



1026 Budapest, Riadó u. 1-3.
Levélcím: 1534 Budapest, Pf. 958
KRID: 213396918
Ügyszám: **VJ/46/2022.**
Iktatószám: VJ/46-64/2022.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Dentons Réczicza Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrásy út 11.), a Dr. G. T. Ügyvédi Iroda és a Károlyi-Szabó Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrásy út 11.) által képviselt **Vodafone Magyarország Zrt.** (1112 Budapest, Boldizsár utca 2.) eljárás alá vont vállalkozással szemben jogellenes összehasonlító reklám tilalmának és fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalás tartását követően – meghozta a következő

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Vodafone Magyarország Zrt. 2022. augusztus 1. és 2022. november 30. között jogellenes összehasonlító reklámot tett közzé, megsértve ezáltal a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény 10. § b) pontját, amikor saját hálózatát a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága szempontjából az ország vezető mobilhálózatoként jellemezte, mivel az összehasonlítás módszerének tárgyilagossága nem volt biztosított.

Az eljáró versenytanács megállapítja továbbá, hogy az „ország vezető mobilhálózata a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén” állítás – annak igazoltsága hiányában – nem tekinthető valósnak, és alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására, ezért a Vodafone Magyarország Zrt. 2022. augusztus 1. és 2022. november 30. között folytatott kommunikációjával a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény – 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával – 3. § (1) bekezdésébe ütköző magatartást is tanúsított.

Az eljáró versenytanács a fenti jogsértések miatt kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást 47.236.000 Ft (azaz negyvenhétmillió-kettőszázharminhatezer forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, melyet a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni a határozat közlésétől számított 30 napon belül. A bírság befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság és az esetleges késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap¹ használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy

¹ http://www.gvh.hu//data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

I N D O K O L Á S

I.

Az eljárás megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2022. november 9-én versenyfelügyeleti eljárást indított² a Vodafone Magyarország Zrt. (a továbbiakban: Vodafone vagy eljárás alá vont) ellen, miután észlelte, hogy a Vodafone 2022 augusztusától kezdődően alkalmazott egyes kereskedelmi kommunikációiban a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén az ország vezető mobilhálózatoként jellemezte magát, és ennek keretében
 - valószínűsíthetően nem tárgyilagosan hasonlította össze a Yettel Magyarország Zrt. (a továbbiakban: Yettel), a Magyar Telekom Nyrt. (a továbbiakban: Telekom), a DIGI Távközlési és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: DIGI) valamint saját mobil hang- és adatszolgáltatásainak megbízhatóságát, és ezzel valószínűsíthetően megsértette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 10. § b) pontját, illetve
 - a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat, azáltal, hogy a kereskedelmi kommunikációkban megjelölt, Umlaut SE által végzett mérések - figyelemmel többek között a mérések kereskedelmi kommunikációk alkalmazásához viszonyított korábbi időszakára, a mérésekkel lefedett területre, és az ahhoz kapcsolódó mérési eredményekre - valószínűsíthetően nem alkalmasak a Vodafone állításának igazolására.
2. A vizsgálati jelentést³ a vizsgáló 2023. augusztus 1-jén terjesztette a Versenytanács elé, ezzel az eljárás a Tpv. 47. § (2) bekezdése alapján versenytanácsi szakaszba került.
3. Az eljáró versenytanács 2023. október 13-án közölte az eljárás alá vonttal előzetes álláspontját,⁴ melyre a Vodafone 2023. november 8-án nyújtotta be írásos észrevételeit.⁵ Az eljárás alá vont kérelmére az eljáró versenytanács 2023. november 13-án nyilvános tárgyalást tartott az ügyben.⁶

II.

Az eljárás alá vont

4. A vizsgált kereskedelmi kommunikáció alkalmazásának idején a Vodafone a négy magyarországi, saját hálózattal rendelkező mobilszolgáltató vállalkozás egyike volt. 2023 januárjában a – 2022 eleje óta a DIGI Távközlési és Szolgáltató Kft.-t (a továbbiakban: DIGI) is irányító – 4iG Nyrt. 51%-os tulajdoni részesedést szerzett a Vodafone-ban. Jelenleg a 4iG Nyrt. vállalkozáscsoportjába tartozó Antenna Hungária Zrt. 70,5018%-os többségi részesedéssel rendelkezik az eljárás alá vontban, így

² VJ/46/2022.

³ VJ/46-43/2022. (eljárás alá vont számára betekinhető iratváltozat: VJ/46-44/2022., betekinhető iratváltozat: VJ/46-46/2022.)

⁴ VJ/46-48/2022. (eljárás alá vont számára betekinhető iratváltozat: VJ/46-49/2022., betekinhető iratváltozat: VJ/46-50/2022.)

⁵ VJ/46-59/2022.

⁶ VJ/46-60/2022.

közvetlen egyedüli irányítója a Vodafone-nak.⁷ 2023. június 1-től a DIGI mobil szolgáltatása a Vodafone belföldi mobilhálózatán működik tovább (a DIGI mobil előfizetések értékesítése már 2023 áprilisától leállt).⁸

5. A Vodafone fő tevékenysége vezeték nélküli távközlési szolgáltatás, emellett internet-hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is kínál, továbbá jelen van a híradás- és számítástechnikai termékek nagy- és kiskereskedelme, karbantartása és javítása, valamint a távközlési és műszaki kutatás, kísérleti fejlesztés piacán is. A Vodafone nyilatkozata szerint⁹ az utóbbi években műsorgyártó és rendezvénytechnikai üzletágakkal bővítette tevékenységi körét, illetve bekapcsolódott az OTT (Over-the Top; televíziós és filmes tartalmak interneten keresztül történő közvetlen eljuttatása a felhasználókhöz) és az IoT (Internet of Things; lehetővé teszi az információcserét két vagy több kommunikációs hálózaton keresztül egymáshoz kapcsolódó eszközök között) iparágakba, ezáltal megvalósítva saját hálózatok, megoldások és szolgáltatások kiépítését.
6. Az eljárás alá vont 2023. március 31-én zárult üzleti évi nettó értékesítési árbevétele 295.263.000.000 Ft volt.¹⁰
7. A Vodafone-val szemben az elmúlt 10 évben több eljárás volt folyamatban, és zárult jogsértés kimondásával a jelen eljárás tárgyát képező magatartás tanúsítását megelőzően.

Döntés száma	Döntés ideje	A jogsértő magatartás	A jogsértés jogalapja	A bírság mértéke (HUF)
VJ/77-38/2013.	2014. október 22.	2013. július 1. és 2013. november 3. között jogsértő összehasonlító reklámokat alkalmazott egyes kommunikációs eszközökön a „Legek Hálózata” kampány népszerűsítése során, amely kampány egyes elemeivel egyben a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot is megvalósított.	Fttv. 6. § (1) b)	125 000 000
VJ/132-36/2015.	2016. november 30.	2015. november 2. és 2015. december 23. között televízióban, illetve Tesco áruházakban látható, „Négy előfizetés csak 6 880 Ft havonta” szlogent is tartalmazó reklámfilmben a Vodafone Family csomagon belül elérhető 6.880 Ft-os árajánlat kapcsán elhallgatta, hogy a kedvező csomagdíj a személyi kör és az igénybevétel egyéb feltétele tekintetében is tartalmaz korlátot, kötöttséget.	Fttv. 7. § (1)	90 000 000
VJ/12-105/2016.	2017. december 21.	Egyes, havi díjas előfizetésekkel elérhető készülékek népszerűsítésére alkalmazott reklámjaiban megtévesztette a fogyasztókat a készülékek árával, ellenértékével kapcsolatban, mivel pusztán az ún. készülékárát jelenítette meg, de – bár ezen tétel is szükségszerűen a készülékek ellenértékének, árának a része – nem utalt arra, hogy a fizetendő havidíj készülékdíj részt is tartalmaz, illetve arra, hogy az mekkora.	Fttv. 6. § (1) c)	200 000 000

⁷ VJ/46-38/2022. 1. pont

⁸ <https://index.hu/belfold/2023/04/13/vodafone-magyarország-digi-4ig-osszeolvasas/>

⁹ A VJ/46-38/2022. számú adatszolgáltatás.

¹⁰ Forrás: https://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/beszamolo_kereses

VJ/76-142/2016.	2019. december 14.	A Vodafone Magyarország Zrt. a 2015. szeptember 1. és 2016. augusztus 31. közötti időszakban közzétett „Európa legnagyobb 4G partnerhálózata!” és az „Európa legnagyobb 4G hálózata” piacelsőséget tartalmazó jogsértő reklámjaival a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat valósított meg.	Fttv. 6. § (1) b)	932 420 000 (VJ/10/2022)
VJ/1-86/2021.	2022. augusztus 4.	A Vodafone Magyarország Zrt. megtévesztette a fogyasztókat, amikor 2017 júniusától kezdődően a tematikus Vodafone Pass szolgáltatásait korlátlanul népszerűsítette, azaz azt üzentte, hogy azok révén meghatározott alkalmazások használata nem fogyasztja a felhasználó adatkeretét, miközben egyes funkciók, adatforgalmi irányok használata csökkentette a fogyasztók adatforgalmi keretét.	Fttv. 6. § (1) b)	60 000 000


III.


A vizsgált kereskedelmi gyakorlat


8. A Vodafone 2022. augusztus 1. és 2022. október 22. között folytatott kampányt „*A Vodafone az ország vezető mobilhálózata a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén*” szlogennel. A kampánnyal összefüggésben a fogyasztók tájékoztatására létrehozott aloldal (www.vodafone.hu/halozati-teszt) 2022. december folyamán került deaktiválásra, a földali tájékoztatás 2022. november 30-ig volt látható.¹¹
9. Az eljárás alá vont által a kampány népszerűsítése során alkalmazott kereskedelmi gyakorlat az alábbi kommunikációs eszközökön valósult meg.¹²

¹¹ VJ/46-5/2022.

¹² A kereskedelmi kommunikációkat a VJ/46-11/2022. számú beadvány 2. számú melléklete, valamint a VJ/46-5/2022. számú beadvány 1. számú melléklete, a megjelenési- és költségadatokat a VJ/46-9/2022. számú beadvány 1. számú melléklete tartalmazza.

