



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Nem mindig ingyenes a „0 Ft-os” bankszámla

A „0 Ft-os bankszámla” termékével kapcsolatos egyes tájékoztatásaival a Citibank Europe plc. Magyarországi Fióktelepe megtévesztette a fogyasztókat – áll a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) határozatában. Emiatt a pénzügyintézetnek 5 millió forint bírságot kell fizetnie.

A Citibank „0 Ft”-os, azaz ingyenes folyószámla használati lehetőséget hirdetett a vizsgált időszakban. Az ingyenes folyószámlavezetéshez kapcsolódó lényeges feltételek az alábbiak voltak:

- legalább 6 hónapig tartó igénybevétel. (ha az ügyfél ezen időn belül kezdeményezi a kapcsolat teljes megszüntetését az díjakkal jár),
- 3 millió forintos átlagegyenleg, vagy 150 ezer forintos havi egyösszegű bejövő utalás (ellenkező esetben havi ügyfélkapcsolati díjat számít fel a Citibank).

A GVH álláspontja szerint a „hűségkedvezmény” lényeges tulajdonságnak minősül. Elhallgatása megtévesztő, hiányos tájékoztatásnak minősül, ha a reklám üzenete tartalmazza a szolgáltatás díját vagy éppen annak ingyenességét. Ám a versenyhatóság megítélése szerint bankszámla esetén az ingyenes szolgáltatás igénybevételének feltételeként előírt hat hónap nem tekinthető hosszú időnek. A fogyasztók folyószámla igénybevételekor ugyanis jellemzően hosszabb távú, 4-5 évre szóló döntést hoznak, így ennek az információnak az elhallgatása a fogyasztó döntését érdemben nem befolyásolhatta.

A termék – a Citibank által is elismerten – egy kiemelt, az átlagosnál magasabb jövedelemmel rendelkező fogyasztói csoportot céloz meg. A tájékoztatások azonban az ingyenesség állításával, továbbá az alkalmazott kommunikációs eszközök révén szélesebb fogyasztói kör érdeklődését keltik fel, mint ahányan ténylegesen megfelelnek a bank feltételeinek. A feltételek nem teljesítése esetén azonban az ingyenesség nem teljesül. A meghirdetett „0 Ft” helyett havi 3500 forint ügyfélkapcsolati díjat számol fel a Citibank. Az előzőekből következően az állítás ezen feltétel ismertetése nélkül nem valós.

A „0 Ft-os” számlacsomagot hirdető televíziós reklámban összesen egyszer, az ingyenességről szóló üzenettől jelentősen kisebb betűmérettel megjelenítve, az utolsó előtti képkockában, a jobb oldalon 3 másodpercig olvashatók az ingyenességhez kapcsolódó feltételek, a feltételek nem teljesülése esetén várható következmény – a díjfizetés –, valamint információ arról, hogy a tájékoztatás nem teljes körű. A reklámban ily módon, nem hangsúlyosan megjelenített, kis betűmérettel elhelyezett, kizárólag írásban megjelenített információ ténylegesen nem nyújt tájékoztatást a fogyasztók számára.

A 2008. május 16. és június 6. között kitett metróplakátok apró betűvel, a főüzenettől elkülönülten, a plakát alján tüntették fel az ingyenes folyószámla feltételeit. Az alkalmazott megoldással a Citibank a feltételek olvashatóságát, észlelhetőségét kétségessé,

bizonytalanná tette. A fogyasztónak a tömegközlekedés igénybevétele során a kitett metróplakátokat nem volt módja, ideje áttanulmányozni, az ingyenes folyószámlához kapcsolódó feltételeket megismerni.

A GVH álláspontja szerint, amennyiben a reklám üzenete tartalmazza a szolgáltatás díját, vagy éppen annak ingyenességét, megtévesztő, hiányos tájékoztatásnak minősül, ha a használt tájékoztatási eszköz jellemzői miatt az apró betűs részben foglalt, a díjra, illetve annak ingyenességére vonatkozó feltételek nem válnak a fogyasztói üzenet részévé. A fentiek alapján tehát a Citibank a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott, amikor tavaszi kampánya során televíziós reklámjaiban valamint a metróplakátokon a fogyasztók számára nem észlelhetően jelenítette meg az ingyenes folyószámla igénybevételeinek feltételeit. (Az eljárás ideje alatt metróplakátjain a bank változtatásokat hajtott végre, azok már nem bizonyultak jogsértőnek.) Mindezek miatt a Citibank 5 millió forint bírságot kapott.

A bírság összegének megállapításakor a GVH súlyosító körülményként vette tekintetbe, hogy az ingyenesség ígérete az átlagosnál nagyobb figyelmet generál, az intenzív, több hónapon át tartó, több eszköz igénybevételeivel megvalósított reklámkampánnyal a Citibank jelentős fogyasztói kört ért el. Enyhítő körülménynek bizonyult ugyanakkor, hogy a valamennyi reklámhordozó tartalmazta az igénybevétel feltételeit. A bírság összegét jelentősen csökkentette, hogy a Citibank a jogsértő reklámeszközöket részben az eljárás megindulása előtt, részben az eljárás indításakor önként, feltétel nélkül módosította.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-90/2008**.

Budapest, 2009. május 7.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>