



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj/069-039/2011.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Kenessei Tamás ügyvezető által képviselt **Project-West 2011 Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Sopron) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t .**

A Versenytanács megállapítja, hogy a Project-West 2011 Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2011. január 27. és 2011. augusztus 28. között megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

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

A Versenytanács kötelezi a Project-West 2011 Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.-t ötvenezer forint (50.000,-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 PROJECT-WEST 2011 Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (korábbi elnevezéssel: HELP IN-WEST TRIÓ Tanácsadó és Szolgáltató Kft.) ellen (2011. szeptember 5-én), hogy az eljárás alá vont az ügyindításig terjedő időszakban 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.

## **II. Az eljárás alá vont**

2. A 2011-ben alakult eljárás alá vont fogyasztói csoportok szervezésével és kezelésével foglalkozik. Jelenleg egy irodahelyiséggel rendelkezik Sopronban, 2011 márciusáig Veszprémben, 2011 májusáig Szombathelyen is működtetett irodát.
3. Az eljárás alá vontnak a 2011. évi nettó árbevételére vonatkozó előadásait a Vj-69-10/2011. számú irat tartalmazza.

## **III. A fogyasztói csoport**

4. A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 2. §-ának i) pontja értelmében fogyasztói csoport a szervezők - díjazás ellenében történő - közreműködésével a csoport tagjai pénzének összegyűjtésén alapuló minden olyan csoport, amelynek célja, hogy minden tagja az általa előre meghatározott dolog tulajdonjogát a tagok befizetéseiből, előre meghatározott időtartamon belül - véletlenszerű vagy többletfeltételek vállalásától függő kiválasztás útján - a csoport segítségével megszerezze.
5. Más szavakkal 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 (ingó vagy ingatlan) dolog tulajdonjogát az adott csoport egyes tagjai a csoport segítségével megszerezzék.
6. 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.
7. A szervező által rendszeresen megrendezett közgyűléseken megtartott sorsolásokon és/vagy előtörlesztés vállalása következtében dől el (ez utóbbi esetben annak alapján,

hogyan 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 kedvezményezett minőség), mely tagok számára nyílik meg a lehetőség annak, hogy megvásárolják a meghatározott ingóságot vagy ingatlant.

8. A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztó is hozzájuthat (adott esetben akár 5-25 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 elótakarékossági jelleg háttérbe szorul, és a részletfizetési vásárlási jelleg kerül előtérbe).
9. 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 hátrasorolásával járhat.
10. 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.
11. 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.
12. A fogyasztói csoportok szervezését, működését külön speciális jogszabály a vizsgálattal érintett időszakban nem szabályozta. A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény a 2011. évi CXCV. törvény 162. §-ának (6) bekezdésével módosított 16/B. §-a 2012. január 1-jétől előírja, hogy fogyasztói csoport 2014. január 1-jéig nem hozható létre. A törvény 55. §-a (1) bekezdésének 1) pontja felhatalmazza a Kormányt, hogy a fogyasztói csoportok szervezésére és működésére, valamint a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos fogyasztóvédelmi hatósági feladatok ellátását végző szerv kijelölésére, annak feladat- és hatáskörére vonatkozó részletes szabályokat rendelettel határozza meg. A rendelet még nem jelent meg.
13. 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.
14. 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.

15. 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 15-25 év múlva. Az előbbieknél alapján tehát a fogyasztói csoport nyújtotta lehetőség ténylegesen nem tekinthető a hitel alternatívájának.
16. 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-91/2010., Vj-2/2011., Vj-5/2011., Vj-33/2011.). A Versenytanács határozataival szemben benyújtott kereseteket a bíróságok elutasították.

