



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj/062-23/2011.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Hitelintézeti Felszámoló Nonprofit Kft felszámoló (Budapest) által képviselt **Malév Magyar Légiközlekedési Zrt. f.a.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban tárgyaláson kívül meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t**

A Versenytanács megállapítja, hogy a Malév Magyar Légiközlekedési Zrt. a 2011. március 1-jétől megtartott, „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciója kapcsán fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor

- a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjában és a szórólapján valótlan tájékoztatást adott az akcióban való részvételnek a külföldön valló kinntartózkodás minimális és maximális időtartamára vonatkozó feltételeiről, és amikor
- nem teremtette meg a 2011. március 1-jétől megtartott, „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciója és az általa működtetett helyallokációs rendszer közötti összhangot.

Az eljáró versenytanács emellett kötelezi a Malév Magyar Légiközlekedési Zrt. f.a. vállalkozást 1.000.000.- Ft (azaz Egymillió forint) összegű versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles megfizetni, a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát és a befizetés jogcímét (bírság).

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótléket köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Törvényszéknek címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál 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 n d o k o l á s**

### **I.**

#### **Az eljárás megindításának körülményei**

1. Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) annak vizsgálatára indított eljárást a Malév Magyar Légiközlekedési Zrt. f.a-val (a továbbiakban. eljárás alá vont) szemben, hogy az eljárás alá vont 2011. március 1. és augusztus 2. (az eljárás megindítása) között megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit a „Tervezze velünk nyaralását!” akció kapcsán azzal, hogy
  - a nyomtatott sajtóban megjelent reklámban és a szórólapon valótlan tájékoztatást adott az akcióban való részvételnek a külföldön valló kinntartózkodás minimális és maximális időtartamára vonatkozó feltételeiről,
  - nem teremtette meg a 2011. március 1-jétől megtartott, „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciója és az általa működtetett helyallokációs rendszer közötti összhangot.

### **II.**

#### **Az eljárás alá vont**

2. Az eljárás alá vont az 1946-ban létrejött Magyar-Szovjet Polgári Légiforgalmi Rt. jogutódjaként 1954-ben kezdte meg tevékenységét állami vállalatként. 1992-ben alakult át 100%-ban állami tulajdonban lévő zártkörűen működő részvénytársasággá. 2007-ben részvényeinek 99,95%-át a Magyarországon alapított és bejegyzett Airbrige Zrt vásárolta meg a Magyar Államtól. 2010 elején a részvények döntő többsége ismét a Magyar Állam tulajdonába került.
3. Az eljárás alá vont főtevékenysége a vizsgálattal érintett időszakban elsősorban menetrendszerinti, másodsorban charter légi személyszállítás volt a Budapest Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér kiinduló ponttal. Az eljárás alá vont a hálózaton üzemeltetett járatok szabad raktér kapacitását kihasználva légi áru fuvarozást is vállalt, valamint ezt kiegészítendő ún. cargo és postai áru handling szolgáltatást nyújtott.
4. Az eljárás alá vont 2010. évi nettó árbevétele meghaladta a 88 milliárd forintot.
5. A cég 2012. február 14-től felszámolás alatt áll, a 2011. évi mérlegbeszámolóját nem tette közzé.
6. A Vj-72/2005. számú ügyben a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vontnak a jegykiállítási díjjal kapcsolatos tájékoztatása a 2005. január 10-e és 2005. február 28-a között szervezett „Diákakció”-ja során a fogyasztók megtévesztésére alkalmas volt. Ebben az eljárásban a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vont vállalkozással szemben.
7. A Vj-147/2006. számú eljárásban a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított 2004-ben az „Időben kezdje el a nyaralást” kampány keretében a rádióban és a sajtóban, az „Őszi Árakció” kampány keretében a sajtóban, a „Tanulj meg integetni” kampány keretében a rádióban, a televízióban, a sajtóban, a freecardon, és az óriásplakáton, 2005-ben a „Kids go free” kampány keretében a rádióban, és a „Vele, nem vele” kampány keretében a rádióban és az óriásplakáton közzétett reklámokban, valamint a „páratlan árak, páratlan városok” (2004-

2006) banner kampányban alkalmazott páratlan jelző használatával. A Versenytanács ebben az eljárásban is bírságot szabott ki az eljárás alá vont vállalkozással szemben.

### III.

#### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

8. Az eljárás alá vont 2011. március 1. napjától kezdődően hirdette meg „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akcióját, amelynek keretében Európa, illetve a Közel-Kelet több nagyvárosába hirdetett akciós áron elérhető repülőjegyeket. A repülőjegyek lefoglalására az eljárás alá vont honlapjáról ([www.malev.hu](http://www.malev.hu)) közvetlenül elérhető Amadeus foglalási rendszeren keresztül kerülhetett sor az alábbi kondíciók mellett:
- az akció a 2011. április 30. napjáig bonyolított foglalások esetén volt elérhető.
  - az akciós repülőjegyekkel az utazást 2011. október 15-ig be kellett fejezni,
  - utazásból kizárt időszaknak minősült a 2011. április 20. és 27. közötti időtartam,
  - 30-90 napos elővásárlási feltétel került meghatározásra,
  - az akciós árak bruttó árak voltak, tartalmazták az oda-vissza út alapdíját, a repülőtéri adókat, illetékeket és egyéb díjakat,
  - az akciós árak a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) honlapon történő saját foglalású elektronikus jegyek vásárlására vonatkoztak, T foglalási alosztályon,
  - az akciós repülőjegyek az eljárás alá vont mindenkori aktuális menetrend szerinti, saját üzemeltetésű járatain, budapesti kiindulással, minimum egy szombat éjszaka vagy esetenként akár 3 éjszaka külföldi kint tartózkodással voltak igénybe vehetők,
  - az akcióba bevont kedvezményes árú helyek járatonként korlátozott számban álltak rendelkezésre, s elérhetőségük a foglalási időszak során a foglalás időpontjának és a járat telítettségének függvényében előzetes értesítés nélkül változhatott,
  - az akciós repülőjegyek nem voltak módosíthatóak és nem voltak visszatéríthetőek.
9. Az eljárás alá vont saját honlapján ismertette az akció feltételeit, de emellett más kereskedelmi eszközök révén is széles körben reklámozta a „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciót.
10. Az eljárás alá vont rádióreklámja 2011 áprilisában és májusában a Juventus, a Rádió 1 és az MR1-Kossuth rádiókban több mint 250 alkalommal hangzott el, az alábbiakat közölve:
- „Kedves Utasunk! Tervezze meg előre nyaralását, hogy a lehető legjobb Malév-repülőjegyeket érje el! Akciós kínálatunkban bőven talál igazi nyári élményt nyújtó tengerparti lehetőségeket is! Például Róma, Várna, Athén vagy Podgorica már bruttó 29.900 Ft-tól várja!
- A bruttó árak tartalmazzák az oda-vissza út alapdíját, a repülőtéri adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Az akciós repülőjegyek korlátozott számban április 30-ig foglalhatók. További részletek és vásárlás a [malev.hu](http://malev.hu) weboldalon.”
11. A fogyasztót az eljárás alá vont weboldalára eljuttató banner-ek a 2011. év 14. és 17. hete között több honlapon (Startlap főoldala, Nők Lapja Café oldala, FN.hu, origo AdHouse, Freemail.hu, Index.hu, EVO Média által üzemeltetett oldalak) jelentek meg, a következő szöveggel:

