



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/002-112/2011.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa

- a dr. Szabó Gyula Mihály ügyvéd (Szabó & Mater Ügyvédi Iroda) által képviselt **Group Saving Kft.** (Budapest),
- a Nagy Viktória ügyvezető által képviselt **Navi Trend Kft.** (Hernád),
- a dr. Koruhely Péter ügyvéd által képviselt **Conect Trade Kft.** (Budapest),
- a Köves Gábor Győző ügyvezető által képviselt **New Face Média Kft.** (Budapest) és
- a Tarasenko Ruslan ügyvezető által képviselt **Milsec Kft.** (Budapest)

eljárás alá vont vállalkozások ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indult eljárásban kialakította az alábbi

h a t á r o z a t .

A Versenytanács megállapítja, hogy

- a Group Saving Kft. 2009. szeptember 9. és 2011. január 24.,
- a Navi Trend Kft. 2009. szeptember 9. és 2010. június 25.,
- a Conect Trade Kft. 2010. június 10. és 2011. január 24.,
- New Face Média Kft. 2009. szeptember 9. és 2010. május 31.,
- a Milsec Kft. 2010. 46. hete és 2011. január 24.

között a Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, amikor a fogyasztók számára valótlán képet nyújtottak a kínált szolgáltatásról, megsértve ezáltal a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 3. §-ának (1) bekezdésében írt tilalmat, figyelemmel a 6. § (1) bekezdésének a), bd), bg), bh) és c) pontjaiban foglaltakra.

A Versenytanács az eljárás alá vontak számára megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását, a jelen határozat kézhezvételétől számított 15 nap elteltével.

A Versenytanács kötelezi

- a Group Saving Kft-t hétmillió kétszázézer forint (7.200.000,-Ft),
- a Navi Trend Kft-t huszonegymillió (21.000.000,-Ft),
- a Conect Trade Kft-t kilencmillió háromszázézer (9.300.000,-Ft),
- a New Face Média Kft-t nyolcmillió forint (8.000.000,-Ft),
- a Milsec Kft-t kétmillió forint (2.000.000,-Ft)

összegű bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlájára kötelesek megfizetni, a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát és a befizetés jogcímét (bírság).

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Törvényszéknek címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Törvényszék a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Group Saving Kft. ellen, hogy a Group Saving Kft. 2009. szeptember 9. és 2011. január 24. között megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit a fogyasztók részére a fogyasztói csoportok lényeges tulajdonságairól a kereskedelmi kommunikációiban adott tájékoztatásaival. Az eljárásba ügyfélként bevonásra került a Navi Trend Kft. és a Conect Trade Kft., majd a New Face Média Kft. és a Milsec Kft. is.

II.

Az eljárás alá vontak

2. A 2009-ben alapított Group Saving Kft. 2009. március 1-jétől átvette a korábban az Euro Correct Consulting Kft. által fogyasztói csoportokban történő részvételre kötött szerződéseket, s működteti a fogyasztói csoportokat, valamint más vállalkozásokat bíz meg a fogyasztói csoportokhoz kapcsolódó szervezői tevékenység ellátásával. A Group Saving Kft. 2010. évi nettó árbevétele 72.472.000 Ft volt.
3. A 2009-ben alapított Navi Trend Kft. (korábbi nevén: Group Center Kft.) 2009. június 1-jétől 2009. december 31-ig a Group Saving Kft.-vel megkötött megbízási szerződés alapján a fogyasztói csoportok szervezését végezte. A megkötött szerződés értelmében a szervezői szolgáltatás magában foglalta a megbízó nevében és annak javára történő, ügyfélszerzéssel kapcsolatos tevékenységeket, így a hirdetések megjelentetését, az ügyféltájékoztatást, az ügyfélkezelést és a szerződéskötést. Az egyszeri regisztrációs díjat a Navi Trend Kft., míg a havi részletben fizetett ÁFA-val növelt megbízási díjat a Group Saving Kft. kapta. A Navi Trend Kft. által a Vj-111/2009. számú eljárásban teljesített adatszolgáltatásából (Vj-111-090/2009.) ismert a 2009. évi nettó árbevétele. A 2010.

évben elért nettó árbevétele – a Navi Trend Kft. erre vonatkozó adatszolgáltatásának hiányában – jelenleg nem ismert.

4. A Conect Trade Kft. (korábbi nevén: Group In Kft.) a Group Saving Kft.-vel megkötött megbízási szerződés alapján a fogyasztói csoportok szervezését végzi 2010. június 14-től. A 2010. évben elért nettó árbevétele 93.659.000 Ft volt, amely szinte teljes egészében a fogyasztói csoportokba belépett fogyasztók által megfizetett regisztrációs díjakból származott (Vj-2-020/2011.).
5. A Vj-111/2009. számú eljárásból ismert, hogy a New Face Média Kft. elsősorban hirdetésszervezési tevékenységet lát el, amely magában foglalja a reklámtervek elkészítését, a médiafelületek kedvezményes megvásárlását és a hirdetések gondozását. A 2008. évben elért nettó árbevétele 166.714.000 Ft volt. Az eljárás alá vont Vj-111/2009. számú eljárásban teljesített adatszolgáltatásából ismert a 2009. évi nettó árbevétele. A 2010. évben elért nettó árbevétele jelenleg nem ismert a Versenytanács előtt.
6. A 2008-ban alakult Milsec Kft. fő tevékenysége a személybiztonsági tevékenység, de emellett munkaközvetítéssel, munkaerőkölcsonzással, emberierőforrás-ellátással és – gazdálkodással is foglalkozik. A 2010. évi nettó árbevétele nem ismert a Versenytanács előtt, a 2009. évi árbevétele hozzávetőleg majdnem kétmilliárd forint.¹
7. A Versenytanács a Vj-111/2009. számú eljárásban megállapította, hogy a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott az Euro Correct Consulting Kft. 2008. szeptember 1. és 2009. június 1. között, a Group Saving Kft. 2009. március 1. és 2009. szeptember 7. között, a Navi Trend Kft. 2009. június 1. és 2009. szeptember 7. között, a New Face Média Kft. 2009. február 9. és 2009. szeptember 7. között, s a vállalkozásokat bíróság megfizetésére kötelezte. A határozat bírósági felülvizsgálata még folyamatban van.

III.

A fogyasztói csoport

8. A fogyasztói csoport
 - egy olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulás, amely
 - speciális előtakarékosági formát kombinál
 - részletre történő vásárlással, és amely
 - szerencseelemet is tartalmaz, s amelyet
 - azzal a céllal hoznak létre, hogy meghatározott áruk (ingó vagy ingatlan dolog) tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék.
9. A csoport tagjai vállalják, hogy meghatározott ideig meghatározott összeget fizetnek be havonta. A fogyasztói csoportokban való vásárlási forma ugyanakkor a hagyományos részletvásárlástól eltérő feltételeket teremt, így például az áruhoz jutás nem az első részlet megfizetésével egyidejűleg történik meg.

¹ A 2009.12.31-ig számított eredménykimutatás szerint 1.798.865 ezer forint. Forrás: <http://www.e-beszamolo.kim.gov.hu/kereses-Default.aspx>.