#### IV.

#### Az eljárás alá vont által szervezett fogyasztói csoportok

17. Az eljárás alá vont 2011 januárjában kezdte el a fogyasztói csoportok szervezését.
18. A fogyasztói csoportok kapcsán – figyelemmel az eljárás alá vont által alkalmazott Általános Szerződési Feltételekben (Vj-69-010/2011.) foglaltakra – kiemelendő, hogy
- az eljárás alá vont mint megbízott kötelezi magát arra, hogy a szerződés tárgyának eladója/szolgáltatója, valamint a megbízó között létrejövő adásvételi/szolgáltatási szerződés megkötésének feltételeit megteremti és a megbízó a szerződés tárgyát a megbízási szerződésben meghatározott számú részlet megfizetése mellett tulajdonként megszerezhesse,
  - a megbízás tárgya a felek között létrejött szerződés tartalmával összhangban a szerződés tárgyát képező dolog/szolgáltatás „részletfizetéses” megszerzésének elősegítése fogyasztói csoportok szervezése útján,
  - a megszerzendő dologhoz/szolgáltatáshoz tartozó vásárlói jog megszerzése az Általános Szerződési Feltételekben részletezett szabályok szerinti, havonta megtartandó elbíráláson történik, oly módon, hogy a megbízott (az eljárás alá vont) képviselője meghatározza, a közös alap alapján hány vásárlói jog átadása válik lehetővé. Az ilyen módon meghatározott számú vásárlói jog átadására vonatkozóan a kijelölés az elbíráláson előtörlesztés vállalás útján történik. Az Általános Szerződési Feltételek értelmében az előtörlesztés vállalás a megbízó csoporttagok között nem árverseny, hanem adott törlesztőrészek esedékesség előtti felajánlását jelenti. Ennek megfelelően az adott havi elbíráláson az szerzi meg a vásárlói jogot, aki a legtöbb havi részlet esedékesség előtti felajánlását teszi. A jogot elnyert megbízó csökkentett vásárlói jogot szerez meg: a törlesztés időtartama és a dolog szolgáltatás ellenértékéért kifizetésre kerülő összeg az előtörlesztés vállalásának mértékével csökken,

- a megbízott a befizetett dolog/szolgáltatás díjelőlegeiből a csoport részére pénzügyi alapot képez. A megbízási díj nem része a közös alapnak,
- a megbízók a szerződés megkötésekor egyszeri regisztrációs díjat fizetnek a megbízott eljárás alá vont részére. A regisztrációs díj pontos mértékéről az Általános Szerződési Feltételek nem nyújt tájékoztatást. Az eljárás alá vont nyilatkozata értelmében a regisztrációs díj 1 millió forint esetén 50.000 Ft,
- a megbízók havonta fizetik
  - a csoport közös pénzügyi alapját képező havi alaprészletet [a dolog/szolgáltatás ára/díja, elosztva a csoport működési hónapjainak számával (futamidő)],
  - a megbízási díjat (a szerződésben meghatározott megbízási díj és a csoport futamidejének hányadosa). A megbízási díj a 60 és a 180 hónap futamidőre létrejött csoportnál 40%, a 300 hónapra létrejött csoportnál pedig 59,99%,
- a megbízót (a fogyasztót) a szerződés keltétől számított 30 napig, de maximum a soron következő elbírálás napjáig indoklás nélkül elállási jog illeti meg, amelyet a megbízott székhelyére elküldött írásbeli nyilatkozatával teheti meg. A megbízó elállása a szerződést felbontja, s a megbízó részére teljesített egyszeri regisztrációs díj 20%-ának forintban kifejezett értékét a megbízott a megbízónak visszatéríti, legkésőbb az elállástól számított 90 napon belül. Ha a megbízó a soron következő elbíráláson részt vesz, úgy számára az elállás lehetősége megszűnik,
- ha a megbízó még nem vette át a vásárlói jogot, s egymást követő 2 hónap törlesztő-részletével késedelembe esik, a csoportból minden külön értesítés nélkül automatikusan kiesik, kizárattatik. Kizárás esetén a futamidő végén kifizetendő összegből a megbízottat megilleti a megbízási szerződésben rögzített megbízási díj,
- felmondás, kizárás esetén az egyszeri regisztrációs díj nem kerül visszafizetésre.

19. Az eljárás alá vont három vásárlói csoportot szervez, amelyek futamideje 60 hónap (5 év), 180 hónap (15 év) és 300 hónap (25 év). A legmagasabb egy szerződésen belül igényelhető összeg 3.000.000 Ft.

20. 2011 januárjának vége és szeptember 5. között a csoporttagok a következő befizetéseket teljesítették:

Csoport	Tagok száma (fő)	A „közös alap” összege (Ft)	Megbízási és regisztrációs díjak, egyéb költségek (Ft)	A sorsolással és az előtörlesztéssel elért vásárlói jogok száma (darab)
60 hónapra szerveződő csoport	15	218.344	527.263	1
180 hónapra szerveződő csoport	25	233.717	1.382.630	0
300 hónapra szerveződő csoport	11	311.799	1.889.606	0
Összesen	51	763.860	3.799.499	1

21. Az eljárás alá vont 2011. szeptember 30-i nyilatkozata szerint ezen időpontig egy darab vásárlói jog került átadásra, a 180 hónapos futamidejű csoportban. Az adott esetben a szerződött összeg 260.000 Ft volt.

