



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-79/2008/20.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a **Vodafone Magyarország Zrt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban megtartott nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

v é g z é s t.

Az eljáró versenytanács megszünteti az Üzleti Fix díjsomagok reklámozása miatt a Vodafone Magyarország Zrt.-vel szemben folyó versenyfelügyeleti eljárást.

A végzéssel szemben jogorvoslati kérelem terjeszthető elő, amelyet a végzés kézhezvételétől számított nyolc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani.

Indoklás

I.

A vizsgálat megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) és 70. § (1) bekezdésének együttes alkalmazásával 2008. június 6-án indított versenyfelügyeleti eljárást a Vodafone Magyarország Zrt. (a továbbiakban: Vodafone) ellen¹.

A GVH-hoz érkezett bejelentés arra utalt, hogy a Vodafone nem megfelelően tájékoztatja ügyfeleit üzleti díjsomagjainak paramétereiről, azok igénybevételének feltételeiről, az azokhoz kapcsolódó hűség szerződések létéről és időtartamáról, valamint az egyes tarifacsomagok közötti átváltás körülményeiről, módjáról.

¹ A versenyfelügyeleti eljárást megindító végzést a Vj-79/2008. számú irat tartalmazza.

II.

Eljárás alá vont

2. A Vodafone 1999. július 7-én nyert koncessziót a magyarországi GSM 900 és DCS 1800 rendszerű mobil rádiótelefon hálózat kiépítésére, illetve annak üzemeltetésére. A Vodafone fő tevékenysége a fent nevezett rendszereken a mobil rádiótelefon szolgáltatás, emellett Internet hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is nyújt, továbbá jelen van a híradás- és számítástechnikai termékek nagy- és kiskereskedelme, karbantartása és javítása, távközlési és műszaki kutatás, kísérleti fejlesztés piacán is. A Vodafone fő tevékenységi köre alapvetően előrefizetett (prepaid) és számlázott (postpaid) szolgáltatásra oszlik.

3. A Vodafone saját boltjaiban főleg a szolgáltatás nyújtásához elengedhetetlen termékeket (mobil telefonok, SIM kártyák, kiegészítő felszerelések) árulnak, de az értékesítési tevékenység mellett vevőszolgálati tevékenységgel is foglalkoznak. Nagykereskedelmi tevékenysége keretében az eljárás alá vont a dealer-i és disztribútori hálózatát látja el azokkal a termékekkel, amelyek megkönnyítik a szolgáltatás nyújtását.

4. A Vodafone nettó árbevétele² 2007. évben 127 931 000 000 Ft volt.

5. A Vodafone-val szemben az alábbi versenyfelügyeleti eljárások zárultak jogsértés megállapításával, és amelyekben az alábbi összegű bírságok kerültek kiszabásra: Vj-6/2004 (15 M Ft), Vj-150/2004 (5 M Ft), Vj-75/2005 (10 M Ft), Vj-188/2005 (2 M Ft), Vj-142/2006 (5 M Ft), Vj-169/2006 (20 M Ft) és Vj-176/2007 (5 M Ft).

III.

Az eljárással érintett termék³

Az Üzleti Fix díjcsomagok

6. A Vodafone nyolcféle havidíjjal igénybe vehető Üzleti Fix csomagot kínál. Az Üzleti Fix csomagok 2007. április 16-án kerültek bevezetésre.

² Az eljárás alá vont 2007. év üzleti előfizetéseiből származó árbevételéről szóló nyilatkozatát a Vj-79/2008/003. számú irat 11. számú üzleti titkot képező melléklete tartalmazza.

³ A vizsgálók a versenyfelügyeleti eljárást 2008. július 29-én részben megszüntették a Vodafone Presztízis tarifacsomagra vonatkozóan. A versenyfelügyeleti eljárást részben megszüntető végzést a Vj-79/2008/012. számú irat tartalmazza.

