



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

VERSENYTANÁCS

---

Vj-118/2007/21

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **UniCredit Bank Hungary Zrt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t .**

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a "HVB Megtakarítás", illetve "UniCredit Megtakarítás" elnevezésű termékeinek 2007. januári televíziós, illetve a 2007. február-márciusi kampányidőszakban alkalmazott rádió- és televíziós reklámjaiban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon tájékoztatott a termék azon tulajdonságáról, mely szerint a betéti rész kiemelkedő kamata csak az első három hónapban érvényesül, azt követően az alacsonyabb szintű, általános betéti kamatok érvényesülnek.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 1.000.000.- (egymillió) 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**

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy az UniCredit Bank Hungary Zrt. (a továbbiakban: UniCredit, vagy eljárás alá vont) által értékesített „HVB Megtakarítás”, illetve „UniCredit Megtakarítás” elnevezésű termékek

reklámkampánya a bankbetéti részhez kapcsolódó kamatra vonatkozóan hangsúlyosan tartalmazott információt, ám összetétele, a kedvező kamat időbeni korlátozottsága és egyéb tulajdonságok tekintetében valószínűsíthetően a fogyasztókat megtévesztő tájékoztatásokat tartalmazott. Ennek nyomán a Gazdasági Versenyhivatal 2007. július 17-én a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve 70. § (1) bekezdése alapján versenyfelügyeleti eljárást indított az UniCredit ellen, vizsgálva a HVB-, illetve UniCredit Megtakarítás elnevezésű termékek teljes kommunikációs gyakorlatát.

## I.

### A tények

#### **Az eljárás alá vont és a vizsgált szolgáltatás általános jellemzői**

- 2) Az eljárás alá vont a Közép- és Kelet-Európában legnagyobb bankhálózattal rendelkező UniCredit Group magyarországi tagja. A csoport 3000 fiókkal, mintegy 65 000 alkalmazottal 24 millió ügyfelet szolgál ki a régióban. Az UniCredit Bank Hungary Zrt. tulajdonosa a Bank Austria Creditanstalt AG., a csoport anyavállalata pedig az UniCredito Italiano Spa. Az UniCredito Italiano S.p.A. és a HypoVereinsbank AG – Bank Austria Creditanstalt AG pénzügyi csoport 2005. évi fúziója nyomán a HVB Bank Hungary Zrt. 2007. február 1-jétől UniCredit Bank Hungary Zrt. néven működik tovább. Az UniCredit Magyarországon a pénzügyi szolgáltatások széles választékát kínálja ügyfeleinek (számlavezetés, befektetések, megtakarítások, hitelek, bankgaranciák, letétkezelés stb.). Az eljárás alá vont kiterjedt országos fiókhálózattal rendelkezik.
- 3) A betéti-, illetve a befektetési szolgáltatások megtakarítási jellegük folytán közel állnak egymáshoz, ám mégis jelentős különbségek fedezhetőek fel a hozamokkal kapcsolatos feltételeik, likviditásuk – azaz készpénzre válthatóságuk – és ehhez kapcsolódóan a jellemző futamidejük, továbbá kockázatuk tekintetében.
- 4) A lakossági fogyasztók számára nyújtott pénzügyi szolgáltatások között kiemelkedő jelentősége van a betéti szolgáltatásoknak, amelyek

- (i) hozama minden esetben előre meghatározott, a kamatok és díjak, illetve költségek hozamot növelő és csökkentő tényezői alapján határozható meg az Egységes Betéti Kamatláb Mutató („EBKM”), amelynek alkalmazását a Kormány 41/1997. (III.5.) számú, a betéti kamat, az értékpapírok hozama és a teljes hiteldíj mutató számításáról és közzétételéről szóló rendelete teszi kötelezővé;
- (ii) könnyen készpénzre válthatóak, ám lekötött betét esetén futamidő előtti „betétfeltörés” esetén a kamat elveszhet;
- (iii) kockázata jellemzően alacsony, hiszen a betéteket védi a betétbiztosítás, amely az Országos Betétbiztosítási Alap intézményén keresztül valósul meg.