10. A szervező által rendszeresen megrendezett közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása következtében dől el (ez utóbbi esetben annak alapján, hogy melyik tag vállalja a legtöbb még hátra lévő részlet esedékesség előtti megfizetését), hogy a csoport résztvevői közül az adott alkalommal kik jutnak hozzá a vásárlási joghoz (kiket illet meg a kedvezményezetti minőség), mely tagok számára nyílik meg a lehetősége annak, hogy megvásárolják a meghatározott ingóságot vagy ingatlant.
11. A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 5-20 év múlva) a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon (azon fogyasztók esetében, akik a futamidő legelején jutnak a vásárlási joghoz, az előtakarékossági jelleg háttérbe szorul).
12. A fogyasztói csoportok működésének lényeges tulajdonsága a szerencseelem, amely nemcsak a sorsolással, hanem az előtörlesztés vállalásának lehetőségével összefüggésben is megmutatkozik, mivel a csoporttag előtt nem ismert és általa nem befolyásolható a többi csoporttag előtörlesztés-vállalási hajlandósága, nem tudható előre, hogy a vásárlói joghoz jutáshoz hány havi törlesztő részlet felajánlása szükséges. Az előtörlesztés-vállalás lehetősége tehát olyan helyzetbe hozza a csoporttagokat egymással szemben, hogy kedvezményezettként történő mielőbbi kiválasztásuk érdekében versenyezniük kell, ami a kevésbé fizetőképese csoporttag előre nem ismert, kiszámíthatatlan hátratorolásával járhat.
13. Kiemelendő, hogy ha a fogyasztó magasabb szerződéses értéket köt ki (az általa megszerezni tervezett dolog vételárát több millió forintban határozza meg), akkor több szerződéses pozícióval (több tagsággal, szerződéssel) kell rendelkeznie, s így az általa kívánt összeghez csak akkor juthat hozzá, ha mindegyik szerződéses pozícióra egyszerre sorsolják ki, vagy mindegyik csoportban ő ajánlja fel a legnagyobb törlesztő részletet.
14. A fentiek egyben azt is eredményezik, hogy a fogyasztó bizonytalanságban van abban a vonatkozásban, hogy mikor jut a vásárlási joghoz, s ezáltal a fogyasztói csoportba történő belépéskor megszerezni kívánt áruhoz.
15. A fogyasztói csoportok szervezését, működését külön speciális jogszabály nem szabályozza.
 - A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 55. §-ának i) pontjában kapott felhatalmazás alapján 2001-ben elfogadásra került a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére vonatkozó részletes szabályokról szóló 186/2001. (X. 11.) Korm. rendelet, amely 2002. január 1-jén lépett volna hatályba. Ezt az időpontot a 325/2001. (XII. 29.) Korm. rendelet 2003. január 1-jére, a 269/2002. (XII. 20.) Korm. rendelet 2004. július 1-jére módosította, majd a 205/2004. (VI. 30.) Korm. rendelet a 186/2001. (X. 11.) Korm. rendeletet hatályon kívül helyezte.
 - A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 1999. évi CXXIV. törvény 3. §-ának a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény módosításáról szóló 2004. évi XVI. törvény által beiktatott k) pontja értelmében a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének hatásköre kiterjedt a fogyasztói csoportokról szóló külön jogszabály hatálya alá tartozó szervezetek, személyek és tevékenységek felügyeletére, azonban a törvény által hivatkozott külön jogszabály nem került elfogadásra.
 - A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéről szóló 2007. évi CXXXV. törvény már nem tér ki a fogyasztói csoportok intézményére.
16. A fogyasztói csoportok szervezőivel történő kapcsolatfelvétel kezdeményezése reklámokon, ügynöki hálózaton keresztül valósul meg. A fogyasztói csoportok

szervezését az elmúlt években jellemzően széleskörű és intenzív reklámozás kísérte. A nyomtatott sajtóban a reklámok reklámújságokban, nagyobb példányszámú ingyenes vagy jellemzően szórakoztató napilapokban, körzeti magazinokban jelentek meg, olyanokban, ahol számos termék és szolgáltatás apróhirdetése mellett hitelközvetítők vagy más pénzügyi termékek hirdetései is megtalálhatóak.

17. A pénzügyi válság kitörése óta egyre magasabb azon személyek száma, akik felkerültek a Központi Hitelinformációs Rendszer listájára (a továbbiakban: KHR, ismertebb nevén: BAR-lista), s bankoktól, hitelintézetektől, illetve pénzügyi vállalkozásoktól további hitelre nem számíthatnak. A fogyasztói csoportokat szervező cégek ezeket a pénzügyileg sérülékeny fogyasztókat célozzák meg hirdeteikkel.
18. A termék (vásárlási jog megszerzése fogyasztói csoport tagjaként) célcsoportja elsődlegesen az a fogyasztói réteg, amely valamilyen objektív oknál fogva nem tud banki hitelt vagy egyéb pénzügyi terméket igénybe venni, a Bar-listások, akinek a jövedelmi szerkezete nem teszi lehetővé, hogy a bankok által kért feltételeknek megfeleljenek (nyugdíjasok, alacsony jövedelemmel bejelentett egyéni vállalkozók stb.), nem rendelkeznek a hitelfelvételhez szükséges önerővel, nem rendelkeznek a jelzáloghitel felvételéhez szükséges terhelhető ingatlannal, nem tudnak kezest, adóstársat állítani stb. E fogyasztói körnek jellemzően azonnal van szüksége az általa igényelt összegre és nem esetlegesen 10-15 év múlva. Az előbbieket alapján tehát a fogyasztói csoport nyújtotta lehetőség ténylegesen nem tekinthető a hitel alternatívájának.
19. Az elmúlt években a Gazdasági Versenyhivatal több eljárást folytatott fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben, megállapítva, hogy a vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak (Vj-1/2005., Vj-149/2005., Vj-150/2005., Vj-183/2005., Vj-207/2005., Vj-163/2007., Vj-115/2008., Vj-111/2009., Vj-132/2009., Vj-13/2010., Vj-18/2010., Vj-28/2010., Vj-45/2010., Vj-65/2010., Vj-90/2010., Vj-91/2011.). A Versenytanács határozataival szemben benyújtott kereseteket a bíróságok elutasították.

IV.

A Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportok

20. A tizenöt Group Saving Kft. által működtetett, öt, tíz és tizenöt éves futamidejű fogyasztói csoport kapcsán – figyelemmel az alkalmazott Részvételi Szabályzatban foglaltakra – kiemelő, hogy
 - a Group Saving Kft. tevékenységi körébe tartozik fogyasztói csoportok működtetése annak elősegítésére, hogy előre meghatározott ingó és ingatlan dolgok tulajdonjogát a fogyasztók (a megbízók) részletfizetés mellett megszerezhessék,
 - a megbízók a megbízást egymásra tekintettel adják és tudomásul veszik, hogy a szervező a befizetett díjelőlegekből a csoport részére elkülönített pénzügyi alapot képez. A regisztrációs díj és a megbízási díj nem része a közös alapnak,
 - az adott fogyasztói csoport a szerződésben meghatározott hónapig áll fenn (futamidő), akkor is ha mindegyik résztvevő ezt megelőzően a dolog birtokába jutott. A szerződésben meghatározott hónap leteltével és a záró pénzügyi műveletek elvégzésekor a csoport automatikusan feloszlik,
 - a megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói jog sorsolása, illetve az előtörlesztés vállalása, azaz a kedvezményezettként való kiválasztása közgyűlésen történik,