„Tervezze velünk nyaralását! Vonzó tengerparti úti célok is már 29.900 Ft-tól \* bruttó ár oda-vissza útra. Róma, Athén, Várna, Podgorica, Berlin, Szaloniki, Amszterdam, Párizs  
Több, mint 30 akciós városajánlat április 30-ig!  
\* bruttó ár oda-vissza útra részletek és foglalás”

A banner-re kattintva a fogyasztó a <http://www.malev.hu/ajanlataink/tervezzen-nyaralast> oldalra jutott.

12. A 2011. év 14. és 15. hetén az eljárás alá vont a Metropol, a Nők Lapja és a HVG lapokban az alábbi tartalmú reklámot jelentette meg:

„Tervezze velünk nyaralását! Vonzó úti célok már 29.900 Ft-tól \* bruttó ár oda-vissza útra Tengerpartra vágyik? Athén, Róma, Podgorica, Szaloníki és Várna most akár 29.900 Ft-tól\* elérhető. Ha a szigeteket kedveli, a Malév honlapján foglalhat repülőjegyet Korfura, Rodoszra, Zakynthosra, Krétára és Ciprusra, de ugyanitt nagyszerű ajánlatokat talál városi kikapcsolódásokhoz is. Ne feledje utazásai tervezésekor, hogy a Malév kínálja Budapestről a legtöbb közvetlenül elérhető úti célt, és 23 kg poggyászt szállít díjmentesen turistaosztályán.  
\*Az akciós ár teljes, bruttó ár, tartalmazza az oda- és visszaút alapdíját, a repülőtéri adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Az akciós ár a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) honlapon történő - saját foglalású - elektronikus repülőjegy vásárlására vonatkozik, a repülőtéri illetékek árfolyamváltozása miatt kismértékben eltérhet ettől. Vásárlási időszak: 2011. március 1-jétől április 30-ig. Az utazást 2011. október 15-ig be kell fejezni. Utazásból kizárt időszak: 2011. április 20-27. Az akciós repülőjegyek egyes járatokon és korlátozott számban állnak rendelkezésre, és a mindenkori aktuális Malév-menetrend szerinti, saját üzemeltetésű járatokon, budapesti kiindulással vehetők igénybe T vagy P foglalási alosztályon, minimum 1 szombat éj, maximum 1 hónap külföldi kinn tartózkodással. A repülőjegyeket az utazás előtt minimum 30 vagy 90 nappal kell megvásárolni. További részletek és jegyvásárlás a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) internetoldalon. A változtatás jogát fenntartjuk. A MALÉV 2010-ben a World Airline Award díjkiosztóján Hamburgban elnyerte a Skytrax, Kelet-Európa Legjobb Légitársasága díjat.”

13. Az eljárás alá vont 2011 áprilisában Budapesten és más nagyvárosokban több száz óriásplakátot helyeztetett el, az alábbi tartalommal:

„Tervezze velünk nyaralását! Vonzó úti célok már 29.900 Ft-ért \* bruttó ár, oda-vissza útra. Részletek és vásárlás: [www.malev.hu](http://www.malev.hu)  
\* Az akció 2011. április 30-ig tart. Utazás 2011. október 15-ig. A repülőjegyek egyes járatokon korlátozott számban állnak rendelkezésre. Elővásárlás 90 nap.”

14. Az eljárás alá vont 2011 áprilisában Budapesten és más nagyvárosokban több mint száz citylight plakátot helyeztetett el (kültéren és beltéren egyaránt), az alábbi tartalommal:

„Tervezze velünk nyaralását! Vonzó úti célok már 29.900 Ft-tól \* bruttó ár oda-vissza útra Tengerpartra vágyik? Athén, Róma, Podgorica, Szaloníki és Várna most akár 29 900 Ft-tól\* elérhető. Ha a szigeteket kedveli, a Malév honlapján foglalhat repülőjegyet Korfura, Rodoszra, Zakynthosra, Krétára és Ciprusra, de ugyanitt nagyszerű ajánlatokat talál városi kikapcsolódásokhoz is. Ne feledje utazásai tervezésekor, hogy a Malév kínálja Budapestről a legtöbb közvetlenül elérhető úti célt, és 23 kg poggyászt szállít díjmentesen turistaosztályán.  
\*Az akciós ár teljes, bruttó ár, tartalmazza az oda- és visszaút alapdíját, a repülőtéri adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Az akciós ár a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) honlapon történő - saját foglalású - elektronikus repülőjegy vásárlására vonatkozik, a repülőtéri illetékek árfolyamváltozása miatt kismértékben eltérhet ettől. Vásárlási időszak: 2011. március 1-jétől április 30-ig. Az utazást 2011. október 15-ig be kell fejezni. Utazásból kizárt időszak: 2011. április 20-27. Az akciós repülőjegyek egyes járatokon és korlátozott számban állnak rendelkezésre, és a mindenkori aktuális Malév-menetrend szerinti, saját üzemeltetésű járatokon, budapesti kiindulással vehetők igénybe T vagy P foglalási alosztályon, minimum 1 szombat éj, maximum 1 hónap külföldi kinn tartózkodással. A repülőjegyeket az utazás előtt minimum 30 vagy 90 nappal kell megvásárolni. További részletek és jegyvásárlás a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) internetoldalon. A változtatás jogát fenntartjuk. A MALÉV 2010-ben a World Airline Award díjkiosztóján Hamburgban elnyerte a Skytrax, Kelet-Európa Legjobb Légitársasága díjat.”