### **A HVB-, illetve UniCredit Megtakarítás termék jellemzői**

- 5) Az eljárás alá vont 2005. május 9-én kezdte el forgalmazni HVB Megtakarítás nevű, betéti és befektetési szolgáltatásokat kombináló termékét. A HVB Bank Hungary Zrt. UniCredit csoportba való betagozódásával járó névváltozás magával hozta a termékek elnevezésének megváltozását is, így az eljárás alá vont a kombinált betéti-befektetési terméket 2007. január 2-től kezdődően UniCredit Megtakarítás néven értékesítette. A kétféle elnevezésű termék gyakorlatilag azonos feltételekkel került értékesítésre, így a termékek jellemzőinek bemutatása során nincs szükség megkülönböztetésükre.
- 6) Az UniCreditnél forintban elhelyezett összeg 50%-a UniCredit Megtakarítás betétbe kerül, amely egy csak tőke lekötésű 3 hónapos megújuló betét, míg az elhelyezett összeg másik 50%-a HVB Lépéselőny befektetési alapba kerül elhelyezésre. Az elhelyezhető összeg minimum 100 ezer forint bankon kívüli forrás. Bank- és értékpapírszámla nyitásával, valamint egy keretszerződés megkötése szükséges a termék igénybevételéhez.
- 7) A termék betéti része tekintetében az első periódusra érvényes EBKM 12%, míg a második periódustól az eljárás alá vont aktuális Hirdetménye 3 hónapos standard betétre vonatkozó kamatával kamatozik tovább. Az UniCredit Megtakarítás termék betéti részében minimálisan elhelyezhető összeg (azaz 50.000.- Ft) után a második periódusra érvényes EBKM az aktuális Hirdetmény alapján 2007. január és 2007. augusztus között 6,75% és 6,50% közötti értékben került meghatározásra. A betéti

részből bármekkora állomány kivonható, függetlenül a befektetési alapban levő befektetés állományától. Betétfeltörés esetén ugyanakkor a bank a kitöltött futamidőre nem fizet kamatot.

### **A vizsgált tájékoztatások**

- 8) Az eljárás alá vont ugyan 2007. január 2-től már UniCredit Megtakarítás néven értékesített termékét, ám a januári időszakban még folyt a HVB Megtakarítás elnevezésű termékhez kapcsolódó reklám-, illetve tájékoztatási kampány. Ilyen módon elválnak egymástól a 2007. januári és a 2007. február-márciusi reklámozási időszak. Az eljárás alá vont az átfogó kampányai során televíziós, illetve rádiós reklámokat, továbbá sajtóhirdetéseket, e-mail végi üzeneteket, posztereket, szórólapokat, hírleveleket egyaránt alkalmazott, továbbá internetes honlapján és – Hirdetménye, illetve az Általános Szerződési Feltételei útján – ügyfélszolgálatán is tájékoztatta a fogyasztókat a vizsgált termékéről.
- 9) Az alkalmazott tájékoztatások megjelentetésének összköltsége üzleti titoknak minősül, az egyes eszközök költségeinek részletezését a Vj-118/2007/3. számú irat 6. melléklete tartalmazza.
- 10) A vizsgált termék betéti részével kapcsolatosan érvényesülő kamat feltételei tekintetében a kifogásolt reklámok az alábbi formában jelentek meg:

#### ***Televíziós reklám<sup>1</sup> 2007 januárjában (HVB Bank néven)***

- 11) Az alábbi tartalmú 20 mp-es televíziós szpot 2007. január második felében került bemutatásra.

Látható:	Hallható:
<i>(zöld táj feletti repülés, előtűnik egy nagy méretű "12%")</i>	<i>(Suhanás, repülés effektje. / Zene indul)</i>
<i>HVB Megtakarítás</i>	<i>Narrátor: Van úgy, hogy egyszerűen átsiklunk lehetőségeink felett. Ám néha azok annyira kiemelkedők, hogy lehetetlen kihagyni őket.</i>
<i>a betéti rész kamata: évi</i>	

