használt szavak és kifejezések a hétköznapi életben elfogadott jelentésére. E körben a bíróság kiemeli. a „kezes, munkáltatói igazolás, adóstárs nélkül", valamint a „lakások részletre" kifejezések használatát, amely laikus fogyasztók részére egyértelműen azt sugallják, hogy a felperes hitelnyújtással foglalkozik, hiszen ezen kifejezések a hitelnyújtással foglalkozó pénzügyintézetek által használt kifejezések. E körben a bíróság utal a Tptv. 9.§-ában foglalt rendelkezésre.

Ezen nem változtat az sem, hogy a konkrét fogyasztók már esetleg korrekt tájékoztatást kaptak. Egyrészt ez az állítása felperesnek egyéb nyilatkozataiból és a perbeli adatokból nem tűnik ki, holott ezt felperesnek kellett volna bizonyítania a Pp.

164. § (1) bekezdésére figyelemmel, melyet nem tett meg. Továbbá a fent idézett jogszabályhelyek egyértelműen fogalmazznak: nem a teljes információs folyamat végeredményének, hanem annak minden elemének és különösen a reklámnak is korrektnek, azaz tisztességesnek kell lennie, ezt pedig nem orvosolja az a felperesi állítás, hogy utóbb a megfelelő információkat megadták. Ennek értelmében a bíróság nem fogadta el azt a felperesi álláspontot, miszerint a reklámot egy komplex egészként kellene vizsgálni, amelynek legvégén az ügyfél pontos tájékoztatást kaphatott a reklámban foglaltakról. Egyebekben a bíróság teljes egészében osztotta azt az alperesi állítást, miszerint a közléssel már elkövetett jogszerűtlen piaci tájékoztatást jogszerűvé nem teszi és a felelősség alól felmentést nem ad az utólagos tájékoztatás biztosítása. A bíróság utal arra, hogy amennyiben elfogadná a felperesi álláspontot, akkor az azt is eredményezhetné, hogy amennyiben egy termékről vagy szolgáltatásról telefonos, vagy személyes megbeszélés során pontos tájékoztatás kapható, akkor az azt megelőző reklámban bármi következmények nélkül állítható lenne. Összességében tehát megállapítható, hogy egy reklámkampány jogszerű eleme (jelen esetben a személyes és telefonos tájékoztatás) nem teszi ugyancsak jogszerűvé azon többi elemet, amelyek a jogszabályok megsértésével valósultak meg.

Nem osztotta a bíróság azon felperesi álláspontot sem, miszerint nem várható el a hirdetésekben minden részlet közzététele. Ezzel kapcsolatosan a bíróság utal arra, hogy a jogsérelem nem a minden részletre kiterjedő tájékoztatásban, hanem abban valósult meg, hogy a használt kifejezések és szavak alapján nem csak nem volt beazonosítható a felperesi társaság tevékenysége, de kifejezetten félrevezette a fogyasztókat, mivel azt hihették pénzügyi szolgáltatás nyújtásáról van szó. Mindezt bizonyítja az az alperesi határozatban tett, és a felperes által sem vitatott megállapítás is, miszerint a szerződések megszűnésének aránya igen magas volt, amely a felperesi tevékenység ismeretének hiányára vezethető vissza. Utal a bíróság a felperes által hivatkozott Vj-82/2003 számú határozat azon megállapítására, miszerint a reklámtól csak akkor nem várható el, hogy összes lényeges tulajdonságáról számot adjon, amennyiben a fogyasztó megalapozott döntéséhez szükséges információt biztosítja. Ezzel szemben a felperes által tanúsított magatartás pontosan azokat az információkat

titkolta el, amelyek ahhoz szükségesek, hogy a fogyasztó eldönthesse, hogy egy fogyasztói csoporthoz kíván-e csatlakozni, vagy hitelfelvétellel kívánja biztosítani az ingatlan megvásárlásához szükséges anyagi forrásokat.

A felperes bírósággal kapcsolatosan tett megállapításával összefüggésben a bíróság utal arra, hogy felülvizsgálati eljárás során nincsen lehetősége mérlegelési jogkörben hozott intézkedés vizsgálatára. Arra pusztán abban az esetben lenne lehetősége, amennyiben az alperes egyáltalán nem értékelte volna enyhítő körülményként azt, hogy a felperes a sérelmezett magatartással már felhagyott.

A bíróság a perköltség és az illeték viseléséről a Pp.78.§.(1) bekezdése, a 6/1986. (VI.26.) IM. rendelet 13.§ (2) bek. alapján, a perköltség mértékéről a 32/2003. IM rendelet 3.§.(3) bek. alapján döntött.

Budapest, 2006. évi november hó. 30. napján

Jogerős: 2007. január 3.