15. Az eljárás alá vont hírlevelére korábban feliratkozott fogyasztók részére az akciós árú repülőjegyek népszerűsítése során elektronikus direktmarketinges levelek kerültek megküldésre az alábbi tartalommal (a levél szövegébe ágyazott „RÉSZLETEK ÉS FOGLALÁS” felírra kattintva a fogyasztót közvetlenül átirányították a <http://www.malev.hu/ajanlataink/tervezzen-nyaralast> oldalra):

„Tárgy: Engedjen a csábításnak! Foglalja le helyét weboldalunkon már 26.600 Ft-tól!  
MALEV, a legjobb kelet-európai légitársaság World Airline Awards 2010  
Engedjen a csábításnak!  
Az EU elnökség 2011. évi hivatalos szállítója  
Kapcsolódjon ki kedvenc európai nagyvárosában! Foglalja le Malév-repülőjegyét weboldalunkon már 26.600 Ft-tól!  
RÉSZLETEK ÉS FOGLALÁS  
\*Akciós áraink teljes, bruttó árak, tartalmazzák az oda-vissza út alapdíját, a repülőtéri adókat, illetékeket és egyéb díjakat.”

16. A 2011. április 14. és 17. között Budapesten osztogatott LA 4 méretű szórólap a következőket közölte:

„Tervezze velünk nyaralását! Vonzó úti célok már 29.900 Ft-tól \* bruttó ár oda-vissza útra Tengerpartra vágyik? Athén, Róma, Podgorica, Szaloníki és Várna most akár 29 900 Ft-tól\* elérhető. Ha a szigeteket kedveli, a Malév honlapján foglalhat repülőjegyet Korfura, Rodoszra, Zakynthosra, Krétára és Ciprusra, de ugyanitt egyszerű ajánlatokat talál városi kikapcsolódásokhoz is. Ne feledje utazásai tervezésekor, hogy a Malév kínálja Budapestről a legtöbb közvetlenül elérhető úti célt, és 23 kg poggyászt szállít díjmentesen turistaosztályán.  
\*Az akciós ár teljes, bruttó ár, tartalmazza az oda- és visszaút alapdíját, a repülőtéri adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Az akciós ár a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) honlapon történő - saját foglalású - elektronikus repülőjegy vásárlására vonatkozik, a repülőtéri illetékek árfolyamváltozása miatt kismértékben eltérhet ettől. Vásárlási időszak: 2011. március 1-jétől április 30-ig. Az utazást 2011. október 15-ig be kell fejezni. Utazásból kizárt időszak: 2011. április 20-27. Az akciós repülőjegyek egyes járatokon és korlátozott számban állnak rendelkezésre, és a mindenkori aktuális Malév-menetrend szerinti, saját üzemeltetésű járatokon, budapesti kiindulással vehetők igénybe T vagy P foglalási alosztályon, minimum 1 szombat éj, maximum 1 hónap külföldi kinn tartózkodással. A repülőjegyeket az utazás előtt minimum 30 vagy 90 nappal kell megvásárolni. További részletek és jegyvásárlás a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) internetoldalon. A változtatás jogát fenntartjuk. A MALEV 2010-ben a World Airline Award díjkiosztóján Hamburgban elnyerte a Skytrax, Kelet-Európa Legjobb Légitársasága díjat.”

17. A fentiekben ismertetett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával összefüggésben felmerült ismert költségeket a Vj-62-007/2011. számú irat 2. számú melléklete tartalmazza.
18. A repülőjegyek árának meghatározása soktényezős feladat, s az is bonyolult matematikai számítások és piaci információk ötvözetéből tevődik össze, hogy egy légitársaság mikor, hol, mennyi hellyel rendelkezik.
19. . A piacra alapvetően a nem költségalapú árképzés a jellemző, ami azt jelenti, hogy egy-egy jegy/hely árának kialakításakor nem az egy székre eső állandó és változó költségeket veszik figyelembe. Az ár kialakításában szerepet játszik
- a piaci környezet,
  - a versenytársak által alkalmazott árak,
  - a termék minősége,
  - a vállalkozás adott régióban képviselt értéke,
  - a vállalkozás törzsutas-rendszere,
  - a fedélzeti ellátás minőségére,

- az alkalmazott géppark összetétele.
20. Az árképzés mellett a légitársaságok másik eszköze a bevétel optimalizálására az eljárás alá vont által is alkalmazott helyallokálás.
  21. A légitársaságok célja a jegyértékesítés esetén az, hogy az összes szék lehetőség szerint az elérhető legmagasabb áron kerüljön értékesítésre, így generálva a legmagasabb bevételt (tekintettel arra, hogy a székek száma egy repülőgépen fixen meghatározott). Éppen ezért egy-egy helynek egy járaton nem fix ára van, hanem az árak kialakítására rugalmasan, számtalan tényező együttes figyelembe vételével kerül sor. Így egy gépen nem kizárólag a három árkategóriás jegy létezik, hanem a három kiszolgálási osztály további foglalási alosztályokba tagolódik (az eljárás alá vont 18 alosztályban publikált árakat).
  22. Az árképzés összekapcsolódik a bevétel optimalizálására szolgáló helyallokálás folyamatával, mely folyamat arra ad választ, hogy egy adott időpillanatban egy adott áron lehet-e helyet foglalni egy adott járatra vagy sem. A helyallokálás végső soron abban segíti a vállalkozást, hogy meg tudja becsülni, a legnagyobb kihasználtság érdekében egy adott járaton egy meghatározott árszinten hány „széket” lehet értékesíteni. Ez a rendszer nagyon változó, számtalan szempontot vesz figyelembe, de folyamatosan a legnagyobb profit elérésére törekszik, így elképzelhető például az, hogy egy járaton adott akció kapcsán meghirdettek ugyan akciós árú repülőjegyeket, azokat azonban nem teljes számban értékesítették, tekintettel arra, hogy a magasabb árkategóriából több foglalás került ki, mint ami eredetileg terveztek, s ezeket a foglalásokat a rendszer a többi árkategória (többek között az akciós jegyek) rovására teljesítette.
  23. Az alacsony bevételt generáló utasok jellemzően korábban foglalnak, míg a magas bevételt generáló üzleti utasok az utazáshoz közeli időpontokban. Olyan esetekben, amikor az előrejelzések szerint egy adott járat kihasználtsága (telítettsége) váratlanul meghaladja a várakozásokat (pl. átszállásos termékek gyengülése, konkurencia kivont kapacitást az adott piacról, vagy globális válság miatt a magyar utasok inkább közelebbi, európai úticélokot választanak) és az így eladott jegyek a magasabb árkategóriából kerülnek ki, az egy adott járaton még elérhető helyek száma – beleértve az akciós árú jegyeket is – arányosan csökken valamennyi árszinten. Ez – különösen a magasabb árkategóriában történő csoportos, vagyis 10 főt meghaladó foglalások esetén – magyarázza azt is, hogy bár egy adott járatra például 10 akciós árú jegy került allokálásra, és bár az akció végére mégsem maradt akciós jegy, de nem került értékesítésre mind a 10 akciós árú jegy. Ugyanakkor azokon a járatokon, ahol a telítettség lényegesen rosszabbul alakult a tervekhez képest, ez a folyamat fordítva működik, vagyis van olyan úti cél, ahol az akció végén több akciós árú jegyet tart nyilván a számítógépes rendszer, mint amennyit az akció elején a légitársaság allokált.
  24. Az eljárás alá vont előadásából megállapíthatóan a kiindulópont jelen ügyre vetítve az, hogy az alacsony bevételt generáló utasok a járat indulásához viszonyítva korábban foglalnak (ez az indoka a 30-90 napos előfoglalási feltételnek az akcióban), mint a magas bevételt generáló üzleti utasok. Azokban az esetekben, amikor egy járat telítettsége meghaladja a várakozásokat, és az így eladott jegyek magasabb árkategóriából kerülnek ki, akkor a még elérhető jegyek száma, köztük az olcsóbb/akciós jegyek száma is kategóriánként, arányosan csökkentésre kerül. Ez lehet az oka annak, hogy egy adott járatra nem értékesítették az összes akciós árú jegyet, mely allokálásra került az akció kezdetén.
  25. Az eljárás alá vont az akció indulásakor konkrét számban határozta meg az akciós áron igénybe vehető jegyek mennyiségét. Ez kapacitásának megközelítőleg 5-10%-a volt. A

