



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/078-15/2012

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. E. M. vezető jogtanácsos által képviselt **Telenor Magyarország Zrt.** (Törökbálint) eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény rendelkezéseinek feltételezett megsértése tárgyában folytatott versenyfelügyeleti eljárásban – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

v é g z é s t .

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

A végzéssel szemben a közléstől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Telenor Magyarország Zrt. (a továbbiakban: eljárás alá vont) ellen, hogy az eljárás alá vont a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 7. §-ának (1) bekezdése szerinti magatartással megsértette-e az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat, amikor
 - a Monte Slider kampányban nem nyújtott tájékoztatást arról, hogy a Samsung Monte Slider készülék az 1.590 Ft-is havidíjű Alaptarifá 1. csomaggal akkor vihető el 0 forintért, ha az előfizető kétéves előfizetői (hűség)szerződést köt,
 - a Praktikum Ász Expressz csomagok népszerűsítése körében akár 7.500 forint extra beszélgetés szlogennel hirdetett kampányában nem nyújtott megfelelő tájékoztatást arról, hogy a 7.500 forint extra beszélgetés csak a 15.000 forintos feltöltőkártya használata esetén értendő, ha a fogyasztó a csomag aktiválása után legalább 3.000 forintot feltölt, továbbá az csak hálózaton belüli hívásokra érvényes.
2. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed az eljárás alá vont
 - a 2012. április 3-án induló és 2012. június 4-ig tartó Monte Slider kampányával összefüggő és
 - a 2012. március 16-án, illetve 2012. május 31-én induló Praktikum Ász Expressz csomagok népszerűsítése körében akár 7.500 forint extra beszélgetés szlogennel hirdetett kampányával összefüggő teljes kereskedelmi gyakorlatára.

II.

Az eljárás alá vont

3. Az eljárás alá vont (Pannon GSM Távközlési Zrt. néven) 1994-ben lépett a magyar piacra. 2012 májusában az aktív kártyák alapján számított mobil hangpiaci részesedése 31,53% volt. Tevékenységében a hangalapú szolgáltatások mellett egyre fontosabb szerepet tölt be a mobilinternet.
4. Az eljárás alá vont 2011. évi nettó árbevétele meghaladta a 162 milliárd Ft-ot, a 2012. gazdasági évre vonatkozóan még nem áll rendelkezésre adat.
5. Az elmúlt években több alkalommal megállapította a GVH versenytanácsa, hogy az eljárás alá vont fogyasztók megtévesztésére alkalmas, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott (az elmúlt öt évben a Vj/12/2009., a Vj/130/2009., a Vj/093/2011. és a Vj/36/2012. számú eljárásban).

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

6. A magyar mobilszolgáltatási piac jelenleg háromszereplős. Az eljárás alá vont és a Magyar Telekom Nyrt. 1994-től, a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. 1999-től van jelen a piacon.
7. A hangszolgáltatási piacon kétféle előfizetési konstrukció különböztethető meg:
 - előre fizetett/kártyás, azaz „prepaid” előfizetés és
 - utólag fizetett/számlás, azaz „postpaid” előfizetés.
8. A előfizetői szerződés időtartama lehet
 - határozatlan vagy
 - határozott (24 hónap, 12 hónap).

Monte Slider kampány

9. Az eljárás alá vont által akciós ajánlat keretében kínált Samsung Monte Slider típusú telefonkészülék 2012. április 3. és 2012. június 4. között 0 Ft-ért volt megvásárolható, ha az előfizető
 - az Alaptarifá 1 csomagot választotta és
 - az előfizetésének fenntartására kétéves hűségidőt vállalt.
10. Az Alaptarifá 1 tarifacsomag havi előfizetési díja 1.590 Ft, amely belföldön teljes egészében lebeszélhető.
11. Az eljárás alá vont a kampány során többféle kommunikációs eszközt alkalmazott:
 - saját honlap,
 - rádióreklám,
 - sajtóhirdetés,
 - óriásplakát,

- szórólap,
- vásárláshelyi reklámanyag.

12. Az óriásplakát kivételével minden kommunikációs eszközön megjelent az igénybevétel azon feltétele, hogy a készülék az Alaptarifá 1 csomaggal 0 Ft-ért hűségnyilatkozattal vásárolható meg.