Tarifacsomag	Havi díj	„Perc-„ ⁴ SMS-díj	és Oszthatóság
Üzleti Fix 2500	2 500 Ft	33 Ft	Nem megosztható havi díj
Üzleti Fix 5000	5 000 Ft	27 Ft	Nem megosztható havi díj
Üzleti Fix 7500	7 500 Ft	24 Ft	Nem megosztható havi díj
Üzleti 10000	Fix 10 000 Ft	20 Ft	Megosztható havi díj - 2 SIM kártya között
Üzleti 12500	Fix 12 500 Ft	19 Ft	Megosztható havi díj - 2-3 SIM kártya között
Üzleti 15000	Fix 15 000 Ft	18 Ft	Megosztható havi díj - 2-4 SIM kártya között
Üzleti 30000	Fix 30 000 Ft	18 Ft	Megosztható havi díj - 2-8 SIM kártya között
Üzleti 50000	Fix 50 000 Ft	18 Ft	Megosztható havi díj - 2-15 SIM kártya között

A díjcsomag igénybevételének feltételei

7. Az Üzleti Fix díjcsomagokat kizárólag üzleti előfizetők vásárolhatják meg, legfeljebb 20 SIM-kártyával, valamint 2 éves Üzleti Fix csomagokra vonatkozó hűségnyilatkozat aláírásával. Az osztható csomagok esetében a tarifátáblázatban megjelölt számú SIM-kártya vehet részt egy felhasználói csoportban. Az előfizetések egy számlafizető nevére kerülnek, a havi díj pedig a használók által együttesen beszélhető le (belföldi hang és SMS forgalomra).

Hűségnyilatkozat és megszegésének következményei

8. Az előfizető a tarifacsomag-váltással vagy a szerződéskötéssel tudomásul veszi, hogy a Vodafone a kedvezményes Üzleti Fix - másodperc alapú - tarifacsomagot azzal a feltétellel biztosítja, hogy ha az ügyfél a tarifacsomag-váltás megtörténtétől számított 24 hónapon belül tarifáját nem Üzleti fix vagy Vodafone Presztízs csomag valamelyikére váltja, vagy az Előfizető oldalán felmerülő okból a szolgáltatás szünetelésére vagy korlátozására kerül sor - az Előfizető oldalán felmerülő oknak számít a Vodafone részéről számlatartozás miatt történő korlátozás is -, illetve az Előfizetői Szerződés felbontásra kerül, akkor SIM-kártyánként bruttó 84 000 Ft kötbért kell fizetnie. Az előfizetők az Üzleti Fix tarifacsomagok opcióin belül havonta (számlázási ciklusonként) egyszer bármely, új előfizetők számára elérhető opcióra díjmentesen migrálhatnak. A váltás ebben az esetben is 48 órán belül történik meg.

⁴ Az eljárás nem az ellenszolgáltatással kapcsolatos tájékoztatásra irányult, ezért a versenytanács csak idézőjelbe tétellel érzékeltette, hogy a percdíjként megjelölt összeg akkor válik valóra, ha a havidíjat teljesen lebeszéljük. A teljes összeg lebeszélésére a SIM kártyák közötti megosztás reális esélyt biztosít.

9. Amennyiben a díjsomagon felül kedvezményes készüléket is vásárol az üzleti előfizető, a készülékhez is – külön szankcionált – hűségelvárás kapcsolódik. A Vodafone 4 árkategóriát határozott meg. Mind a négy árkategóriájú készülékhez kétéves hűségnyilatkozatot kell az előfizetőnek aláírni. A „B”, „C” és „D” kategóriás áruk esetében a kétéves hűségnyilatkozat aláírása mellett az előfizető azt is vállalja, hogy az akciós készülék megvásárlásától számított 12 hónapon belül nem vált tarifacsomagot. Ha az egy év letelte előtt tarifacsomagot vált, illetve ha bármilyen, a részéről felmerülő ok miatt a szolgáltatást szüneteltetésére, korlátozására vagy felbontására kényszerül a Vodafone Magyarország Zrt., illetve ha az előfizető bontja fel a szerződést, akkor 39 990 Ft bontási díjat kell fizetnie.

IV.

A kifogásolt magatartás

10. A GVH azt vizsgálta, hogy a Vodafone az Üzleti Fix díjsomagok népszerűsítése során a 2007. évben alkalmazott marketingkommunikációs tevékenysége során vajon megfelelően tájékoztatja-e ügyfeleit azok paramétereiről, igénybevételének feltételeiről, az azokhoz kapcsolódó hűsészerződések léteiről és időtartamáról, valamint az egyes tarifacsomagok közötti átváltás körülményeiről, módjáról.