Kommunikációs eszköz	Megjelenés időpontja	Megjelenés helye	Megjelenés száma	Tartalma	Költségszámok
Óriásplakát	[ÜZLETI TITOK] [ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	<p>A Vodafone az ország vezető mobilhálózata hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén</p> <p>vodafone.hu/halozati-teszt</p> <p>[apró betű:] A mobilhálózatok független tesztelésében és értékelésében vezető Umlaut által vegyes hálózaton, 5G-preferenciával, 2022.03.10-04.05. között, 20 magyar városban, illetve utakon mérve.</p> 	[ÜZLETI TITOK]
Vodafone üzletek	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	<p>A Vodafone az ország vezető mobilhálózata hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén</p> <p>vodafone.hu/halozati-teszt</p> <p>[apró betű:] A mobilhálózatok független tesztelésében és értékelésében vezető Umlaut által vegyes hálózaton, 5G-preferenciával, 2022.03.10-04.05. között, 20 magyar városban, illetve utakon mérve.</p> <p>Kollégáink szívesen tájékoztatnak a részletekről.</p>	[ÜZLETI TITOK]
YouTube	[ÜZLETI TITOK]	-	[ÜZLETI TITOK]	<p>A Vodafone az ország vezető mobilhálózata hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén</p>	[ÜZLETI TITOK]

				[apró betű:] <i>A mobilhálózatok független tesztelésében és értékelésében vezető Umlaut által vegyes hálózaton, 5G-preferenciával, 2022.03.10-04.05. között, 20 magyar városban, illetve utakon mérve.</i>	
Facebook, Instagram	[ÜZLETI TITOK]		[ÜZLETI TITOK]	<p>[bejegyzés szövege:] <i>Hívj és netezz az ország vezető mobilhálózatán! A mobilhálózatok független tesztelésében és értékelésében vezető Umlaut által vegyes hálózaton, 5G-preferenciával, 2022.03.10-04.05. között, 20 magyar városban ill. utakon mérve.</i></p> <p>[képen látható szöveg:] <i>A Vodafone az ország vezető mobilhálózata hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén</i> <i>Válaszd az ország vezető mobilhálózatát!</i></p> 	[ÜZLETI TITOK]
Online megjelenés	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	<i>A Vodafone az ország vezető mobilhálózata hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén</i> <u>Érdekel</u>	[ÜZLETI TITOK]

				<p>[apró betű:] <i>A mobilhálózatok független tesztelésében és értékelésében vezető Umlaut által vegyes hálózaton, 5G-preferenciával, 2022.03.10-04.05. között, 20 magyar városban, illetve utakon mérve.</i></p> 	
Saját honlap – Hírek aloldal	[ÜZLETI TITOK]			<p>Az Umlaut, Európa egyik vezető mobilhálózat-tesztelő és -értékelő cége a magyar piacon vizsgálta a mobilhálózatok minőségét. Az országos felmérésekben a Vodafone kapta a legmagasabb pontszámot, mivel a mi mobilhálózatunk a leginkább megbízható, és a Vodafone kínálja a legsimább internetes böngészési és YouTube-ozási élményt a vizsgált városokban.</p>	
Saját honlap – érkezési oldal	[ÜZLETI TITOK]	www.vodafone.hu/halozati-teszt	[ÜZLETI TITOK]	ld. következő pont	[ÜZLETI TITOK]

10. A www.vodafone.hu/halozati-teszt weboldalon – amely egyúttal a közösségi média és online megjelenések érkező oldalaként is funkcionált – az alábbi tájékoztatás jelent meg a kampány ideje alatt.¹³

A Vodafone az ország vezető mobilhálózata
hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén

Az umlaut, Európa egyik vezető mobilhálózat-tesztelő és -értékelő cége, a magyar piacon vizsgálta a mobilhálózatok minőségét.

A teszt eredménye

Legtöbb pont
Az országos felmérésekben a Vodafone érte el a legmagasabb pontszámot (911 az 1000-ból).

Hang és adat
A Vodafone vezet a legmagasabb pontszámmal mind hang-, mind adattejesítmény kategóriában.

Megbízhatóság
Hang és adat szempontjából a Vodafone mobilhálózata a leginkább megbízható.

Élmény
A Vodafone kínálja a legsimább internetes böngészési és YouTube-oszasi élményt a vizsgált városokban.

Magyarországon tesztelt terület

Városok, amelyek részt vettek a kutatásban
Békéscsaba, Budapest, Debrecen, Dunaújváros, Eger, Érd, Győr, Kaposvár, Kecskemét, Miskolc, Nyíregyhéza, Pécs, Sopron, Szeged, Szekszárd, Székesfehérvár, Szolnok, Szombathely, Tatabánya, Veszprém.

5728 km mérési távon

vodafone 5G.

Érdekel

Tudj meg többet hálózatunkról!

Nézd meg a teljes jelentést!
Ez a jelentés áttekintést nyújt a magyarországi mobilhálózatok teljesítményének eredményeiről, amelyeket a különböző tesztelt szolgáltatástípusok esetében figyelt meg.
[Megnézem >](#)

5G hálózat
Tudj meg többet 5G hálózatunkról!
[Megnézem >](#)

11. A „Nézd meg a teljes jelentést!” szövegdobozban elhelyezett „Megnézem >” linkre kattintva a fogyasztó a <https://www.Umlaut.com/en/benchmarking/hungary> oldalra navigált, ahonnan az angol nyelvű jelentés pdf formátumban volt letölthető.

12. A vizsgált kampánnyal összefüggésben [ÜZLETI TITOK].¹⁴

IV.

Az érintett szolgáltatás, piac

13. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett szolgáltatás a mobil hálózaton keresztül nyújtott hang- és adatforgalmi (internet) szolgáltatás.

14. A Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) 2021-2025 közötti időszakra vonatkozó rádióspektrum stratégiája szerint a jelenlegi magyarországi viszonyokat tekintve is

¹³ VJ/46-11/2022.

¹⁴ VJ/46-5/2022.

megállapítható, hogy a 2G-től az 5G rendszerekig jelenleg négy alapvető mobiltechnológia (és ezek különböző kiegészítései, módozatai) is üzemben van.¹⁵

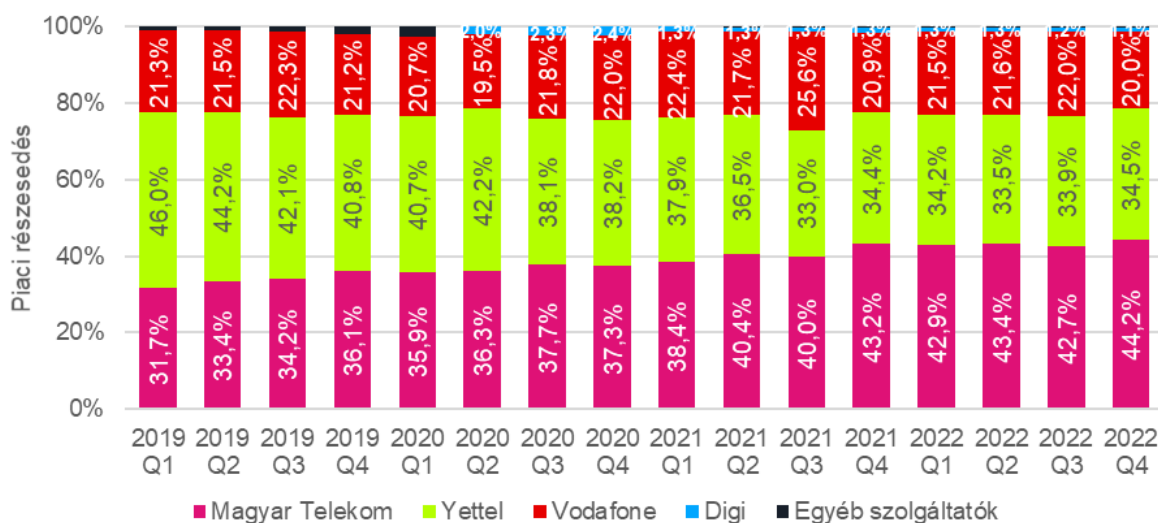
15. A 2G rendszerek felhasználása Magyarországon még mindig jelentős. Sok M2M, illetve kritikus alkalmazás működik, így a rendszer kivezetése, lecserélése egyelőre nem időszerű. A 2G rendszerek előre láthatólag még 2025 után is működni fognak. A 2G rendszerek kivezetése addig nem várható, amíg az általa teljesített funkciókat más rendszer át nem tudja venni, így meg kell oldani a ritkán lakott területek lefedését, a vészhívások kezelését stb. A 2G szolgáltatását az egyik piaci szolgáltató azért indította 2018-ban, mert a 4G VoLTE készülékek nem voltak széleskörűen elérhetők, és a beszédhang szolgáltatását ezzel a rendszerrel tudta biztosítani. 2025-től ez a szolgáltató is arra számít, hogy a 2G szolgáltatások Magyarországon és világszerte is valószínűleg visszaszorulnak.
16. A 3G mobilhálózati technológiával kapcsolatosan az aktuálisan napirenden levő legfontosabb stratégiai kérdés ezen technológia kivezetése. A szolgáltatóknak az alacsony üzemeltetési költségszint miatt érdekük, hogy egyidejűleg minél kevesebb technológiával kelljen dolgozniuk, és a régi, kevésbé spektrumhatékony technológiákat fokozatosan kivezessék. A jelenlegi törekvés a forgalom áterelése előbb a 4G, majd később 5G hálózatokba, valamint a 3G technológiák fokozatos kivezetése. Az egyik szolgáltató vizsgálatai szerint a saját hálózatában használt, legfeljebb 3G-képes készülékek száma 200 ezer db alatt van, és folyamatosan csökken. Ezzel összhangban a 3G adatforgalom és hangforgalom is csökken. A 3G hálózaton az összes adatforgalom 5%-nál kevesebb részét bonyolítják, míg a 4G forgalom aránya már 94%.
17. A 4G esetében multimédiás szolgáltatásokkal (például nagy felbontású mobil televíziózás, 3D-s televíziózás) bővül ki a mobil szélessávú rendszer. A 4G-s rendszerek Mobile WiMAX és LTE (Long Term Evolution) szabvány szerint működnek. A 4G-s vezeték nélküli rendszerekkel nagy sebességű utazásnál (vonaton, autóban) 100 Mbit/s, séta közben vagy álló helyzetben pedig akár 1 Gbit/s sebesség is elérhető. A legtöbb magyarországi hálózatban az LTE technológiához használt frekvenciasáv az 1800 MHz (3-as sáv), a 2600 MHz (7-es sáv) és a 800 MHz (20-as sáv), illetőleg az MVM NET Zrt. is üzemeltet LTE rendszert a 450 MHz-es sávban.
18. Az 5G mobilhálózatok jelenleg Magyarországon a 3,4-3,8 GHz-es sávban üzemelnek, illetve 2020. szeptember 6-tól vált lehetségessé a 700 MHz-es frekvenciasáv MFCN célú használata is. Az egyik szolgáltató meglátása szerint a jelenlegi 5G üzleti modellek vállalati ügyfelekre fókuszáltak, és a lefedésben, illetve az alkalmazásokban is csak lassú felfutás várható. A viszonylag gyors készülékcsere miatt a lakossági készülékállomány várhatóan 20-24 hónap alatt jelentős mennyiségben 5G képes lesz már, emiatt gyorsabb hálózati kiépítés kellene, csak hogy ez pénzügyi szempontból nehezen finanszírozható. A hálózati oldal fejlesztéseit tekintve 5G SA (Standalone) technológiájú berendezések nagyobb mennyiségű megjelenése a gyakorlatban előre láthatólag 2021-re tehető, de a maghálózatok cseréje hosszabb folyamat lesz.
19. A kommunikációs kampány alapjául szolgáló mérés idején (és feltehetőleg a kampány időszakában is) a Telekom, a Yettel és a Vodafone a hangszolgáltatást 2G/3G/4G hálózaton, az adatszolgáltatást pedig 2G/3G/4G/5G hálózaton nyújtotta,¹⁶ azzal, hogy az NMHH 2022 második félévére vonatkozó Mobilpiaci Jelentése¹⁷ szerint 2019 elejére az adatforgalomnak már 94%-a 4G vagy 5G hálózaton zajlott, s 2022 negyedik negyedévére 99%-os részarányt ért el.

¹⁵ https://nmhh.hu/dokumentum/216756/NMHH_Radiospektrum_Strategia_2021_2025.pdf

¹⁶ VJ/46-9/2022., VJ/46-16/2022.

¹⁷ https://nmhh.hu/dokumentum/238785/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2022_masodik_felev.pdf

20. Az internetforgalom alapján számított piaci részesedések a mobilinternet piacon az alábbiak szerint alakultak:¹⁸



V.

