



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/33-027/2010.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a R. T. által képviselt **Credithill Hitelközvetítő és Tanácsadó Kft.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

végzést

A Versenytanács a Credithill Hitelközvetítő és Tanácsadó Kft. által a nyomtatott sajtóban 2009. július 20-tól 2010. szeptember 3-ig megjelent egyes reklámokban feltüntetett hitelkonstrukcióhoz kapcsolódó lakás-takarékpénztári szerződést bemutató, illetve a fogyasztó által a Credithill Hitelközvetítő és Tanácsadó Kft. részére fizetendő díjra vonatkozó tájékoztatás tekintetében az eljárást megszünteti.

A végzés felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 5 munkanapon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható keresettel lehet kérni.

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Credithill Hitelközvetítő és Tanácsadó Kft. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit

- a 2009. október 8. és 30. között öt megyében, ezeken belül összesen nyolc városban terjesztett a Szuperinfó hirdetési újságban és
- a 2009. november 19-én a szegedi Szuperinfó hirdetési újságban megjelentetett reklámokkal,
- amelyek nem tüntették fel, hogy
 - az adott reklámozott konstrukció
 - halasztott tőketörlesztésű konstrukció, és erre, illetve a
 - három havi/hat havi/egy éves kamatperiódusokra tekintettel a 20 éves futamidő lejárta előtt is módosulhatnak a törlesztőrészletek,
 - a 2009. október 8. és 30. között öt megyében, ezeken belül összesen nyolc városban terjesztett a Szuperinfó hirdetési újságban megjelent reklámban szereplő konstrukció lakáskasszával kombinált,
 - az eljárás alá vont sikerdíjat számít fel az ügyfél felé,

- amelyek esetében felmerült, hogy a feltüntetett teljes hiteldíj-mutató (a továbbiakban: THM) mértéket/törlesztőrészt a fogyasztók jellemzően igénybe vehették-e, vagy a fogyasztók a megadott THM mérték mellett nem juthattak hitelhez a teljes futamidőt tekintve.

A Gazdasági Versenyhivatal a vizsgálatot kiterjesztette

- annak vizsgálatára, hogy az eljárás alá vont marketingkommunikációja kitért-e arra, hogy a Szuperinfó hirdetési újságban népszerűsített AXA Bank „Plusz” elnevezésű, euró alapú, szabad felhasználású, hitelkiváltási célú és egyéb ingatlanvásárlási jelzáloghitel terméke, illetve az ERSTE Banknak a Fundamenta Lakáskassza lakástakarékpénztári szerződésével kombinált, euró alapú, lakáshitel terméke devizahitel konstrukciók, továbbá
- valamennyi, a közvetítói tevékenység kapcsán a fogyasztók által az eljárás alá vont részére megfizetendő költség kommunikációjának megfelelő voltára, függetlenül a díj/költségtétel megnevezésétől,
- a fenti magatartások és a Vj-33/2010. számú végzésben ismertetett magatartások értékelése tekintetében valamennyi kommunikációs anyag vizsgálatára.

I.

Az eljárás alá vont

2. A 2005-ben létrejött eljárás alá vont főtevékenységként máshova nem sorolt egyéb pénzügyi kiegészítő tevékenységgel, ezen belül hitelközvetítéssel foglalkozik főtevékenységként. A 2010. december 31-ig alkalmazott besorolás szerint mint a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Hpt.) 2. számú melléklet I. fejezet 12. pont b) alpontja szerinti tevékenységet végző hitelintézetek és pénzügyi vállalkozások ügynöke (ún. „B” típusú ügynök) járt el, 2010. január 1-től pedig többes ügynöknek minősül.

3. A több hitelintézet és pénzügyi vállalkozás ügynökeként tevékenykedő eljárás alá vont országos, valamennyi megyére kiterjedő irodahálózattal rendelkezik (mintegy 36 irodával), illetve az ügyfelek telefonon és internetes oldal révén is elérhetik.

4. Az eljárás alá vont mellett számos más vállalkozás foglalkozik hiteltermékek közvetítésével.

5. Az eljárás alá vont 2009. évi nettó árbevétele meghaladja az 1,2 milliárd forintot.

II.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

6. Az eljárás alá vont hitelközvetítési szolgáltatását nyomtatott sajtóban megjelent reklámok, televíziós reklámok, rádióreklámok, szórólapok és saját honlap révén népszerűsítette a vizsgált időszak során.