11. A Vodafone online hirdetések felhasználásával, továbbá honlapján, szórólapon és prospektus révén reklámozta az Üzleti Fix díjsomagokat. Az alábbi táblázat azt mutatja, hogy az egyes kommunikációs eszközök által nyújtott tájékoztatás mely témákra terjed ki.

	honlap	szórólap	prospektus
a) díjsomagok legfontosabb paraméterei	+	+	+
b) díjsomagok igénybevételének feltételei			
kizárólag üzleti előfizetők számára	+	+	+
az oszthatóság maximális mértéke	pontatlan	pontatlan	pontatlan
c) hűsészerződés			
hűsészerződés léte	+ apróbetű	+ apróbetű	-
hűsészerződés időtartama	+ apróbetű	+ apróbetű	-
hűsészerződés megszégésnek következménye	+	-	-
d) tarifacsomagok közötti átváltás körülményei	+	-	-

12. Az 1. számú melléklet tartalmazza a kommunikációs eszközökön megjelenített tájékoztatás releváns tartalmának leírását.

13. A Vj-79/2008/003. számú irat 10. számú melléklete tartalmazza a kommunikációs eszközök megjelenési és költségadatait, amely adatok az eljárás alá vont üzleti titkát képezik.

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

14. Az eljárás alá vont

- a) felhívta a figyelmet arra, hogy arra, hogy a vizsgált tarifacsomagok kizárólag üzleti előfizetőknek szólnak, így a laikus fogyasztóhoz képest itt egy magasabb megtéveszthetőségi mérce szerint ítélandó meg a tájékoztatás megfelelőségének kérdése,
- b) állítása szerint nem feltételezhető, hogy az ügyfelek nem bírtak ismeretekkel a hűségnyilatkozatot illetően, a hűségnyilatkozat bevett gyakorlat. A piacon lévő mobilszolgáltatók mindegyike alkalmazza azt, ismeretei szerint a versenyhivatal által kifogásolt, a tarifacsomaghoz kapcsolt szankciók szintén megtalálhatók náluk, ez nem „Vodafone specifikus” megoldás,
- c) a Vodafone nem tesz szert piaci előnyre a hűségnyilatkozatra vonatkozó közlés elmaradása következtében, - megítélése szerint - nincs szó piactorzító magatartás bekövetkezéséről sem,
- d) a Vodafone kifogásolt prospektusai kizárólag a boltokban, a pultokon kihelyezve találhatóak, nem kerülnek egyéb csatornán terjesztésre, így az ügyfelek vásárlási szándékának kialakításában, vásárlási szabadságuk esetleges korlátozásában kevésbé, vagy egyáltalán nem játszanak szerepet,
- e) az „üzleti megoldások” 2007. júliusi és novemberi számai viszonylag alacsony példányszámban, kis költséggel kerültek kinyomtatásra,
- f) mivel az üzletekben juthat csak hozzá az ügyfél, ezért a szolgáltató eladói szinte egyidejűleg megadják a tarifacsomaggal kapcsolatos információt,
- g) a Vodafone az egyedi előfizetői szerződésekbe külön kiemelten, vastagított és nagyobb betűtípussal írva helyezte el a tarifahűsége és annak szankciójára vonatkozó információt, és ez is mutatja, hogy semmiképpen nem kívánta „elrejtteni” ezt az elemét a konstrukciónak.

15. Az eljárás alá vont kérte annak figyelembe vételét, hogy nem alakultak ki olyan körülmények, amelyek jelentősen megnehezítették az üzleti fogyasztók helyzetét a szolgáltatás valós megítélése alkalmával. Tekintettel arra, hogy nem laikus ügyfélkőről van szó, álláspontja szerint a Vodafone tájékoztatását összességében értékelve, nem történt jogsértés, ezért kérte az eljárás törvénysértés hiányában történő megszüntetését.

16. Az eljárás alá vont másodlagosan azt kérte, hogy a jogsértés esetleges megállapítása esetén a versenytanács ne szabjon ki bírságot.

VI. Jogi háttér

Jogi szabályozás

17. A Tpv. III. fejezete tartalmazza a fogyasztóvédelmi célú versenyjogi normákat.

A Tpv. 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni.