kezdeti nagy érdeklődésre tekintettel az akciós helyek számát a rendelkezésre álló ülőhelyek 10-20%-ára növelte. Az akció lezárásakor az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az értékesített repülőjegyek jelentős része került kedvezményes áron értékesítésre.<sup>1</sup>

26. A rendelkezésre álló telítettségi adatokból megállapíthatóan az érintett járatok valamivel több, mint 10%-ánál egyáltalán nem került értékesítésre akciós árú repülőjegy, illetve közel 33%-ánál maradt fenn (a meghirdetett irányszámokhoz viszonyítva) értékesítésre nem került, alacsony árkategóriás jegy.
27. A GVH előtt ismert foglalási kísérletek (Vj-62-007/2011. számú irat 1. számú melléklete) szerint
- a foglalási kísérletek az athéni, illetve a római desztinációkat érintették, amely irányokba repülőjegyek legolcsóbban 29.900 Ft-ért voltak foglalhatóak
  - a vásárlási kísérletek 2011. április 28-án történtek, Athénbe 2011. június 1-jei, illetve 2011. június 28-ai kiindulás (a foglalástól számított 33., illetve 61. nap) mellett, Rómába 2011. június 1-jei, illetve 2011. augusztus 1-jei kiindulás (a foglalástól számított 33., illetve 94. nap) mellett,
  - a foglalási kísérletek bonyolítására az eljárás alá vont saját foglalási felületén került sor, rugalmas foglalások beállítása mellett, melynek értelmében a foglalási kísérletek során nemcsak a megadott indulási nap, hanem az azt megelőző három nap és az azt követő három nap legolcsóbb árú jegyei is láthatóak voltak,
  - a foglalási rendszer 2011. április 28-án nem ajánlott fel a meghirdetett oda-vissza útra szóló legalacsonyabb áron repülőjegyeket sem a kiválasztott indulási napokra, sem a megelőző és követő egy hétre, miközben
  - a GVH rendelkezésére álló iratokból megállapítható, hogy adott járatokon a meghirdetett akciós árú helyek még rendelkezésre álltak (Vj-62-007/2011. számon kelt irat 2. számú melléklete).

#### **IV.**

#### **Az eljárás alá vont előadása**

28. Az eljárás alá vont kifejtette, hogy az akciós árú jegyek igénybevételének feltételei folyamatosan megismerhetőek voltak a fogyasztók számára. A feltételek az akció időtartama alatt folyamatosan elérhetőek voltak a honlapon, az internetes hirdetésekben és az utazási irodákban is.
29. Előadta, valamennyi reklámban közzétette, hogy az akciós „helyek járatonként korlátozott számban állnak rendelkezésre, és elérhetőségük a foglalási időszak során a foglalás időpontjának és a járat telítettségének függvényében előzetes értesítés nélkül változhat.” Bár a tájékoztató valóban nem tért ki arra, hogy a repülőjegyek nem teljes körét értékesítik akciós áron, azonban az iparágban egyáltalán nem bevett szokás, hogy egy légitársaság egy járatra (vagy akár egy meghatározott időn belül egy teljes desztinációra) valamennyi jegyet akciós áron értékesítse. Az összes kereskedelmi kommunikációban az akcióban részt vevő jegyek ára „-tól” toldattal jelent meg, ezzel is jelezve, nem vállal garanciát arra, hogy valamennyi desztináció, folyamatosan elérhető a kedvezőbb áron.
30. Megjegyezte, az akció azon feltétele, mely szerint egy időben 10 fő feletti foglalás nem volt engedélyezett, szintén azt a célt szolgálta, hogy a fogyasztók minél szélesebb köre számára elérhető legyen a kedvezményes árú repülőjegy.

---

<sup>1</sup> lásd Vj-62-004/2011 számú beadvány 9. sz. melléklete, az adatok üzleti titkot képeznek,