**V.**  
**A vizsgált kereskedelmi gyakorlat**

22. A vizsgálattal érintett időszakban az eljárás alá vont a fogyasztói csoportokat szervező, kezelő, népszerűsítő tevékenységgel kapcsolatban rendszeresen jelentetett meg reklámokat a nyomtatott sajtóban.
23. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok megjelenésének adatait, költségeit a vizsgálati jelentés (Vj-69-028/2011.) 2. számú melléklete összegzi.
24. A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok az alábbiakról tájékoztatták a fogyasztókat:

*1. reklám* (megjelent a Veszprémi Napló című lapban 2011. január 27-én)

Megoldás pénzügyi gondjaira  
Vállalkozóknak, magánszemélyeknek  
Aktív BÁR nem akadály  
Választható fix havi részlet  
Nem banki hitel  
3620/2...  
+3620/2...  
Fogyasztói csoport. Vásárlói jog megszerzése

*2. reklám* (megjelent a Magyar Bazár Huba című lapban 2011. január 28-án)

Megoldás pénzügyi gondjaira,  
Vállalkozóknak, magánszemélyeknek,  
Aktív BÁR nem akadály  
Választható fix havi részlet,  
Nem banki hitel,  
+36/20/2..., +36/20/2...  
Fogyasztói csoport, vásárlói jog megvásárlása

*3. reklám* (megjelent a Szombathelyi Maraton című lapban 2011. január 28-án, február 4-én, március 11-én és 18-án, valamint a Veszprémi 7 Nap című lapban 2011. március 11-én és 19-én)

Megoldás pénzügyi gondjaira  
Vállalkozóknak, magánszemélyeknek  
Aktív BÁR nem akadály  
Választható fix havi részlet  
Nem banki hitel  
Érd: +36202..., +36202...  
9700 Szombathely, H...  
Fogyasztói csoport rendszer. Hirdetésünk nem minősül ajánlattételnek és nem teljeskörű, részletekről érdeklődjön elérhetőségeinken.

*4. reklám* (megjelent a Veszprémi Napló című lapban 2011. február 4-én, a Veszprémi 7 Nap című lapban 2011. február 4-én és 11-én, a Top Infó című lapban 2011. február 9-én, a Szombathelyi Maraton című lapban 2011. február 11-én)

Pénzügyi gondjai vannak?  
Mindenre van megoldás

Mindenkinek!  
Havi részlet akár 1 millió 5333 Ft/hó fix  
+3620/2...  
+3620/2...  
Nem bankhitel  
Fogyasztói csoport.

5. *reklám* (megjelent a Veszprémi Napló című lapban 2011. február 16-án és 24-én, a Magyar Bazár Huba című lapban 2011. február 18-án és március 4-én)

Nem jut banki hitelhez?  
BÁR-listás, nincs jövedelem, nyugdíjas, vállalkozó, végrehajtás fenyegeti?  
Hívjon, segítünk!  
A bírálathoz ingyenes. Választható fix havi részlet  
Akár 1 millió Ft 5333 Ft/hó fix  
3620/2...  
+3620/2...  
Fogyasztói csoport.

6. *reklám* (megjelent a Kisalföld lapban több alkalommal: 2011 április 6., 13., 15., 18., 22. május 2., 5., 9., 12., 16., 18., 20., 23., 25., 30., június 1., 3., 6., 8., 10., 15., 17., 20., 22., 24., 27., 29., július 1., 8., 11., 15., 18., 22., 25., 29., augusztus 1., 5., 8., 12., 15., 19., 22., 26., 29.)

Megoldás pénzügyekre magánszemélyeknek, vállalkozóknak, aktív BAR-listásoknak.  
Alacsony törlesztő-részlet 06/20... Fogyasztói csoport vásárlói jog megvásárlása.

7. *reklám* (megjelent a Veszprémi 7 Nap című lapban 2011. február 18-án és 25-én, március 4-én, a Szombathelyi Maraton című lapban 2011. február 18-án és 25-én, valamint március 4-én, Top Infó című lapban 2011. február 23-án és március 9-én)

Nem jut banki hitelhez?  
BÁR-listás, nincs jövedelem, nyugdíjas, vállalkozó, végrehajtás fenyegeti?  
Hívjon, segítünk!  
A bírálathoz ingyenes. Választható fix havi részlet  
akár 1. millió Ft 5333 Ft/hó fix  
20/2...  
Fogyasztói csoport. Hirdetésünk nem minősül ajánlattételnek és nem teljeskörű, részletekről érdeklődjön elérhetőségeinken.

8. *reklám* (megjelent a Veszprémi Napló című lapban 2011. március 3-án és 10-én)

Megoldás pénzügyi gondjaira. Vállalkozóknak, magánszemélyeknek, aktív BÁR nem akadály.  
Választható fix havi részlet. Nem banki hitel. Fogyasztói csoport 3620/2...,+3620/2...