<sup>1</sup> Vj-118/2007/1. számú irat 4-5. számú mellékletei

<p><b>12%</b></p> <p><b>EBKM: 12%</b></p> <p>Apró betűvel:</p> <p>"Az UniCredit Megtakarítás 50% bankbetétet és 50% HVB Lépéselőny Alapot tartalmaz. Az UniCredit Bank (tev. eng. száma: I-1523/2003, a BÉT tagja) ajánlata 2007. január 2-ától visszavonásig, az első 3 hónapos kamatperiódusra, az újonnan elhelyezett összegekre érvényes, azt követően az adott összegsáv normál betéti kamata vonatkozik a betéti összegre. A Tájékoztató a Tőkepiacról szóló 2001. évi CXX. törvény szerint hirdetésnek minősül. A hirdetés nem minősül ajánlattételnek, ajánlásnak vagy befektetési tanácsadásnak. A Bank a kamat és egyéb kondíciók változtatásának jogát fenntartja. Jelen hirdetés nem teljes körű, további részletek a Bank Hirdetményében, Lakossági Üzletszabályzatában és Általános Üzleti Feltételeiben, Általános Üzleti Feltételek a Befektetési -és Kiegészítő Befektetési Szolgáltatási Tevékenységre vonatkozó üzletszabályzatban valamint az Alap tájékoztatójában. A betéti szerződés részletes leírását a Bank Üzletszabályzata tartalmazza."</p> <p>06 40/50 40 50</p> <p><b>HVB BANK</b></p> <p><b>UniCredit Group</b></p>	<p><i>Zene dinamikusabbra vált</i></p> <p><i>Narrátor: HVB Megtakarítás! Évi 12%-os kamat a betéti részre már 100 000 forinttól.</i></p> <p><i>06-40/50-40-5012</i></p> <p><i>Szlogen: HVB Bank.</i></p> <p><i>Narrátor: Az UniCredit csoport tagja.</i></p>
---	--

**Rádióreklám<sup>2</sup> 2007 januárjában (HVB Bank néven)**

12) A 40 mp-es rádióreklám összesen 36 alkalommal hangzott el 2006. január 15-26. között az alábbi tartalommal:

*Suhanás, repülés effektje. / Zene indul.*

<sup>2</sup> Vj-118/2007/1. számú irat 3. számú melléklete

*Narrátor: Van úgy, hogy egyszerűen átsiklunk lehetőségeink felett. Ám néha azok annyira kiemelkedők, hogy lehetetlen kihagyni őket.*

*Zene dinamikusabbra vált*

*Narrátor: 12%, igen 12% éves kamat a betéti részre, már 100 000 forinttól. Ez a HVB Megtakarítás, amely ötvözi a bankbetétek nyújtotta biztonságot a befektetési alapok kedvező hozamával.*

*EBKM: 12%. További feltételek bankfiókjainkban, Hirdetményben és a 06/40 50 40 50-es számon. A betéti szerződés részletes leírását a bank általános üzleti feltételei tartalmazzák.*

*Szlogen: HVB Bank.*

*Narrátor: Az UniCredit csoport tagja*

### **Televíziós reklám 2007 februárjában és márciusában (UniCredit Bank néven)**

- 13) A 20 másodperces, „virágboltos” reklám 2007. február 20-ától március 4-ig volt látható az alábbi tartalommal:

Látható:	Hallható:
<p><i>(virágüzletben nézelődő házaspár)</i> <i>(virágok között elhelyezett 3 ártábla:)</i> <i>(1. tábla:)</i> <i>Bankbetétek</i> <i>(2. tábla:)</i> <i>Befektetési Alapok</i> <i>(3. tábla:)</i> <i>UniCredit Megtakarítás</i> <i>a betéti rész kamata: évi 12%</i> <i>EBKM:12%</i></p> <p><i>(következő képen)</i> <i>UniCredit Megtakarítás</i> <i>a betéti rész kamata: évi</i> <i>12%</i> <i>EBKM:12%</i></p>	<p><i>Új távlatokat nyitunk megtakarításaiban is. Szakértő kezekből a lehetőségek széles körét kínáljuk a bankbetétektől a befektetési alapokig. Az UniCredit Megtakarítás betéti részére például évi 12% kamatot nyújtunk.</i></p> <p><i>Tájékozódjon bankfiókjainkban.</i></p> <p><i>UniCredit Bank. Éljen a lehetőségeinkkel.</i></p>