31. Ismertette, különös gondot fordított arra, hogy helyettesíthető áru folyamatosan elérhető legyen a fogyasztók számára. Ugyan a kifogásolt desztinációk (Budapest-Athén, Budapest-Róma) esetében a foglalni szándékozott napra nem volt közvetlenül elérhető akciós árú jegy, azonban a megelőző és a követő napokban lett volna lehetősége az utasnak kedvezményes jeggyel utazni, illetve más közeli tengerparti városokba voltak elérhető, a meghirdetett áron rendelkezésre álló jegyek.
32. Az eljárás alá vont szerint nem valósult meg az Fttv. 6. §-a szerinti kereskedelmi gyakorlat, mivel valamennyi tájékoztató csatornán felhívta a fogyasztók figyelmét arra, hogy a hirdetésekben szereplő árak a lehető legalacsonyabb árak, de az ár nem „garantált”, s a magyar nyelvben a „-tól” szerkezet egyértelműen jelzi, hogy az ár ennél magasabb is lehet. A fogyasztók számára elérhető információ valóságtartalmához nem férhet kétség, míg valótlan információt nem állított reklámjaiban, hiszen a feltüntetett árakon folyamatosan elérhetők voltak a jegyek, kivétel ez alól csupán az akció néhány utolsó napja, ám helyettesítő termékek ekkor is bőven rendelkezésre álltak. Az akciós árú jegyek és/vagy azok helyettesíthető termékei (ugyanaz a desztináció, ugyanazon az áron, de más időpontban, illetve hasonló desztináció ugyanabban az időben, ugyanolyan áron) bizonyíthatóan elérhetők voltak a kérdéses időpontban és az általában elvárható körülmények mellett ezt a fogyasztó is tudhatta vagy tudnia kellett volna, így a kereskedelmi gyakorlat nem volt alkalmas arra, amely olyan ügyleti döntés meghozatalára készíthette volna a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
33. Az eljárás alá vont előadta, visszamenőleg nagyon nehéz rekonstruálni, hogy mire vezethető vissza a GVH által hivatkozott sikertelen foglalás, illetve online keresés, valószínűsíthető, hogy a keresési feltétel nem felelt meg az akciós feltételeknek. A 90 napos előfoglalási feltétel, mint kondíció szerepelt a honlapon. Az akciónál a legalacsonyabb ár a hozzá tartozó legszigorúbb feltétellel érhető el, ami jelen esetben azt jelenti, hogy 90 napos elővásárlás szükséges a legalacsonyabb árhoz. Desztinációtól függően is változhat az, hogy milyen feltétellel érhető el az utas számára legkedvezőbb árú jegy. Bizonyos desztinációk esetében az akciós árak elérhetők voltak 30-90 nap között is, de minden egyes desztináció esetében elérhetők voltak 90 napon túl. Statisztikai alapon döntötték el, hogy melyik desztinációhoz milyen időintervallum tartozik, ezt előre rögzítették és az akció alatt nem változtatják. Az utast nem érte kár, hiszen 90 napon túl minden esetben elérhető a jegy.”
34. Felhívta a figyelmet arra, 2011. június 27. óta elérhető honlapján az „okoskereső”, amely megkönnyíti a kereséseket, tekintettel arra, hogy a kereső valamennyi utazási feltételt képes figyelembe venni, tehát az utasnak nem kell figyelnie az egyes, pl. akció igénybevételének feltételét.
35. A Versenytanács előzetes álláspontjának megismerése után az eljárás alá vont vállalkozás nevében a felszámoló nyújtott be írásbeli nyilatkozatot, amelyben egyrészt bejelentette, hogy nem kéri tárgyalás megtartását, másrészt előadta, hogy - a korábbi nyilatkozatával egyezően – az általa alkalmazott kereskedelmi gyakorlat nem volt tisztességtelen, nem adott valótlan tartalmú tájékoztatást a fogyasztóknak.

## V. Jogi háttér

36. 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.

37. 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.

38. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés rögzíti, tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

39. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése szerint az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek. Az Fttv. mellékletének 5. pontja értelmében tisztességtelen áru meghatározott áron való vásárlására felhívás annak elhallgatásával, hogy a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni - az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel - megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni (csalogató reklám).

40. 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.

41. 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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen

bb) mennyisége,

be) beszerezhetősége, szállítása,

c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.

42. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközeinek korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás). A (2) bekezdés rögzíti, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.
43. 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.
44. 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.
45. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH 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.
46. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

47. 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.

## VI. Jogi értékelés

48. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy az általa kínált áruk lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.

A kereskedelmi gyakorlat

49. A Versenytanács álláspontja szerint a jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából az eljárás alá vont III. fejezetben részletesen ismertetett magatartása, így a különböző ott ismertetett gyakorlata az Fttv. 2. §-ának d) pontja alapján kereskedelmi gyakorlatnak minősül, mivel az közvetlen kapcsolatban áll az áru (utazási szolgáltatások) fogyasztók részére történő értékesítésével.

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

51. 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. A reklámok valóságtartalmában fenntartás

nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között – számára költségmegtakarítást eredményezően – a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.

52. Egy reklám nem alapozhat arra, hogy a tartalma szabadon meghatározható, bármit állíthat, mondván, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztónak úgyszintén ellenőriznie kell, hogy a reklám állítása megfelel-e a valóságnak.
53. Az ár a fogyasztó számára a versenyző áruk közötti választás során az eligazodást jelentő egyik legfontosabb mérce. Az ár, illetve az árral kapcsolatban nyújtott kedvezményre, az árat érintő akció létre, mértékére vonatkozó tájékoztatás alkalmas a fogyasztói döntési folyamat befolyásolására.  
A valamely áru kedvezményes áron történő megvásárlását lehetővé tevő akció keretében értékesített áru lényeges, a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására alkalmas jellemzője, hogy az adott áruból milyen mennyiség vásárolható meg az akciós áron. (Vj-78/2009.)
54. A Versenytanács a Vj-147/2007. sz. ügyben hozott elvi jelentőségű döntésében is kifejtette,<sup>2</sup> az ár mértéke a fogyasztó számára a versenyző áruk közötti választás során az eligazodást jelentő legfontosabb mérce, tehát vitathatatlanul az áru lényeges tulajdonsága. A jelen esetben az áru az akciós repülő utazás, az ár pedig az akciós ár. Ha ezekről a lényeges jellemzőkről a kereskedelmi kommunikáció hiányosan, megtévesztésre alkalmas módon tájékoztat, az ésszerűen eljáró átlagfogyasztó nincs abban a helyzetben, hogy megalapozott ügyleti döntést hozzon.

#### Az értékelés keretei

55. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdése körében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:
- ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek,
  - ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket,
  - ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”), amely esetében semmilyen külön feltételnek sem kell teljesülnie.
56. Az Fttv. indokolása egyértelmű iránymutatást tartalmaz a három esetkörrel összefüggésben, kimondva, hogy a jogalkalmazás során „fordítva kell végigjárni” a szabályozás e három lépcsőjét:

---

<sup>2</sup> A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel és a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény III. fejezetével kapcsolatos elvi jelentőségű döntései, 2011, I.6.32. pont

- egy kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapításához mindenekelőtt azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül,
- ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió az Fttv.-ben megadott kritériumait,
- csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra a generálklauzula, s annak hármass tesztje.