Ugyanezen szakasz (2) bekezdésének értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli; az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

A Tpv. 9. §-a alapján a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

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

Joggyakorlat

18. A versenyjogi joggyakorlat szerint a fogyasztók között különbség tehető a szerint, hogy a reklámozott termék vonatkozásában a fogyasztó laikus vagy szakértelemmel rendelkező fogyasztónak minősül-e. Ezzel összefüggésben nincs annak jelentősége, hogy a fogyasztó természetes személy-e vagy sem, a megkülönböztetés alapja a szakértelem megléte vagy hiánya. A versenytanács álláspontja szerint önmagában az üzleti előfizetői körbe történő tartozás nem jelenti azt, hogy az előfizető rendelkezik a szükséges különleges szakmai ismertetekkel.⁵

A Fővárosi Bíróság a Vj-89/2006. számú ügyben hozott, 11.K. 30.062/2007/4. számú jogerős ítéletében a hűségnyilatkozat tárgyában - egyebek között - leszögezte, hogy

- ha a fogyasztók egy adott termék, szolgáltatás kiválasztása céljának „megvalósítása érdekében a reklámozó úgy dönt, a termék lényeges tulajdonságainak a közlésébe

⁵ Ld.: Vj-127/2007. számú határozat, 26. pont

bocsátkozik, ezt úgy kell tennie, hogy a fogyasztók az egymással összefüggő, egymástól elválaszthatatlan feltételeket (... , 2 éves hűségnyilatkozat) egyidejűleg a reklámból megismerhessék. Ezt nem pótolja az a körülmény, hogy pl. a rádióreklámhoz képest az Interneten más lényeges tulajdonságok közzétételre kerültek (párhuzamos tájékoztatás), illetve, hogy utóbb elérhetőek voltak a szükséges információk”,

- az a körülmény a perdöntő, hogy „a fogyasztó egyáltalán nem kapott az ’ellenszolgáltatás’ legalapvetőbb lényegi eleméről, a hűségnyilatkozatról tájékoztatást. A reklámból nem tudott, nem is tudhatott a hűségnyilatkozatról, mint feltételről, így különösen nem lehetett tisztában az időtartamával.”

19. A Vj-89/2006., Vj-131/2006., a Vj-169/2006., a Vj-188/2006., és a 169/2006., számú versenyfelügyeleti eljárásokban az eljáró versenytanácsok a fogyasztók megtévesztésér alkalmasnak minősítették az olyan tájékoztatásokat, amelyekben nem szerepelt az a tény, hogy bizonyos ajánlat csak hűségnyilatkozat aláírása esetén érhető el a fogyasztók számára. A Versenytanács következetes álláspontja, hogy a hűségnyilatkozat vállalása az áru lényeges tulajdonsága, hiszen hiányában nem lehetséges az adott készülék, illetőleg szolgáltatás tájékoztatásban feltüntetett áron történő megvásárlása. A hűségnyilatkozat alkalmas a fogyasztó időszakos fogva tartására, nehezítve a versenytársak közötti váltást, s így alkalmazásának nyilvánvalóan van piaci hatása.

A hűségnyilatkozat alkalmazása esetén a fogyasztót két fő, egymással szorosan összefüggő ellenszolgáltatás terheli:

- a készülék árának a megfizetése és
- a későbbi (például a szolgáltatók közötti váltásban megmutatkozó) fogyasztói döntések meghatározott időszakra szólóan történő korlátozása.

A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított azon tájékoztatások esetében, amelyekben a tájékoztatás nem foglalta magában a reklámozott készülék mindkét ellenértékét, így az ár közlése mellett azt, hogy a meghirdetett áron való vásárlás másik feltétele kétéves hűségnyilatkozat vállalása.

A Versenytanács arra is figyelemmel volt, még hűségnyilatkozat intézmények létevel tisztában lévő fogyasztók vonatkozásában sem szükségszerű annak ismerete, hogy

- egy reklámozott készülék feltüntetett ára csak hűségnyilatkozat megtételével vagy anélkül kerül-e alkalmazásra,
- a hűségnyilatkozat milyen időtartamra szól (a szolgáltatók gyakorlata eltérő ezen a téren).

VII.

A versenytanács döntése

20. Ahhoz, hogy a tájékoztatás fogyasztó megtévesztésére való alkalmassága bizonyítást nyerjen, első lépésben a közlés tartalmának valótlanágát, hiányos voltát kell bizonyítani, második lépésben pedig azt kell vizsgálni, hogy tájékoztatási hiba alkalmas-e arra, hogy a megcélzott fogyasztói kör döntését befolyásolja.

A Vodafone Magyarország Zrt. tájékoztatási gyakorlatának értékelése

21. A vizsgált tájékoztatási eszközök közül a versenytanács nem elemezte a készülékek értékesítésének előmozdítására hivatott reklámokat⁶, mert ezektől nem várható el a tarifacsomagok tulajdonságainak ismertetése, noha a készülékeket csak akkor lehetett akciósan megvásárolni, ha egyidejűleg valamelyik Üzleti Fix tarifacsomagra előfizetett a vevő.