- a közgyűlésen a szervező képviselője ismerteti, hány vásárlói jog átadása válik lehetővé. Az ily módon meghatározott számú vásárlói jog átadására vonatkozóan a kijelölés a közgyűlésen sorsolás és/vagy előtörlesztés vállalása útján történik. Ha a közös alap csak egy vásárlói jog átadására ad lehetőséget, a szervező dönti el, hogy ezek közül mely módon történik meg a vásárlói jog átadása,
- sorsolás vagy előtörlesztés vállalása útján azon megbízók részére történhet meg a vásárlói jog átadása, akik azt még nem kapták meg és valamennyi esedékes fizetési kötelezettségüknek eleget tettek,
- az előtörlesztés vállalása nem árverseny, hanem a törlesztő részletek esedékesség előtt történő befizetésére vonatkozó felajánlást jelent. Ennek megfelelően az előtörlesztés vállalás eljárás során az lesz a nyertes – az szerzi meg a vásárlói jogot –, aki az adott havi közgyűlésen a legtöbb aktuális havi részlet esedékesség előtt befizetését ígéri és teljesíti,
- a megbízót a szerződés keltétől számított 15 napon belül indoklás nélküli elállási jog illeti meg, amelyet szervező székhelyére elküldött írásbeli nyilatkozatával gyakorolhat,
- ha a megbízó a szerződés aláírásával egy időben előtörlesztést vállal a soron következő közgyűlésre vonatkozóan, úgy a szerződése részt vesz a közgyűlésen, s a számára nyitva álló 30 napos elállási határidő lerövidül a közgyűlés napjáig,
- ha a kedvezményezettként kiválasztásra nem került, a megbízó jelezheti, hogy a szerződést rendes felmondás útján fel kívánja mondani, s ekkor a szervező a befizetett havi alaprészletek összegét a szerződésben meghatározott időtartam lejártát megelőzően visszafizetheti. E visszafizetés azonban a szervező számára lehetőség és nem kötelezettség, a megbízó az idő előtti visszafizetést a szervezőtől nem követelheti. A visszafizetés további feltétele, hogy az csak a szervező saját pénzeszközei terhére történhet, a csoport vagyona e visszafizetés által nem csökkenthető,
- a szervező a kedvezményezettként kiválasztásra még nem került megbízóval szemben a szerződést azonnali hatállyal felmondhatja, amennyiben a megbízó a szerződésben foglalt rendelkezéseket megszegi, így különösen, ha kettőnél több havi részletfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget. A szerződés azonnali hatállyal történő felmondása esetén a megbízóval való elszámolásra – a felmondástól függetlenül – a szerződésben rögzített időtartam végén kerül sor, a szervező azonban jogosult visszafizetési lehetőséggel élni,
- a megbízók (a fogyasztók) regisztrációs díj és havi részletek megfizetésére kötelesek,
- a regisztrációs díj mértéke a szerződésben szereplő vételár 4%-a + ÁFA, azt az ügyfelek a Group Saving Kft. megbízottai részére fizetik meg,
- a Group Saving Kft. felé fizetendő havi részlet magában foglalja
 - egyrészt az alapidíjat, amely a dolog vételára elosztva a csoport működési hónapjainak számával (havi alaprészlet) – az alapidíj befizetések képezik a csoport közös pénzügyi alapját;
 - másrészt a megbízási díjat, amelynek mértéke 120 hónapos futamidő esetén az igényelt összeg 3,92%-a évente, 180 hónapos futamidő esetén az igényelt összeg 2,81%-a évente.
- a szervező általi azonnali felmondás esetén a felmondás időpontjáig befizetett havi részletek a megbízási díj (+ÁFA) levonásával a megbízó részére kamatmentesen a szerződésben meghatározott időtartam végén kerülnek visszafizetésre (kamat nélkül). A regisztrációs díj nem kerül visszafizetésre,
- a megbízó elállása a szerződést felbontja, és a szervező részére teljesített egyszeri regisztrációs díj 25%-on felüli részét szervező vagy megbízottja a megbízónak visszatéríti.

21. A Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportok vonatkozásában ismertek (lásd a Vj-02-10/2011., a Vj-2-016/2011. és a Vj-02-24/2011. számú iratokat)
- a 2009 szeptember és 2011 januárja között megkötött és felmondott szerződések, illetve a kifizetésre került vásárlói jogok száma,
 - a 2009 szeptember 1. és 2011. január 31. közötti időszakban kifizetett fogyasztói jogok összege,
 - az egyes közgyűléseken felajánlott legmagasabb előtörlesztések mértékére vonatkozó adatok,
 - a be- és kifizetett összegek (befizetések a csoportalapba, a megbízási díjak, a regisztrációs díjak, a vásárlói jogok kifizetésére fordított összegek, egyéb csoportalap visszafizetések és a méltányossági visszafizetések),
 - az élő, jogát ruházásos, kifizetett, kifutott, kilépett, kizárt, semmis, végrehajtás alá vont, visszafizetett és visszatérített szerződések 2011. május 13-i állapot szerinti száma csoportonkénti bontásban.
22. Az adatokból megállapíthatóan a vizsgálattal érintett időszakban
- több ezer szerződés került megkötésre,
 - több ezer fogyasztó lépett ki a fogyasztói csoportból, illetve lett abból kizárva,
 - a kilépett és kizárt fogyasztók száma jelentős a megkötött szerződésekhez viszonyítottan,
 - a kilépett és kizárt fogyasztók száma minden esetben lényegesen meghaladta a csoportbeli pozíciók, illetve a vásárlói jogot nyert szerződések számát,
 - a működő csoportok esetén az élő szerződések száma egyetlen esetben sem érte el a csoportbeli aktív pozíciók számát,
 - a megkötött szerződések számának néhány százalékát érte el a 17 hónap alatt kifizetett vásárlói jogok aránya,
 - a fogyasztói joghoz jellemzően csak a magas előtörlesztést vállaló fogyasztók juthattak (több esetben a futamidő szerinti havi törlesztő részletek több mint egyharmadát meghaladó mértékű előtörlesztéssel),
 - a fogyasztók által teljesített befizetések jelentős részét tették ki a megbízási díjak és a regisztrációs díjak.
23. A Group Saving Kft. a fogyasztói csoportok működtetésével foglalkozik, míg a vizsgálattal érintett időszakban a fogyasztói csoportok szervezésével (hirdetések megjelentetésével, ügyfélértékeléssel, ügyfélkezeléssel és szerződéskötéssel) a Navi Trend Kft. és a Conect Trade Kft. foglalkozott a Group Saving Kft.-vel megkötött szerződések alapján.
24. A Group Saving Kft. által kezelt fogyasztói csoportokat
- 2009. június 1. és 2010. június 14. között a Navi Trend Kft.,
 - 2010. június 14-től Conect Trade Kft.
- szervezte (Vj-2-016/2011., Vj-2-020/2011., Vj-2-064/2011.).
25. A Group Saving Kft. és a Navi Trend Kft., illetve a Group Saving Kft. és a Conect Trade Kft. között létrejött megbízási szerződések értelmében a Navi Trend Kft., valamint a Conect Trade Kft. mint megbízottak a megbízó nevében és annak javára ügyfélszerzéssel kapcsolatos tevékenységet nyújtanak – ezen belül a hirdetések megjelentetése [a nyomtatott sajtóban megjelenő reklám esetén a számlák a megbízottak nevére szólnak (Vj-2-023/2011.)], ügyfélértékelés, ügyfélkezelés, valamint a szerződéskötés tartozik a feladataik közé. Az ügyfélszerzés körébe tartozó feladat az ügyfelek keresése a vásárlói csoportokba a megbízott üzleti kapcsolatain keresztül és egyéb módon. A megbízottak feladata az ügyfelek megfelelő és részletes tájékoztatása a megbízó szerződéses

feltételeiről, a havi törlesztő részletek átvétele a megbízó vállalkozói tevékenységhez tartozó saját pecséttel ellátott pénztárbizonylat (nyugta példány) felhasználásával (a megbízott köteles jogilag érvényes átvételi elismervényt, bizonylatot adni az ügyfélnek minden esetben, amikor díjfizetés címén vagy más jogcímen pénzt vesz át), a havi fizetési részletek befizetésének ellenőrzése, továbbá nyilvántartás vezetése a szerződést már megkötött, valamint a csak érdeklődő ügyfelek fontos (pl. telefonszám, elérhetőség) adatairól. Ha a megbízott marketingkommunikációs eszközöket alkalmaz, úgy köteles azok tartalmát a hatályos, irányadó jogszabályok betartása és figyelembevétele mellett kialakítani. A megbízottak feladataik ellátása érdekében alvállalkozó igénybevételére is jogosultak.