7. A 2009. október 1-30. között több újságban (több városi Szuperinfó hirdetési újságban, az Alisca Most reklámújságban és a Tolnai Extra című újságban) megjelent reklám az alábbiakat tartalmazta:

HITELEK!

Credithill!

Szabadfelhasználás, hitelkiváltás, lakásvásárlás, felújítás, adósságrendezés, személyi kölcsön.

Vágó István ajánlásával!

Gyors hitelek rövid idő alatt 1-5 millió forintig.

Lakáshitelek vásárlásra, felújításra a legkedvezőbb feltételekkel!

Például:

Kölcsön összege	Futamidő	Havi törlesztő részlet	THM
1.000.000 Ft	20 év	5.242 Ft	8,44%
3.000.000 Ft	20 év	15.727 Ft	7,32%
5.000.000 Ft	20 év	26.212 Ft	7,11%

A banki megszorítások ellenére megtaláljuk Önnek a legkedvezőbb hitelt. Egy jó hitellel milliókat spórolhat!

A hitel költségeit megelőlegezzük!

Egyénre szabott hitelkamatok!

Az eljárás alá vont előadása szerint a reklámban szereplő táblázatban ismertetett adatok az AXA Bank „Plusz” elnevezésű, euró alapú, szabad felhasználású, hitelkiváltási célú és egyéb ingatlanvásárlási jelzáloghitelére vonatkozik, mely konstrukció halasztott tőketörlesztésű, de nem lakástakarékpénztári szerződés megkötését feltételező termékváltozat.

8. A 2009. július 20. és november 30. között több újságban (több megyei és városi Szuperinfó hirdetési újságban, Jászberényben a Tuti Tipp reklámújságban, Budapesten a Blikk, a Bors, a Budapesti Piac és a Metropol című lapokban stb.) megjelent reklám az alábbiakat tartalmazta:

Credithill!

Szabadfelhasználás, hitelkiváltás, lakásvásárlás, felújítás, adósságrendezés, személyi kölcsön, autópénzes vásárlásra, szabadfelhasználásra.

Vágó István ajánlásával!

Gyors hitelek rövid idő alatt 1-5 millió forintig.

Lakáshitelek vásárlásra, felújításra a legkedvezőbb feltételekkel!

Például:

FLK-val kombinált hitel		
Például	10 évre	15 évre
1.000.000 Ft	10.364	8.363
3.000.000 Ft	29.091	25.091
5.000.000 Ft	49.819	41.891
THM:	10,56%	10,33%

A banki megszorítások ellenére megtaláljuk Önnek a legkedvezőbb hitelt. Egy jó hitellel milliókat spórolhat!

A hitel költségeit megelőlegezzük!

PASSZÍV BÁR MEGOLDHATÓ!

Az eljárás alá vont előadása szerint a reklámban szereplő táblázatban ismertetett adatok az ERSTE Banknak a Fundamenta Lakáskassza lakás-takarékpénztári szerződésével, azaz ún. „FLK-val” kombinált, euró alapú, lakáshitel termékére vonatkozik. A termékismertető szerint amennyiben lakáscélú vagy szabad felhasználású hitel mellé FLK szerződés kötésére kerül sor a havi törlesztőrészek 15%-kal is csökkenhetnek a lakás-előtakarékossági időszak alatt, a választott megtakarítási módozattól függően. A lakás-takarékpénztári szerződésre befizetett havi megtakarítások, az ehhez járó állami támogatás, valamint kamatai a lakáshitel előtörlesztésére fordíthatóak. A tájékoztató értelmében a lakás-takarékpénztári megtakarítási időszaka alatt a banki kölcsön türelmi idő. A tájékoztató szerint a betét-megtakarítási időszak

végén az ügyfél a teljes megtakarításból vagy a szerződéses összegből a bank felé előtörlesztést teljesít, a fennmaradó hitelösszeg (tőke) annuitással fizetődik tovább az eredeti futamidő végéig.