13. Kilenc megyében alkalmazott az eljárás alá vont több száz óriásplakátot, melyek az alábbiakat tartalmazták:

telenor.hu

Keresd a megfizethetőt!

Samsung	Új Alaptarifá 1
---------	-----------------

Monte Slider	csomaggal
--------------	-----------

0 Ft	1590 Ft havidíj
------	-----------------

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel:

A készülékajánlat 2012.04.03. és 2012.06.04. között, ill. a készlet erejéig érvényes.

További részletek: 1220, telenor.hu

14. Az Alaptarifá 1 csomag előfizetőire vonatkozó adatokat a Vj/78-004/2012. számú irat tartalmazza.

15. A Monte Slider kampány kapcsán felmerült kommunikációs költségekre, illetve a kereskedelmi kommunikációk megjelenésére vonatkozó adatokat a Vj/78-004/2012. számú irat 88. és 89. számú melléklete tartalmazza.

Praktikum Ász Expressz kampány

16. Az eljárás alá vont által 2012. március 16-tól, illetve 2012. május 31-től a készlet erejéig tartott Praktikum Ász Expressz kampány keretében ha a kártyás (prepaid) előfizető a SIM kártya aktiválása után 72 órán belül legalább 3.000 Ft-ot feltöltött az egyenlegére, úgy ezen felül annak 50%-a belföldi, hálózaton belüli felhasználásra jóváírásra került. Ennek megfelelően ha az előfizető a legmagasabb, 15.000 Ft feltöltést választotta, akkor 7.500 Ft extra (többslet) beszélgetést érhetett el. A kedvezmény az előfizető kártyás jogviszonyának fennállásáig volt felhasználható, nem volt külön érvényességi ideje.

17. A Praktikum Ász Expressz kampányban érintett termékek, így a Telenor S214 készülék és a Praktikum Ász Expressz előfizetés ún. „polcos terméként” került értékesítésre, azaz a becsomagolt készülék az értékesítő (jelen esetben benzinkutak) polcaira kerül, innen az előfizetők maguk vették le, helyezték kosarukba és fizették ki a pénztárnál. Az akció kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök ehhez igazodtak, s a kampány kapcsán

- attrapok,
- a termék doboza és
- matricák

kerültek alkalmazásra.

18. A kampány során alkalmazott kereskedelmi kommunikációk közül a vásárláshelyi kereskedelmi kommunikációként szolgáló két (T73-MOL attrap Telenor S215_2012_0229 és T74-S215_latvany_regi-grafika-latvany_0706) jelölésű attrap, illetve a termék dobozán elhelyezett tájékoztató tartalmazott közléseket a 7.500 Ft extra

beszélgetésről, illetőleg arról, hogy az extra beszélgetés belföldi, hálózaton belüli használat esetén vehető igénybe.

19. Az országszerte több mint száz benzinkúton elhelyezett attrapok az alábbi tájékoztatást tartalmazták:

Telenor S215
2490 Ft
Tölts fel most!
Praktikum Ász Expressz kártyás csomag
Akár 7500 Ft
extra beszélgetés

- FM-rádió
- zseblámpa funkció
- zenelejátszó

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel:

Ha csomagod aktiválása után 72 órán belül legalább 3000 Ft-ot feltöltesz, 50%-át belföldi, hálózaton belüli használatra jóváírjuk egyenlegeden! A 7500 Ft extra beszélgetés a 15.000 Ft-os Feltöltőkártya használata esetén értendő. www.telenor.hu

20. A termék dobozán elhelyezett tájékoztató egyebek között a következőket tartalmazta apró betűkkel:

Akár 7500 Ft extra beszélgetés!
Ha csomagod aktiválása után 72 órán belül legalább 3000 Ft-ot feltöltesz, 50%-át belföldi, hálózaton belüli használatra jóváírjuk egyenlegeden!
A 7500 Ft extra beszélgetés a 15.000 Ft-os Feltöltőkártya használata esetén értendő.

21. A Praktikum Ász Expressz csomag előfizetőire vonatkozó adatokat a Vj/78-004/2012. számú irat tartalmazza.

22. A Praktikum Ász Expressz kampány kapcsán felmerült kommunikációs költségekre, illetve a kereskedelmi kommunikációk megjelenésére vonatkozó adatokat a Vj/78-004/2012. számú irat 90. számú melléklete tartalmazza.