26. A Conect Trade Kft. (korábbi nevén: Group In Kft.) 2010. június 1-jén kötött megbízási szerződést a Milsec Kft.-vel, amelynek értelmében Conect Trade Kft. mint megbízó megbízta a Milsec Kft.-t mint megbízottat, hogy a Group Saving Kft. tevékenységi körébe tartozó dolgok, szolgáltatások beszerzésére irányuló vásárlói csoportba ügyfeleket toborozzon és e csoportok szervezésében a Conect Trade Kft. megbízásából közreműködjön. A Milsec Kft. e tevékenységért a szerződés mellékletét képező táblázat alapján kiszámított jutaléokra volt jogosult. A Milsec Kft. ezt a tevékenységét 2011. január 28-ig végezte.
27. A fogyasztói csoport szervezői feladatokat jelenleg a Conect Trade Kft. végzi partnerirodáin keresztül, a Group Saving Kft. kizárólag a Conect Trade Kft. közreműködésével köt szerződést a fogyasztókkal. A Conect Trade Kft. Budapesten, Nagykanizsán, Kaposváron, Siófokon és Nyíregyházán rendelkezik irodákkal, ahol a fogyasztók a fogyasztói csoportban való részvételről szóló szerződéseket megkötethetik. A szerződéskötések helyszínein a Conect Trade Kft.-vel vállalkozói jogviszonyban lévő ügynökök tájékoztatják a fogyasztókat.
28. A Group Saving Kft. nyilatkozata (Vj-2-066/2011.) szerint a Group Saving Kft. csak irodahelyiséget bérelt a New Face Média Kft.-től.
29. A Vj-111/2009. számú eljárásból ismert, hogy a New Face Média Kft. 2009. június 1-jétől a Navi Trend Kft.-vel (korábbi elnevezéssel: Group Center Kft.-vel) megkötött hirdetésszervezési keretszerződés alapján végezte a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok kidolgozását és a Navi Trend Kft. részére történő megrendelését. A hirdetésszervezési keretszerződés értelmében a fix összegű megbízási díjon felül további juttatásban részesül a Navi Trend Kft. által megkötött szerződések után, amelynek mértéke a megbízó Navi Trend Kft. által megkötött szerződések által a tárgyában megkötött szerződések összegének meghatározott százaléka, azzal, hogy a mérték sávosan került meghatározásra, amelynek folytán a megkötött szerződések összegének növekedése a New Face Média Kft.-t megillető díj mértékének növelését eredményezi. Összefoglalva a New Face Média szerződéses díja a szerződéses összeggel (így szükségképp a szerződések számával is) együtt növekszik, a mennyiségi küszöb szerint növekvő ütemben. A New Face Média Kft. előadása szerint a Navi Trend Kft.-vel megkötött szerződést 2010. május 31. napjával felmondta.
30. A Conect Trade Kft. nyilatkozata (Vj-2-075/2011.) szerint részére a New Face Média Kft. nem jelentet meg hirdetéseket, csupán irodahelyiséget bérel a New Face Média Kft.-től. Ismert ugyanakkor a Conect Trade Kft. és az egyik kiadó között 2010. június 10-én létrejött ügyfél megrendelési megállapodás (Vj-2-069/2011.), amelyben a Conect Trade Kft. vállalta, hogy a megállapodásban rögzített összegért a 2010. január 1. és december 31. közötti időszakban hirdetési felületet vásárol saját maga részére a kiadó lapjaiban,

azzal, hogy az eddigi New Face Média Kft. szerződése is beleszámít a vállalásba (2010. január – 2010. május 31-ig).

31. Az eljárás alá vontnak a fogyasztói csoportok szervezésében, működtetésében betöltött szerepét az alábbi táblázat foglalja össze:

	Tevékenység	Bevétel	Érintettség időszaka a vizsgált kereskedelmi kommunikációk kapcsán
Group Saving Kft.	A fogyasztó csoportok kezelése, működtetése	A havonta fizetett megbízási díj	2009. szeptember 9. – 2011. január 24.
Navi Trend Kft. (korábbi elnevezés: Group Center Kft.)	A fogyasztói csoportok szervezése (ügyfél tájékoztatás, ügyfélkezelés és szerződéskötés) a Group Saving Kft.-vel létrejött megállapodás alapján	Egyszeri regisztrációs díj	Az általa megrendelt hirdetések megjelenése: 2010. június 1. - 2010.06.25.
Conect Trade Kft. (korábbi elnevezés: Group In Kft.)	A fogyasztói csoportok szervezése (ügyfél tájékoztatás, ügyfélkezelés és szerződéskötés) foglalkozik a Group Saving Kft.-vel létrejött megállapodás alapján	Egyszeri regisztrációs díj	Az általa megrendelt hirdetések megjelenése: 2010. június 10. – 2011. január 28.
New Face Média Kft.	A Navi Trend Kft.-vel kötött megállapodás alapján 2009. szeptember 9. és 2010. június 1. között reklámok megjelentetése	A fix összegű megbízási díj és a Navi Trend Kft. által megkötött szerződések összegének meghatározott százalékában meghatározott, sávosan változó díj	Az általa megrendelt hirdetések megjelenése: 2009.09.09.-2010.05.31.
Milsec Kft.	A Conect Trade Kft.-vel kötött megbízási szerződés alapján 2010. június 1. és 2011. február 28. között ügyfelek toborzása és közreműködés a csoportok szervezésében	A jutaléktáblázat alapján százalékos jutalékban részesült	Az általa megrendelt hirdetések megjelenése: 2010. 46. hét – 2011. 4. hét

V.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

32. A Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportok kapcsán a vizsgálatlal érintett időszakban rendszeresen, igen sok (a vizsgálatlal érintett időszakban több mint 1.100) alkalommal, több tízmillió forint ellenében jelentek meg reklámok a nyomtatott sajtóban, a Bors, a (budapesti, a Pest megyei, a kelet-magyarországi és az országos) Blikk, a (budapesti) Metropolisz című lapokban és a Szuperinfo című újság több megyei és regionális számában.

33. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok megjelenésének adatait, költségeit a vizsgálati jelentés (Vj-2-087/2011.) 2. számú melléklete összegzi.

34. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok az alábbiakról tájékoztatták a fogyasztókat:

1. reklám

A bankok elutasítják?

Mindenkinek itt az elérhető megoldás

Igényelt összeg	Futamidő/fix alaprészlet	
	120 hó	180 hó
1.000.000	8.333	5.556
3.000.000	25.000	16.667
5.000.000	41.667	27.778
8.000.000	66.664	44.448
+Megbízási díj/év	3,92%	2,81%

[egyes hirdetésekben:] Több mint 1,85 milliárd kifizetett szerződés!

[egyes hirdetésekben:] Akció: 300.000 Ft 10 évre 2 500 Ft/hó alaprészlettel!

Hívjon minket egyedi ajánlatért!

[igen apró betűvel:] A vásárlói joghoz jutás időpontja a szerződésben vállalt feltételek teljesüléséről függ! Tevékenységünk fogyasztói csoportok szervezésére irányul. Részletekért keresse ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű!

[elérhetőségek]

2. reklám

A bankok elutasítják?

Mindenkinek itt az elérhető megoldás

Igényelt összeg:	Futamidő/alaprészlet
	180 hó
1.000.000 Ft	5.556 Ft
3.000.000 Ft	16.667 Ft
5.000.000 Ft	27.778 Ft
8.000.000 Ft	44.448 Ft
+ Megbízási díj/év	2,81%

[egyes hirdetésekben:] Hívjon minket, számoljon utána!

[igen apró betűvel:] Részletekről érdeklődjön telefonon vagy keresse fel ügyfélszolgálatunkat!

A vásárlói joghoz jutás időpontja a szerződésben vállalt feltételek teljesüléséről függ!

Tevékenységünk fogyasztói csoportok szervezésére irányul. Hirdetésünk nem teljes körű!

[elérhetőségek]

3. reklám

Lépje meg!

Keressen fel minket!

Ha vásárolna:

autót lakást, telket vagy felújítana.

Igényelt összeg	Futamidő/fix alaprészlet	
	120 hó	180 hó
1.000.000	8.333	5.556
2.000.000	16.667	11.111
3.000.000	25.000	16.667
5.000.000	41.667	27.778
10.000.000	83.333	55.556
+Megbízási díj/év	3,92%	2,81%

[a fenti táblázat többféle tartalommal került szerepeltetésre]

Hívjon minket és számoljon utána!

[igen apró betűvel:] Tevékenységünk fogyasztói csoportok szervezésére irányul. A vásárlói joghoz jutás időpontja a szerződésben vállalt feltételek teljesüléséről függ! Részletekért keresse ügyfélszolgálatunkat!

[elérhetőségek]

4. reklám

Nem hitelképes?

Nehezen teljesíthetőek a banki feltételek?

A lehetséges megoldás: fogyasztói csoport

Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!

1.000.000 Ft havi	7.900 Ft-tól [egyres reklámokban ettől eltérő összeg szerepelt]
2.000.000 Ft havi	15.800 Ft-tól [egyres reklámokban ettől eltérő összeg szerepelt]
3.000.000 Ft havi	23.700 Ft-tól [egyres reklámokban ettől eltérő összeg szerepelt]
5.000.000 Ft havi	39.500 Ft-tól [egyres reklámokban ettől eltérő összeg szerepelt]
10.000.000 Ft havi	79.000 Ft-tól [egyres reklámokban ettől eltérő összeg szerepelt]

Hívjon minket és számoljon utána!

[egyres esetekben igen apró betűvel, egyres esetekben a fő szövegre merőlegesen:] Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű.

[elérhetőségek]

5. reklám

Nem hitelképes?

Nehezen teljesíthetőek a banki feltételek?