9. A 2010. március 10-től több újságban (több megyei és városi Szuperinfó hirdetési újságban, Jászberényben a Tuti Tipp reklámújságban, Budapesten a Blikk, a Bors, a Budapesti Piac és a Metropol című lapokban stb.) megjelent reklám az alábbiakat tartalmazta:

HITELEK!

Credithill!

Szabadfelhasználás, hitelkiváltás, lakásvásárlás, felújítás, korszerűsítés, személyi kölcsön.

Vágó István ajánlásával!

Lakáshitelek a legkedvezőbb feltételekkel!

Például:

Devizahitel, például	10 évre	20 évre
1.000.000 Ft	12.091 Ft/hó	7.644 Ft
5.000.000 Ft	57.080 Ft/hó	36.085 Ft
10.000.000 Ft	113.316 Ft/hó	71.636 Ft
THM	6,53-8,67%	6,04-7,24%

PASSZÍV BAR MEGOLDHATÓ!

Kedvező FORINTHITELEK szabadfelhasználásra akár 40 évre is!

3 millió Ft → 23.512-/hó → THM: 10,25%

6 millió Ft → 46.487-/hó → THM: 10,07%

Egy jó hitellel milliókat spórolhat!

A szigorítások ellenére is megszerzzük a legjobb hiteleket!

A hitel költségeit megelőlegezzük!

Az eljárás alá vont előadása szerint a reklámban szereplő adatok két különböző konstrukcióra vonatkoznak. A reklámban elsőként feltüntetett táblázat az AXA Bank „Plusz” elnevezésű lakáscélú svájci frank alapú, 3 havi kamatperiódussal rendelkező hitelkonstrukciójára vonatkozik, amely nem halasztott tőketörlesztésű. A másik konstrukció az AXA Bank „Hazai” elnevezésű forint alapú, szabadfelhasználású, egy éves kamatperiódussal rendelkező hitelkonstrukció, amely szintén nem halasztott tőketörlesztésű.

10. A 2009. november 30. és 2010. március 10. között több újságban (több megyei és városi Szuperinfó hirdetési újságban, Jászberényben a Tuti Tipp reklámújságban, Budapesten a Blikk, a Bors, a Budapesti Piac és a Metropol című lapokban stb.) megjelent reklám az alábbiakat tartalmazta:

HITELEK!

Credithill!

Szabadfelhasználás, hitelkiváltás, lakásvásárlás, felújítás, korszerűsítés, személyi kölcsön.

Vágó István ajánlásával!

Lakáshitelek a legkedvezőbb feltételekkel!

HITELÜGYINTÉZÉS AKÁR OTTHONRÓL IS!

Például:

Devizahitel, például	10 évre	20 évre
1.000.000 Ft	12.091 Ft/hó	7.644 Ft
5.000.000 Ft	57.080 Ft/hó	36.085 Ft
10.000.000 Ft	113.316 Ft/hó	71.636 Ft
THM	6,53-8,67%	6,04-7,24%

PASSZÍV BAR MEGOLDHATÓ!

Kedvező FORINTHITELEK szabadfelhasználásra akár 40 évre is!

3 millió Ft → 23.512-/hó → THM: 10,25%
6 millió Ft → 46.487-/hó → THM: 10,07%
Egy jó hitellel milliókat spórolhat!
Mi megtaláljuk önnek a legjobb megoldást!
A hitel költségeit megelőlegezzük!

Az eljárás alá vont előadása szerint a reklámban szereplő adatok két különböző konstrukcióra vonatkoznak. A reklámban elsőként feltüntetett táblázat az AXA Bank „Plusz” elnevezésű lakáscélú svájci frank alapú, 3 havi kamatperiódussal rendelkező hitelkonstrukciójára vonatkozik, amely nem halasztott tőketörlesztésű. A másik konstrukció az AXA Bank „Hazai” elnevezésű forint alapú, szabadfelhasználású, egy éves kamatperiódussal rendelkező hitelkonstrukció, amely szintén nem halasztott tőketörlesztésű.