Rendelkezésre álló bizonyítékok

V.1. Az Umlaut által végzett mérések, és azok eredményei

21. Az eljárás alá vont állításait az Umlaut (korábban P3) által végzett mérésekre (a továbbiakban: Kutatás) kívánta alapozni. Az Umlaut egy nemzetközileg elismert, elfogadott és foglalkoztatott benchmark cég, amelynek szolgáltatásait számos mobil szolgáltató igénybe veszi világszerte. Fő célja, hogy fair és transzparens módon értékelje a hálózatok globális fejlődését, és az összehasonlítások révén növelje minőségüket és teljesítményüket, ezáltal fogyasztói előnyöket elérve.
22. Az adatfelvétel 2022. március 10. és 2022. április 5. között ún. „drive test” és „walk test” mérésekkel, 2021. október 25. és 2022. április 10. között pedig „crowdsourcing” mérésekkel történt.

V.1.1. Módszertan

23. A tesztelések során a tipikus felhasználási szokásokat tartják szem előtt, autós tesztet, gyalogos tesztet végeznek, és tömeges használati adatokat gyűjtenek. Autóteszt segítségével az okostelefon hang- és adatteljesítményét mérik, mely teszt átfogó jellegű, az útvonalakat és a tesztelési módszertant objektív módon határozzák meg. A hálózati teljesítményről alkotott képet egy alkalmazás-alapú, a felhasználó okostelefonjának háttérben futó adatgyűjtő motor segítségével gazdagítják (ez az ún. crowdsourcing). Ennek lényege, hogy a végfelhasználói okostelefonok mérőeszközzé válnak, így nyújtva adatot arról, hogy a fogyasztók miként használják és élvezik a mobil kommunikációt, mind a mobil hálózatokon, mind a Wi-Fi hálózatokon. Az összehasonlítás során több mint 100 KPI-t (fő teljesítmény mutató) vizsgálnak.
24. A *drive test* mérési módszer alapja, hogy egy megfelelő berendezésekkel felszerelt gépkocsi a kijelölt útszakaszon mindhárom szolgáltató hálózatán, három ugyanolyan típusú telefonkészülék segítségével, automatizált módon végez méréseket. A mérések során beszédhívások és különböző adattranszferek követik egymást. Méréseket folytatnak városközpontokban, nagyvárosias részeken és külvárosokban

¹⁸ NMHH Mobilpiaci Jelentés 2022. II. félév, 24. ábra

- egyaránt, illetve a kijelölt útvonalak mentén kisebb városokban is. A tesztelt területek kiválasztásakor törekednek arra, hogy az eredmények a populációra reprezentatívak legyenek. Az eljárás alá vont szerint a Kutatás – egyéb minőségi jellemzőkön túl – a szolgáltatással szembeni alapelvárásként megfogalmazható szempontoknak való megfelelést is mér (pl. hívásfelépülés adott időn belül, hívásfelépülés sikeressége, hívásmegszakadások időtartama, fájl fel- és letöltés sikeressége, adatátvitel időtartama, YouTube videó, honlapok betöltődése stb.).¹⁹
25. Az eljárás alá vont előadta, hogy a *drive test* mérések adatait az Umlaut ún. *walk test* által finomhangolja, amelyek során a *drive test* mérés technikáját és módszereit alkalmazza gyalogosan, sűrűbben látogatott épületek beltéréiben.²⁰
26. A *crowdsourcing* tömeges adatgyűjtést jelent, amelyet a szervezet Android alkalmazásokba integrált háttér diagnosztikai folyamatokkal gyűjt. Ha egy ilyen alkalmazást telepít a fogyasztó telefonjára, az adatgyűjtés a hét minden napján, 24 órában, az év 365 napján történik (a felhasználó jóváhagyásával).²¹
27. A *drive test* mérés a lakosság 36%-át reprezentáló 20 nagyobb magyar város (köztük Budapest, Érd, Debrecen, Miskolc, Győr, Nyíregyháza, Pécs, Sopron, Szeged Székesfehérvár, Szombathely) érintésével, 5.728 km-es szakaszon történt, melynek során 19.385 db hangmintát, illetve 85.190 db adatátviteli mintát gyűjtöttek. A *crowdsourcing* mérésekre a lakott területek 95,4%-án, illetve 97%-án került sor, több mint 60.000.000 db minta gyűjtésével.²² Az Umlaut méréseinek végrehajtására Samsung Galaxy S21+ eszköz használatával került sor.
28. A mobiladat mérések 5G hálózatot preferáló módban zajlottak, ami azt jelentette, hogy alapvetően 5G módban történt a tesztelés, és amennyiben ilyen hálózat nem volt elérhető, úgy az eszköz az elérhető 4G (majd 3G / 2G) hálózatra váltott. Megjegyzendő, hogy a mérések idején hazánkban egyik szolgáltató hálózata sem volt alkalmas 5G telefonhívások bonyolítására, így a hangszolgáltatások mérési eredményei legfeljebb 4G hálózatokra vonatkoztathatóak. A hanghívások esetén a mérések közel 99%-ban 4G hálózaton történtek.²³ Emellett a telefonkészülékek az internet szolgáltatások mérése során is túlnyomórészt 4G hálózaton lehettek, mivel az 5G arány még nagyvárosokban is többnyire 30% alatt maradt.
29. A mérések a DIGI hálózatára nem terjedtek ki. E körben az eljárás alá vont hivatkozott arra,²⁴ hogy a kérdéses időszakban a DIGI mindössze egyetlen állomással, „kizárólag teszt jelleggel” nyújtott 5G hálózaton szolgáltatást, amely egy nagyon korlátozott kiterjedésű területen volt csak elérhető. Az eljárás alá vont kifejtette továbbá,²⁵ hogy a Kutatás háttérét képező adatfelvételekre 2022. március 10. és 2022. április 5. között került sor. Ebben az időszakban a DIGI csak az általa nyújtott vezeték nélküli szolgáltatást igénybe vevő előfizetőinek nyújtotta a vezeték nélküli szolgáltatást. Ilyen értelemben a mérések időszakában a DIGI még nem jelent meg a piacon a bárki számára elérhető önálló vezeték nélküli hang- és adatszolgáltatással. Az Umlaut a mérések elvégzéséhez az egyes szolgáltatók SIM kártyáit szerzi be, és azok használatával végzi el a teszteléseket. A DIGI SIM kártyáihoz az Umlaut az adott időszakban csak úgy juthatott volna hozzá, ha ahhoz vezeték nélküli szolgáltatási szerződést köt a DIGI-vel – erre a gyakorlatban nem volt észszerű lehetőség. A DIGI a másik három szolgáltatóhoz képest lényegesen eltérő feltételekkel, csak saját meglévő előfizetőinek, és a DIGI honlapján elérhető lefedettségi térkép alapján a többi szolgáltatóhoz képest kisebb területen biztosította a jelen eljárás

¹⁹ VJ/46-5/2022., VJ/46-41/2022. 2. melléklet.

²⁰ VJ/46-5/2022.

²¹ VJ/46-41/2022. 2. melléklet.

²² VJ/46-11/2022. 3. sz. melléklet

²³ VJ/46-9/2022.

²⁴ VJ/46-59/2022.

²⁵ VJ/46-61/2022.

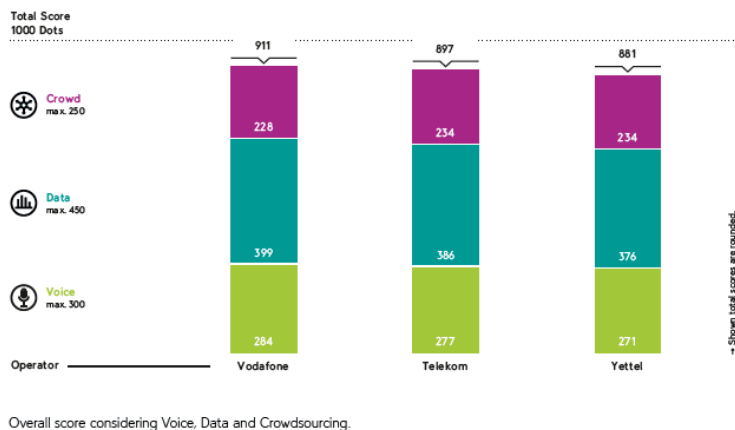
tárgyát képező szolgáltatásokat. Így az Umlaut nem volt képes a másik három szolgáltatónál elvégzett mérésekhez hasonló méréseket végezni a DIGI hálózatán.

V.1.2. Mérési eredmények

30. Az Umlaut a fentiekben ismertetett módszerek (*drive test*, *walk test*, *crowdsourcing*) által megszerzett adatokat különböző KPI-ok (Key Performance Indicators) szerint elemzi, az elemzéshez pedig pontrendszert társít. Ezen pontrendszer alapján értékeli az egyes szolgáltatók szolgáltatásainak megbízhatóságát (is).
31. A megbízhatósággal kapcsolatban az Umlaut azt méri, hogy az adott szolgáltatással szembeni alapvető, minimumelvárásoknak melyik szolgáltató képes a leginkább megfelelni annak érdekében, hogy a felhasználók szolgáltatással kapcsolatos élménye kielégítő legyen. Az Umlaut nyilvános módszertani ismertetőjében a megbízhatósággal kapcsolatos KPI-ok ún. „Qualifier”-ként jelennek meg, mivel azt modellezzik, milyen minimum követelményeknek kell megfelelni ahhoz, hogy a szolgáltatási élmény kielégítő legyen. Az ún. Qualifier KPI-ok, azaz megbízhatósági jellemzők hang- és adatszolgáltatások esetén a Kutatás szerint az alábbiak:²⁶

[ÜZLETI TITOK]

32. A Kutatás alapján a Vodafone összesített eredményeit az alábbi ábra szemlélteti.²⁷ Az adatok alapján megállapítható, hogy a hang- és adatforgalom („Voice”, „Data”) tesztelése során a Vodafone érte el a legmagasabb pontszámot, azonban a tömeges adatgyűjtés során a harmadik helyen végzett.



33. Az adatforgalomra vonatkozó tesztekkel illetően a Vodafone a legtöbb kategória szerinti mérésen (azaz rész-szempontonként) is első helyen végzett, azonban az autóutakon végzett mérőautós teszt („Roads Drivetest”) esetében egyik mért jellemző alapján sem végzett első helyen.

²⁶ VJ/46-9/2022.

²⁷ VJ/46-11/2022. számú feljegyzéssel átemelt 3. számú melléklet

Achieved percentage of the maximum score in each of the different data services.

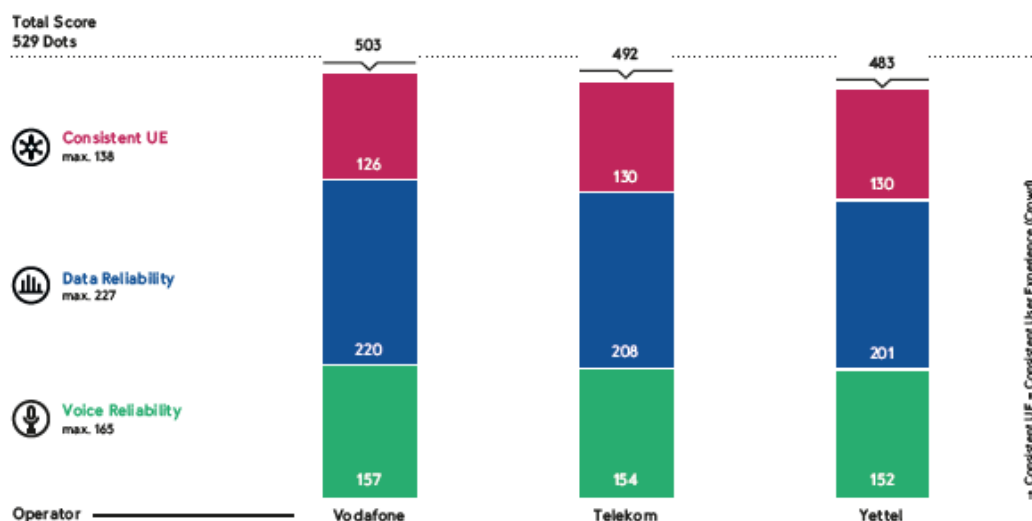
Data	Service Group	max	Vodafone	Telekom	Yettel
Cities Drivetest	Web Browsing	50,6	98%	91%	94%
	File Download	50,6	91%	85%	85%
	File Upload	50,6	94%	91%	86%
Cities Walktest	YouTube	50,6	86%	82%	80%
	Web Browsing	16,9	97%	89%	90%
	File Download	16,9	91%	81%	84%
Townes Drivetest	File Upload	16,9	88%	91%	80%
	YouTube	16,9	86%	82%	77%
	Web Browsing	22,5	96%	92%	90%
Roads Drivetest	File Download	22,5	85%	77%	81%
	File Upload	22,5	88%	88%	80%
	YouTube	22,5	86%	77%	76%
Roads Drivetest	Web Browsing	22,5	89%	93%	89%
	File Download	22,5	73%	79%	75%
	File Upload	22,5	78%	85%	76%
	YouTube	22,5	76%	80%	77%

34. A Crowdsourcing Quality azaz a tömeges adatgyűjtés méréseken a Vodafone egyik mért jellemző esetében sem végzett első helyen.