A lehetséges megoldás: fogyasztói csoport

Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!

Szerződött összeg	Futamidő/FIX havidíj		
	5 év	10 év	15 év
1 M Ft	19 100 Ft	11 600 Ft	7 900 Ft
3 M Ft	57 300 Ft	34 800 Ft	23 700 Ft
5 M Ft	95 500 Ft	58 000 Ft	39 500 Ft
10 M Ft	191 000 Ft	116 000 Ft	79 000 Ft

[igen apró betűvel, a fő szövegre merőlegesen:] Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat. Hirdetésünk nem teljes körű.

[elérhetőségek]

6. reklám

Nem hitelképes?

Nehezen teljesíthetőek a banki feltételek?

A lehetséges megoldás: fogyasztói csoport

Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!

Szerződött összeg	FIX havidíj (alaprészlet 3 megbízási díj)		
	5 év	10 év	15 év
1 M Ft	19 100 Ft	11 600 Ft	7 900 Ft
3 M Ft	57 300 Ft	34 800 Ft	23 700 Ft
5 M Ft	95 500 Ft	58 000 Ft	39 500 Ft
10 M Ft	191 000 Ft	116 000 Ft	79 000 Ft

[igen apró betűvel, a fő szövegre merőlegesen:] Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat. Hirdetésünk nem teljes körű.

[elérhetőségek]

7. reklám

Itt az ideje felkeresni minket!

Ha nem hitelképes, de vásárolna: autót, lakást, telket vagy felújítana.

Fogyasztói csoport mindenkinek!

Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!

Igényelt összeg	Futamidő/fix alaprészlet
-----------------	--------------------------

	120 hó	180 hó
1.000.000	8.333	5.556
2.000.000	16.667	11.111
3.000.000	25.000	16.667
5.000.000	41.667	27.778
10.000.000	83.333	55.556
+Megbízási díj/év	3,92%	2,81%

[igen apró betűvel:] Tevékenységünk vásárlói csoportok szervezésére irányul, mely egy alternatív finanszírozási forma. A vásárlói joghoz jutás időpontja a szerződésben vállalt feltételek teljesülésétől függ! Részletekért keresse fel ügyfélszolgálatunkat. Hirdetésünk nem teljes körű!

[elérhetőségek]

8. reklám

Itt az ideje felkeresni minket!

Ha nem hitelképes, de vásárolna: autót, lakást, telket vagy felújítana.

Fogyasztói csoport mindenkinek!

Bar-listásoknak és nyugdíjasoknak is!

Igényelt összeg	Futamidő/alaprészlet	
	120 hó	180 hó
1.000.000	8.333	5.556
2.000.000	16.667	11.111
3.000.000	25.000	16.667
5.000.000	41.667	27.778
10.000.000	83.333	55.556
+Megbízási díj/év	3,92%	2,81%

[egyes hirdetésekben:] Hívjon minket és számoljon utána!

[egyes hirdetésekben igen apró betűvel, a fő szövegre merőlegesen:] Kérjük, hogy részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat. Hirdetésünk nem teljes körű.

[elérhetőségek]

35. A Metropol újság egy közelebből nem ismert számában a következő kereskedelmi kommunikáció jelent meg:

Ez nem HITEL! Ez fogyasztói csoport!

A beszűkült hitelezési lehetőségek mellett jó alternatív megoldást jelenthetnek a fogyasztói csoportok, azoknak az idősöknek, BAR-listásoknak is, akik a bankoktól nem kapnának hitelt.

Az első fogyasztói csoportok a 90-es évek elején jelentek meg hazánkban. Kezdetben jellemzően autóvásárláshoz nyújtottak segítséget, majd később az ingatlanvásárláshoz is sokan választották ezt a megoldást. Azóta a csoportok működése sokkal modernebb, összetettebb lett. A rendszer lényege, hogy azon ügyfelek, akik valamely ingó-ingatlan vagyontárgyat kívánnak megvásárolni, szerződést kötnek a csoportszervező társasággal, és a választott futamidő alatt fizetik a fix havi részletet a vásárlói joghoz való hozzájutáson át a futamidő végéig. Minden hónap végén a közgyűlés határozza meg a hozzájutás sorrendjét.

- A Group Saving Kft. már hosszú évek óta jelen van Magyarországon, és több ezer ügyfele van. Az idáig szerzett tapasztalatok biztosítékokat jelentenek a régi és új ügyfeleinknek. Társaságunk úgy alakította ki működési folyamatait, hogy figyelembe vette a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF) ajánlásait – hangsúlyozta Bognár Péter, a cég ügyvezetője. Továbbá lapunknak elmondta, hogy jelenleg Magyarországon a fogyasztói csoportok szervezése szabályozatlan terület, ennek következtében konkrét felügyelet nélkül van.

- Fontosnak tartanánk olyan kormányrendelet létrehozását, amely követelményeket, elvárásokat támasztana a csoportokat szervező társaságokkal szemben, továbbá hogy a kialakuló kormányrendelet személyi és tárgyi feltételeket írjon elő a szervezőtársaságok számára – vélekedett Bognár Péter. A fogyasztói csoportokkal, illetve a fenti céggel kapcsolatos további információkat a www.groupsaving.hu honlapon olvashatnak.

36. A Group Saving Kft. <http://www.groupsaving.hu/> címen elérhető honlapjának a vizsgálattal érintett időszakban elérhető tartalma nem ismert. A Group Saving Kft. nyilatkozata (Vj-2-064/2011.) szerint a honlapon 2009. szeptember 9. és 2011. január 24. között lényegi változás nem történt. A honlap 2011. június 16-i elérhető tartalma szerint részletes információkat közölt a fogyasztói csoportokról.

VI.

Az eljárás alá vontak előadása

37. Az eljárás alá vontak a Versenytanács előzetes álláspontjának elkészítéséig érdemi védekezést nem terjesztettek elő.
38. A Versenytanács előzetes álláspontjára küldött észrevételeiben (Vj-002-106/2011. sz. irat) a Group Saving Kft. kifejtette, hogy csak a honlapján tett közzé információt tevékenységéről, ő maga hirdetést nem jelentetett meg, inkább a Navi Trend Kft-nek és a Conect Trade Kft-nek érdeke a hirdetés, profitot az náluk eredményez. Felhívta a Versenytanács figyelmét, hogy a PSZÁF 2010. áprilisi próbavásárlása során megállapította, hogy a Group Saving Kft tájékoztatása megfelelő, illetve felhívta a figyelmet a Fogyasztói Csoportok Egyesületének aktivitására. Kérte a Versenytanácsot, vegye figyelembe, hogy a fogy csoportok szervezését, működését még mindig nem szabályozza jogszabály, illetve hogy a 2010. évi bevételének jelentős hányada már vásárlói jogot nyert ügyfelektől folyt be.
39. A Conect Trade Kft. jogi képviselője a tárgyalásra benyújtott Vj-002-100/2011. sz. beadványában indítványozta, hogy a GVH – az eljárás alá vont általi költségviselés mellett – „közvélemény kutató céggel [vizsgáltassa] meg a vizsgálat tárgyát képező hirdetések általánosan elfogadott jelentés tartalmát: „a közvélemény kutatás célja, hogy a vitatott hirdetések banki hitel hirdetésének látszatát keltik-e.”

VII.

Jogi háttér

40. 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.
41. 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.

42. 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. §).
43. 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.
44. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:
- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termék megnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
 - b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.
45. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő

kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.

46. 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.
47. 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. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
48. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d), f) és h) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását, h) elrendelheti a jogsértő tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét.
49. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VIII.

A Versenytanács döntése

50. A Gazdasági Versenyhivatal által a fogyasztói csoportokat szervező, működtető vállalkozásokkal szemben korábban lefolytatott eljárásokban megszületett határozatok bírósági felülvizsgálata során hozott ítéletekben a bíróságok világos, egyértelmű megállapításokat tettek a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő vállalkozások kereskedelmi kommunikációival összefüggésben (a Vj-1/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.673/2005/5. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.707/2006/7. számú ítéletét; a Vj-149/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.275/2006/7. számú ítéletét; a Vj-150/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.843/2006/6. számú ítéletét; a Vj-183/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 7.K.32.243/2006/9. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.223/228. számú ítéletét; a Vj-207/2005. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 11.K.33.078/2006/10. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.124/2007/6. számú ítéletét; a

Vj-163/2007. számú ügy kapcsán lásd a Fővárosi Bíróság 2.K.33.174/2008/7. számú és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.097/2009/5. számú ítéletét; a Vj-13/2010. számú ügy kapcsán a Fővárosi bíróság 2.K.34.217/2010/6. számú ítéletét).