III. Az eljárás alá vont előadása

11. Az eljárás alá vont előadta,

- soha nem törekedett arra, hogy bárkit is megtéveszsen és jogtalanul vagy félrevezető magatartással bárkit is becsapjon, megkárosítson,
- a kereskedelmi gyakorlata megfelelt és megfelel a tisztesség követelményeinek,
- a hirdetések során betartotta a jogi szabályozásban foglaltakat, a hirdetések nem megtévesztők. Lényeges információkat tartalmaztak a hirdetések, a döntést nem ez alapján kell meghozni a fogyasztónak, ez alapján csupán tájékozik, a megfelelő tájékoztatás alapján köt szerződést, ha úgy dönt, hogy megkötí,
- az Erste Bank érintett FLK kombinált terméke nem hagyományos halasztott tőketörlesztésű konstrukció. Az ügyfél az első törlesztéstől kezdve a tőkét is törleszti, csak egy elkülönített számlán. A bank egyben kezeli a törlesztéseknél a kamat, a kezelési költség és a tőke megfizetésére szánt törlesztő részleteket. Az ügyfélnek nincs arra lehetősége, hogy a tőkét egy jövőbeni késleltetett időponttól kezdje el törleszteni. A reklámban feltüntette, hogy ez egy FLK-val kombinált hitel. A „kombinált” szó jelentése, hogy a hitel mellé kell egy másik, jelen esetben FLK terméket kötni. Az Erste Bank is így nevezi magát a terméket. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének véleményét is kikérte ezen reklám kapcsán 2007-ben, azonban a vélemény csatolása nem áll módjában. Törvényesen járt el, mivel a terméket a bank által is használt néven hirdette és a „kombinált” szó használatával egyértelművé tette, hogy a hitel társul egy FLK termékkel. Ezeknek a termékeknek az esetében a köztudatban is ez az elnevezés terjedt el,
- nem tévesztette meg a fogyasztókat azzal a magatartásával, hogy nem jelezte reklámjaiban az adminisztratív szolgáltatásait, s hogy ezek nem ingyenesek,
- nem kér sikerdíjat az ügyfelektől, csak egyéb adminisztratív tevékenységéért fizetnek neki,
- reklámjai a hitelközvetítésre vonatkoztak, tanácsadásra és közvetítésre, s azt a tevékenységet díjmentesen végzi az ügyfelek számára. A 8211 TEAOR kód alatti egyéb adminisztratív tevékenységét nem reklámozta a vizsgált időszakban, amely egy nem kötelező jelleggel igénybe vehető szolgáltatás. Nemcsak azon ügyfeleket szolgálta ki, akik előre közölték, hogy élni kívánnak az adminisztratív szolgáltatással, hanem minden érdeklődő ügyfél részesült tanácsadásban. A tanácsadásban részesülő ügyfelek csupán kisebb része választotta az adminisztratív szolgáltatást is. A reklámozott termékek megszerzésének nem volt feltétele, hogy a fogyasztó megbízza az eljárás alá vontat adminisztratív szolgáltatás végzésére, amelyet csak igény esetén és megállapodás alapján nyújt. Ha egy vállalkozás több tevékenységgel is foglalkozik,

amelyek közül az egyik tevékenységét hirdeti, nem téveszti meg a fogyasztót azzal, hogy egy másik tevékenységről nem közli ezen hirdetésben, hogy nem díjmentes. A fogyasztók is tisztában vannak azzal, hogy a szerződés teljesítésért főszabályként díjazás jár. Az eljárás alá vont kérte, a Versenytanács ne kötelezze arra, hogy a hitelközvetítésre irányuló hirdetéseiben az egyéb tevékenységeinek díjkötelezettségét feltüntesse,

- ahhoz, hogy reklámjaikban feltüntessék a szolgáltatási árakat, az egyes ügynökök tevékenységében megmutatkozó különbségeket is részletezni kellene, így lenne teljes körű az információ, amelyet az ügyfelek a választásuknál mérlegelni tudnak. A piacon tevékenykedő, vele azonos tevékenységet, azonos minőségben végző ügynökök 99%-a számít fel díjakat az ügyfélnek, de jellemzően ezen piaci szereplők egyike sem tünteti fel reklámjaiban ezen díjakat, mivel egy 7x8 cm-es újsághirdetés nem alkalmas ezen minőségi, szakmai különbségek részletezésére.