9. *reklám* (megjelent a Soproni Hírsztár című lapban 2011. március 11-én és 25-én)

Megoldás pénzügyi gondjaira vállalkozóknak, magánszemélyeknek.  
Aktív BAR nem akadály. Választható fix havi részlet. Nem banki hitel. +36202...  
Fogyasztói csoport rendszer

10. *reklám* (megjelent a Veszprémi Napló című lapban 2011. március 29-én)

Megoldás pénzügyeire. Aktív BÁR nem akadály. Választható alacsony részletfizetés. Nem banki hitel. 8200 Veszprém, K... 3620/2... Fogyasztói csoport előtakarékossgal.  
Előtörlesztés nem sorsolás.

11. reklám (megjelent a Soproni Hírsztár című lapban 2011. április 1-jén és 15-én, a Soproni Szuperinfó című lapban 2011. április 30-án, május 7-én, 14-én, 21-én és 28-án)

Megoldás pénzügyeire. Aktív BÁR-listásoknak is. Választható alacsony részletfizetés. Nem banki hitel. 9400 Sopron, M... Tel: 0620/2...  
Fogyasztói csoport elótakarékossággal. Előtörlesztés nem sorsolás.

12. reklám (megjelent a Soproni Szuperinfó című lapban 2011. június 4-én, 11-én, 18-án, 25-én, július 2-án, 9-én, 23-án, augusztus 13-án, 19-én, 28-án)

Megoldás pénzügyeire. Aktív BÁR listásoknak is. Választható alacsony havidíj. Nem banki hitel. 3620/298 0025  
Fogyasztói csoport elótakarékossággal. Előtörlesztés nem sorsolás.

## VI.

### Az eljárás alá vont előadása

25. Az eljárás alá vont kiemelte, hirdetéseiben nem pénzt vagy hitelt ígér, hanem vásárlói jogot, megoldást pénzügyi gondokra, abban az esetben, ha valaki fogyasztói csoport tagjává válik. Nem foglalkozik hitel és kölcsön nyújtásával, ezt jogszerűen nem is tehetné.
26. Előadta, a hirdetésekben feltüntetésre kerül, hogy fogyasztói csoportokat szervez, s munkatársai sem nyújtanak az őket felkereső érdeklődőknek arra vonatkozó tájékoztatást, hogy bárki pénzhez juthat. A hirdetések sem tartalmazzák a pénzhez jutás lehetőségét. Mindenkinek elmondja, hogy a regisztrációs díj, valamint az első havi részlet befizetésével válhatnak a fogyasztói csoport tagjává.

## VII.

### Jogi háttér

27. 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.
28. 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.

29. 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. §).
30. 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.
31. 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,
  - c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.
32. 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.

33. 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.
34. 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.
35. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését és f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
36. 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

37. 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 Ítéletkönyv 2.K.f. 27.097/2009/5. számú ítéletét).

38. Az ítéletekben foglaltak alapján a Versenytanács kiemeli, hogy 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 valóságghú 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 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 igénybevételehez szükséges azon feltételek ismertetésére, amelyek elengedhetetlenül szükségesek a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez.
39. Az ítéletek kiemelik továbbá, hogy minden olyan reklámmal szemben, amely bármilyen módon a pénzhez jutás ígéretével kecsegtet, egy magasabb elvárhatósági szint fogalmazódik meg a reklámozott szolgáltatás bizalmi jellege miatt. Ezen esetekben a hitelesség, a pontosság kiemelkedő szerepet kap. A fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos 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 átlagfogyasztóhoz 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.
40. A következőes bírói gyakorlat alapján a fogyasztói csoportok kapcsán lényeges körülménynek minősül, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel” (a tagok befizetéseiből) kerül sor, amely tovább növeli a fogyasztói várakozások teljesülésének bizonytalanságát, valamint a szerencseelem léte, és az a körülmény, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, és azáltal a megszerezni kívánt dologhoz. A bírói gyakorlat a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos reklámokkal szemben elvárásként támasztja, hogy a reklám kiterjedjen a sajátos vásárlási társulás lényeges elemeire, sajátosságaira, abból megismerhető legyen a konstrukció egyedisége, többek között az előtakarékossági jelleg. Jogsértő, ha a reklámban felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható. E tekintetben 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 arra következtethet, hogy a kívánt pénzüsszeghez azonnal hozzájuthat.
41. A bíróságok által megerősített joggyakorlat szerint a fogyasztói csoportok működtetői nem védekezhetnek megalapozottan azzal, hogy a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kell vizsgálni, a kapcsolatfelvételt követően a fogyasztók, ügyfelek teljes körű tájékoztatást kapnak. Nemcsak a teljes információs folyamat végeredményének, hanem

annak minden elemének, és különösen a – termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelését, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítását célzó – reklámnak is korrektnek kell lennie. Ha ez 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. A reklám jogsértő jellege tehát akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére (vagyis adott esetben akkor is, ha a vállalkozás a szerződni kívánó fogyasztók felé a külön jogszabályokban foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz), a reklám közzétételével a jogsértés megvalósult.