IV.

Az eljárás alá vont előadása

23. Az eljárás alá vont a Monte Slider kampány kapcsán előadta,
- a kampány során alkalmazott kommunikációs eszközök legnagyobb részén a hűségszerződésre vonatkozó felhívás a megfelelő mértékben (az információátesztő képességhez igazodva) feltüntetésre került. A vásárláshelyi plakátokon, TV screeneken, nyomtatott sajtótermékeken a tájékoztatás a reklám főüzenetével egységet alkotva (nem pedig apró betűk közé rejtve, olvashatatlan módon) jelent meg, egyértelmű volt az internetes honlapon szereplő tájékoztatásban és jól hallható a rádióreklámban. Ezen kommunikációs eszközök vonatkozásában tehát a tájékoztatás megfelelő volt,

- az óriásplakátokon egy egyedi reklámtervezési hiba következtében valóban nem szerepelt, hogy az ajánlat két év hűség szerződéssel és Alaptarifá 1 tarifacsomaggal érvényes. A tájékoztatás elmaradásának súlyát azonban enyhíti, hogy a probléma az összetett kampánynak mindössze egyetlen kommunikációs eszközét – az óriásplakátot - érintette, amely hét egyéb, megfelelően kivitelezett reklámanyaggal együtt jutott el a fogyasztókhoz. Az ajánlat egy kifejezetten olcsó telefonkészüléket érintett, amelynek listaára – hűségidő nélkül – 15.989 Ft volt, a harmadik legalacsonyabb az eljárás alá vont 2012. április 3-tól hatályos árlistáján. A fogyasztók számára tehát az óriásplakátok nem jelenthettek kiemelkedő motivációt a szerződéskötésre, amelyet az Alaptarifá 1 csomagra előfizetők számának alakulása is igazol. A kampány hatására nem ugrott meg az Alaptarifá 1 tarifacsomagra szerződő előfizetők száma, vagyis nem volt tapasztalható jelentős fogyasztói érdeklődés az ajánlat iránt. Erre tekintettel a hiányos tájékoztatás hatása is sokkal kisebb mértékben érvényesült. Megjegyezte továbbá, hogy noha az óriásplakátokon nem szerepelt tájékoztatás a kétéves hűség szerződésre vonatkozóan, a fogyasztók legkésőbb a szerződéskötéskor tájékoztatást kaphattak erről, s ennek birtokában hozhatták meg üzleti döntésüket.

24. Az eljárás alá vont a Praktikum Ász Expressz kampány kapcsán előadta, hogy

- a kampány során alkalmazott tájékoztatás (attrapok, készülékdobozok) megfelelő módon tartalmazták azt az információt, hogy a maximális 7.500 Ft kedvezmény a legmagasabb összegű feltöltéssel érhető el, valamint hogy az csak hálózaton belüli hívásokra használható fel,
- vitathatatlan, hogy a kedvezmény feltételei az „Akár 7500 Ft extra beszélgetés” főüzenethez képest kisebb betűmérettel kerültek feltüntetésre, ez azonban a kommunikációs eszközök jellegére tekintettel nem zárta ki az észlelést, vagyis nem rejtette el a feltételeket a fogyasztók előtt. A kampányban a Telenor S214 készülék, illetve a Praktikum Ász Expressz előfizetés ún. „polcos terméként” került értékesítésre, s a fogyasztóknak így lehetőségük (és idejük) volt kézbe venni, megforgatni, alaposan tanulmányozni a dobozt, megismerni a főüzenethez kapcsolt tájékoztatást. Bolti termékek esetében egyébként is megszokott a főüzenethez képest kisebb betűmérettel, a csomagolás alján vagy oldalán elhelyezett tájékoztatás. A fogyasztók hozzá vannak szokva ahhoz, hogy ezeknek a termékeknek a dobozait kézbe véve, az „akár”-ral jelölt állításhoz kapcsolódóan további információkat keressenek, ezeket pedig a vizsgált kampány kapcsán a dobozokon meg is találták,
- a kereskedelmi kommunikációk tehát megfelelő tájékoztatást nyújtottak a fogyasztóknak a maximum 7.500 Ft kedvezmény igénybe vételének feltételeiről,
- ha a GVH nem osztaná ezt az álláspontot, úgy nem mellőzhető, hogy az esetlegesen nem megfelelő tájékoztatás hatását enyhíti
 - az érintett készülécsomag alacsony ára (2.490 Ft, amelyből 400 Ft lebeszélhető),
 - a kampány keretében kötött előfizetések csekély száma. A kampány hatására nem ugrott meg a Praktikum Ász Expressz tarifacsomagra szerződő előfizetők száma, vagyis nem volt tapasztalható jelentős fogyasztói érdeklődés az ajánlat iránt. Erre tekintettel az esetlegesen hiányos tájékoztatás hatása is sokkal kisebb mértékben érvényesült,
 - az a körülmény, hogy a kampányban kizárólag vásárláshelyi reklámanyagok alkalmazására került sor, vagyis azzal kapcsolatban becsalógató hatás érvényesüléséről nem lehet beszélni.