**Apró betűvel:**

"Az UniCredit Megtakarítás 50% bankbetétet és 50% HVB Lépéselőny Alapot tartalmaz. Az UniCredit Bank (tev. eng. száma: I-1523/2003, a BÉT tagja) ajánlata 2007. január 2-ától visszavonásig, az első 3 hónapos kamatperiódusra, az újonnan elhelyezett összegekre érvényes, azt követően az adott összegsáv normál betéti kamata vonatkozik a betéti összegre. A Tájékoztató a Tőkepiacról szóló 2001. évi CXX. törvény szerint hirdetésnek minősül. A hirdetés nem minősül ajánlattételnek, ajánlásnak vagy befektetési tanácsadásnak. A Bank a kamat és egyéb kondíciók változtatásának jogát fenntartja. Jelen hirdetés nem teljes körű, további részletek a Bank Hirdetményében, Lakossági Üzletszabályzatában és Általános Üzleti Feltételeiben, Általános Üzleti Feltételek a Befektetési -és Kiegészítő Befektetési Szolgáltatási Tevékenységre vonatkozó üzletszabályzatban valamint az Alap tájékoztatójában. A betéti szerződés részletes leírását a Bank Üzletszabályzata tartalmazza."

(következő kép:)

UniCredit Bank

Éljen a lehetőségeinkkel

- 14) Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a vizsgált termék a fenti kampányok lezárultát követően már nincs a hirdetett termékek sorában, ám igény esetén a termék még mindig hozzáférhető.

## II.

### Az eljárás alá vont álláspontja

- 15) Az eljárás alá vont előadása szerint a vizsgált termék kidolgozása során az a cél vezérelte, hogy kiszolgáljon egy valós keresletet jelentő ügyféligényt: azok igényét, akik a hagyományos banki lekötésnél magasabb kamatot kívánnak elérni, de csak most ismerkednek az értékpapíriaccal és nem rendelkeznek a magasabb kamatot nyújtó betétlekötéshez szükséges minimális összeggel.
- 16) Az eljárás alá vont kifejtette, hogy konzervatív üzletpolitikájának részeként mindig is törekedett hirdetései során ügyfelei pontos, megfelelő tájékoztatására. A vizsgált kampány során is az adott reklámfelület és időtartam által megengedett legszélesebb körű és pontosan értelmezhető tájékoztatást tűzte ki célul.

- 17) A Versenytanács előzetes álláspontjának kézhezvételét követően az eljárás alá vont a tájékoztatásaival kapcsolatos kifogások – mind a betéti rész kamatával kapcsolatos hiányos tájékoztatás, mint a betéti és befektetési rész jellemzőinek egyensúlytalan megjelenítése – tekintetében kötelezettségvállalást terjesztett elő. A kötelezettségvállalását az eljárás során pontosította, annak hangsúlyát elsősorban a tájékoztatás megfelelő egyensúlyának orvoslására helyezte.
- 18) Eljárás alá vont a betéti rész kamatával kapcsolatos tájékoztatás tekintetében kifejtette, hogy álláspontja szerint a fogyasztók általános ismerete a betéti termékekkel kapcsolatban elegendő ahhoz, hogy a kifogásolt tájékoztatások alapján fel tudják mérni, hogy további tájékozódás révén juthatnak az adott termékre vonatkozó teljes információhoz. Ezzel összefüggésben előadta, hogy általános fogyasztói alapismeretnek tekinthető, miszerint adott kamatláb meghatározott időszakra érvényesül. Ennek következtében, amennyiben a tájékoztatás csak a kamat mértékét tartalmazza, egy ésszerűen és kellő körültekintéssel eljáró fogyasztóban automatikusan fel kell, hogy merüljön a kérdés, hogy ez a kamat milyen időszakra vonatkozik, illetőleg tudatosul a fogyasztóban az, hogy a termék igénybevételére vonatkozó megalapozott üzleti döntés meghozatalához további tájékozódásra van szüksége.
- 19) Előadta továbbá, hogy – amennyiben azok kapcsán jogsértést állapítana meg a Versenytanács – a következő enyhítő körülmények figyelembe vétele indokolt az esetleges szankció megállapítása során:
- (i) A reklámkampány egyéb – nem kifogásolt – elemei által a fogyasztók értesülhettek a kiemelt kamat időbeli korláthoz kötöttségéről;
  - (ii) A reklámközlést követően, még a szerződéskötés előtt a fogyasztók teljeskörű tájékoztatást kaptak a kamattal kapcsolatos feltételekről;
  - (iii) A kifogásolt reklámok felhívták a fogyasztók figyelmét további feltételek léteire, hozzáférhetőségére és a tájékozódás szükségességére;
  - (iv) Az eljárás alá vont alacsony piaci részesedése következtében a kifogásolt reklámokban megvalósuló esetleges megtévesztésnek csekély a piaci hatása.
- 20) Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy álláspontja szerint – a jogsértéshez való viszonyulása körében megvalósuló – enyhítő körülményként szükséges értékelni azt