### *Érintett fogyasztói kör*

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

a) azon fogyasztók, akik pénzügyi gondokkal küzdenek, a BAR-listán szerepelnek, illetve akiket a bankok elutasítanak, a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülnek, abból kirekesztettek, nem hitelképesek. Ezek a fogyasztók az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben vannak, hiszen az átlagfogyasztóhoz képest nehezebben vagy nem is jutnak hitelhez, így különösen érzékenyen reagálnak a hitelezéssel kapcsolatos lehetőségeket felvázoló reklámokra. Amint azt a bírói gyakorlat is 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 szolgáltatás.

43. 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.

44. 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 tájékozódási folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

45. 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 abszolutizálja 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*

46. 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.

47. 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 kétségtelenül alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, amelyet önmagában az a tény is igazol, hogy az eljárás alá vont folyamatosan szükségesnek ítélte a reklámok igen jelentős költséggel történő közzétételét, hiszen a leendő ügyfelei számára ez jelenti a kapcsolatfelvétel alapját.

48. A nyomtatott sajtóban megjelent, a fogyasztó pénzügyi gondjának megoldását kínáló reklámoknak fontos figyelemfelkeltő hatása van, összehatásuk eljárás alá vont szolgáltatására irányítja azon kiszolgáltatott fogyasztói csoportok figyelmét, akik az

elsődleges célcsoportot jelentik. Ezen fogyasztói kört nevesítetten is megszólítja a reklám (BÁR-listások, nyugdíjasok, végrehajtással fenyegetettek).

*A vizsgált kereskedelmi kommunikációk üzenete és megtévesztésre alkalmassága*

49. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése felsorolja azon tényezők körét, amelyek tekintetében a megtévesztésre alkalmasság felmerülhet. Ilyen tényező a szolgáltatás
- természete [6. § (1) bekezdés a) pont],
  - szolgáltatásának módja, időpontja [6. § (1) bekezdés bd) pont],
  - adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei [6. § (1) bekezdés bg) pont],
  - kockázatai [6. § (1) bekezdés bh) pont],
  - ára, költségei [6. § (1) bekezdés c) pont].
50. A fogyasztói csoportok jellemzőit és az eddigi joggyakorlatot figyelembe véve a fogyasztói csoportok működése kapcsán lényeges körülménynek minősülnek az alábbiak:
- a csoportbeli részvétel keretei, azaz, hogy az adott szolgáltatás nyújtására „belső hitelezéssel”, a tagok befizetéseiből, s nem egy pénzügyi szolgáltató általi hitelnyújtással kerül sor [Fttv. 6. § (1) bekezdés a) és bh) pontok],
  - a vásárlói jog megszerzése, azaz, hogy a fogyasztó a havi részletek megfizetése mellett nem meghatározott forintösszeghez, hanem kizárólag vásárlói joghoz juthat [6. § (1) bekezdés bd) pont],
  - az előtakarékosági jelleg, azaz, hogy a fogyasztói csoport egy sajátos részletvételi konstrukció, amelyben a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem később, akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, s azáltal a megszerezni kívánt dologhoz, azaz a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítését is hangsúlyozva kell a figyelemfelkeltő tájékoztatást közzétenni [6. § (1) bekezdés bd) pont],
  - a szerencseelem léte, azaz, hogy a vásárlói joghoz jutást befolyásolja a csoporttagok száma, illetve a további csoporttagok törlesztési és előtörlesztés vállalási hajlandósága [6. § (1) bekezdés bg) és bh) pontok],
  - az előtörlesztés vállalás lehetősége és költségei, valamint abban való szerepe, hogy a „futamidő” letelte előtt vásárlói joghoz juthat a fogyasztó, valamint a tény, hogy az előtörlesztés vállalása a szerződés tárgyára, a ténylegesen vásárlásra fordítható összeg nagyságára csökkentőleg hat [6. § (1) bekezdés c) pont],
  - az elérhető szerződéses összeg, azaz, hogy legfeljebb meghatározott összegre köthető szerződés, és ezt meghaladó összeg több szerződés kötésével (ily módon az ezzel járó költségek, a konstrukció jellegéből adódó kockázatok stb. többszörözésével) érhető el [6. § (1) bekezdés c) pont],
  - a havi részletek tartalma, azaz, hogy a csoportba való belépés, illetve részvétel milyen költségekkel jár, így az, hogy a törlesztőrészlet mellett egyszeri alkalommal regisztrációs díj és havi rendszerességgel megbízási díj is fizetendő [6. § (1) bekezdés c) pont],
  - a „futamidő” tartama, azaz, hogy milyen időtartamra kötött szerződés mellett érhető el adott havi részlet [6. § (1) bekezdés bd) és c) pontok].
51. A fogyasztói csoport fenti jellemzői – figyelemmel az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésére – olyan lényeges kategóriaképző tulajdonságnak minősülnek, amelyek ismerete nélkül nem hozható tájékozott ügyleti döntés vagy akár körültekintő összehasonlítás. Ily módon, ha ezekről a lényeges jellemzőkről a reklám megtévesztésre alkalmas módon tájékoztat, az