V. Jogi háttér

25. 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 Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
26. 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,
 - g) pontja szerint vásárlásra felhívás a kereskedelmi kommunikáció jellemzőinek és árának, illetve díjának feltüntetése az alkalmazott kommunikációs eszköznek megfelelően oly módon, hogy ezáltal lehetővé válik a fogyasztó számára az áru megvétele, illetve igénybe vétele,
 - 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.
27. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint 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, 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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. Az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
28. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk,

hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

29. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése szerint 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 (megtévesztő mulasztás).
30. Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése alapján, 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.
31. 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.
32. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja alapján az eljáró versenytanács d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
33. A Tpv. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tpv. eltérő rendelkezése hiányában - a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni a Ket. 15. § (4) bekezdése, 18. §-a, 29. § (3)-(12) bekezdése, 30. § a) és b) pontja, 31. § (1) bekezdés j) pontja, 33/A. §-a és 33/B. §-a, 38. §-a, 43. § (6a) bekezdése, 46. § (2) bekezdése, 47. §-a, 51. § (1) és (5) bekezdése, 61. § (1) bekezdése, 70. §-a, 71. § (7) bekezdése, 74. § (2)-(5) bekezdése, 88. §-a, 91. §-a, 93. §-a, 94. §-a, 94/A. §-a, 109. § (2) bekezdése, 116. §-a, 127. § (1)-(5) és (7) bekezdése, 128. § (1) és (3) bekezdése, 130. §-a, valamint 134. § b) és c) pontja kivételével.
34. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tpv. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.
35. A Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja értelmében a hatóság az eljárást megszünteti, ha hivatalbóli eljárásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.

VI. A Versenytanács döntése

Az eljárás tárgya

36. A jelen eljárás tárgya az eljárás alá vont által
- a Monte Slider kampányban a kétéves előfizetői (hűség)szerződésről,
 - a Praktikum Ász Expressz kampányban az akár 7.500 forint extra beszélgetés igénybevételének feltételeiről
- adott tájékoztatás megítélése.
37. Az eljáró versenytanács aláhúzza, hogy kizárólag az eljárást megindító végzésben meghatározott körben értékeli a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítéléséhez alkalmazandó jogszabály

38. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyek irányában valósult meg. Ennek megfelelően a Versenytanács a kereskedelmi gyakorlat elbírálását az Fttv. alapján végezte el.

A kereskedelmi gyakorlat által megcélzott, illetve elért fogyasztók

39. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában különösen kiszolgáltatottak lennének [Fttv. 4. § (2) bekezdés].
40. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelésekor a Versenytanács az olyan fogyasztó magatartását vette alapul, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el [Fttv. 4. § (1) bekezdés]. Ezzel kapcsolatban kiemeli a Versenytanács, hogy
- a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információ helytállóságát. A kereskedelmi kommunikációk egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak,
 - az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikációk által nyújtott tájékoztatásban, a vállalkozás szavahihetőségében, hanem a kereskedelmi kommunikációkat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatói folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

Az ügyleti döntés

41. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró ügyleti döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés meghozatalára is sor kerülhet. Az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó ügyleti döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is.