51. Az ítéletekben foglaltak alapján a Versenytanács az alábbiakat emeli ki:

- a jogi szabályozás azt a kötelezettséget rója a vállalkozásokra, hogy az adott szolgáltatás kereskedelmi kommunikációja igaz, pontos és valóságos legyen, valós képet adjon a szolgáltatásról. Jogilag tilalmazott, hogy a kereskedelmi kommunikáció (így pl. a reklám) akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti,
- ha a vállalkozás reklámjában bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor annak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóság-hű módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a vállalkozásé a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. A reklámot alkalmazó vállalkozásnak mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson, ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra,
- minden olyan reklámmal szemben, amely bármi módon a pénzhez jutás ígéréssel kecsegtet, egy magasabb elvárhatósági szint fogalmazódik meg a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt. Ezen esetekben a hitelesség, a pontosság kiemelkedő szerepet kap,
- a joggyakorlat által megkövetelt teljes körű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott szolgáltatás lényeges (különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy szolgáltatáshoz képest előnytelen) tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán figyelemmel kell lenni a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez,
- a reklámok címzettjei az átlagos fogyasztótól eltérő hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett rászoruló fogyasztók (BAR-listások, nyugdíjasok stb.), akik az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közlése,
- a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül
 - az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor, amely tovább növeli a fogyasztói várakozások teljesülésének bizonytalanságát, mivel a teljesítés jelentős részben azon fogyasztók jövőbeni, több éven (akár 20 éven) át tartó rendszeres teljesítésétől függ, akik fizetőképességét/fizetőkészségét a bankok korábban már kétségesnek ítélték, s akik anyagi helyzete ezt követően valószínűsíthetően nem javult,
 - a szerencseelem léte,
 - az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz,

- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira ki kell terjednie, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége,
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 20 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható,
- a reklám jogsértő jellegét nem szünteti meg, hogy abban közzétételre kerülnek olyan kitételek, mint például „Nem kap hitelt?”, „Nehezen teljesíthető banki feltételek”, „Van más megoldás”, mivel a fogyasztó a reklám egésze alapján arról győződhetett meg, hogy a kívánt pénzösszeghez azonnal hozzájuthat,
- a fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának,
- a fogyasztói csoportok tevékenységét jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás,
- nem megalapozott az a védekezés, hogy a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kell vizsgálni, a kapcsolatfelvételt követően a fogyasztók, ügyfelek teljes körű tájékoztatást kapnak, mivel
 - nemcsak a teljes információs folyamat végeredményének, hanem annak minden elemének, és különösen a reklámnak is korrektnek kell lennie,
 - a reklám közzétételével megvalósult a jogsértés,
 - a reklám célja nem csupán információátadás, hanem ezen túlmenően egy adott termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelése, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítása,
 - a reklám megtévesztő jellegét attól függetlenül kell vizsgálni, hogy az azt közzétevő vállalkozás más jogszabály [pl. a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény 205.§-ának (3) bekezdése, illetve 205/B.§-ának (2) bekezdése] alapján egyébként milyen módon köteles a vele (adott esetben éppen egy sikeres reklámkampány hatására) szerződni kívánó fogyasztókat tájékoztatni a megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről. A reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére, vagyis ha a vállalkozás a külön jogszabályokban foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz,
 - ha a védekezés elfogadást nyerne, az azt is eredményezhetné, hogy amennyiben egy termékről vagy szolgáltatásról telefonos vagy személyes megbeszélés során pontos tájékoztatás kapható, akkor az azt megelőző reklámban bármi következmények nélkül állítható lenne.

Érintett fogyasztói kör

52. A jelen eljárásban vizsgált kommunikációs eszközök által népszerűsített szolgáltatás vonatkozásában megkülönböztetendő két fogyasztói kör:

a) azon fogyasztók, akiket a bankok elutasítanak (lásd az 1. és a 2. reklámot), a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülnek, abból kirekesztettek, nem hitelképesek (lásd a 4-8. reklámokat). Egyes reklámokban külön is nevesítésre kerültek a BAR-listások és a nyugdíjasok (lásd a 4-8. reklámokat). Ezek a fogyasztók az átlagosnál

jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztókhöz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Amint azt a bírói gyakorlat aláhúzza, az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljes körű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közlése,

b) a fenti körbe nem tartozó fogyasztók, akik számára szintén pénzügyi megoldást kínál az adott szolgáltatásra vonatkozó tájékoztatás.

53. 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.

54. Az „ésszerűség” kapcsán a Versenytanács – figyelemmel a bírói gyakorlatra is – kiemeli,

- a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak, s a fogyasztó - számára költségmegtakarítást eredményezően - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
- 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 tájékoztatói folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

55. Az adott helyzetben általában elvárható magatartás, s azon belül adott helyzetben általában elvárható figyelmesség és körültekintés vonatkozásában a Versenytanács kiemeli, hogy

- a fogyasztó által tanúsított magatartás egy olyan döntési folyamat eredménye, amelynek összetett volta és az e folyamatra hatást gyakorló tényezők sokszínűsége alapján megállapítható, hogy a fogyasztói döntést nem lehet egy tisztán racionális megfontolás eredményének tekinteni, mivel megszületésében más (indulati, érzelmi stb.) tényezők is szerepet játszanak. Ennek nem mond ellent az Fttv. sem. A törvény 4. §-ának (1) bekezdése maga sem követeli azt meg, hogy valamely kereskedelmi gyakorlat megítélése során a különböző alternatívák között hideg fejjel, a döntés meghozatalához szükséges információkat teljes körűen feltárva és saját preferenciáit pontosan ismerve eljáró, a számára legkedvezőbb, kizárólag a racionalitásra alapozott döntést meghozó fogyasztót tartsa szem előtt a jogalkalmazó. Az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró fogyasztó nem azonosítható egy, kizárólag az ésszerűségi követelményeknek megfelelően eljáró fogyasztóval. A törvény alkalmazása során egy olyan fogyasztó a mérce, aki általában nem kizárólag az ésszerűség által meghatározottan hozza meg döntéseit. Ezzel nem ellentétes az Fttv. 4. §-a (1) bekezdésében az „ésszerűen tájékozottan” kitétel sem, mivel ez nem abszolútizálja az ésszerűség követelményét, hanem éppen relativizálja azt – hiszen (amint arra előzőleg rámutatott a Versenytanács) az a fogyasztó is ésszerűen tájékozott, aki nem kételkedik a reklámokban tett állításokban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, mivel a kölcsönös bizalmon alapuló gazdaságban a reklámokat egy költséghatékony tájékoztatói lehetőségnek tekinti,

- a fogyasztói döntési folyamat nem racionális elemeinek szerepe az átlagosnál erőteljesebben jelentkezik azon fogyasztók esetében, akik különösen kiszolgáltatottnak minősülnek.

A reklámok szerepe a fogyasztói döntési folyamatban

56. 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. Önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, már kifogásolható, hiszen ennek során 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.

57. A fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenység népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának, s a fogyasztói magatartást jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás. A nyomtatott sajtóban megjelent, a jelen eljárásban vizsgált reklámok kétségkívül alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, amelyet önmagában az a tény is igazol, hogy folyamatosan szükségesnek ítéltetett a reklámok igen jelentős költséggel történő közzététele, hiszen a leendő ügyfelei számára ez jelenti a kapcsolatfelvétel alapját.

A vizsgált kereskedelmi kommunikációk üzenete és megtévesztésre alkalmassága

58. A fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben lefolytatott eljárások kapcsán született korábbi bírósági ítéletek és versenytanácsi határozatok által is kiemelten

- a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámoknak ki kell terjedniük a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira, hiszen a reklám akkor felel meg a hiteles és pontos tájékoztatásnak, ha abból megismerhető a konstrukció egyedisége [így pl. az, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor],
- az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni, így jogsértést eredményez a szolgáltatás részleteit ismertető kereskedelmi kommunikáció esetében, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal a szerencseelemre, valamint arra, hogy a fogyasztó akár több év (akár 20 év) után juthat a kívánt termékhez,
- jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható.