is, hogy kötelezettséget vállalt az előzetes álláspont a vizsgált termék betéti és befektetési jellemzőire vonatkozó tájékoztatás megfelelő egyensúlyának hiánya tárgyában megfogalmazott kifogásai orvoslása érdekében.

### III.

#### Jogi értékelés

##### A jogi háttér

- 21) A Tpvt. 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, 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 tényt vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak,
- 22) A Tpvt. 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.
- 23) A Tpvt. 10. §-a rögzíti, hogy tilos a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazása. Ilyen módszernek minősül különösen, ha olyan körülményeket teremtenek, amelyek jelentősen megnehezítik az áru, illetve az ajánlat valós megítélését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyyszerű összehasonlítását.
- 24) A Tpvt. 75. § (1) bekezdése szerint ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza e törvény, illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű

megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalás teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná.

- 25) A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
- 26) 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 vállalkozásnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A Tpv. 78. § (3) bekezdése 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.

### **A Versenytanács döntése**

- 27) A Tpv. III. fejezetének célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgynak a vállalkozások és az áruk (szolgáltatások) közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés (a legtöbb esetben: a vásárlási kedv) 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.
- 28) A versenyjogi relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a Tpv. a maga eszközeivel. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra.

- 29) Ez a megközelítés tükröződik magában a Tpv. III. fejezetének a címében is, amely nem a fogyasztói döntések tisztességtelen meghatározásának, hanem a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról beszél. Ilyen magatartásokat nevesít a 8. § (2) bekezdésének a) és c) pontja.
- 30) A Legfelsőbb Bíróság szerint a fogyasztók megtévesztése nemcsak aktív tényállítással, hanem a termék egyes tulajdonságainak elhallgatásával is megvalósulhat [Kf.II. 39.908/2001/5. számú ítélet, (Vj-168/1998.)], azaz a jogsértés azzal is elkövethető, ha az árut forgalomba hozó vállalkozás az áru lényeges tulajdonságát elhallgatja, s ezáltal hiányos tájékoztatást ad [Kfv.X. 39.924/2002/8. (Vj-137/1998.)].
- 31) Nem várja el ugyanakkor a versenyjog a vállalkozásoktól, hogy a reklámjaiban teljes körű termékleírást adjon a fogyasztók számára. A reklámozó szabadon dönt, hogy a termék milyen tulajdonságát jeleníti meg a reklámokban. Abban az esetben viszont, ha egy tájékoztatás már megjelenít, kiemel valamely lényeges körülményt, akkor azt pontosan kell tennie. Minden megjelenített tájékoztatással szemben követelmény, hogy az legyen valós és pontos, s ne legyen alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására, így különösen elvárás, hogy a reklám se a termék egésze, se a reklámban megjelenített tulajdonság kapcsán ne adjon valótlan képet a fogyasztó számára.
- (i) A Versenytanács megítélése szerint valamely információ elhallgatása egy adott reklámeszközön nem eredményezheti azt, hogy ezáltal alapvetően megváltozik a reklámüzenet – azaz nem ígérhet valamit a fő üzenetben a reklámozó akkor, ha az elhallgatott feltételek mentén értelmezve az adott üzenet ellentétes előjelűvé válik.
  - (ii) Megtévesztő hatású – és torzíthatja a gazdasági versenyt – adott lényeges feltételt elhallgató tájékoztatás továbbá abban az esetben, ha a vállalkozás adott termék olyan kedvező tulajdonságát emeli ki, amely ténylegesen kizárólag a fogyasztók szűk körére vonatkozóan érvényesülhet, miközben a reklám azt a képzetet keltheti a fogyasztókban, hogy a kiemelt tulajdonság a termék valamely általános jellemzője.
  - (iii) Valamely feltételtől függő (kedvező) tulajdonság adott reklámhordozón való kiemelése esetén további – az előző pontokban megfogalmazottakkal

együttesen érvényesülő – 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. A vállalkozás ennek az elvárásnak megfelelehet:

- olyan formában, hogy a kiemelt kedvező tulajdonsággal összefüggő – azzal elválaszthatatlanul összekötődő – feltételek tekintetében ugyanazon reklámhordozón biztosít fogyasztóiknak teljes körű tájékoztatást annak érdekében, hogy a fogyasztó megfelelően fel tudja mérni adott termék jellemzőit; vagy
- akként, hogy világos és egyértelmű formában felhívja a fogyasztó figyelmét az adott reklámhordozón arra, hogy a kiemelt tulajdonság feltételtől függ, amelynek ismerete szükséges a körültekintő fogyasztói döntéshez. Ebben az esetben nem elegendő, hogy a reklámhordozó általánosságban utal a tájékoztatás teljes körűségének hiányára. A reklámhordozó megtekintését követően a fogyasztónak abban a tekintetben kell egyértelműen informálnak lennie, hogy a termék kiemelt kedvező tulajdonsága nem feltétel nélkül érvényesül. Ilyenkor szükséges az is, hogy a fogyasztó a termék igénybevételére vagy megvásárlására vonatkozó döntését megelőzően kellő részletességgel és egyértelmű formában tájékoztatást kapjon a kedvező tulajdonságot szűkítő feltétel(ek)ről.

32) Az eljárásban vizsgált reklámkampányok kiemelt fő üzenete volt, hogy a fogyasztó 12%-os kamatot tud elérni. Ezen kiemelt, kedvező tulajdonsághoz kötődően – vele elválaszthatatlanul összetartozóan – a termék lényeges tulajdonságának minősül, hogy (i) a betéti rész kiemelkedő kamata csak az első három hónapban érvényesül, azt követően az alacsonyabb szintű, általános betéti kamatok érvényesülnek, (ii) a szolgáltatás csak a bankban újonnan elhelyezett források esetén érvényesülnek, (iii) a megtakarított összeg fele betéti, míg másik fele befektetési termékben kerül elhelyezésre. A reklámban ez az állítás önmagában – anélkül, hogy a fogyasztó tisztában lenne azzal, hogy a fenti feltételek korlátozó tényezőként játszanak szerepet az elérhető kedvezmény tekintetében – megtévesztőnek minősülhet.

33) Nem vitatott, hogy egyes reklámhordozók különbözhetnek üzenetközvetítő képességük tekintetében, hiszen a reklámfelület és időtartam meghatározott korlátokat teremt a reklámozók számára. Ezen sajátossághoz ugyanakkor a reklámozóknak a

jogszerűség keretein belül szükséges alkalmazkodniuk – azaz a reklámozó döntése szerint kiemelendő lényeges tulajdonság és azt kiegészítő feltételek tekintetében – többek között – a versenyjog által teremtett elvárásoknak meg kell felelni.

- 34) A Versenytanács következetes gyakorlata szerint (lásd többek között Vj-4/2007.) meghatározott reklámfelületen – például rádiós és televíziós reklámokban – elhelyezett információ befogadására a fogyasztónak korlátozott idő áll rendelkezésére. Mindezek következtében az ilyen típusú reklámhordozókon nehezen felismerhető módon (pl. apró betűvel szedett), ám a reklám valamely kiemelt fő üzenetéhez kapcsolódó lényeges információk valójában nem is válnak a reklámüzenet részévé.