22. Az előző pontra tekintettel a versenytanács csak az 1. sz. mellékletében szereplő tájékoztatások valóságát és teljességét vizsgálta, teljesség alatt azt értve, hogy vajon nem maradt-e ki a közlésből olyan információ, aminek a hiánya a reklámban szereplő tájékoztatást érdemben befolyásolja.

Az üzleti díjcsomagok paramétereiről adott tájékoztatás

23. Az Üzleti Fix díjcsomagok legfontosabb paraméterei az ellenérték egyes összetevői, nevezetesen az egyes díjcsomagok havidíja, „perc-„ és SMS díja. A versenytanács egyik vizsgált kommunikációs eszköz tekintetében sem állapított meg tájékoztatási hiányosságot az ellenérték kapcsán.

Az üzleti díjcsomagok igénybevételének feltételeiről adott tájékoztatás

(előfizetők, oszthatóság)

24. A versenytanács vizsgálta, hogy a Vodafone megfelelően tájékoztatta-e a fogyasztókat az Üzleti Fix díjcsomagok igénybevételének feltételeiről, nevezetesen arról a körülményről, hogy az Üzleti fix díjcsomagokat üzleti előfizetők vehetik igénybe, és hogy feltüntetésre kerül-e az, hogy a havidíjat hányan beszélhetik le (mennyi az egy előfizetéssel használható SIM kártyák száma).

25. A versenytanács megállapíthatónak látta azt, hogy a honlapon, a szórólapon és mindkét prospektus „Jó ha tudja” rovatában szerepelt az a tájékoztatás, hogy az Üzleti Fix díjcsomagok kizárólag üzleti előfizetők számára elérhetőek. A prospektusokban a díjcsomagra vonatkozó adatoktól elkülönült az előfizetők körére vonatkozó tájékoztatás. Az elkülönülő tájékoztatás esetleges megtévesztésre alkalmasságával azért nem foglalkozott a versenytanács, mert a prospektusok címe „Vodafone üzleti megoldások” és a tarifacsomag neve is „Üzleti fix”.

26. Az egy előfizetési díjon belül használható SIM kártyák számáról valamennyi vizsgált reklámeszköz kétféle tájékoztatást ad. Pontatlan az a közlés, mely szerint legfeljebb húsz SIM kártyával lehet igénybe venni az Üzleti Fix díjcsomagot, mivel a maximális lehetőség csupán 15 SIM kártya. Másrészt az Üzleti Fix 10.000, 12.500, 15.000, 30.000 és 50.000 díjcsomagok bemutatása során pontosan feltüntetésre kerül az, hogy hány kártya között lehet felosztani a lebeszélhető havidíjat. A 2007-es prospektusban mind a valós, mind a téves érték kétszer is szerepel. Az azonos kommunikációs eszközön belüli ellentmondó adatok szerepeltetését a versenytanács jelen esetben nem tartotta alkalmasnak a fogyasztó megtévesztésére. A döntést befolyásolta, hogy az ellentmondó tájékoztatások egymástól nem

⁶ Előzetes álláspont 2. sz. melléklete

túl messze helyezkedtek el és az egyes Üzleti Fix díjsomagokhoz kapcsolódóan a SIM kártyák valóságnak megfelelő száma hangsúlyosan – nagyobb betűmérettel, kiemelt színnel - került közlésre, továbbá az a körülmény, hogy a prospektusokon szereplő „legfeljebb hús előfizetéssel rendelhetik meg” szöveg szintén alkalmas arra, hogy – ha pontatlanul is, de - felhívja a fogyasztó figyelmét arra, hogy az oszthatóság nem korlátlan.

Az üzleti díjsomagokhoz kapcsolódó hűség szerződésekről adott tájékoztatás

27. Vizsgálni kellett azt is, hogy a Vodafone megfelelően tájékoztatta-e a fogyasztókat az Üzleti Fix díjsomagokhoz kapcsolódó hűség szerződések létéről (a), időtartamáról (b) és megszegésének jogkövetkezményéről (c). A tarifacsomag ellenértékének fogyasztói megítélése ugyanis függ attól, hogy átmenetileg le kell-e mondania a fogyasztónak arról a lehetőségről, hogy a későbbiekben egy számára kedvezőbb tarifacsomagra váltson, és attól is, hogy önmagát elkötelezve a „hűség” milyen időtartamra zárja ki azt, hogy szabadon kössön újabb szerződést.