59. A jelen eljárásában vizsgált, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok ezeknek a követelményeknek nem tettek eleget, hiszen a fogyasztó részére kínált összeg mértékére és a fogyasztó által havonta fizetendő [több esetben: fix (lásd az 1., a 3., az 5. a 6. és a 7.

reklámokat)] összegre/alaprészletre és a futamidőre vonatkozó közléseket szerepeltető reklámok elolvasásakor a fogyasztó az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján, a reklám összhatása eredményeként arra a következtetésre juthatott, hogy a reklámozott szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez, amelyet ezt követően havonkénti törlesztéssel fizet vissza. Ezt az értelmezést erősítette, hogy az 1., a 2. és a 3-6. reklámok a banki feltételek nehéz teljesítése miatt el nem érhető banki szolgáltatások alternatívájaként kínálták az adott szolgáltatást mindenki részére, így a hitelképességgel nem rendelkezők számára is, s mivel a bankhitel a fogyasztói igények, szükségletek azonnali kielégítését szolgálja, ezt a tulajdonságot a fogyasztó a kínált szolgáltatásra is vonatkoztatta. A 7. és a 8. reklám az autó-, lakás- és telekvásárlásra és felújításra történő utalással szintén a pénzhez jutás azonnaliságának érzetét erősítette.

60. A összhatásukban pénzkölcsön nyújtására utaló reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet, hogy a kívánt dologhoz előtörlesztés-vállalással (a szerencselem által befolyásoltan), esetleg 15 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire van szükség, egyfajta sajátos belső hitelezésre, amely más oldalról azt eredményezi, hogy miközben a reklámok összhatása pénzkölcsönt, azonnali pénzhez jutási lehetőséget kínál, addig a fogyasztó olyan sajátos, akár 15 évig tartó előtakarékoskodásra kényszerül, amely után nem illeti meg kamat.
61. Az 1., a 2., a 3. és a 7. reklámokban szerepeltetésre került annak közlése, hogy a tevékenység fogyasztói csoportok szervezésére irányul, s a vásárlói joghoz jutás időpontja a szerződésben vállalt feltételek teljesülésétől függ, továbbá a részletes tájékoztatás az ügyfélszolgálatokon szerezhető be. A 4., az 5., a 6. és a 8. reklámokban elhelyezésre került az, hogy a hirdetés nem teljes körű, s a fogyasztó részletes tájékoztatásért keresse fel az ügyfélszolgálatot. A Versenytanács megítélése szerint önmagában ezen, a fogyasztók számára a kínált szolgáltatás tényleges tartalmáról egyértelmű tájékoztatást nem nyújtó közlések, illetve egy, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás, vagy a fogyasztót megillető elállási jog, sem szüntetik meg a reklámok jogsértő jellegét.

Ebből adódóan nem mutatkozott szükségesnek annak külön történő értékelése, hogy a reklámok jellemzően a fenti közlést a tényleges észlelést megnehezítő módon, apró betűvel, egyes esetekben a hirdetés fő szövegének olvasási irányára merőlegesen elhelyezett módon tartalmazták.

Aláhúzza továbbá a Versenytanács, hogy már a Vj-163/2007. számú ügyben hozott (a bíróságok által megerősített) határozatában is megállapította, a „fogyasztói csoport mindenkinek” szlogen nem alkalmas a reklám fő üzenetének a módosítására, a fogyasztók tényleges tájékoztatására a szolgáltatás valódi tartalmáról, hiszen a kifejezés nem utal – szlogenként sem – megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás és konstrukció mivoltára. Önmagában tehát a fentiek reklámban való szerepeltetése nem változtat azon, hogy a fogyasztó a reklámok egésze alapján nem kapott reális tájékoztatást a szolgáltatás tényleges természetéről, az apró betűs szöveg nem volt alkalmas a reklám fő üzenetének, összhatásának a módosítására, a fogyasztók tényleges tájékoztatására a szolgáltatás valódi tartalmáról, mivel nem utalt megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás és konstrukció mivoltára.

62. A Versenytanács kiemeli továbbá, ha a fogyasztó a számára kedvező kimenetelű sorsolás hiányában előtörlesztés vállalása révén jut vásárlási joghoz, akkor a reklámozott és a szerződésben meghatározott összegnél ténylegesen alacsonyabb mértékű juttatásban részesül. Amint azt a Vj-132/2009. számú eljárásban is aláhúzza a Versenytanács, a

fogyasztó által igényelt összeg nagyságától függetlenül megállapítható, hogy nem, vagy csak kivételes esetben felelnek meg a valóságnak a fix havi díjakra vonatkozó reklámállítások. A fogyasztói csoport tagjainak csak töredékére lehet igaz, hogy a reklámban szereplő havidíj mellett, a tagsági jogviszony keletkezésétől számított rövid időn belül ténylegesen hozzá is juthat a reklámban szereplő értékhez. Ahhoz, hogy valaki meghatározott összegű vásárlói joghoz jusson, jelentős összegű előtörlesztést kell vállalnia. Ebben az esetben azonban megváltozik a szerződés tárgya, a szerződésben meghatározott összegnél sokkal alacsonyabb érték kerül rögzítésre. Az előtörlesztést vállaló számára a vásárlói jog elnyerését követően sem a fix havi alapdíjak, sem a vásárlói jog értéke nem a tájékoztatások szerint alakul. „Sikeres” tehát csak a reklámokban megjelenítettektől számottevően eltérő feltételekkel lehet a fogyasztói csoport tagja.

63. A reklámokban szereplő nagyobb összegű (pl. 5, 10 millió Ft-ot kitevő) vásárlói jogokkal kapcsolatos tájékoztatások kapcsán további problémák forrása, hogy ehhez több szerződést kell kötnie a fogyasztónak. A nagyobb összegek több megbízási szerződéssel, többszöri regisztrációs díjjal, még magasabb törlesztési hajlandósággal és nyilvánvalóan más nyeresési eséllyel érhetőek el, így ezen összegek sem igazak önmagukban, megjelenítésük a reklámokban látható összefüggésben megtévesztő.
64. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok (lásd 33. bekezdés) alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére. Mivel valamennyi reklám jogsértőnek minősül, szükségtelen volt annak pontos meghatározása, hogy az egyes reklámok mikor, mely napokon jelentek meg.
65. A Versenytanács megjegyzi, hogy a fogyasztók felé irányuló kereskedelmi kommunikáció problematikus voltára mutat rá az is, hogy a Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportok esetében a rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan magas az elállási, illetve felmondási joggal élő fogyasztók aránya.

Az eljárás alá vontak felelőssége a megtévesztésre alkalmas kereskedelmi gyakorlatért

66. Az Fttv. 9. §-a értelmében

- a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, abban az esetben is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára,
- a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért a vállalkozással egyetemlegesen felel, aki
 - a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, vagy
 - önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy
 - ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt,kivéve, ha a jogsértés a vállalkozás utasításának végrehajtásából ered.

67. A Versenytanács megállapította, mind az öt eljárás alá vont vállalkozás felelőssége fennáll a vizsgált, nyomtatott sajtóban megjelent reklámok jogsértő jellege kapcsán, az alábbiak szerint.

68. A Group Saving Kft. 2009. szeptember 9. és 2011. január 24. között (a teljes vizsgálattal érintett időszakban megbízási díj formájában) közvetlenül részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből, s közvetlenül érdekében állt a

kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése, ezért fennáll a felelőssége a 2009. szeptember 9. és 2011. január 24. között a nyomtatott sajtóban megjelentetett, az általa működtetett fogyasztói csoportokat népszerűsítő reklámok révén megvalósult kereskedelmi gyakorlatért.