Crowd	Service Group	max	Vodafone	Telekom	Yettel
Crowdsourced Quality	Broadband Coverage	125	92%	96%	95%
	DL Speed	75	87%	88%	91%
	Latency	50	96%	97%	96%

35. A megbízhatóságra vonatkozó mérés során hang- és adatszolgáltatás esetében a Vodafone érte el a legmagasabb pontszámot, de a „Consistent User Experience”, azaz a tömeges adatgyűjtésből származó felhasználói élmény esetében nem végzett első helyen.

	Service Group	max	Vodafone	Telekom	Yettel
Reliability	Voice Reliability	165	95%	93%	92%
	Data Reliability	247,5	97%	91%	89%
	Consistent User Experience	137,5	92%	94%	94%



Reliability score considering Voice Reliability, Data Reliability and Consistent UE.

36. A megbízhatóságot jelző „Qualifier” és a minőséget jelző „Differentiator” teljesítménymutatók összevetése alapján megállapítható, hogy [ÜZLETI TITOK].

[ÜZLETI TITOK]

37. A Kutatás főbb eredményeit az Umlaut egy ún. Audit Reportban foglalta össze a Vodafone számára. Ennek összegző részében az Umlaut az alábbi megállapításokat tette.

- Vodafone's mobile network has the highest (voice and data) reliability. [A Vodafone mobil hálózata rendelkezik a legmagasabb (hang és adat) megbízhatósággal.]
- Vodafone shows the highest web browsing and YouTube experience in cities and towns. [A Vodafone biztosítja a legmagasabb webböngészési és YouTube élményt a nagyobb és kisebb városokban.]
- Vodafone shows the highest overall score with 911 out of 1000 points in the nationwide measurements. [A Vodafone rendelkezik a legmagasabb összpontszámmal az országos méréseket illetően, 1000-ból 911 ponttal.]
- In the voice category as well as data performance, Vodafone is leading with the highest score. [A hangszolgáltatási kategóriában és az adatteljesítményben egyaránt a Vodafone a vezető a legmagasabb pontszámmal.]

V.1.3. Az NMHH álláspontja az Umlaut kutatása kapcsán²⁸

38. Az NMHH általános észrevétele szerint a mobil szolgáltatások összehasonlítása összetettebb, ingoványosabb terület, mint fizikai áruk, termékek esetén, mivel e szolgáltatások igénybevehetősége, minősége, érzékelhető jellemzői térben, időben dinamikusan változnak. Erre egyaránt hatása van az alkalmazott technológiának, az igénybevétel módjának és körülményeinek, valamint a hálózat aktuális állapotának és a környezeti, időjárási feltételeknek. Mindezek alapján az ilyen és hasonló kutatások az összehasonlító reklámot az egész ország területén és egy hosszabb időszakot tekintve nem képesek alátámasztani, csak egy adott időintervallumban, környezet- és feltételrendszerben érvényes állapotot képesek rögzíteni. Az Umlaut kutatás dokumentumai az NMHH véleménye szerint kellően alátámasztják az Audit Report állításait, azonban a vizsgálat részleteit tartalmazó dokumentációgyűjtemény igen sok információt tartalmaz, amelyekkel kapcsolatban az NMHH az alábbi problémáknak tartott részeket azonosította.

39. Az NMHH álláspontja szerint az 5G hálózatok kiépítése közötti különbségekből kifolyólag, főként a hálózatok elindulásához viszonylag közeli időpontban, amilyen az Umlaut mérésének időszaka is, komoly területi- és szolgáltatásminőségi különbségek voltak. Az a viszonylag kis mennyiségű mérési adat, ami alapján az Umlaut bizonyos eredményekre jutott, csupán a vizsgált területekre vonatkozik, ez alapján nem jelenthető ki, hogy általában (az ország területére, vagy lakosságára vonatkozóan) melyik szolgáltató milyen minőségben szolgáltat.

40. Az Umlaut kutatási anyaga igen sok adatot tartalmaz, azonban az alábbi szempontok miatt nem feltétlenül mutat valós képet az Umlaut által közölt végeredmény.

- A mobiltelefonokkal végzett mérési adatok mennyisége meglehetősen kevés egy reális átfogó országos kép kialakításához.
- A bejárt utak hossza töredéke az országos közúthálózat hosszának. 3 hét alatt pedig kellő részletességgel nem lehet bejárni még a térképre berajzolt településeket sem.
- Az előzetesen elvégzett crowdsourcing vizsgálatok eredménye felhasználásra kerülhetett a mérési területek meghatározásakor.

²⁸ VJ/46-29/2022.

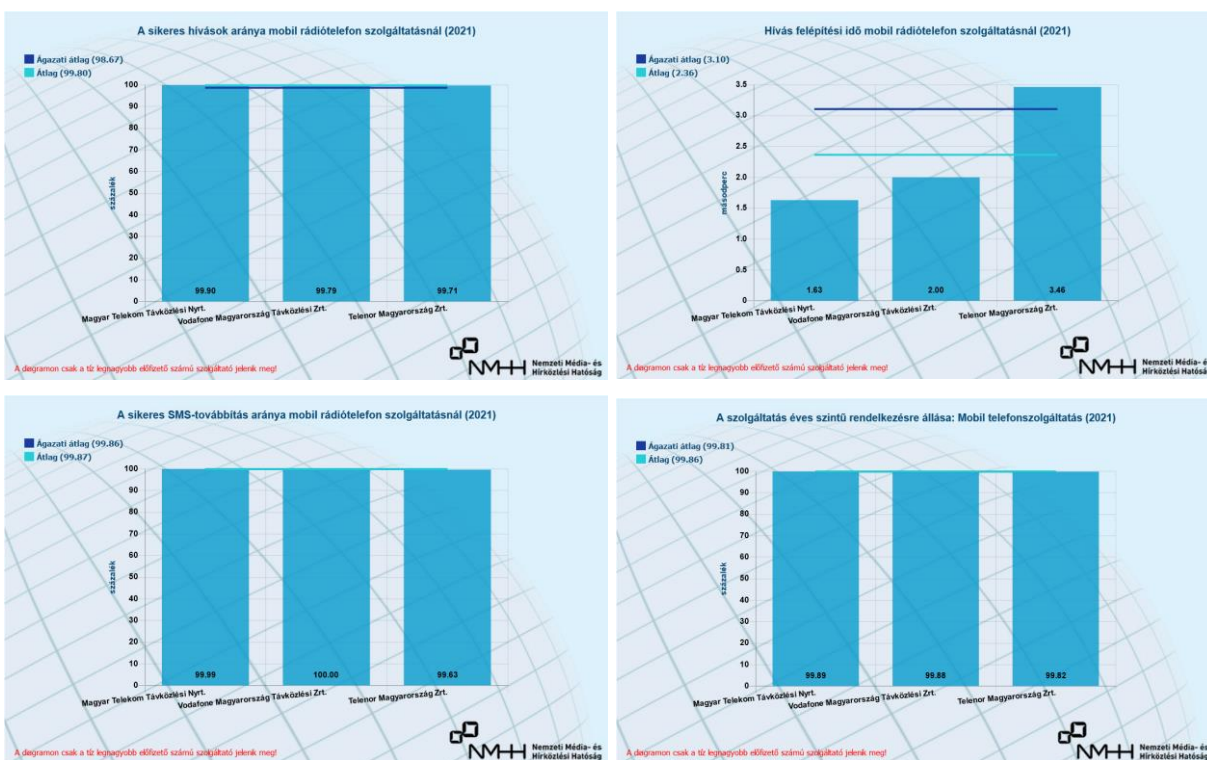
41. Mindezekre tekintettel a jelen versenyfelügyeleti eljárással érintett, a mobiltelefonokkal végzett szűrőpróba szerű vizsgálatból országos szintű összehasonlító eredményt előállítani az NMHH véleménye szerint megalapozatlan.

V.2. További mérési eredmények

V.2.1. Az NMHH mérései

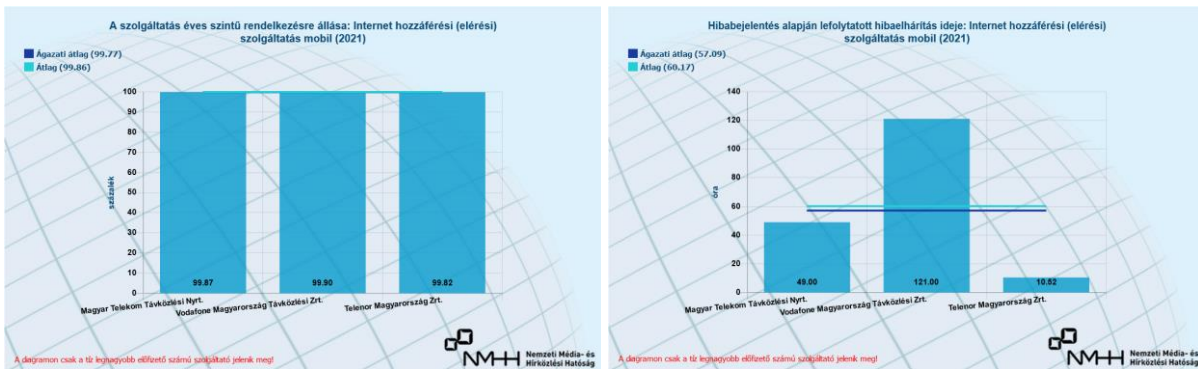
42. Az elektronikus hírközlési szolgáltatás minőségének az előfizetők és felhasználók védelmével összefüggő követelményeiről, valamint a díjazás hitelességéről szóló 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet (a továbbiakban: Eszmr.) a mobil hang- és adatszolgáltatások tekintetében is kötelezővé teszi a szolgáltatók számára bizonyos szolgáltatásminőségi paramétereknél célértékek meghatározását és utána a teljesítés nyomon követését. Az NMHH a szolgáltatók által benyújtott, szolgáltatásminőség alakulásával kapcsolatos adatokat rendszerezett formában éves frissítéssel honlapján elérhetővé teszi.²⁹