IV. Jogi háttér

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

Az Fttv. 2. §-ának

- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
- c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
- d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
- h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

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

tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközeinek korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás). A (2) bekezdés rögzíti, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

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

13. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvénynek (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

A Tpv. 72. § -a (1) bekezdésének a) pontja alapján az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást megszünteti, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye (82. §).

V.

A Versenytanács döntése

14. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a vállalkozásnak a magáról vagy termékének (szolgáltatásának) lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló kereskedelmi kommunikációja igaz és pontos legyen. Valamennyi kereskedelmi kommunikáció esetében általános érvennyel fogalmazódik meg tehát az igény, hogy a kommunikációs eszköz révén a fogyasztó ne alkothasson irreális képet a vállalkozásról, a termékről, illetve a termék valamely lényeges tulajdonságáról. Ha a fogyasztóban a vállalkozással, a termékkel, a termék lényeges tulajdonságaival kapcsolatban téves képzet alakul ki, a jogsértés megállapítható.

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

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

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

18. Az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó vonatkozásában a Versenytanács (figyelemmel például a Vj-30/2007. szám alatt lefolytatott eljárás során hozott határozat felülvizsgálata során a Fővárosi Bíróság 2.K. 33.639/2007/9. számú, a Fővárosi Ítéletábla által helybenhagyott ítéletére) kiemeli, a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. 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.

19. A Versenytanács által korábban lefolytatott eljárásokban meghozott döntések felülvizsgálata során eljáró bíróságok ítéleteikben világos, egyértelmű, nemcsak a Tpv., hanem az Fttv. alkalmazása körében is irányadó módon foglaltak állást a pénzügyi szolgáltatásokról adott tájékoztatások megítélésének egyes kérdéseivel összefüggésben.

Amint azt például a Fővárosi Ítéletábla Vj-30/2007. számú ügyben hozott, 2.Kf. 27.350/2008/8. számú ítélete kiemeli, töretlen a bírói gyakorlat abban a kérdésben, hogy a pénzügyi szolgáltatások esetében kiemelkedően fontos a fogyasztók pontos, megfelelő tájékoztatása. Annál is inkább, mert - éppen a termék sajátosságai következtében - az értékesítési folyamatban a felek közötti bizalomnak is meghatározó szerepe van. A fogyasztók ismereteinek a banki szolgáltatások területén lévő hiányosságai, valamint a pénzügyi szervezetek szakmai hozzáértése iránti kényszerű bizalom igen hangsúlyossá teszi a

fogyasztókat tájékoztató vállalkozások versenyjogi felelősségét. Miután a szolgáltatás - jellegéből fakadóan - a fogyasztói oldalt kiszolgáltatottá teszi, alappal várható el a vállalkozásoktól a teljes, alapos, korrekt, megbízható tájékoztatás. Csak így kerülhet a fogyasztó olyan helyzetbe, hogy megalapozottan hozzon döntést az adott banki szolgáltatás esetleges igénybevételéről. A megalapozott fogyasztói döntés meghozatalának pedig kiemelkedő jelentősége van, hiszen e pénzügyi szolgáltatások érzékeny pontot érintenek: gyakran jelentős értékű szolgáltatásról van szó, amely a felek között általában hosszabb időtartamra szóló jogviszonyt hoz létre.

A Legfelsőbb Bíróság mint felülvizsgálati bíróság Vj-56/2006. számú ügyben hozott, Kfv.IV. 37.380/2008/7. számú ítéletében foglaltak alapján aláhúzható, hogy

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

A következőket, jelen esetben is irányadó joggyakorlat köréből a Versenytanács szükségesnek tartja még kiemelni az alábbiakat [figyelemmel pl. a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.121/2007/8. számú (Vj-111/2005.), 2.Kf. 27.496/2007/9. számú (Vj-56/2006.), 2.Kf. 27.060/2008/8. számú (Vj-50/2007.), 2.Kf. 27.350/2008/8. számú (Vj-30/2007.) ítéleteire]:

- a jogsértés nem csupán téves információk adásával, hanem valamely lényeges körülmény elhallgatásával, illetőleg hiányos tájékoztatással is megvalósítható. A Legfelsőbb Bíróság a Kf.II.27.254/1998/5. számú eseti döntésében kimondta, hogy a valós adatokat tartalmazó és előnyös tulajdonságokat kiemelő reklám is lehet félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amelyek a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlenül szükségesek (lásd még pl. a Legfelsőbb Bíróság mint felülvizsgálati bíróság Vj-111/2005. számú ügyben hozott, Kfv.II. 39.073/2008/8. számú ítéletét),
- a sérelem a megtévesztésre alkalmas információk közreadásával megvalósul. Így ha a fogyasztóban a megvételre kínált termékkel, annak lényeges tulajdonságaival kapcsolatban téves képzet alakul vagy alakulhat ki, a jogsértés megállapítható. Ehhez nincs szükség arra, hogy a megtévesztettségéből eredően a fogyasztó ténylegesen szerződést kössön,
- a jogsértés miatti felelősség alól nem mentesít a fogyasztói panaszok hiánya,

- a reklámot megjelentető vállalkozásnak elől kell járnia a fogyasztók pontos, valóságnak megfelelő, tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelen, hogy a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, és ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását - az adott döntési folyamatban hangzatos szlogenek által tisztességtelenül befolyásolt – fogyasztóra.

A Versenytanács aláhúzza, a Tptv. 2008. szeptember 1. előtt hatályos III. fejezetével kapcsolatban a bíróságok, illetve a Versenytanács által tett elvi jellegű megállapítások megfelelően alkalmazandók az Fttv. vonatkozásában is.

20. Jellemzően nem várható el egy vállalkozástól, hogy a termékre vonatkozó valamennyi részletes információt feltüntesse a reklámban, illetőleg az, hogy azokban túlzott mennyiségű, s ezáltal a reklám sajátosságai miatt adott esetben éppen nem megfelelően értelmezhető információt helyezzen el. Ugyanakkor e kérdéskör kapcsán különbséget kell tenni a tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem támasztó és ilyen korlátot támasztó kommunikációs eszközök között (azzal, hogy a jelen esetben kifogásolt kommunikációs eszközök jellemzően olyanok voltak, amelyek nem bírtak térbeli vagy időbeli korlátokkal):

- ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem vagy nem szűk körben támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, akkor elvárt, hogy a kereskedelmi kommunikáció ne csak az adott termék pozitív, hanem annak negatív tulajdonságait is tartalmazza, lehetővé téve, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson a termékről. Különösen ez a helyzet azon kommunikációs eszközök esetében, amelyekről – a bennük elhelyezett információk milyensége, illetve mennyisége révén – a fogyasztó alappal várhatja el a részletes tájékoztatást,
- ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, a vállalkozásnak a kommunikációs eszköz tartalmának tárgyában hozott döntése határozza meg a kommunikációs eszközben szerepeltetendő információk körét:
 - ha a vállalkozás úgy dönt, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében nem szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az sem elvárt, hogy az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges információkat közölje,
 - ha azonban a vállalkozás azt a döntést hozza, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges, adott esetben a termék negatív, a fogyasztó számára nem előnyös tulajdonságait ismertető információkat is közölnie kell, kiegyensúlyozott, a termékről, illetve a termék adott tulajdonságáról reális képet adó tájékoztatást adva. Amint azt a Legfelsőbb Bíróság például a Kfv.IV. 39.190/2008/7. számú ítéletében (Vj-68/2006.) kifejezésre juttatta, elvárás, hogy a reklám ne egyoldalúan, hanem valamennyi, a fogyasztót befolyásoló körülményről tájékoztasson.

21. Az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében rögzített tilalom megsértése nemcsak aktív tényállítással, hanem megtévesztő mulasztással is megvalósulhat. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, s ezáltal
- a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Annak elbírálása során, hogy az első feltétel teljesül-e, figyelembe veendő valamennyi tényzerű körülmény és a kommunikációs eszköz korlátai. Ez utóbbi vonatkozásában alkalmazandó az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése is, amely szerint ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás. E rendelkezés kapcsán kiemelendő,