57. Kiemelendő, hogy a jogalkalmazás ezen háromlépcsős volta nem jelent egy merev rendszert, így egy adott, összetett kereskedelmi gyakorlat az Fttv. több rendelkezése, ezen belül a fenti rendszer különböző „lépcsőfokain” figyelembe veendő előírások szerinti tényállást is megvalósíthat, s így nem kizárt, hogy egy vállalkozás az adott kereskedelmi gyakorlat kapcsán megvalósítja az Fttv. mellékletének valamely pontja, illetve a 6., 7. vagy 8. § alá tartozó valamely magatartást, s emellett a generálklauzula megsértése is megállapítást nyer a vizsgált kereskedelmi gyakorlat másik eleme alapján. A Versenytanács álláspontja szerint a jelen eljárás keretében vizsgált kereskedelmi gyakorlat egy része, nevezetesen a külföldön való tartózkodás időtartamának – mint feltételnek - megadása az Fttv. 6.§-ában foglalt tényállás alapján értékelendő.

#### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelése az Fttv. 6. §-a alapján

58. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése értelmében 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 Fttv.-ben meghatározott tényezők közül egy vagy több tényező, így például az áru lényeges jellemzője, ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte [lásd az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) és c) pontját] tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

59. Annak megítélésénél, hogy egy kereskedelmi kommunikáció állításai, illetve tartalma megtévesztésre alkalmasak-e, az adott kereskedelmi kommunikáció tartalmán túl figyelemmel kell lenni annak szövegbeli és képi megjelenítésére is, így adott esetben az abban foglalt szövegek, esetleg képek kiemelésére, az alkalmazott betűnagyságra, azok elhelyezésére - vagyis az információk fogyasztókra gyakorolt összehatására. Míg egyes reklámhordozók esetén a kiegészítő információk, apró betűs magyarázatok a fogyasztókhoz eljutó üzenet részévé válhatnak (pl. a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok esetén, ha ezt a reklám kivitelezése nem korlátozza), addig az ilyen, általában igen rövid ideig, a fogyasztók figyelmét fel nem hívó módon megjelenő közlések más reklámhordozóknál (pl. óriásplakátnál, citylight táblánál) ténylegesen nem válnak a fogyasztók által fogott üzenet részévé.

60. Számos esetben alkalmazzák a reklámozók azt a gyakorlatot, hogy adott termék egyes jellemzőivel kapcsolatos egyes feltételeket a reklám főüzenetében helyeznek el, míg más – ugyanazon jellemzőhöz kapcsolódó – feltételeket apró betűvel, adott esetben a főüzenettől elszakítva tüntetnek fel. Kizárólag a kommunikációs eszköz, illetve az információ jellegének értékelésével dönthető csak el, hogy az apró betű használata alkalmas-e a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására. Az apró betű teljes értékű tájékoztatásnak minősül, amennyiben a megjelenített tájékoztatásokat a fogyasztónak

módja van teljes egészében áttanulmányozni és az apró betűs információ lényegesen nem módosítja a tájékoztatásban kiemelt módon közvetített üzenetet.

61. A fogyasztó által észlelt üzenet körében tehát szükséges felmérni, hogy az adott reklámhordozó milyen információ átértesztő képességgel rendelkezik. Ezzel összefüggésben kiemelendő, hogy
- a vállalkozás saját honlapja alkalmas arra, hogy a fogyasztó számára – minden külön kutakodás nélkül – egyértelmű, világos, részletes tájékoztatást adjon a vállalkozásról és annak termékeiről,
  - a banner (illetve az internet útján megküldött, sajátos kommunikációs eszközként funkcionáló hírlevél) Fttv. szerinti megítélése kapcsán jelentőséggel bír, hogy a banner-re (hírlevélre) kattintva a fogyasztó milyen egyéb információkhoz jut a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában. Ha a fogyasztó a reklám sajátosságának megfelelően rákattint a banner-re (hírlevélre), s az „elvezeti” az adott vállalkozás honlapjára, akkor ebben az esetben a banner (hírlevél) csak elérési útként szolgál a további információszerzéshez, s az ún. landing page-en (amely tehát általában a vállalkozás honlapja) többnyire további információk állnak rendelkezésre. Fő szabály szerint a banner-ek (hírlevelek) Fttv. szerinti minősítéséhez szükséges annak ismerete, hogy a fogyasztó a banner-re (hírlevélre) történő egyetlen kattintással milyen felületre (landing page-re) jut, s ott további tájékozódás, „kutakodás” nélkül milyen (egyértelmű, világos, minden szükséges részletre kiterjedő, vagy ezzel ellentétben értelmezési problémákhoz vezető, homályos, magában is hiányos) tájékoztatást kap a reklámozott termékkel kapcsolatban,
  - a rádióban elhangzó reklám esetében értelemszerűen az elhangzott szöveg fejt ki hatását a fogyasztóra,
  - a nyomtatott sajtóban megjelenő reklám és a szórólap esetén az apróbetűs, de olvasható méretű közlések is a tájékoztatás részét képezik, mivel azok statikus, hosszabb időtartamú tanulmányozást is lehetővé tevő formában állnak a fogyasztó rendelkezésére,
  - az óriásplakát befogadására egy autósnek maximum 1 másodperce, míg egy nem siető járókelőnek maximum 2-3 másodperce van, miből következően az óriásplakát maximum 3 motívummal dolgozhat, amennyiben hatásos kíván maradni (fősor, kép és embléma), és a reklám főüzenetének kiemelkedő szerepe van. Az óriásplakátok és a citylight-ok jellegükből adódóan nem teszik lehetővé a fogyasztó számára a tartalom, s azon belül is elsősorban a nem kiemelt formában (pl. apró betűkkel) szerepeltetett tartalmi részek alaposabb tanulmányozást.

62. A Versenytanács az eljárás alá vont „Tervezze velünk nyaralását!” elnevezésű akciója kapcsán megállapította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének a megvalósulását. Az egyes kereskedelmi kommunikációk valóságnak való megfelelését a Versenytanács abból kiindulva vizsgálta meg, hogy az akció feltételei az eljárás alá vont internetes honlapján és a további egyéb hirdetéseiben nem azonos részletettséggel kerültek ismertetésre, így a Versenytanács az akció feltételének tekintett minden olyan feltételt, amely akár a honlapon, akár írott sajtóban, vagy más reklámeszközön közlésre került.