- a) A Vodafone honlapján és a szórólapon tájékoztatta a fogyasztókat az Üzleti Fix díjsomagokhoz kapcsolódó hűség szerződések létéről. A hűség követelmény tényét a honlap kisebb betűmérettel tünteti fel, mint az Üzleti Fix tarifacsomag kedvező tulajdonságát és többi feltételét. A versenytanács megítélése szerint a tájékoztatásnak ez a módja honlapon szereplő tájékoztatás kapcsán elkerülhető lett volna, de a konkrét esetben az „apróbetűs” közlés nem vált az észlelhetőség akadályává. A prospektusokon azonban az Üzleti Fix díjsomagokhoz kapcsolódóan nem szerepel a hűségnyilatkozat követelménye, noha ennek feltüntetésére a kommunikációs eszköz lehetőséget biztosított, olyannyira, hogy a prospektusokban szereplő más szolgáltatások és a készülékek kapcsán előfordul a figyelemfelhívás arra, hogy az ügyfélnek 2 éves hűségnyilatkozatot kell aláírnia.
- b) A Vodafone honlapján és a szórólapon tájékoztatta a fogyasztókat az Üzleti Fix díjsomagokhoz kapcsolódó „hűség” időtartamáról. A hűség követelmény 24 hónapos időtartamát a honlap kisebb betűmérettel tüntette fel, mint az Üzleti Fix tarifacsomag kedvező tulajdonságát és többi feltételét. Az időtartam tekintetében nem lett volna megvalósíthatatlan a többi feltétel megjelenítése során alkalmazott betűméret használata a honlapon, de a konkrét esetben az „apróbetűs” közlés nem vált az észlelhetőség akadályává a versenytanács megítélése szerint. A prospektusokon azonban nem szerepel a hűség követelmény időtartama (a hűségnyilatkozat ténye sem, vö. a) pont).
- c) A vizsgált reklámok közül a szórólap és a prospektusok nem adnak tájékoztatást arról a körülményről, hogy az Üzleti Fix díjsomagokhoz kapcsolódó hűség szerződések megszegése esetén a fogyasztónak milyen mértékű szankcióra kell számítania. A versenytanács álláspontja szerint a szerződéses jogviszonyban töltendő kötelező minimális időtartam (elvárt hűségidő) megszegése esetén a fogyasztót sújtó következmények elhallgatása a szankciótól függően minősülhet jogsértésnek. Abban az esetben, ha a fogyasztó által ismert hűség követelmény megszegése szokásos mértékű szankciót von maga után, nem befolyásolja érdemben a fogyasztó döntését a jogkövetkezmény elhallgatása. Akkor viszont, ha az elhallgatott szankció kirívóan súlyos a fogyasztó számára, nem zárható ki, hogy a szankció ismeretében a fogyasztó lemondott volna a szolgáltatás, vagy a termék igénybevételéről, és esetleg egy konkurens vállalkozás termékét, és/vagy szolgáltatását vette volna igénybe.

28. Nem minden kommunikációs eszköz⁷ tartalmazott tájékoztatást az egyes tarifacsomagok közötti átváltás körülményeiről, módjáról, nevezetesen arról a körülményről, hogy míg az Üzleti Fix és Vodafone Presztízs üzleti tarifacsomagok között (akár azokon belül is) szabadon válhatnak az előfizetők, addig a 24 hónapon belül nem Üzleti fix vagy Vodafone Presztízs tarifacsomagra történő váltás esetén SIM-kártyánként bruttó 84 000 Ft kötbért kell fizetni.

29. A versenytanács a tájékoztatási hiányosság értékelése során figyelembe vette azt, hogy a Vodafon jelen eljárásban – eddig - vizsgált három magatartása egymástól függetlennek minősült, de a tarifaváltás és a hűségnyilatkozat között szoros kapcsolat áll fenn. A tarifaváltás kapcsán ugyanúgy 24 hónap elteltét kell kivárni, és a határidő eltelte előtti tarifaváltás következménye is ugyanaz (SIM-kártyánként 84.000 Ft kötbér), mint hűségkedvezmény esetén. Az olyan fogyasztó számára, aki tájékoztatást kapott arról, hogy a megkötött szerződéshez 24 hónapig kötve van, a tarifaváltási szabály megismerése valójában egy kedvezményről való tudomásszerzést jelent: nem kell kötbért fizetnie, ha a szerződés megkötésétől (a tarifaváltástól) számított 24 hónapon belül úgy szűnik meg a szerződése, hogy egy másik Üzleti Fix⁸ díjcsomagra vált. A kötbérfizetési kötelezettséggel nem járó tarifaváltásról a tájékoztatás elmaradása nem befolyásolja hátrányosan a fogyasztói döntéseket.