- nem parttalanul veendő figyelembe azok az intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz,
- a megtévesztő mulasztás (jellemzően valamely lényeges információ kommunikációs eszközről történő mellőzése vagy a kommunikációs eszköz kivitelezése révén történő elrejtése) esetén önmagában nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli mentesüléséhez, ha a kommunikációs eszköz térbeli vagy időbeli korlátokkal rendelkezik (a kommunikációs eszköz terjedelme nem alkalmas jelentős mennyiségű információ közvetítésére, a kommunikációs eszköz tartalmának észlelésére a fogyasztónak csak időben korlátozott lehetősége van). Ezekre a korlátokra magának a vállalkozásnak kell figyelemmel lennie, amikor a kommunikációs eszköz tartalmát határozza meg. Az üzleti tisztesség keretei között a vállalkozás nem háríthatja át a fogyasztóra annak következményeit, hogy nem volt tekintettel a kommunikációs eszköz korlátaira, s csak a termék kedvező tulajdonságait jelenítette meg, mellőzve a kommunikációs eszközökön tett közlések helyes értelmezéséhez szükséges információk szerepeltetését,
- nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli automatikus mentesüléséhez az sem, ha a vállalkozás később biztosítja a kommunikációs eszköz által nem közölt információk megismerését, adott esetben legkésőbb a szerződés megkötésekor lehetővé téve a szerződési feltételek részletes megismerését, mivel ez jellemzően teljes egészében már nem tudja meg nem történté tenni a döntési folyamat korábbi szakaszával összefüggésben tanúsított tisztességtelen magatartást. Ettől eltérő a helyzet, ha a vállalkozás a valamely információt elhallgató vagy elrejtő kommunikációs eszköz megismerésével azonos időpontban, illetve még a döntési folyamat azonos szakaszában az információt szükségszerűen eljuttatja a fogyasztók számára.

22. Az eljárás alá vont jelen eljárásban vizsgált, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjai kapcsán megállapítást nyert, hogy

- az eljárás alá vont által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem vagy nem szűk körben támasztott az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, s így elvárt, hogy a kereskedelmi kommunikáció ne csak az adott termék pozitív, hanem annak negatív tulajdonságait is tartalmazza, lehetővé téve, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson a termékről,
- a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, amelyet önmagában az a tény is igazol, hogy az eljárás alá vont folyamatosan szükségesnek ítélte a reklámok közzétételét, s nyilatkozata szerint leendő ügyfelei jelentős része számára ez jelenti a kapcsolatfelvétel alapját. A

Versenytanács nem osztotta eljárás alá vont azon előadását, hogy nem a fogyasztói döntés befolyásolása érdekében hirdet folyamatosan, hanem azért hirdet, hogy ha egy fogyasztónak szüksége támad hitel iránt, akkor lássa, hogy van egy bankoktól független társaság, aki részrehajlás nélkül tud segítséget nyújtani neki a választásban. A Versenytanács megítélése szerint eljárás alá vont előadása életszerűtlen, mivel egy reklámtevékenység célja minden esetben a fogyasztói döntési folyamatok valamilyen formában történő befolyásolása.

23. Az eljárás alá vont jelen eljárásban vizsgált reklámjaiban szerepeltetett hitelkonstrukciók vonatkozásában kiemelendő, a fogyasztó számára hosszú távú (10-20 évig tartó) elkötelezettséget jelentő hitelkonstrukciók lényeges tulajdonsága, hogy

- a hitel forint vagy nem forint alapú-e (a nem forint alapú hitelekhez az elmúlt években jellemzően kedvezőbb költségekkel, de magasabb kockázat mellett juthattak a fogyasztók),
- a konstrukció halasztott tőketörlesztésűnek minősül-e (a hitel folyósítását követően egy átmeneti időszak alatt a fogyasztónak csak a kezelési költséget és a kamatot kell megfizetni, a tőketörlesztés pedig a választható időszakot követően kezdődik meg, amely azt eredményezi, hogy a kezdeti időszakot követően a törlesztőrészlet lényegesen emelkedhet),
- a reklámban ismertetett havi törlesztő részlet csak az első kamatperiódusra szólóan garantált-e, tekintettel arra, hogy a kamat mértéke csak az adott kamatperiódus időtartama alatt állandó, s (adott esetben a reklámban szereplő THM mértékére is kiható módon) a módosításra a kamatperiódus fordulónapján van lehetőség,
- a hitel igénybe vételére csak egy kombinált, nem kizárólag hitelterméket, hanem például egy lakás-takarékpénztári terméket is magában foglaló konstrukció révén van mód (ebben az esetben a fogyasztó több, eltérő költségekkel és kötelezettségekkel járó szerződést köt meg).