A külföldön való tartózkodás időtartama

63. Az akcióban való részvétel egyik feltétele volt a külföldön tartózkodással kapcsolatos vagylagos követelmény, nevezetesen a minimum egy szombat éjszaka, vagy esetenként akár három éjszaka külföldön való tartózkodás, ugyanakkor a közlések csak az egyik feltételről adtak tájékoztatást, vagy egyik feltételt sem tartalmazták,

- a citylight apró betűkkel tartalmazta ugyan a feltételekre vonatkozó közlést, de ez a tájékoztatás - a kommunikációs eszköz sajátosságai révén - nem vált a fogyasztók által ténylegesen észlelt üzenet részévé).

- a nyomtatott sajtóban megjelent reklám és a szórólap valótlan tájékoztatást adott az akcióban való részvétel külföldi kinntartózkodással kapcsolatos feltételéről, mivel csak az egyik feltételt (a minimum egy szombat éjszaka kinntöltését) tartalmazta.

64. Nemcsak a kinntartózkodás minimális, hanem annak a maximális időtartalma is lényeges körülmény a fogyasztók szempontjából, mindazonáltal a honlapon megjelent tájékoztatás e vonatkozásban valótlan. A honlapon közölt akciós feltételek szerint a „maximum kint tartózkodás: 2011. október 15-ig. Az akciós repülőjegyekkel az utazást 2011. október 15-ig be kell fejezni.” Ezen túlmenően további korlátozás nem került rögzítésre, míg a nyomtatott sajtóban megjelent reklám és a szórólap szerint maximum 1 hónap külföldi kinntartózkodás megengedett.
65. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a 2011. március 1-jétől megtartott, „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciója kapcsán fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor az eljárás alá vont vállalkozás honlapján, és a citylighton, továbbá a nyomtatott sajtóban megjelent reklám és a szórólap valótlan tájékoztatást adott az akcióban való részvételnek a külföldön való kinntartózkodás minimális és maximális időtartamára vonatkozó feltételeiről. Az eljárás alá vont ezzel a kereskedelmi gyakorlattal [megvalósítva az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjának bb) és be) alpontjait, valamint c) pontját] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

*A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelése az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése alapján*

66. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése általános értelemben mondja ki, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A törvény indokolása értelmében az (1) bekezdésben foglalt generálklauzula a legáltalánosabban megtiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot.
67. Az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése értelmében tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem a szakmai gondosság követelménye szerint jár el, s torzítja a fogyasztói magatartást, vagy erre alkalmas.
68. Az Fttv. 3. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vállalkozás akkor tesz eleget a szakmai gondosság követelményének, ha a kereskedelmi gyakorlat megvalósítása során
- az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel,
  - a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el.
69. Kiemelendő, hogy a szakmai gondosság követelménye kapcsán nem fogadható el egy olyan előadás a vállalkozás részéről, amely szerint az adott piaci szektorban széles körben elterjedt, általánosnak tekinthető kereskedelmi gyakorlatnak megfelelően, s így kellő szakmai gondossággal járt el. Egy ésszerűen eljáró, tisztességes vállalkozás számára a viszonyítási alapot a szakmai gondosság kapcsán a tisztességes kereskedelmi gyakorlat képezi.
70. A jóhiszeműség és tisztesség elve a korrektség, tisztesség objektív követelményét támasztja a vállalkozással szemben. A fogyasztói magatartás befolyásolásában

nyilvánvalóan érdekelt (és az információs aszimmetria révén a saját árujáról nyilvánvalóan pontosabb információkkal rendelkező) vállalkozásnak a fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatok tanúsítása során úgy kell eljárnia, ahogy azt a jóhiszeműség és tisztesség, mint egyfajta objektív zsinórmérték megkívánja, azaz annak megfelelően, ahogy egy jóhiszemű és tisztességes vállalkozás az adott helyzetben eljárna.

71. A jóhiszeműség és tisztesség elve egyfajta erkölcsi, etikai alappal bíró követelmény, amely érvényesülni rendeli a megbízhatóságot, azzal, hogy a bizalom a fogyasztó oldalán oly módon jelentkezik, hogy a fogyasztó bízhat abban, a vállalkozás jóhiszemű és tisztességes kereskedelmi gyakorlatot folytat vele kapcsolatban.
72. Figyelemmel a hasonló típusú akciók révén a fogyasztók rendelkezésére álló tapasztalatokra, ismeretekre és arra is, hogy az adott városba szóló repülőjegyek száma a fogyasztók által tudottan is véges, a vizsgált kereskedelmi kommunikációk összehatása a fogyasztók felé nem közvetítette azt az üzenetet, hogy
- akciós áron kerül értékesítésre az eljárás alá vont által felkínált valamennyi repülőjegy, illetve még azt sem, hogy az akcióban érintett külföldi városokba történő utazást lehetővé tevő valamennyi repülőjegy,
  - minden korlátozás nélkül, bizonyos feltételek teljesülése megvalósulásának hiányában is az akciós árú repülőjegyekhez juthatnak a fogyasztók,
  - az akciós árú repülőjegyekhez való hozzájutás kapcsán egyfajta automatizmus fog érvényesülni, azaz ha egy fogyasztó megfelel a feltételeknek, akkor biztosan megvásárolhatja a kívánt akciós repülőjegyet.
73. Mindazonáltal kiemelendő, hogy a kereskedelmi kommunikációk ugyan nem egy szükségszerűen megvalósuló (a repülőjegyek akciós áron történő megvásárlásában megmutatkozó) lehetőséget ígértek, azonban a kereskedelmi kommunikációkban megfogalmazott, az akciós repülőjegyek megvásárlására vonatkozó ígéretnek nem egy elméleti, hanem egy reális lehetősége kellett volna, hogy legyen.
- A fentiek szerinti fogyasztói értelmezés mellett is jogsértést eredményez, ha
- a./ a tájékoztatást közlétevé vállalkozásnak nincs olyan terméke, amely a kereskedelmi kommunikációkban feltüntetett akciós áron lenne kapható, illetőleg
- b./ ha a fogyasztók az eljárás alá vont által megszabott korlátozások, illetve a feltételek révén csak szélsőséges esetben juthatnak az akciós árú repülőjegyekhez, azaz az akció ténylegesen csak egy atipikus, szűk fogyasztói kör számára elérhetően érvényesült.
74. Az eljárás alá vont által a „Tervezze velünk nyaralását!” elnevezésű akció kapcsán tanúsított kereskedelmi gyakorlat értékelésekor figyelembe veendő, hogy
- az akcióhoz kapcsolódóan alkalmazott kereskedelmi kommunikációk széles körben alkalmasak voltak a fogyasztók magatartásának a befolyásolására, az eljárás alá vont által mesterségesen gerjesztett, megnövekedett keresletet támasztva a repülőjegyek iránt,
  - az eljárás alá vont az akció időtartama alatt is változatlan formában működtette a bevételeinek optimalizálására szolgáló helyallokálási rendszert.