Két esetet kell megkülönböztetni:

- a) Akkor, ha a fogyasztó nem Üzleti Fix díjcsomagra vált, akkor kötbért kell fizetnie. A versenytanács megítélése szerint nem ez az információhiány befolyásolta a fogyasztó magatartását, hanem a hűségkövetelmény ismerete, vagy annak hiánya. A fogyasztó ismereteitől függően két helyzetet lehet elkülöníteni.
 - Ha a fogyasztó tudott a hűségkövetelményről, akkor annak szabályai alapján kellő információval rendelkezett.
 - Abban az esetben, ha – a prospektusból kapott hiányos információ alapján - nem bírt tudomással a hűségkövetelményről és/vagy - a szórólap alapján - a hűség megszegésének következményeiről, akkor nem a tarifaváltási szabályok ismeretének hiánya folytán, hanem a hűségnyilatkozat és szankciója ismeretének hiánya befolyásolhatta döntését.
- b) Abban az esetben, ha a fogyasztó Üzleti Fix díjcsomagra váltott, akkor az információ hiányában meghozott döntés nyomán a fogyasztót kellemes meglepetés éri: bár nem maradt „hű” az általa eredetileg választott díjcsomaghoz, mégsem kell kötbért fizetnie, mivel az újonnan választott díjcsomaggal járó kedvezmény mentesíti őt a kötbérfizetési kötelezettség alól. A tájékoztatás elmaradása a tarifacsomag váltás részleteiről, nem befolyásolja a hűségkedvezmény szabályait ismerő fogyasztókat.

A magatartás versenyhatásának vizsgálata

30. A versenyjogi elemzés második lépése annak megvizsgálása, hogy a tájékoztatási hiányosságok vajon okoznak-e versenytorzulást. A versenytanács külön-külön vizsgálta azt,

⁷ Nem található tájékoztatás a szórólapon és a prospektuson.

⁸ Az sem kizárt, hogy az Üzleti Fix díjcsomagon kívül a Vodafone Presztízs díjcsomagra váltás esetén sem kell kötbért fizetni, de lehetséges, hogy ez a lehetőség csak a Vodafone Presztízs díjcsomaggal rendelkezők számára áll nyitva.

hogy a hűségkötelezettség elhallgatása és a hűségkötelezettség szankciójának elhallgatása a piaci viszonyok változását eredményezi-e.

A hűségkötelezettség elhallgatása

31. A versenytanács először is megerősíti mindazt, amit a Vj-89/2006., Vj-131/2006, a Vj-169/2006., a Vj-188/2006., és a 169/2006., számú versenyfelügyeleti határozatok a hűségnyilatkozattételi kötelezettség elhallgatása kapcsán kifejtettek. Rámutat ugyanakkor - a Vj-172/2006. számú határozattal összhangban – arra, hogy a szolgáltatás egy lényeges tulajdonságára vonatkozó információ hiánya nem automatikusan, és nem minden esetben változtatja meg a potenciális fogyasztók döntését.