43. A mobil telefonszolgáltatás kapcsán 2021. évre vonatkozóan elérhető mérési eredmények a következők:

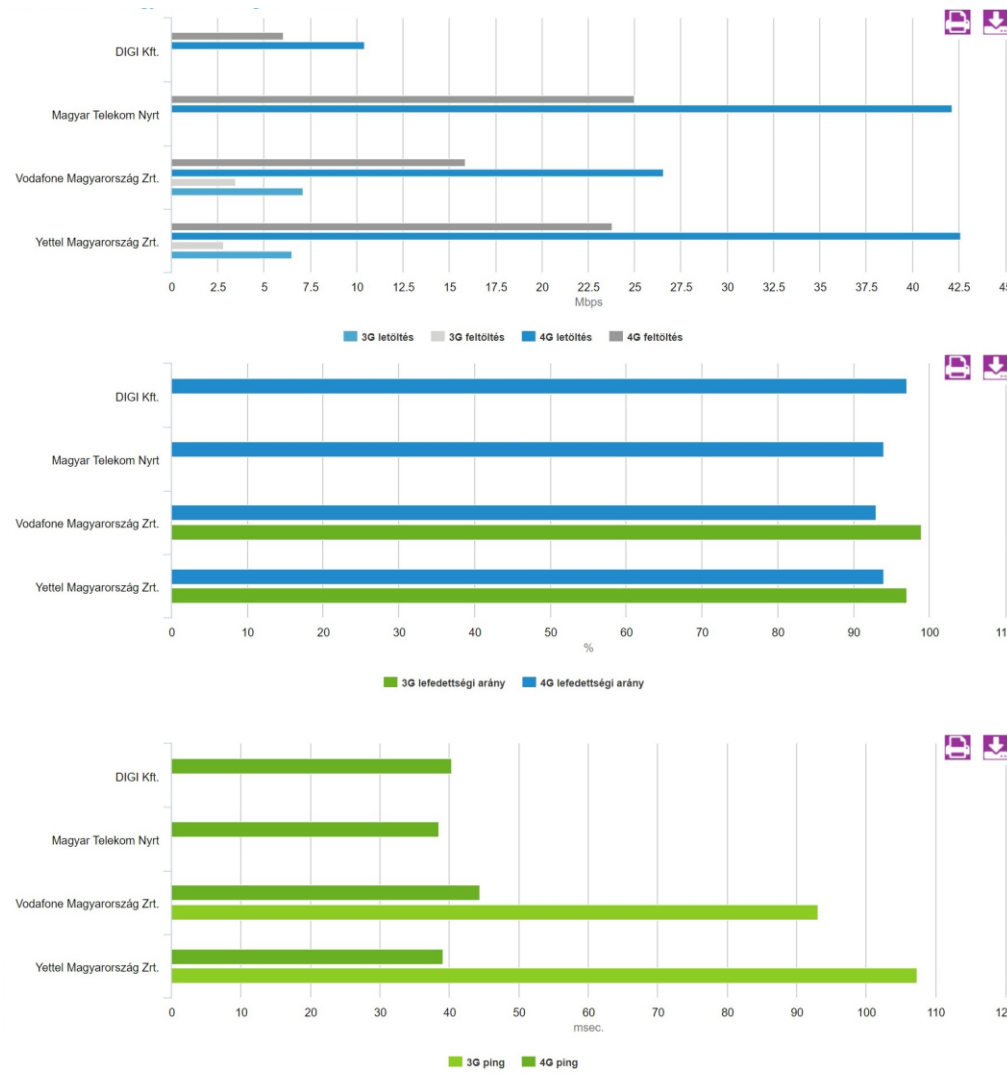


²⁹https://hirkszolg.nmhh.hu/diagram13/?_gl=1*1ug3gsk*_ga*MTYzOTYxMDQwLjE2NjQyODQyMDk.*_ga_D5LQSMBZTF*MTY4Mzg5NjA3Ni4xMy4xLjE2ODM4OTYxMzcuMC4wLjA.

44. A mobilinternet szolgáltatás kapcsán 2021. évre vonatkozóan elérhető mérési eredmények az alábbiak:



45. Az NMHH rendszeres méréseket folytat a szolgáltatók hálózati lefedettségét, és a 3G- és 4G-hálózatokon mérhető le- és feltöltési sebességet érintően is. Az aktuális eredmények a szelessav.net oldalon kerülnek publikálásra. A 2022 augusztusában elérhető adatok a következő képet mutatták.³⁰



³⁰ B/74/2022. 4. melléklet

V.2.2. Az Ookla mérései³¹

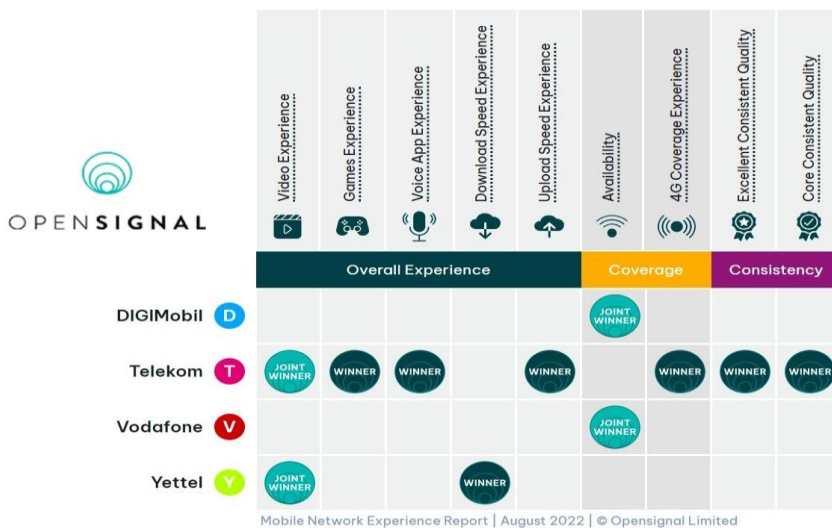
46. Az Ookla felhasználói mérési eredményeket összegző kimutatása szerint 2022 első negyedében a letöltési sebesség középértéke tekintetében a Yettel végzett az első, a Telekom a második helyen, s a Vodafone csak a DIGI-t tudta megelőzni. A látenciát illetően a Yettel és a Vodafone is 20 ms-os, a Telekom 21 ms-os eredményt (medián) produkált.
47. Ami a megbízhatóság Umlaut által is alkalmazott fogalmához legközelebb álló mutatót illeti, az eredmények az alábbi ábrán láthatóak. Konzisztencia alatt az Ookla a minimum 5 Mbps letöltési, illetve legalább 1 Mbps feltöltési sebességet elérő eredmények arányát érti.

Provider	Consistency (%)
Magyar Telekom	90.6%
Yettel	88.2%
Vodafone	87.7%

V.2.3. Az OpenSignal mérései³²

48. Az OpenSignal ugyancsak felhasználói adatok (felhasználók által végzett mérések) alapján végez különféle elemzéseket. A konzisztencia kategóriába sorolt mutatók azt mérik, hogy a fogyasztók adott szolgáltató hálózatán folytatott tesztjei milyen arányban teljesítenek bizonyos minimum elvárásokat. Az „Excellent Consistent Quality” a magasabb teljesítményigényű (pl. HD videó, csoportos videokonferencia hívások, játékok), míg a „Core Consistent Quality” az alacsonyabb teljesítményigényű alkalmazások (pl. SD videó, hanghívás, web-böngészés) megfelelését mutatja. Az átfogó élmény („Overall Experience”) kategóriába sorolt mutatók a fogyasztók által tapasztalt minőséget jellemzik, míg a lefedettség („Coverage”) a hálózatok elérhetőségét mutatja: az elérhetőség („Availability”) a szélessávú hálózatokon töltött idő arányát, míg a 4G lefedettség élmény („4G Coverage Experience”) az aktív 4G kapcsolattal töltött idő arányát méri.

49. A szolgáltató 2022. augusztusi riportjában az alábbi kimutatás látható.



³¹ B/74/2022. 1. melléklet

³² B/74/2022. 2. melléklet

V.3. Fogyasztói percepciók

50. A megbízhatóság fogyasztói értelmezése kapcsán az eljárásban megkeresett mobil szolgáltatók az alábbiakat adták elő.

51. A Vodafone szerint a fogyasztók a hangszolgáltatások megbízhatósága alatt a sikeresen felépült és lefolytatott hívásokat, azok jó minőségét, míg az adatszolgáltatások megbízhatósága alatt meghatározott típusú és méretű file-ok letöltésének sikerességét értik; ezen elemek hiányában ugyanis nem valósul meg az adat- vagy hangszolgáltatás.³³ Következésképpen egy szolgáltatás minél nagyobb biztonsággal tartalmazza ezen lényeges jellemzőket, annál megbízhatóbbnak tekinthető, ugyanis a fogyasztó annál nagyobb valószínűséggel jut hozzá magához a szolgáltatáshoz. Ennek megfelelően a szolgáltatás megbízhatósága az ahhoz való fogyasztói hozzáférhetőségen alapul (mint például az Umlaut mérésben is feltüntetett letöltés sikerességének gyakorisága, hanghívások sikerességének gyakorisága és minősége). A Vodafone szerint ez utóbbinak pedig a fogyasztók tapasztalati úton teljes mértékben tudatában vannak, tehát a fogyasztók e tekintetben a lehető legmagasabb szintű tudatossággal rendelkeznek.³⁴ E körben a Vodafone hivatkozott a VJ/55/1998. és VJ/26/2016. ügyekre.

- A VJ/55/1998. számú ügyben hozott határozat szerint „[a] megbízhatóság, a telefont használó fogyasztók szempontjából, [a GVH] álláspontja szerint elsősorban azt jelenti, hogy az egy adott telefont használó fogyasztó hívni tudja az általa kívánt számot, illetve a hívott személy hívási szándékáról biztosan információt szerez.” Az ügyben született legfelsőbb bírósági ítélet kimondta továbbá, hogy „[...] a perben felmerült további tényekkel és bizonyítékokkal, így a hívássikerességi vizsgálatok eredményeivel, a számlázás helyességét és pontosságát alátámasztó auditált adatoknak az összevetésével és mérlegelésével [...] a Legfelsőbb Bíróság azt állapította meg, hogy a felperes [...] „legmegbízhatóbb” jelző alkalmazásával valótlán tény nem állított”.
- A megbízhatóság, mint a marketingkommunikáció részét képező elem megjelenik a VJ/26/2016. számú ügyben is, amelyet a GVH a marketingkommunikációk jogsértő jellegének bizonyíthatósága hiányában jogsértés megállapítása nélkül szüntetett meg. Tekintve, hogy az eljárás tárgyát a „[N]jetezz a megbízható Telekom 4G mobilinternettel” szlogen képezte, melyhez kapcsolódóan a főbb kampányüzenetek (grafikailag kiemelve) a „letöltésre”, a „feltöltésre” és a „webböngészésre” utaltak, ez a Vodafone szerint arra enged következtetni, hogy az iparágban a többi szereplő is a hálózathoz való kapcsolódás sikerességét (ti. mint letöltés, feltöltés, webböngészéshez szükséges hálózati kapcsolódás képessége) tekinti meghatározónak a megbízhatóság szempontjából. Ezt erősíti a határozat 34. pontjának azon kijelentése, hogy „a reklámmal kapcsolatos fogyasztói percepció - a Telekom céljaival összhangban - a megbízható 4G mobilinternet hálózat léte, és a szolgáltató hitelessége volt”, s az ügyben eljáró versenytanács a szolgáltatás megbízhatóságát nem cáfolta meg, illetve az ezzel kapcsolatos fogyasztói tudatosság hiányát sem kifogásolta. Ez azért bír jelentőséggel, mert a Telekom az adott eljárás során azonos jellemzőkre hivatkozott a megbízhatóság körében, mint a Vodafone a jelen eljárásban.