69. A Versenytanács aláhúzza, az Fttv. 9. §-ának (2) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. Ebből fakadóan az Fttv. 9. §-a alapján akkor is megállapítható a Group Saving Kft. felelőssége, ha a reklámokat nem ő, hanem megbízottai vagy azok megbízottai tették közzé.
70. A Navi Trend Kft. 2009. szeptember 9. és 2010. június 14. között közvetlenül részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből (regisztrációs díj formájában), s közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése. Emellett az is ismert, hogy Navi Trend Kft. megrendelésének eredményeként jogsértő reklámok 2010. június 1. és 25. között jelentek meg (a Navi Trend Kft. 2010. június 9-én rendelte meg azt a reklámot, amely 2010. június 25-én jelent meg), illetve a New Face Média Kft. a Navi Trend Kft.-vel mint megbízóval megkötött megállapodás alapján jelentette meg a jogsértő reklámokat 2009. szeptember 9. és 2010. június 1. között. Mindezekre tekintettel a Versenytanács szerint a Navi Trend Kft. felelőssége megállapítható az Fttv. 9. §-ának (1) és (2) bekezdése alapján a 2009. szeptember 9. és 2010. június 25. közötti időszak vonatkozásában.
71. A Conect Trade Kft. 2010. június 14. és 2011. január 24. között közvetlenül részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből (a részére megfizetett regisztrációs díjak összegét a Vj-2-020/2011. számú irat ismerteti), s közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése, ezért fennáll az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése szerinti felelőssége a 2010. június 10. és 2011. január 24. között a nyomtatott sajtóban megjelentetett, általa megrendelt, a Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportokat népszerűsítő reklámok révén megvalósult kereskedelmi gyakorlatért. A Versenytanács a jogsértés kezdőidőpontját a Conect Trade Kft. által megjelentetett első ismert reklám megjelenési időpontjára (2010. június 10.) figyelemmel állapította meg (Vj-2-069/2011.). Megjegyzi a Versenytanács, a Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportokat népszerűsítő, más-más vállalkozások által megrendelt reklámok közötti kapcsolatra mutat rá a Conect Trade Kft. és az egyik kiadó között 2010. június 10-én létrejött ügyfél megrendelési megállapodás (Vj-2-069/2011.), amelynek értelmében a Conect Trade Kft. szerződéses vállalásaiba beleszámítanak a New Face Média Kft. korábbi szerződése alapján megjelent reklámok is.
72. A jogsértő reklámokat 2009. szeptember 9. és 2010. május 31. között megrendelő New Face Média Kft. közvetlenül, százalékban meghatározva részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből, közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése, s így ezen időszakra szólóan megállapítható a felelőssége az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján.
73. A Milsec Kft. a 2010. év 46. (2010. november 15-ével kezdődő) hete és a 2011. év 4. hete között rendelete meg a jogsértő reklámok közzétételét, s közvetlenül, a jutaléktáblázat alapján százalékban meghatározva részesült a fogyasztókkal megkötött szerződésekből származó bevételből, közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése, s így a 2010. év 46. hete és 2011. január 24. közötti időszakra szólóan megállapítható a felelőssége az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján.

74. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapítja, hogy

- a Group Saving Kft. 2009. szeptember 9. és 2011. január 24.,
- a Navi Trend Kft. 2009. szeptember 9. és 2010. június 25.,
- a Conect Trade Kft. 2010. június 10. és 2011. január 24.,
- New Face Média Kft. 2009. szeptember 9. és 2010. május 31.,
- a Milsec Kft. 2010. 46. hete (2010. november 15-21. közötti hét) és 2011. január 24.

között a Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, amikor a fogyasztók számára valótlan képet nyújtottak a kínált szolgáltatásról, s a fogyasztók ezáltal tévesen azt gondolhatták, hogy a szerződés megkötését követően azonnal pénzhez jutnak. Az eljárás alá vontak kereskedelmi gyakorlatukkal [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének a) és b) pontjára] megsértették az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

75. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján a határozat kézhezvételétől számított 15 nap elteltével megtiltja a Group Saving Kft. által működtetett fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2009. szeptember 9. és 2011. január 24. között megjelentetett reklámok alkalmazásával megvalósult, a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

76. A fentiek mellett a Versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírság kiszabását látta indokoltnak az eljárás alá vontakkal szemben. A bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú Közleménye (a továbbiakban: Közlemény) foglalja össze. A Közlemény a Kúria (korábbi elnevezéssel: Legfelsőbb Bíróság) megközelítését figyelembe véve kiemeli, hogy a bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz, s olyan összegű, amely az eljárás alá vontat és más vállalkozást hasonló magatartástól visszatart. A Versenytanács Közleményben összefoglalt gyakorlata szerint a bírság összegének kiindulópontjául szolgálhat a jogsértő tájékoztatással járó költség, vagy a jogsértéssel érintett piacon realizált időarányos árbevétel, amely mértéket a releváns súlyosító és enyhítő körülmények növelhetnek, illetve csökkenthetnek. Ezt követően szükséges annak mérlegelése, hogy az így kalkulált bírságösszeg összességében alkalmas-e a kívánatos következmények elérésére.

77. A Közleményben foglaltakra figyelemmel az eljáró Versenytanács a bírság kiszabása során a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert költségek mértékéből indult ki (lásd jelen határozat 33. bekezdése).

78. A kiszabott bírságösszeg vonatkozásában a Versenytanács – az előző bekezdésben említett szempontokra és a fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben lefolytatott eljárásokban követett gyakorlatára figyelemmel – az eljárás alá vontak tekintetében súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy

- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele időben elhúzódott,

- az elkövetési mód kapcsán nagyfokú intenzitás állt fenn, a jogsértő reklámok jelentős példányszámú, a fogyasztók igen széles körét elérő lapokban számos alkalommal jelentek meg,
- a jogsértő magatartással megcélzott, illetve elért fogyasztói kör részben az átlagosnál sérülékenyebb,
- az érintett szolgáltatás bizalmi jellegűnek minősül,
- a fogyasztó számára egy hosszú távú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba történő belépés, s így a kereskedelmi gyakorlat hatása időben elhúzódó,
- a vállalkozások magatartása nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének, ezért felelősséggel minősül,
- az eljárás alá vont vállalkozások esetében (a Milsec Kft. kivételével) korábban már megállapította a Versenytanács, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmas, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, mely körülmény súlyát növeli, ha különös ismétlés áll fenn (a vállalkozás ugyanolyan vagy hasonló jogsértést követ el ismét).

79. Enyhítő körülményként vette ugyanakkor figyelembe a Versenytanács, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthattak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban.

80. Az így kalkulált bírságösszeget vetette össze ezután a Versenytanács a törvényben rögzített maximum-értékekkel, melyhez a Conect Trade Kft. esetében a 2010. üzleti évre, a többi eljárás alá vont esetében a 2009. üzleti évre vonatkozó nettó árbevételi adatok álltak rendelkezésre. Tekintettel arra, hogy a New Face Média Kft. és a Milsec Kft. kivételével a kalkulált bírságösszegek magasabbak voltak, mint a törvényi maximum (a rendelkezésre álló árbevételi értékek 10%-a), a Versenytanács a Group Saving Kft., a Navi Trend Kft. és a Conect Trade Kft. esetében a törvényi maximumhoz közel eső összegben állapította meg a versenyfelügyeleti bírság összegét.

IX. Egyéb kérdések

81. 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. Az Fttv. 11. §-ának (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. Az Fttv. 11. §-ának (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.

82. 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 részben országos terjesztésű időszakos lap útján valósult meg, és a vizsgált kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el.
83. A Conect Trade Kft. a Versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételében (Vj-002-100/2011. sz. irat) indítványozta, hogy a GVH – a költségek eljárás alá vont általi fedezése mellett – közvélemény-kutató céggel vizsgálta meg a vizsgálat tárgyát képező hirdetések általánosan elfogadott jelentéstartalmát, annak a kérdésnek megválaszolására, hogy a vitatott hirdetések banki hitel hirdetésének látszatát keltik-e.
84. A Versenytanács a bizonyítási indítványt elutasította, mivel az indítványozott kutatás lefolytatása sem a tényállás megállapításához, sem a vizsgált kereskedelmi gyakorlat Fttv. szerinti értékeléséhez nem mutatkozott szükségesnek, nem merült fel olyan kérdés, amelynek megválaszolására a Versenytanácsnak különleges szakértelemmel bíró közreműködőt kellett volna igénybe vennie.

Budapest, 2012. január 27.

dr. Dobos Gergely sk.
előadó versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanács tag

dr. Zlatarov László sk.
versenytanács tag