Lényeges tulajdonság

42. A Versenytanács a korábbi években több határozatában megállapította, hogy a hűségnyilatkozat mobilszolgáltatók általi alkalmazása esetén a fogyasztót két fő, egymással szorosan összefüggő ellenszolgáltatás terheli, egyrészt a készülék árának a megfizetése, másrészt a későbbi (például a szolgáltatók közötti váltásban megmutatkozó) fogyasztói döntések meghatározott időszakra szorosan történő korlátozása. Erre tekintettel megállapítható, hogy a mobiltelefon szolgáltatások esetében a hűségnyilatkozat megkövetelése vagy ennek hiánya mint lényeges tulajdonság alkalmas a fogyasztók ügyleti döntéseinek a befolyásolására.
43. Ugyancsak alkalmasak a fogyasztók ügyleti döntéseinek a befolyásolására, ha a vállalkozás arról tájékoztatja a fogyasztókat, hogy a kártyás (prepaid) tarifacsomag igénybevétele esetén extra beszélgetési lehetőséget biztosít számukra.

Az alkalmazott kommunikációs eszközök sajátosságai

44. A kommunikációs eszközök között különbség mutatkozik abban, hogy azok csak néhány vagy részletesebb információ közlésére alkalmasak-e. Az egyes eszközök kapcsán az eljáró versenytanács kiemeli,
- a kültéri kommunikációs eszközök, így különösen egy óriásplakátok befogadására egy (autós) fogyasztónak korlátozott ideje, néhány másodperce van. Ebből következően ezen kommunikációs eszközök néhány motívummal dolgozhatnak, amennyiben hatásosak kívánnak maradni (fősor, kép és embléma), s jellemzően nem azonos súllyal, nem azonos mérvű kiemeléssel jelennek meg ugyanolyan fontos közlések (pl. a fősor és az annak helyes értelmezéséhez szükséges információk). A kereskedelmi kommunikáció főüzenetének tehát kiemelkedő szerepe van, s az apró betűs információk tájékoztatásban betöltött szerepe gyakorlatilag elhanyagolható;
 - a beltéri (pl. az üzlethelyiségen belül alkalmazott) kommunikációs eszközök esetén a fogyasztóknak lehetőségük lehet a kommunikációs eszköz alaposabb, nemcsak a fősorokra korlátozódó tanulmányozására, illetőleg a vállalkozás munkatársaitól, partnereitől stb. azonnal kiegészítő információkhoz juthatnak.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelése

Monte Slider kampány

45. A 2012. április 3. és 2012. június 4. között a Samsung Monte Slider típusú telefonkészülékhez akkor juthatott 0 Ft-ért a fogyasztó, ha az Alaptarifára 1 csomagot választotta és az előfizetésének fenntartására kétéves hűségidőt vállalt. Ezek a feltételek minden kereskedelmi kommunikációban megjelentek, kivéve az óriásplakátot, amely nem közölte, hogy a készülék esetében a fogyasztónak kétéves hűségidőt kell vállalnia.
46. Amint azt a Versenytanács már a Vj/9/2010. számú ügyben hozott határozatában is kifejtette, a hűségnyilatkozat megtételének megkövetelése vagy ennek hiánya kétségtelenül az áru lényeges tulajdonságának minősül, mindazonáltal az nem hagyható figyelmen kívül, hogy a hűségnyilatkozat megtételének előírása a jelen eljárással érintett piacon - egyebek között éppen a vállalkozásoknak korábbi, a hűségnyilatkozatra is kiterjedő tájékoztatási gyakorlata révén - a fogyasztók előtt is ismerten általánosan (a készülékek, a tarifacsomagok stb. körében egyaránt) elterjedtnek tekinthető. Mindez azt eredményezi, nem lehet automatikusan megállapítani a jogsértés megtörténtét, ha az eljárás alá vont vagy versenytársai - egyéb különleges körülmények fennálltának hiányában (pl. az

általánosan alkalmazottnál hosszabb időre szóló hűségnyilatkozat megkövetelésének esetében) - nem közlik reklámjaikban a hűségnyilatkozat megtételének szükségességét, mivel nem tekinthető igazoltnak, hogy e kereskedelmi gyakorlat a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára késztetné, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