³³ A Vodafone előadta, hogy a VJ/37/2012. számú ügyben a Gazdasági Versenyhivatal is elismerte, hogy „a lefedettség a szolgáltatás földrajzi elérhetőségének a mértéke. A le- és feltöltés sebességénél - ami nem vitásan lényeges tulajdonsága a mobilinternet hálózatnak - adott esetben sokkal nagyobb horderejű kérdés az, hogy egyáltalán igénybe vehető-e a szolgáltatás, és el lehet-e vele érní azt a személyt, adatforrást, akit/amit a használó el kíván érní.” A VJ/26/2016 számú ügyben a Gazdasági Versenyhivatal a hálózathoz való hozzáférést az első lényeges tulajdonságként sorolta fel (hivatkozva a VJ/77/2013. számú határozat 76. pontjára is): „A mobilinternet szolgáltatás fogyasztók által lényegesnek tekintett tulajdonságának minősül többek között a tényleges hozzáférés, az adathálózat, a webböngészés sebessége, a le- és feltöltés sebessége, a sávszélesség, a minőség és az ár is.”

³⁴ VJ/46-5/2022., VJ/46-9/2022.

52. A Yettel³⁵ álláspontja szerint a fogyasztók azt a szolgáltatást tekintik megbízhatónak, amely a szolgáltatással kapcsolatban az egyénileg megfogalmazott elvárásaikat teljesíti. Ebben az értelemben a fogyasztói preferenciák és elvárások eltérőek, nem függetlenül attól, hogy a fogyasztók különböző módokon használják a szolgáltatásokat. A szolgáltatás keretében az e-mail és a böngészés kisebb adatátviteli sebesség mellett is megfelelően használható, ugyanakkor az online játékok vagy a nagyobb méretű fájlok, médiatartalmak letöltése és megtekintése már nagyobb le- és feltöltési sebességet igényel, utóbbi esetben magasabb elvárásokat támasztva a hálózat minőségével és műszaki paramétereivel szemben. A Yettel álláspontjának alátámasztása érdekében hivatkozott [ÜZLETI TITOK].
53. A Telekom³⁶ megítélése szerint a lehetséges fogyasztói értelmezés a megbízhatóságot a felhasználói élménnyel azonosíthatja. A fogyasztók ma már igénylik, hogy a szélessávú mobilinternet szolgáltatást utazásuk során folyamatosan igénybe tudják venni, és valóban „mobil” környezetben, azaz nagysebességű mozgásban végzett szolgáltatási jelleg esetén, például a városokon kívül, az utakon is megfelelő élmény biztosításával működjön a mobil szolgáltatás.
54. Az NMHH nem vizsgálja, hogy a fogyasztók mit értenek a mobil hang- és adatszolgáltatás megbízhatósága alatt, így erre vonatkozóan nem rendelkezik információval. Az Ariosz által az NMHH részére készített, 2022. évi internetes kutatás³⁷ illetőleg háztartási kutatás³⁸ alapján azonban az alábbiak derülnek ki:
- Az internetkapcsolat sebességét a mobilinternet előfizetők több mint egyharmada mérte meg. Bár ez az utóbbi két évben fokozatosan emelkedett, még mindig elmarad a vezetékes internet sebességét megmérők arányától. Ennek feltehetőleg az az oka, hogy az emberek többnyire a vezetékes neten szoktak a nagyobb adatforgalmú tevékenységeket végezni (pl. filmnézés, nagy fájlok mozgatása), így fontos, hogy meglegyen a megfelelő, a szolgáltató által ígért sávsebesség.
 - Az előfizetett letöltési sebességet többnyire biztosítja a szolgáltató az előfizetők szerint (mobilinternet: 82%). Az előző évi eredményekhez képest növekedett a mobilinternet sebességével teljesen elégedettek aránya (31-ről 34%-ra). Mind az otthoni, mind a mobilinternet esetében a Vodafone előfizetői a legkevésbé elégedettek a letöltési sebesség biztosításával.
 - A mobilinternet előfizetők egyharmada nem tudta megmondani, hogy számára mekkora a minimálisan elégséges adatkeret. Az érdemi válaszadók 60%-ának elég lenne 10 GB alatti mobilnet.
 - A mobilinternet esetében még kevesebben tudják pontosan, mit jelent, és mennyi a becsült maximális sebesség. 60% hallott róla, de csak az egyharmaduk tudná megmondani, hogy mennyi ez a saját előfizetésében (az összes előfizető 20%-a).
 - A mobiltelefon-előfizetők 7%-a észlelt problémát a szolgáltatásával kapcsolatban az elmúlt egy évben, kevesebb mint felük (az összes előfizető 3%-a) fordult a szolgáltatójához a panasszal. A problémák az esetek többségében szinte azonnal megoldódtak, ám időnként (2%) további utánajárást igényelt a megoldásuk. A mobilszolgáltatók közt a problémák felmerülése, megoldása tekintetében nem látszódtak különbségek.

³⁵ VJ/46-34/2022. 3-4. oldal

³⁶ VJ/46-31/2022. 3. oldal

³⁷ Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata. Internetes felmérés, 2022 (Adatfelvétel ideje: 2022. november 8. – december 2.) https://nmhh.hu/dokumentum/237510/nmhh_internetes_felmeres_2022.pdf

³⁸ Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata. Háztartási felmérés, 2022 (Adatfelvétel ideje: 2022. augusztus 23. – szeptember 30.) https://nmhh.hu/dokumentum/236962/haztartasi_felmeres_2022_az_elektronikus_hirkozlesi_piaci_fogyasztoinak_vizsgalata.pdf

- A mobiltelefon előfizetéssel rendelkezők 5%-a váltott szolgáltatót az elmúlt 5 évben, és további 6%-uk gondolkodott a szolgáltatóváltáson. A szolgáltatóváltáson nagyobb arányban gondolkodnak az aktív keresők, a nagyvárosban élők, az internethasználók, illetve akik elégedetlenek a szolgáltatással. A szolgáltatóváltástól itt is leginkább az tartja vissza a fogyasztókat, hogy alapvetően nincs bajuk a jelenlegi szolgáltatójukkal, illetve, hogy nem gondolják, hogy lehetne ennél jobb szolgáltatót is találni.

VI.

Az eljárás alá vont álláspontja

VI.1. A kereskedelmi gyakorlat célja, üzenete, fogyasztói értelmezése

55. A Vodafone előadta, hogy a kampány célja elsősorban az ügyfélelégedettség növelése volt, annak az információnak a közreadásával, hogy az Umlaut, vagyis egy független, nemzetközi kutatásokat végző cég által készített kutatás szerint a Vodafone hang- és adatszolgáltatásai voltak a legmegbízhatóbbak Magyarországon az aktuálisan legutóbb vizsgált időszakban. A kampány fő üzenete tehát kettős volt: egyrészt az eljárás alá vont hang- és adatszolgáltatásának megbízhatóságra fókuszált, másrészt arra, hogy ezt az állítást a Kutatás, azaz egy független fél támasztja alá.³⁹
56. A Vodafone álláspontja szerint a Kutatás, mint kommunikációs elem az adott felület információhordozó jellegéhez igazodva került kiemelésre, mely által az minden esetben a főüzenet részévé vált.⁴⁰
- Az óriásplakátok és a Vodafone üzleteiben elhelyezett kijelzőkön megjelenő kommunikációk esetében a kommunikáció jobb felső sarkában került feltüntetésre az Umlaut emblémája, amely azon ténynél fogva is az üzenet részévé vált, hogy az Umlaut logó színárnyalatai figyelemfelkeltően eltérőek a Vodafone piros színeihez képest. Emellett az óriásplakátokon és az üzleteken belül vetített kommunikációk esetében a főüzenet részévé vált a „vodafone.hu/halozati-teszt” link is, amely a megbízhatósággal kapcsolatos üzenethez képest lejjebb, de jól láthatóan helyezkedett el.
 - A weboldalakon közzétett hirdetésekben a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága, a nemzetközi kutatás ténye (és az Umlaut logója), valamint a felmérés időpontja jelent meg üzenetként. A weboldalak hirdetéseire való kattintás a Kutatás eredményeit bemutató oldalra navigálta a fogyasztót.
 - A közösségi médiafelületeken közreadott hirdetésekben szintén megjelent az Umlaut logója, emellett az adott felület grafikai részéhez kapcsolódó szöveges leírás (amely – az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint – ugyanolyan feltűnő, megkerülhetetlen része volt a kommunikációnak, mint maga a grafikai elem) lényegében csak az Umlaut kutatásról szólt. A Vodafone utalt arra, hogy a közösségi médiafelületeken ráadásul elérhető volt egy link is („Learn more”), amely a Kutatás eredményeit bemutató oldalra navigálta a fogyasztót.
 - A saját honlapon megjelent kommunikáció esetében – a Vodafone álláspontja szerint – szintén a főüzenet részévé vált az Umlaut kutatásról szóló tájékoztatás, hiszen a főoldalon megjelenő borítókép szövege lényegében csak az Umlaut kutatási eredményeire utalt, a szöveg alatt elhelyezett „Tudj meg többet” link pedig a Kutatást részletesen bemutató aloldalra irányította a fogyasztót.

³⁹ VJ/46-5/2022.

⁴⁰ VJ/46-5/2022.

57. Az eljárás alá vont álláspontja szerint tehát reklámállításai világosan és egyértelműen hivatkoznak az Umlaut hálózatesztelési eredményeire. A Kutatás szerint megbízhatóság kategóriában kiemelkedően teljesített a Vodafone,⁴¹ és mivel a megbízhatóságot prioritásként kezeli a mérési módszertanában a Kutatás, ezért a hálózat teljessége tekintetében is a legtöbb pontszámot az eljárás alá vont kapta.⁴²
58. A „megbízhatóság” fogyasztói értelmezését illetően az eljárás alá vont előadta, hogy a Kutatás befogadhatóságát fogyasztói kapacitásra tervezték, továbbá a távközlési ágazatban dolgozó szakemberek tapasztalata szerint az emberek igen könnyedén képesek ránézésre értelmezni az egyszerűen levezetett mérési mechanizmust és eredményeket, hiszen maguk a rövid visszajelzéshez felkért fogyasztók is nehézség nélkül képesek voltak erre. A Vodafone álláspontja szerint a „megbízhatóság” és a „sebesség” közti különbség az átlagfogyasztó számára világosan értelmezhető fogalmak (éppúgy, mint az autópárhánban). Mobilszolgáltatás esetén a „megbízhatóság” folyamatos és akadózásmentes működést jelent, és nem azt sugallja, hogy például egy 500 MB méretű film letöltése melyik hálózati szolgáltatónál a leggyorsabb. A fogyasztók a hangszolgáltatások megbízhatósága alatt a sikeresen felépült és lefolytatott hívásokat, azok jó minőségét, míg az adatszolgáltatások megbízhatósága alatt meghatározott típusú és méretű fájllok letöltésének sikerességét értik.⁴³
59. A Vodafone előadta, hogy a megbízhatóság tárgyában szakági sztenderd, hogy ha bizonyos mérhető jellemzők nem teljesülnek, akkor a felhasználó úgy ítélni meg, hogy az adott szolgáltatás nem működik. A megbízhatóság mérhető jellemzőit hanghívás esetén a Kutatást végző cég „Benchmarking” állásfoglalása is rögzíti (ld. határozat 31. pontja). Ezen kulcsfontosságú teljesítménymutatók biztosítják a folytonos szolgáltatásminőséget, így a hívások csak elvétve szakadnak meg, a videók elvétve szaggatnak, azaz az eljárás alá vont szerint hálózatában a legmegbízhatóbb módon használhatóak a mobil hang- és adatszolgáltatások a mérési időszakban, a megjelölt mérési területen.⁴⁴