Az akció kapcsán az eljárás alá vont figyelmen kívül hagyta, hogy az általa működtetett helyallokációs rendszer nem teszi lehetővé a repülőjegyek iránti fogyasztói érdeklődés kielégítését, a keresletet széles körben felkeltő kereskedelmi kommunikációk által népszerűsített akció megtartását, csak akkor, ha a jegyallokációs rendszer úgy kerül módosításra, hogy az akciós jegyekhez történő hozzájutás oly módon biztosítottá válik, hogy az eleget tegyen a kereskedelmi kommunikációk által a vállalkozás révén teremtett felfokozott fogyasztói várakozásoknak, s adott esetben ne csak a fogyasztók egy igen szűk



köre számára legyen elérhető. Az eljárás alá vontnak az akciót egyik oldalról annak tartalmához, a kereskedelmi kommunikáció által elért fogyasztói kör kiterjedtségéhez, e fogyasztói kör sajátosságaihoz, illetve másik oldalról a helyallokációs rendszer sajátosságaihoz kellett volna igazítania.

75. A Versenytanács már egy korábbi eljárásában<sup>3</sup> is rámutatott az üzleti modell és az akciótartás összehangolásának a jelentőségére, az adott ügyben aláhúzva, a vállalkozás jogszerű tevékenységének nem lehet akadálya, hogy az általa választott üzleti módszer nem teszi őt alkalmassá erre. Adott vállalkozás önálló döntési jogkörébe tartozik ugyanis az üzleti modelljének megválasztása és a reklámozási stratégiájának kijelölése is. Egyik döntése azonban feltételezi a másik kimenetelét, az alkalmazott helyallokációs rendszer ilyen módon adott esetben korlátot képezhet a vállalkozás reklámjaiban használt egyes kifejezések számára.
76. Az eljárás alá vont magatartása azt eredményezte, nem volt biztosított, hogy a „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akció keretében igénybe vehető repülőjegyek ne csak a fogyasztók igen szűk köre számára legyenek elérhetők.
77. Nem volt alapos az eljárás alá vontnak az az előadás, hogy minden egyes desztináció esetén elérhetőek voltak az akciós árú jegyek a 90 napon túli időszakra, mert a GVH által végzett próbavásárlás éppen ennek ellenkezőjét igazolja (lásd 27. pont, a római járatra történő sikertelen helyfoglalási kísérlet).
78. Figyelemmel az előzőekben kifejtettekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor nem teremtette meg a 2011. március 1-jétől megtartott, „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciója és az általa működtetett helyallokációs rendszer közötti összhangot. Az eljárás alá vont ezen kereskedelmi gyakorlatával [megvalósítva az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésében foglaltakat] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.
79. A Versenytanács hangsúlyozza, nem az eljárás alá vont által használt helyallokációs modell, hanem az eljárás alá vont által megtartott akció kapcsán tanúsított kereskedelmi gyakorlat tekintetében foglalt állást.

#### A Versenytanács döntésének összefoglalása

80. Az előzőekben kifejtettek alapján a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a 2011. március 1-jétől megtartott, „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciója kapcsán fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor
- a nyomtatott sajtóban megjelent reklám és a szórólap valótlan tájékoztatást adott az akcióban való részvételnek a külföldön valló kinntartózkodás minimális és maximális időtartamára vonatkozó összes feltételeiről, ezzel [megvalósítva az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjának bb) és be) alpontjait, valamint c) pontját] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.
  - nem teremtette meg a 2011. március 1-jétől megtartott, „Tervezze velünk nyaralását” elnevezésű akciója és az általa működtetett helyallokációs rendszer közötti összhangot. Az

---

<sup>3</sup> lásd: Vj-178/2007/23 számú határozat, 155. pont.

eljárás alá vont ezen kereskedelmi gyakorlatával [megvalósítva az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésében foglaltakat] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

81. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács arra tekintettel, hogy az akció már lezárult, és az eljárás alá vont vállalkozás felszámolás alá került, nem látta szükségesnek azt, hogy a Tpv. 77. §-a (1) bekezdése f) pontjának az alkalmazásával megtiltsa a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
82. A Versenytanács ugyanakkor bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, amely bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének és a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú Közleményének megfelelően határozta meg.
83. A bírság összegének megállapítása során a Versenytanács a kommunikációs költségekből indult ki, figyelembe véve azt a tényt is, hogy az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott kommunikáció csak kis részében volt jogsértő, így bírságalapként csak kommunikációs költségek egy részét volt indokolt figyelembe venni.
84. A bírság összegének megállapítása kapcsán második lépcsőként a verseny torzításával és a jogsértéshez való viszonyulással összefüggő súlyosító és enyhítő körülményeket vette figyelembe a Versenytanács.  
Súlyosító körülményként vette figyelembe azt, hogy
- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók széles körét érte el,
  - az eljárás alá vont magatartása felróható volt, az nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének,
- Enyhítő körülményként értékelte a Versenytanács azt a tényt, hogy - bár a helyallokációs rendszer nem követte a kereslet által támasztott igényeket -, az eljárás alá vont jelentősen megnövelte az akcióba bevont ülések számát, ezzel csökkentve a kereső fogyasztók visszautasításának arányát.
85. A Versenytanács azt is mérlegelte, hogy fentiek szerint számított bírságösszeg kellő elrettentő erőt képvisel-e, tekintettel az ügy összes körülményeire. Az elrettentő erő értékelése során a Versenytanács arra az álláspontra helyezkedett, hogy az nem csak a (felszámolás alá került), eljárás alá vont vállalkozással kapcsolatban, hanem általában a piaci szereplők szempontjából is értékelhető (speciális és generális prevenció).
86. Mindezekre tekintettel a Versenytanács a kommunikációs költségekből kiindulva 1.000.000.- HUF-ban határozta meg a bírság összegét.

## **VII. Egyéb kérdések**

87. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
88. 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.

89. 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.

90. A Versenytanács megállapította a GVH hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a fogyasztók jelentős számát elérő kereskedelmi gyakorlatot több hónapon keresztül, részben országos terjesztésű napilapok útján, illetve országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósította meg az eljárás alá vont.

Budapest, 2012. augusztus 2.

dr. Berki Ádám sk.  
előadó versenytanács tag

dr. Tóth András sk.  
a Versenytanács elnöke  
versenytanács tagként eljárva

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
versenytanács tag