47. A fogyasztói ismeretek, tapasztalatok mellett nem mellőzhető az sem, hogy a jelen esetben az óriásplakáton feltüntetésre került, a készülék 0 Ft ellenében szerezhető meg, s a fogyasztónak 1.590 Ft havidíjat kell fizetnie. Ezen közlések alapján a fogyasztó feltételezhette, hogy további ellenszolgáltatás teljesítése, a piacról rendelkezésre álló ismeretei, tapasztalatai alapján hűségidő vállalása merül fel.
48. Az előzőekben kifejtett megközelítés alkalmazhatatlanságát alátámasztó információk nem állnak a Versenytanács rendelkezésére. Nem ismert, hogy a Monte Slider kampány lebonyolítását megelőző időszakban a fentiekben hivatkozott fogyasztói tapasztalatot, ismeretet elbizonytalanító piaci események következtek volna be. E vonatkozásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény, ezért a Versenytanács a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján az eljárást a Monte Slider kampány vonatkozásában az eljárás megszüntetését látta indokoltnak.

Praktikum Ász Expressz kampány

49. Az eljárás alá vont által 2012. március 16-tól, illetve 2012. május 31-től a készlet erejéig tartott Praktikum Ász Expressz kampány keretében a fogyasztó extra beszélgetéshez juthatott, ha a SIM kártya aktiválása után 72 órán belül legalább 3.000 Ft-ot feltöltött az egyenlegére. A belföldön, hálózaton belül felhasználható extra beszélgetés mértéke a feltöltés 50%-a volt, azaz minimum 1.500 Ft. Az extra beszélgetés mértéke maximum 7.500 Ft volt, ha a fogyasztó a legmagasabb, 15.000 Ft mértékű feltöltést választotta.
50. A kampány során az eljárás alá vont az attrapokon és a termék dobozán adott tájékoztatást arról, hogy az extra beszélgetés mértékre akár 7.500 Ft is lehet. Mind az attrapok, mind a termék doboza apró betűkkel tartalmazta azt, hogy „Ha csomagod aktiválása után 72 órán belül legalább 3000 Ft-ot feltöltesz, 50%-át belföldi, hálózaton belüli használatra jóváírjuk egyenlegeden! A 7500 Ft extra beszélgetés a 15.000 Ft-os Feltöltőkártya használata esetén értendő.”
51. A Praktikum Ász Expressz kampányban érintett termék ún. „polcos terméként” került értékesítésre, azaz az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a becsomagolt készülék az értékesítő (benzinkutak) polcra került, innen az előfizetők maguk vették le, helyezték kosarukba és fizették ki a pénztárnál.
52. Nem ismertek ugyanakkor a kereskedelmi kommunikációk alkalmazásának pontos körülményei, s így nem ítélt meg, hogy az apró betűkkel szerepeltetett közléseknek a fogyasztók által ténylegesen észlelt üzenet részévé válását az értékesítés tényleges körülményei megnehezítették-e. E vonatkozásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény, ezért a Versenytanács a Praktikum Ász Expressz kampány vonatkozásában az eljárásnak a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján történő megszüntetését látta indokoltnak.

VII. Egyéb kérdések

53. 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.
54. 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.
55. Az eljárást befejező döntést a Tptv. – Fttv. 27. §-ának (1) bekezdése alapján alkalmazandó – 63. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható, ami meg is történt. A Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő (a jelen eljárásban összességében 44 nap) az ügyintézési határidőbe nem számít be. Mindezekre tekintettel az ügyintézési határidő 2013. június 21-én telik le.
56. A Versenytanács megállapította a GVH hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a nettó árbevételének nagysága révén az Fttv. körében jelentős nagyságú vállalkozásnak minősülő eljárás alá vont társaság a vizsgált kereskedelmi gyakorlata révén országsszerte jelentős számú fogyasztót ért el a vizsgált időszak több hónapja alatt.
57. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a versenyfelügyeleti eljárásra a Tptv. 46. §-a állapítja meg.
58. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tptv. 82. §-a, illetve a Ket. 98. §-a (3) bekezdésének c) pontja biztosítja.

Budapest, 2013. április 22.

dr. Berki Ádám sk.
előadó versenytanács tag

dr. Szoboszlai Izabella sk.
versenytanács tag

dr. Miks Anna sk.
versenytanács tag