24. A vizsgáltak közül a 8. pontban ismertetett reklám az ERSTE Banknak a Fundamenta Lakáskassza lakás-takarékpénztári szerződésével, azaz ún. „FLK-val” kombinált, euró alapú, lakáshitel termékére vonatkozik (a másik három reklámban érintett konstrukciók nem lakástakarékpénztári szerződés megkötését feltételező termékek).

A reklám tartalmazza annak közlését, hogy „FLK.-val kombinált hitel.” A Versenytanács rendelkezésére álló adatokból nem állapítható meg, a fogyasztók előtt mennyire ismert, hogy az „FLK” jelölés a Fundamenta Lakáskassza lakás-takarékpénztári szerződését takarja, azonban ennek további, az eljárás egészét elhúzó vizsgálata nem mutatkozik szükségesnek, tekintettel arra, hogy a reklám legalább arra felhívta a fogyasztók figyelmét, az adott hitel valamilyen más termékkel kombinált terméknek minősül.

Az eljárás alá vont által a nyomtatott sajtóban 2009. július 20-tól megjelent egyes reklámjaiban feltüntetett hitelkonstrukcióhoz kapcsolódó lakás-takarékpénztári szerződés vonatkozásában a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem volt megállapítható törvénysértés, s az eljárás folytatásától sem várható eredmény; ezért a Versenytanács az eljárás Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján megszüntette.

25. Amint az magának az eljárás alá vontnak az előadásából megállapítható, a hitelközvetítők vonatkozásában nincs egy általános gyakorlat abban a kérdésben, hogy a szolgáltatás díjazása miként történik (az adós vagy a hitelező részéről, esetleg mindkét oldalról).

Az eljárás alá vont előadta, nem kér sikerdíjat az ügyfelektől, csak egyéb adminisztratív tevékenységéért fizetnek neki. Reklámjai kizárólag a hitelközvetítésre vonatkoztak, a 8211 TEAOR kód alatti egyéb adminisztratív tevékenységét nem reklámozta a vizsgált időszakban,

amely egy nem kötelező jelleggel igénybe vehető szolgáltatás. A reklámozott termékek megszerzésének nem volt feltétele, hogy a fogyasztó megbízza az eljárás alá vontat adminisztratív szolgáltatás végzésére, amelyet csak igény esetén és megállapodás alapján nyújtott.

Az eljárás alá vont nyilatkozatával ellentétes egyértelmű bizonyíték nem áll a Versenytanács rendelkezésére, kizárólag egy korábbi, a P-1101/2009. számú ügyben 2009. november 11-én tett azon nyilatkozat ismert, amely szerint az ügyfél az eljárás alá vontnak sikerdíjat fizet a sikeres hitelfelvételt követően. A Versenytanács az eljárás során feltárt adatok alapján nem tudta egyértelműen meghatározni az adminisztratív szolgáltatásért kért díj, illetve a sikerdíj vizsgálattal érintett időszakban történt alkalmazásának pontos körülményeit, így e körben nem volt megállapítható törvénysértés, s az eljárás folytatásától sem várható eredmény, ezért a Versenytanács az eljárást ebben a vonatkozásban a Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján megszüntette.

VI. Egyéb kérdések

26. Az adott hitelkonstrukció euró alapú, illetve halasztott tőketörlesztésű volta, valamint az alkalmazott kamatperiódus vonatkozásában a Versenytanács külön határozatban megállapította, hogy az eljárás alá vont a nyomtatott sajtóban 2009. július 20. és 2010. szeptember 3. között megjelent egyes reklámjaival fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

27. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók széles körét országszerte elérő időszakos lap útján, több hónapon át valósult meg.

28. Az eljárás alá vont nem kérte tárgyalás tartását, ezért a Versenytanács végzését a Tpv. 74. §-a (1) bekezdésének alkalmazásával tárgyalás mellőzésével hozta meg.

29. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja és 82. §-a biztosítja.

Budapest, 2010. november 18.

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanácsstag

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanácsstag

dr. Zlatarov László sk.
versenytanácsstag