ésszerűen eljáró átlagfogyasztó nincs abban a helyzetben, hogy megalapozott üzleti döntést hozzon.

52. Kiemelendő továbbá, hogy jogsértő, ha a fogyasztói csoportot szervező vállalkozás reklámjában felvázolt tevékenység a használt szavak és kifejezések hétköznapi életben elfogadott jelentése alapján egy lényeges tulajdonságaiban eltérő szolgáltatással, a hitelnyújtással azonosítható.
53. 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 összegre vonatkozó közlést szerepeltető reklám 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.
54. Ezt az értelmezést erősítették a reklámok fix havi törlesztő részletre, havi részletre történő utalása (1-5., 7-9. reklám), illetőleg a reklámok azon közlései, amely szerint „megoldás pénzügyi gondjaira” (1-3., 8-9. reklám), „Pénzügyi gondjai vannak? Mindenre van megoldás” (4. reklám), „Megoldás pénzügyekre” (6. reklám), „Megoldás pénzügyeire” (10-11. reklám, mivel a fogyasztók, s különösen az elsődlegesen megcélzott fogyasztói kör számára a felmerülő pénzügyi gond megoldása nyilvánvalóan nem 5-25 év múlva esedékes. Különösen igaz ez a végrehajtással fenyegetett személyek esetében (lásd az 5. reklámot). E reklámközlésekkel összefüggésben kiemelendő, hogy a fogyasztói csoportok a vásárlói joghoz, s nem a (kész)pénzhez való jutást célozzák.
55. Az sem mellőzhető, hogy nem valamiféle sajátos megtakarításról, előtakarékoságról, hanem kizárólag pénzről van szó a reklámban, amely a fentiek szerint valamiféle jelenbeli szükségletre utal, s nem a fogyasztói csoportok által pontosan meg nem határozható időpontban elérhető, s így időbelileg bizonytalan vásárlói jogra. A reklámoknak a fő üzenetek („megoldás pénzügyeire”, aktív BÁR nem akadály/aktív BÁR listásoknak is”, „választható alacsony részletfizetés/havidíj” által meghatározott összhatásán nem változtatott egyes reklámoknak az a nem hangsúlyosan szerepeltetett közlésre, amely szerint „fogyasztói csoport előtakarékosággal” (10-12. reklám).
56. A hitelképesség hiányára, korlátozott voltára történő utalás (BÁR-listások, nyugdíjasoknak) kapcsán figyelembe veendő az is, hogy a bankhoz történő sikeres fordulás eredménye jellemzően egy azonnali pénzhez jutás, s a reklám ennek alternatíváját kínálja.
57. Miközben a reklámokkal megcélzott fogyasztók (s különösen az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben lévő fogyasztók) számára a felmerülő pénzügyi gond megoldása nyilvánvalóan nem hosszabb idő, akár 20-25 év múlva esedékes, a reklámok alapján a fogyasztóban fel sem merülhet, hogy a kívánt dologhoz előtörlesztés-vállalással (a szerencseem által befolyásoltan), vagy esetleg csak 20-25 év elteltével juthat hozzá, s ahhoz a tagok befizetéseire (egyfajta belső hitelezésre) van szükség (olyan belső hitelezésre, amely más oldalról azt eredményezi, hogy miközben a reklámok azonnali pénzhez jutási lehetőséget kínálnak, addig a fogyasztó olyan sajátos, akár 20-25 évig tartó előtakarékoskodásra kényszerül, amely után nem illeti meg kamat). A megtévesztés egyik releváns eleme a reklámok esetében éppen az, hogy az eljárás alá vont egy olyan hosszú, éveken, évtizedeken át teljesítendő rendszeres fizetési kötelezettséghez köti a fogyasztó által remélt szolgáltatást, amely anyagi teher a hátrányos helyzetben lévő, pénzügyi

gondokkal küzdő fogyasztói kör számára nem, vagy csak rendkívüli nehézségek árán teljesíthető.