VI.2. A Tpv. 10. § b) pontjával (összehasonlító reklám) kapcsolatos észrevételek

60. A Vodafone előadta, hogy a Versenytanács gyakorlata, valamint a Kúria Kf.VI.37.745/2018/7. számú döntése (a továbbiakban: Kúriai Döntés) szerint a Tpv. 10. § b) pontjának vizsgálata egy kétszintes jogi teszt által lehetséges, ahol első lépésben a lényegesség, meghatározó jelleg, jellemzőség és ellenőrizhetőség vizsgálendő, második lépésben pedig az összehasonlítás módjának vizsgálatára kerül sor. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az összehasonlító reklám jogellenességének ezen feltételei a jelen vizsgálat tárgyát képező kereskedelmi kommunikáció esetében az alábbiakban bemutatottak következtében nem állnak fenn.⁴⁵
61. A **lényegesség** vonatkozásában a Vodafone úgy nyilatkozott, hogy a GVH korábban több ügyben is a mobilszolgáltatások lényeges tulajdonságaként értékelte, hogy azt a fogyasztók egyáltalán igénybe tudják venni (ti. a szolgáltatás legalább elfogadható minőségben elérhető). A Vodafone által hivatkozott versenytanácsi és kúriai joggyakorlat álláspontja szerint szintén alátámasztja, hogy a mobilszolgáltatáshoz való tényleges hozzáférés és a megbízhatóság összekapcsolódó fogalmak.⁴⁶
- *„A lefedettség a szolgáltatás földrajzi elérhetőségének a mértéke. A le- és feltöltés sebességénél - ami nem vitásan lényeges tulajdonsága a mobilinternet hálózatnak - adott esetben sokkal nagyobb*

⁴¹ Az eljárás alá vont megjegyezte, hogy az Umlaut tőle függetlenül vonta le azt a következtetést, hogy a Vodafone mobilhálózata a legmegbízhatóbb [szó szerint: „Vodafone’s mobile network has the highest (voice and data) reliability”].

⁴² VJ/46-11/2022.

⁴³ VJ/46-5/2022., VJ/46-11/2022.

⁴⁴ VJ/46-11/2022.

⁴⁵ VJ/46-5/2022.

⁴⁶ VJ/46-5/2022.

horderejű kérdés az, hogy egyáltalán igénybe vehető-e a szolgáltatás, és el lehet-e vele érni azt a személyt, adatforrást, akit/amit a használó el kíván érni.” (VJ/37/2012.)

- „A mobilinternet szolgáltatás fogyasztók által lényegesnek tekintett tulajdonságának minőség többek között a tényleges hozzáférés, az adathálózat, a webböngészés sebessége, a le- és feltöltés sebessége, a sávszélesség, a minőség és az ár is.” (VJ/26/2016.)

62. A megbízhatóság mint **jellemző** tulajdonság vonatkozásában az eljárás alá vont akként nyilatkozott, hogy mind a hang-, mind az adatszolgáltatások esetén a kapcsolat felépülése, stabilitása, erőssége a szolgáltatás használhatóságának alapvető elemei, így ezeknek az elemeknek az összessége határozza meg, hogy mennyire megbízható egy szolgáltatás.⁴⁷
63. A Vodafone előadta, hogy szolgáltatás megbízhatósága a fogyasztói megítélés szempontjából **meghatározó**, még abban az esetben is, ha a vizsgált kommunikációs állítás csak egy statikus, adott időpontban fennálló állapotot tükröz. Ellentétes következtetés ugyanis – a Kúriai Döntés alapján – *„[a]zzal a következménnyel járna, hogy mindazokon a területeken, ahol a piac dinamikusán változik, az egyes termékek műszaki tulajdonságai folyamatosan fejlődnek, az adott tulajdonság tekintetében piacvezető társaság a versenytársakhoz képest elért jobb teljesítményét nem tudná reklámozni”*.⁴⁸
64. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az **ellenőrizhetőség** kapcsán a Kúriai Döntés megerősítette, hogy a jogszabályi követelmény mindössze a tulajdonság elvi ellenőrizhetőségének biztosítására terjed ki. A Kúria ezzel összefüggésben azt is fenntartotta, hogy nem valósít meg jogsértést, ha a vállalkozás a kommunikációiban nem jelöli meg, hogy a fogyasztók pontosan hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről. A Vodafone – álláspontja szerint – a Kúria által az ellenőrizhetőség kapcsán megfogalmazott követelményt jelentősen felülteljesítette azáltal, hogy weboldalán külön aloldalt hozott létre az állítás alapjául szolgáló Kutatás bemutatására, amelynek az elérhetőségét minden kommunikációs felület esetében igyekezett kihangsúlyozni (az adott kommunikációs felület vizuális-technikai lehetőségeitől függően).⁴⁹
65. A Kúriai Döntés szerint akkor sérül az **összehasonlítás tárgyilagossága**, ha az egyes tulajdonságok egybevetése szubjektív értékítéletre épül. A Vodafone szerint azonban jelen ügyben az egyes tulajdonságok egybevetésének alapja nem valamely szubjektív értékítélet, hanem egy független, nemzetközi kutatócég kutatásának eredménye.⁵⁰ Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint a reklámkampány állításai objektívek, mely objektivitás az azonos és mérhető tulajdonságok érdemi összevetésével megvalósult, és amelyet a Kutatás módszertanának leírása is alátámaszt. A Kutatás eredményei az ország számos pontján, 19.385 hangminta, illetve 85.190 adatátviteli minta alapján készültek, 20 magyar megyei jogú városban és megyeszékhelyen, valamint 5.728 km méréstávon, ami alapján – a Vodafone szerint – a Kutatás egyértelműen objektív, tárgyilagos, releváns és hiteles eredményt mutat. A megbízhatóságot a Kutatás hangszolgáltatások esetén az átvitt beszédminták hangminőségét vizsgálva értékeli, míg adatszolgáltatások esetén az egyes weboldalak elérési sebessége, a fájlok továbbításának sikere és sebessége képzik az értékelés alapját, tehát a Kutatás módszertana nem a Kutatást végzők fogyasztói élményére, hanem algoritmusok által mért adatokra épít, amelyek összességükben objektíven alapozzák meg a megbízhatóságra történő hivatkozást.⁵¹
66. A Vodafone álláspontja szerint, amennyiben a fentiek ellenére a GVH a megbízhatóságra vonatkozó kommunikációját jogellenes összehasonlító reklámként értékelné, az egyértelműen ellentétes lenne a VJ/26/2016. számú ügyben tett megállapításokkal, amely ügy – meglátása szerint – a jelen ügygel

⁴⁷ VJ/46-5/2022.

⁴⁸ VJ/46-5/2022.

⁴⁹ VJ/46-5/2022.

⁵⁰ VJ/46-5/2022.

⁵¹ VJ/46-11/2022.

nagyfokú hasonlóságot mutat, mind ténybeli alapon (ti. megbízhatóságra vonatkozó kommunikáció és annak alátámasztása az Umlaut által nagymértékben azonos módszertani elvek alapján készített kutatás által), mind pedig a jogalap tekintetében, s amely pedig jogsértés megállapítása nélkül zárult, mivel a Versenytanács a rendelkezésre álló adatokból azt a következtetést vonta le döntésében, hogy a mérési módszerrel szemben ugyan megfogalmazhatók kifogások, de ezek alapján a jogsértés nem bizonyítható. Az eljárás alá vont a VJ/26/2016. számú eljárásban született határozat alábbi megállapításait emelte ki annak alátámasztására, hogy az Umlaut kutatása alkalmas a kereskedelmi gyakorlatban tett megállapításainak igazolására.⁵²

„133) Az eljáró versenytanács szerint a P3 „Best in Test” mérése több tekintetben kellően tárgyilagos, mert világos és elfogadható, hogy mit mérnek, az is hogy milyen technikával. Ennek ellenére az eredmények %-os mutatónkénti megjelenítése nem zárja ki a szubjektivitás lehetőségét, mivel a cég módszertani leírása is csak az egyes részzempontokat sorolja fel a hivatkozott weboldalon, és nem közli az azokhoz tartozó pontszámok tartalmát és az esetleges relatív súlyozásait. Továbbá, egyes szempontok esetében a százalékpontokban megadott különbségek igen kicsik, ami kétségesé teszi, hogy az eredmény szignifikáns. Ugyanakkor az eljárás alá vont beadványaiban leírtak alapján az eljáró versenytanács pontosabb képet kapott arról, hogy az értékelés miképpen történik, így erre való tekintettel egyértelműen nem kérdőjelezhető meg a módszer tárgyilagossága, miközben nem is állapítható meg kétséget kizáróan.

134) (...) A P3 a pontozási rendszer minden részletét ismerteti az iparággal, a P3 igen nagy számú mobilpiaci szereplővel van kapcsolatban világszerte, és ezen szereplők visszajelzéseit is felhasználja a pontozási rendszerre vonatkozó változtatással összefüggő döntések meghozatala során. Ez arra utal (amit egyébként a cég weboldalán elérhető információk is alátámasztanak), hogy a piac más szereplői is ismerik a P3 tevékenységét, korábban igénybe is vették, tehát megbízhatónak találták az általa alkalmazott mérési eljárást. A pontozási rendszer piaci szereplőkkel történő megismertetése, véleményeik figyelembevétele, a rendszer piaci szereplők közötti széleskörű ismerete mindenképpen a pontozás objektivitását erősítő körülménynek számít.

135) Az eljárás alá vont a vizsgált reklámüzenet „I. helyezett” éremkarikáiban az NMHH a letöltés és a feltöltés sebessége tekintetében jelölte meg, amelyet az eljáró versenytanács tartalmi szempontból nem kifogásolt. Nem látta viszont aggálytalanul megállapíthatónak az Ookla és a P3 mérési eredményeinek tárgyilagosságát sem a letöltés és a feltöltés, sem pedig a webböngészés tekintetében. A két mérési módszerrel kapcsolatban felmerült kifogások alapján (az Ookla módszerével kapcsolatban a mérések számossága, a P3 esetében pedig a pontozásos rendszer szubjektivitása) azonban nem bizonyítható a jogsértés, de annak hiánya sem, és ebben a tekintetben további vizsgálatoktól sem várható eredmény.”

VI.3. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjával (megtévesztő reklám) kapcsolatos észrevételek

67. A Vodafone a Kutatás lefolytatása és a kampány lebonyolítása között eltelt idő kapcsán újfent hivatkozott a VJ/26/2016. ügyben született döntésre, amely hasonló időbeli eltérés alapján megtévesztésben megvalósuló jogsértést sem állapított meg a Telekom terhére. Álláspontja szerint aggályos, a GVH joggyakorlata szempontjából pedig következtelen lenne tehát a jelen ügyben jogsértés megállapítása. Ismételten utalt továbbá arra, hogy a Kúriai Döntés értelmében nem fogadható el egy olyan álláspont, amely azzal a következménnyel járna, hogy mindazokon a területeken, ahol a piac dinamikusan változik, az egyes termékek műszaki tulajdonságai folyamatosan fejlődnek, az adott tulajdonság tekintetében piacvezető társaság a versenytársakhoz képest elért jobb teljesítményét nem tudná reklámozni.

⁵² VJ/46-5/2022.