*A kedvező kamat időbeni korlátozottsága*

- 35) A vizsgált tájékoztatások közül a 2007. januári televíziós reklám, illetve a 2007. február-márciusi kampányidőszakban alkalmazott rádió- és televíziós reklámok nem, illetve nem megfelelően tájékoztatták a fogyasztókat arról, hogy a kiemelt betéti kamat csak az első három hónapban érvényesül. A rádióreklámok esetében a kiemelkedő kamat időkorláthoz kötése el sem hangzik, míg a televíziós reklámok esetében az apró betűvel szedett feliratos tájékoztatás olyan formában tartalmazza a három hónapos korlátozással kapcsolatos tájékoztatást, hogy az valójában nem válik befogadhatóvá a fogyasztó számára és így nem képezi a reklámüzenet részét.
- 36) Nem tartalmaztak a televíziós és rádiós reklámhordozók továbbá felhívást sem abban a tekintetben, hogy a kiemelt kedvező kamat csak további – máshol megismerhető – feltételek megvalósulása esetén érvényesülhet. Ebben a körben nem elfogadható az eljárás alá vont azon védekezése, hogy a fogyasztóknak eleve magas szintű az ismerete abban a tekintetben, hogy a kamatok általában valamely feltételtől függenek. Az önmagában álló, kamatról szóló tájékoztatás – évi 12% kamat – ugyanis éppen azt a képzetet keltheti a fogyasztók körében, hogy a jelen esetben ilyen feltételről nincs szó. A kedvező kép megjelenítése alkalmas a fogyasztók megtévesztésére olyan módon, hogy a valóságosnál kedvezőbb képet alkot a termékről és a reklámozóról a versenytársakhoz és termékeikhez viszonyítva, így alkalmassá téve a tájékoztatást arra, hogy torzítsa a versenyt.
- 37) A Versenytanács rámutat továbbá arra, hogy a joggyakorlat a jelen esetben kifogásolt lényeges tulajdonság – azaz a kamat időbeni korlátozottsága – elhallgatása

tekintetében már egyértelműen megállapította a magatartás jogsértő jellegét. A Versenytanács a Vj-33/2005. számú versenyfelügyeleti eljárást lezáró, 2005. június 23-án meghozott – a Fővárosi Ítéletábrla a 2.Kf.27.048/2007/3. számú ítéletével helyben hagyott – határozatában leszögezte, hogy „az időlegesen, akciószerűen alkalmazott magasabb kamat nem reklámozható oly módon, hogy a fogyasztó nem kap egyértelmű tájékoztatást arról, hogy az csak egy átmeneti jelleggel elérhető kamat, amelynek mértéke egy előre tudott időponttól csökkenni fog.”

*A kedvező kamat csak újonnan elhelyezett pénzösszegekre érvényesül*

- 38) A Versenytanács megállapította, hogy a tájékoztatás hiányos abban a tekintetben is, hogy a terméket csak újonnan elhelyezett források esetében lehet igénybe venni, ám a Versenytanács megítélése szerint ezzel az elhallgatással okozott megtévesztés nem befolyásolja érdemben a gazdasági versenyt. Az elhallgatással megvalósuló megtévesztés ugyanis potenciálisan olyan fogyasztók esetében valósulhat meg, akik már egyébként is az eljárás alá vont ügyfelei voltak.

*A kedvező kamat csak a betéti részre érvényesül*

- 39) Az eljárás alá vont által kidolgozott UniCredit Megtakarítás – és elődje, a HVB Megtakarítás – termék egységes megtakarítási terméknek minősül, amely kétféle pénzügyi termék, a betét és a befektetés jegyeit viseli magán. Ez azt is jelenti, hogy a fogyasztó döntése esetén nem kizárólag a kombinált termékek összehasonlítása alapján dönt a vizsgált termék esetleges igénybevételéről. Döntésének alapja elsősorban a különböző – akár tisztán betéti, tisztán befektetési, vagy kombinált pénzügyi megtakarítási termékek, sőt esetleges más típusú – megtakarítások hozamának, kockázatának és likviddé tehetővé tételének együttes értékelésén alapul. Ezen döntési folyamatban a kombinált megtakarítási termékek mindkét elemének alapvető jellemzőit a fogyasztó részéről összességében szükséges értékelni a megalapozott döntéshozatal érdekében.

- 40) A Versenytanács előzetes álláspontjában kifejtette, hogy az eljárás alá vont vizsgált reklámozási gyakorlatában a termék két elemére vonatkozó jellemzők tekintetében egyensúlytalanság figyelhető meg: a betéti jellemzők egyes elemeivel megismerkedhetnek a fogyasztók, ám az adott tulajdonság „befektetésoldali” párjával már nem. Az előzetes álláspontban a Versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy ezzel a magatartással az eljárás alá vont a fogyasztók választási szabadságát

korlátozó üzleti magatartást valósíthat meg, így az alkalmas lehet a Tpvt. 10. §-ban foglalt tilalom megsértésére.