58. A ténylegesen nyújtott szolgáltatásnak az is lényeges ismérve, hogy a reklámok összehatásával szemben a fogyasztó a fogyasztói csoportba történő belépést követően nem szükségszerűen juthat közvetlenül pénzhez, mivel a konstrukció értelmében a fogyasztó által megszerezni kívánt dologra irányuló adásvételi szerződés megkötésében meghatározott vételárnak az eljárás alá vontat mint szervezőt terhelő részét az eladónak vagy magának a megbízónak az eljárás alá vont fizeti meg. Aláhúzendó továbbá, hogy a fogyasztó vásárlási joghoz jutási lehetősége az előtörlesztés intézményének alkalmazása esetén a többi csoporttag magatartásától függ, amely kapcsán az sem mellőzhető, hogy ha a fogyasztó több szerződéssel rendelkezik, akkor ez a bizonytalanság fokozottan jelentkezik.
59. Egyes reklámokban (a 3. és 7. reklámban) az eljárás alá vont szerepeltette annak közlését, hogy a hirdetés „nem teljes körű, részletekről érdeklődjön elérhetőségeinken.” A Versenytanács megítélése szerint önmagában ez, illetve egy, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás, de a fogyasztót megillető ellátási jog sem szünteti meg a reklámok jogsértő jellegét.
60. A reklámok valamilyen formában tartalmazták a fogyasztói csoport szóösszetételt („fogyasztói csoport”, „fogyasztói csoport rendszer”). Önmagában ezeknek reklámban való szerepeltetése nem változtat azon, hogy a fogyasztó a jelen esetben a reklám egésze alapján nem kapott reális tájékoztatást a szolgáltatás tényleges természetéről. A Versenytanács utal a Vj-163/2007. számú ügyben hozott (a bíróságok által megerősített) határozatában foglaltakra: 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 utalt megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás és konstrukció mivoltára. Nem mellőzhető az sem, hogy az elsődlegesen megcélzott fogyasztói kör számára nem tekinthető köztudomású ténynek, hogy mi a fogyasztói csoportok konstrukciójának a lényege.
61. A reklámok között volt, amelyik közölte, „nem banki hitel” (1-3., 8-12. reklám), „nem bankhitel” (4. reklám). Ez a közlés sem változtatott azon, hogy a reklámok alapján a fogyasztó nem kapott reális képet az eljárás alá vont által kínált szolgáltatásról, annak természetéről. Egy nemleges tulajdonság kihangsúlyozásával ebben az esetben nem válik egyértelművé és az üzenet részévé a reklám összehatásával ellentétes azon valós körülmény, hogy a fogyasztónak adott esetben egy igen hosszú, teljesítést megelőző futamidővel és a szerencseelemmel kell számolnia.
62. A Versenytanács kiemeli továbbá, ha a fogyasztó előtörlesztés vállalása révén jut vásárlási joghoz, akkor a reklámozott és a szerződésben meghatározott összegnél ténylegesen alacsonyabb mértékű juttatásban részesül. Amint azt már a Vj-132/2009. számú eljárásban is aláhúzta 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 igaz, hogy a reklámban szereplő havidíj mellett, a tagsági jogviszony keletkezésétől számított rövid időn belül ténylegesen hozzá is jut 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 díjak, sem a vásárlói jog értéke (a termék eladója által igényelt vételárhoz történő „közös” hozzájárulás) nem a



tájékoztatások szerint alakul. „Sikeres” tehát csak a reklámokban megjelenítettektől számottevően eltérő feltételekkel lehet a fogyasztói csoport tagja.

63. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok alkalmasak voltak a fogyasztók (és nemcsak az átlagosnál kiszolgáltatottabb fogyasztók) megtévesztésére.

#### *A Versenytanács döntése*

64. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, a nyomtatott sajtóban 2011. január 27. és 2011. augusztus 28. között megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, kereskedelmi gyakorlatával [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-ának (1) bekezdésére] megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését. A Versenytanács a jogsértéssel érintett időszakot a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok vonatkozásában azok alkalmazásának ismert időpontjai alapján határozta meg, figyelemmel arra is, hogy a vizsgált időszak csak 2011. szeptember 5-ig terjedt. Ez egyben azt is jelenti, hogy a Versenytanács a 2011. szeptember 5. után megjelent reklámokat nem értékelte.

65. A Versenytanács bírságot szab ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének és a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú Közleményének megfelelően meghatározva. A Közlemény a 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.