32. A vizsgált esetben a hűségkötelezettségre vonatkozó tájékoztatás két prospektusból hiányzott. A vizsgálat során nem került feltárára az, hogy az üzleti fogyasztóknak szánt prospektusok milyen módon jutottak el a kiválasztott célcsoporthoz. Az eljárás alá vont írásbeli nyilatkozatában⁹ állította, hogy beltéri reklámokat nem alkalmazott (igaz, hogy a kérdésben felsorolt kommunikációs eszközök között nem szerepelt a prospektus), később viszont úgy nyilatkozott¹⁰, hogy „a kifogásolt prospektusok kizárólag a boltokban¹¹, a pultokon kihelyezve találhatók, nem kerülnek egyéb csatornán terjesztésre”. Az üzlethelyiségbe betérő potenciális fogyasztó valóságghú tájékoztatást kaphatott az értékesítőktől, és amennyiben szerződéskötésre került sor a szerződésben¹² - a szövegkörnyezetből kiemelten – szerepelt az a közlés, hogy az előfizetőnek 24 hónapon belüli tarifaváltás, a szolgáltatás szüneteltetése, vagy korlátozása esetén 84.000 Ft/SIM kártya kötbért kell fizetnie. Abban az esetben tehát, ha a prospektusok valóban csak az értékesítések helyszínén voltak elérhetőek, akkor a hiányos tájékoztatásnak egyrészt jellemzően nem volt becsalógató hatása, másrészt a fogyasztó más forrásból a helyszínen azonnal megkaphatta a prospektusból hiányzó információt. A versenytanács szerint nem volt egyértelműen megállapítható az, hogy a prospektusok terítésre kerültek volna az üzlethelyiségen kívül is, és várhatóan nem vezetne eredményre annak feltárása, hogy az üzlethelyiségen belül terített prospektusok vajon kikerülhettek-e az üzlethelyiségből, szolgálhattak-e információs eszközként az üzlethelyiségbe betérő fogyasztón kívül más személyek számára. Ezért döntött a versenytanács az eljárás megszüntetéséről a hűségnyilatkozatra vonatkozó tájékoztatás tekintetében.

A hűségkötelezettség szankciójának elhallgatása

33. A szerződés megszegése esetén irányadó következmények minősülhetnek a szerződés lényeges feltételének. Jelen ügyben nem került egyértelműen bizonyításra, hogy az üzleti fogyasztók szemében a szórólapon és a prospektusokban nem közölt szankció olyan súlyú körülménynek minősült-e, amely befolyásolta őket a szolgáltatás igénybevételében, a szolgáltatók közötti választásban.

⁹ Vj-79/2008/02 2. oldal d) pont

¹⁰ Vj-79/2008/18 és Vj-79/2008/19

¹¹ Vj-79/2008/18

¹² Vj-79/2008/19 melléklet

34. A versenytanács a szükséges adatok hiányában nem tudta megállapítani azt, hogy a vizsgált esetben a hűségkövetelmény megszegése esetén a fogyasztó által fizetendő kötbér mértéke szokásosnak, vagy kirívónak minősül-e. A versenytanács azzal is szembesült, hogy a kirívó aránytalanság bizonyításához szükséges adatok beszerzése részben nem látszik lehetségesnek, továbbá az adatok rendelkezésre állása esetén is fennmaradnának olyan lényeges aggályok, amelyek hűségkövetelmény szankciójaként előírt kötbér kirívó voltának - és így az elhallgatás jogsértő jellegének - megállapíthatósága ellen szólnak. Ilyen körülmények között további bizonyítási eljárás lefolytatása ellentmondott volna az erőforrások gazdaságos felhasználásának követelményének, figyelemmel arra is, hogy a kötbér esetleges kirívó voltát csak a nyolc tarifacsomagból kettő esetében, ott is csak maximális, vagy maximum közeli SIM kártya esetén lehetne megállapítani.

Összegzés

35. A versenytanács nem látta bizonyítottnak a magatartás jogsértő voltát az Üzleti Fix díjcsomagok paramétereiről, igénybevételeinek feltételeiről, az azokhoz kapcsolódó hűségrszerződések létéről és időtartamáról, továbbá az egyes tarifacsomagok közötti átváltás körülményeiről, módjáról a Vodafone honlapján adott tájékoztatásokkal kapcsolatosan. Az egyes tarifacsomagok közötti átváltás körülményeire, módjára vonatkozó tájékoztatás szórólapokról és prospektusokról való elmaradása miatt – a hűségkedvezményről adott tájékoztatás nyomán – a fogyasztói magatartás érdemben nem változik.

36. A versenytanács a hűségnyilatkozatnak, mint szerződési feltételnek és a hűségkövetelmény időtartamának a prospektusokban történő elhallgatása miatt, továbbá a hűségrszerződések megszegéséhez kapcsolódó szankciók szórólapon és prospektusokban való ismertetésének a hiánya miatt az eljárás megszüntetését a Tptv. 72. § (1) bekezdés a) pontjának második fordulata alapján, azaz bizonyítottság hiányában rendelte el.

VIII. Egyebek

37. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tptv. 72. § (1) bekezdés a) pontja és a 82.§-a biztosítja.

38. A GVH hatásköre a Tptv. 45. §-án, illetékessége a Tptv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

Budapest, 2009. február 12.