- 41) Az eljárás alá vont az előzetes álláspont kézhezvételét követően kötelezettségvállalást terjesztett elő, amelyben vállalta egyrészt, hogy a tájékoztatásai révén esetlegesen megtévesztett fogyasztókat kompenzálja, másrészt, hogy a betétek és befektetések jellemzőinek súlypontjai tekintetében a fogyasztói ismereteket növelő kampányt fejt ki. A Versenytanács betéti és befektetési termékek jellemzőire vonatkozó aránytalan tájékoztatását orvosló kötelezettségek értékelése során megállapította, hogy azok a Tpvt. 75. §-ban foglalt feltételeknek megfelelnek, így ebben a körben a Vj-118/2007/20. számú végzésével megszüntette az eljárás alá vonttal szemben indított versenyfelügyeleti eljárást.
- 42) Az eljárás alá vont Vj-118/2007/15. számon előterjesztett nyilatkozata szerint kötelezettségvállalásával a betéti kamat időben korlátozott érvényesülése tárgyában megvalósított megtévesztést is orvosolni kívánta és kérte ezzel összefüggésben is az eljárás megszüntetését. A Versenytanács értékelése alapján azonban a kiemelt betéti kamathoz fűződő feltételek elhallgatása tekintetében tett kötelezettségvállalás nem volt alkalmas arra, hogy az eljárás alá vont magatartását összhangba hozza a törvény rendelkezéseivel, továbbá, hogy a közérdek védelem ily módon hatékonyan orvosolható lenne. A betéti kamat tekintetében ugyanis egyrészt az időben korlátozott jelleg elhallgatása a fogyasztók megtévesztését az adott tájékoztatások közreadásával megvalósította, így a mulasztást utólag nem lehetséges összhangba hozni a törvénnyel. Az utólagos orvoslás nem biztosíthatja a közérdek hatékony védelmét azért sem, mert az eljárás alá vont által orvosolni kívánt magatartás – ti. a betéti kamat időbeni korlátozottságának elhallgatása – nem valamely korábban nem kikristályosodott joggyakorlattal összefüggő követelményként nehezedett az eljárás alá vontra – azt a Versenytanács határozataiban leszögezett és a bíróság által megerősített joggyakorlat már egyértelmű elvárásként megfogalmazta a vállalkozások, és azon belül is a pénzügyi szolgáltatók számára.
- 43) A Versenytanács mindezek alapján megállapította, hogy a 2007. januári televíziós reklám, illetve a 2007. február-márciusi kampányidőszakban alkalmazott rádió- és televíziós reklámok – tekintettel arra, hogy elhallgatták azt a tény, hogy a kiemelt kamat kizárólag a termék igénybevételét követő három hónapon keresztül érvényesült – megtévesztésre alkalmas módon tájékoztatták a fogyasztókat a kedvező kamat mértékéről, így beleütköznek a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontjába.

- 44) A Versenytanács a jogsértés megállapításán túl bírságot is kiszabott, amelynek összegét a Tpvt. 78. § (3) bekezdésében foglalt és a jelen esetben irányadó körülmények együttes értékelését követően állapította meg. A Versenytanács gyakorlatában a bírság megállapítása tekintetében kiindulópontként a reklámmal összefüggő körülményeket, különösen annak költségét és kiterjedtségét méri fel.
- 45) A reklámköltség a jelen ügyben is kiinduló pont volt a bírság összegének kiszabása tekintetében, ám a Versenytanács számos olyan körülményt azonosított, amely a szankció megállapítása során enyhítő körülményként volt értékelhető. Ebben a körben vette figyelembe a Versenytanács az eljárás alá vont jogsértéshez való viszonyulását, – amely részben megfogható volt a kötelezettségvállalásán keresztül – továbbá azt a körülményt, hogy a fogyasztók a megtevesztést tartalmazó reklámokat követően, ám a szerződéskötést megelőzően tájékozódhattak az elhallgatott feltételekről.
- 46) A Versenytanács mindezek alapján a rendelkező rész szerint határozott.
- 47) 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 XL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110.§ (1) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
- 48) A Ket. 138. § (1) bekezdés a) pontja szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő kötelezett késedelmi pótlékot köteles fizetni. Ugyanezen szakasz (3) bekezdése szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-od része. Ennek ellentételezéseként a Tpvt. 83. § (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.



## IV.

### Egyéb kérdések

- 49) A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45. §-n, illetékessége a Tpv. 46.§-n alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
- 50) A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2008. február 11.