66. A Versenytanács a bírság összegének megállapítása során a jelen határozatban kifogásolt kommunikáció marketingköltségéből indult ki (Vj-069-010/2011. sz. irat).

67. A Versenytanács súlyosító körülményként veszi figyelembe, hogy

- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele időben elhúzódott (több hónapon át zajlott),
- 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 vállalkozás magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.
68. A Versenytanács enyhítő körülményként veszi figyelembe, hogy a fogyasztók a szerződés megkötéséig további információkhoz juthatnak a fogyasztói csoport működésével kapcsolatban.
69. Az így kalkulált bírságösszeget vetette össze ezután a Versenytanács a törvényben rögzített maximum-értékkel (Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése). A 2011. januárjában bejegyzett eljárás alá vont a 2011. üzleti évben elért nettó árbevételi adatáról a Vj-069-010/2011. sz. beadványában nyilatkozott. Tekintettel arra, hogy más árbevételi adat nem volt elérhető a Versenytanács számára (és a [20.] bekezdés táblázatát, mely a csoporttagok befizetéseire utal, nem tudta ilyennek tekinteni), ez az árbevételi adat képezte a törvényi maximum megállapításának alapját.
70. A fentiek mérlegelése alapján a Versenytanács a bírság összegét a törvényi maximumhoz közel eső összegben, ötvenezer forintban (50.000,-Ft) határozta meg.
71. A jogsértés Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján megtiltja a nyomtatott sajtóban megjelentetett jogsértő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló magatartás további folytatását.

## **IX. Egyéb kérdések**

72. 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.
73. 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.
74. 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.
75. A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy az alkalmazott kereskedelmi kommunikációs

eszközök révén a fogyasztók széles körét elérő vizsgált kereskedelmi gyakorlat több mint három megyében került megvalósításra (a Magyar Bazar Huba elnevezésű lap Győr-Moson-Sopron, Vas, Zala, Veszprém, Komárom-Esztergom, valamint Fejér megyében, a Kisalföld és a Soproni Szuperinfó című lapok Győr-Moson-Sopron megyében, a Top Infó és a Veszprémi 7 nap elnevezésű újságok Veszprém megyében jelennek meg).

76. A Tpv. 74. §-ának (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács tárgyalást tart, ha azt az ügyfél kéri, vagy az eljáró versenytanács szükségesnek tartja. Az eljáró versenytanács 2012. február 6-án, az előzetes álláspont megküldésével egyidejűleg nyilatkozattételre hívta fel az ügyfelet arról, hogy kéri-e tárgyalás tartását (Vj-069-032/2011. sz. irat). A tárgyalás napját úgy kell meghatározni, hogy az ügyfélnek módjában álljon a tárgyalásra felkészülni. A Versenytanács a Tpv. előírásainak megfelelően megküldte az eljárás alá vont részére előzetes álláspontját, s felhívta az ügyfelet, nyilatkozzon arról, kéri-e tárgyalás tartását. Az eljárás alá vont ezen iratra nem válaszolt, mire tekintettel a Versenytanács határozatát tárgyalás mellőzésével hozta meg.
77. A Versenytanács jelen eljárásában alkalmazta a Tpv. 63. § (2) bekezdés a) pontját, amely szerint a 8-10. § alapján indult ügyekben az eljárást befejező döntést a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény – Tpv. 44. §-a alapján alkalmazandó – 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő az ügyintézési határidőbe nem számít be (a jelen eljárásban a Vj-069-001/2011. sz. adatkérés vonatkozásában szeptember 6-a és október 3-a között eltelt 27 nap, valamint a Vj-069-019/2011. számú, az eljárás alá vont által válasz nélkül hagyott adatkérés vonatkozásában a 2011. december 2-a óta eltelt időszak, mely utóbbi az előzetes álláspont 2012. február 6-i keltezésével számolva is 66 nap, összesen 93 nap). Az ügyintézési határidő a Tpv. 63. §-a (6) bekezdése alapján a Vj-069-018/2011. számú végzéssel 2011. november 25-én két hónappal, majd a Vj-069-018/2011. számú végzéssel 2012. április 18-án újabb két hónappal meghosszabbításra került, így az – az imént írott módszerrel számolva, legkorábban – 2012. július 7-én jár le.
78. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
79. A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkorij jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.
80. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

81. A bíráságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bíráságbevételi számlája javára történő befizetések a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

Budapest, 2012. május 8.

dr. Berki Ádám sk.  
versenytanácsstag

dr. Dobos Gergely sk.  
előadó versenytanácsstag

dr. Miks Anna sk.  
versenytanácsstag