68. A Vodafone hozzátette, hogy a kampányt úgy alakította, tudatában annak, hogy az Umlaut a méréseket rendszeresen ismétli, hogy csak abban az időszakban hirdesse saját előnyét, amíg az valóban fennállt. Így az aktív kampány szeptember végén befejeződött, egyes kommunikációk még elérhetőek voltak október nagyobb részében, illetve a honlapon elhelyezett tájékoztatás hozzáférhető volt 2022. november 30-ig, az aloldal pedig december folyamán került deaktiválásra. Kiemelte továbbá, hogy minden egyes kommunikációs eszköz egyértelműen utalt a Kutatásra, feltüntetve a mérések idejét.
69. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a VJ/26/2016. számú ügy a mérésekkel lefedett terület kapcsán is releváns, ugyanis a Telekom esetében a Versenytanács elismerte, hogy a 28 hazai városban, valamint utakon végzett felmérések eredményei alátámasztják – többek között – a megbízhatóságra is vonatkozó kommunikációkat, így nem merül fel olyan körülmény, amely az Fttv. szerinti vizsgálati irányt megalapozná. Az eljárás alá vont szerint jelen esetben 20 város szolgált a Kutatás alapjául, ugyanakkor megjegyezte, hogy jelen Kutatás a Telekom által hivatkozott kutatáshoz képest több megyeszékhelyt érint (pl. Békéscsaba, Veszprém, Nyíregyháza, Eger, Kaposvár), amely a mérések területi eloszlása szempontjából – álláspontja szerint – előnyösebbnek tekinthető. Kiemelte továbbá, hogy minden egyes kommunikációs eszköz egyértelműen utalt a Kutatásra, feltüntetve a mérések földrajzi kiterjedését is.
70. A Vodafone végezetül előadta, hogy a kampány során közzétett kereskedelmi kommunikációiban nem bármilyen szolgáltatás megbízhatóságára, vagy a szolgáltatások sebességére, hanem következetesen csak a hang- és adatszolgáltatások vonatkozásában és csak a megbízhatóságra utalt, amelyeket az eljárás alá vont álláspontja szerint az általa közzétett Kutatás eredményének „Reliability” oldala is egyértelműen alátámaszt.

VI.4. Az előzetes álláspontra tett,⁵³ illetve a tárgyaláson kifejtett észrevételek⁵⁴

71. Az előzetes álláspontra tett észrevételeiben a Vodafone kifogásolta, hogy az eljáró versenytanács az NMHH-nak a Kutatással kapcsolatos álláspontját csak részlegesen vette figyelembe, és nem volt tekintettel arra az általános megállapításra, miszerint a Kutatás dokumentumai kellően alátámasztják az Audit Report állításait, melynek 18. oldala éppen azt a következtetést tartalmazza, hogy a Vodafone rendelkezik a legmegbízhatóbb hálózattal a hang- és adatszolgáltatások terén (vö. határozat 37. pontja). Következésképp a Kutatás eredményei alátámasztják a Vodafone megbízhatóságra vonatkozó kommunikációit is.
72. Az eljárás alá vont ellentmondásosnak találta továbbá, hogy az előzetes álláspont annak ellenére hivatkozik bizonyítékként az NMHH által végzett bizonyos mérésekre, illetve más mérésekkel foglalkozó szervezetek által közzétett eredményekre, hogy előbbieik kapcsán maga is elismeri, hogy azok kevésbé a szolgáltatások stabil elérhetőségét (megbízhatóságát) mérik, sokkal inkább azok teljesítményét, ezért a Kutatás megkérdőjelezésére nem alkalmasak, míg utóbbiakat (azaz az Ookla és az OpenSignal méréseit) az előzetes álláspont is meglehetősen szubjektív jellegűnek tekinti, s reprezentativitásukat is erősen kétségbe vonja.
73. Az összehasonlító reklám értékelésével kapcsolatban a Vodafone kifejtette, hogy az összehasonlított tulajdonság ellenőrizhetőségével kapcsolatos követelmények teljesülnek, az eljáró versenytanács álláspontja túlerjeszkedik a jogszabályi elvárásokon. A C-356/04. sz. Lidl Belgium ügy és a VJ/109/2014. (Henkel) ügy alapján teljesül az ellenőrizhetőség követelménye, ha a fogyasztó számára biztosított, hogy „utánajárhasson, utánanézhessen az adott összehasonlítás alapját képező adatoknak és módszernek annak érdekében, hogy tesztelhesse, kivizsgálhassa vagy egyáltalában értelmezhesse a reklámban megjelenített különbségeket”. Rámutatott továbbá, hogy a VJ/86/2015. (Unilever)

⁵³ VJ/46-59/2022.

⁵⁴ VJ/46-60/2022.

ügyben a GVH az összehasonlított tulajdonság („hosszabban tart”) pontos mibenlétének hiánya ellenére sem a tulajdonság objektivitását vagy szubjektivitását vizsgálta az ellenőrizhetőség körében, hanem azt, hogy az állítás megalapozott, igazolható és a fogyasztók számára ellenőrizhető-e. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy a Legfelsőbb Bíróság korábban is hivatkozott, jogsértés megállapítását mellőző döntése⁵⁵ nagyfokú hasonlóságot mutat a jelen ügygel, így nyomatékosan figyelembe veendő. Azonos volt ugyanis a vizsgált reklámüzenet („legmegbízhatóbb”), azonos volt az érintett piac, és a GVH is azonos érvelést terjesztett elő, miszerint a megbízhatóságnak még a szakmában sem alakult ki egyértelműen általánosan elfogadott tartalma, és minősítésének szempontjai sem rendezettek. A Legfelsőbb Bíróság ennek ellenére arra a következtetésre jutott, hogy a legmegbízhatóbb jelző alkalmazásával akkor sem állít valótlan tényt egy vállalkozás, ha a legmegbízhatóbb jelző vizsgálata során az objektív mérési és ellenőrzési módszerek hiányában a szubjektív megítélés nem volt mellőzhető, feltéve, hogy az állítását hívássikerességi vizsgálatok eredményével alá tudja támasztani.

74. Az összehasonlítás módszerének tárgyilagossága kapcsán az eljárás alá vont kifogásolta, hogy az eljáró versenytanács olyan egyéb kutatások figyelembevételének hiányát rója fel számára, amelyek hitelességét és relevanciáját maga is megkérdőjelezi. A Vodafone szintén nem tartja megalapozottnak azt a kifogást, amely a DIGI mérésekből történt kimaradását hiányolja, hiszen álláspontja szerint a DIGI ekkor még nagyon korlátozott körben és csak teszt jelleggel nyújtott 5G szolgáltatást, továbbá a gyakorlatban nem volt ésszerű lehetőség arra, hogy az Umlaut a DIGI mérésekhez szükséges SIM kártyáját beszerezze, hiszen ahhoz valamilyen más (vezetékes vagy műholdas) szolgáltatására is elő kellett volna fizetnie. Végezetül kifejtette, álláspontja szerint az összehasonlító reklámra vonatkozó rendelkezések *contra legem* értelmezésének minősül, hogy az eljáró versenytanács az összehasonlítási módszer tárgyilagossága körében azt is értékelési szemponttá teszi, hogy a szolgáltatók teljesítménye között csak kismértékű eltérés azonosítható, amely nem eredményez a fogyasztók számára a mindennapi használat során érzékelhető minőségi eltéréseket.
75. A Vodafone nem osztotta az eljáró versenytanács azon álláspontját, hogy a Kutatás nem vált a fogyasztói értelmezés részévé, véleménye szerint ugyanis mind az Umlaut logója, mind a hálózati teszt elnevezésű aloldalra vezető link észlelhető volt a fogyasztók számára. Ekként a Vodafone által alkalmazott reklámállítás nem csak azt az üzenetet közvetítette, hogy a Vodafone a legmegbízhatóbb szolgáltató a hang- és adatszolgáltatásokat illetően, hanem azt is, hogy ez egy független kutatócég felmérésén alapul. Mivel pedig az Umlaut kutatásának megállapításai egybevágóak a Vodafone által közzétett tájékoztatással, utóbbi nem minősül valótlan vagy megtévesztő állításnak.
76. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy álláspontja szerint az Umlaut mérések megbízhatósága kapcsán olyan jellegű joggyakorlat semmiképpen nem azonosítható, amely alapján azt kellett volna gondolnia a Vodafone-nak, hogy nem alapozhatja reklám kommunikációját ilyen jellegű független mérő szervezetek méréseire. Emellett ebben az ügyben tulajdonképpen az NMHH is arra az álláspontra helyezkedett, hogy az Umlaut mérései megbízhatónak tekinthetők, illetve alapvetően alá is támasztják az Audit Reportban szereplő kutatási eredményeket. Mindezek alapján megállapítható, hogy a Vodafone jóhiszeműen és megfelelően eljárva gondolta azt, hogy a kommunikációit erre alapozhatja. Amennyiben ezt az érvelést az eljáró versenytanács a magatartás jogi értékelése kapcsán nem akceptálja, arra az esetre nézve a Vodafone kérte, hogy a szankció megállapítása során legyen rá figyelemmel az eljáró versenytanács.
77. A bíróság kapcsán a Vodafone kifejtette továbbá, hogy indokolatlannak és a joggyakorlatban példátlanul tartja annak súlyosító körülménykénti értékelését, hogy a kereskedelmi gyakorlat a honlapon keresztül is megvalósult, amelynek ráadásul az eljáró versenytanács által elismerten is

⁵⁵ Kf.II.39.104/2000/3.

alacsony volt a látogatottsága, ami a Vodafone-nak nem felróható. Szintén nem értett egyet azzal az értékeléssel, hogy közepes súlyú súlyosító körülményt jelentene, hogy a Vodafone-nak magatartása jogsértő jellegének tudatában kellett volna lennie, miközben a jelen ügy tárgyához a VJ/26/2016. számú eljárás körülményei állnak legközelebb, melyet a GVH jogsértés megállapítása nélkül megszüntetett, mivel a jogsértést a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján nem látta megállapíthatónak. A Vodafone ezen túlmenően kifogásolta az ismétlődés miatt alkalmazott súlyosítás mértékét, hivatkozva a Legfelsőbb Bíróság korábbi döntésére, amely szerint az „egy jogsértés = egy szorzó elv” csak akkor fogadható el, ha a korábbi és az új magatartás, annak tényállása, az értékelt – enyhítő és súlyosító – körülmények azonosságát mutatnak. Az előzetes álláspontban szereplő ügyekkel kapcsolatban azonban egyetlen esetben sem állapítható meg a jelen eljárással való ügyazonosság, s a szorzószám alkalmazását a speciális prevenció sem indokolja.

78. Az ismétlődéssel összefüggésben a Vodafone előadta, hogy egy sajátos helyzetben van most a társaság az időközben bekövetkezett tulajdonosváltás miatt, így ilyen értelemben adott esetben a speciális prevenció céljai nem kívánják meg ezt a fajta fokozottabb bírságolást, hiszen annak megítélése során, hogy hogyan fog alakulni a társaságnak a kommunikációs gyakorlata illetve a megfelelősége, egyelőre nyilvánvalóan nem vehető figyelembe a korábbi gyakorlat, vagy legalábbis méltányosság alapján azt ne vegye figyelembe az eljáró versenytanács.
79. Végezetül akként nyilatkozott, hogy ha az eljáró versenytanács az előzetes álláspontra tett eljárás alá vonti észrevételek és a tárgyaláson előadottak ellenében sem ért egyet a jogsértés megtörténtét érdemben vitató érvekkel, és így a jogsértés megállapítását tervezi, úgy kéri, hogy álláspontját az eljáró versenytanács a bírságkiszabással összefüggésben szíveskedjen figyelembe venni, és a bírság tervezett összegét ennek megfelelően csökkentse. A fenti esetre a Vodafone egyúttal jelezte, hogy az eljárás hatékony lezárásának reményében és az egyértelmű joggyakorlat kialakítása érdekében kész együttműködni a hatósággal, ennek jegyében pedig nyilatkozott arról, hogy az előzetes álláspontban feltételezett jogsértést nem vitatja, a jogsértést elismeri, illetve a jogorvoslatról önként lemond. A Vodafone kérte továbbá, hogy erre tekintettel az eljáró versenytanács – gyakorlatával összhangban – a bírság összegének számítása során további csökkentést alkalmazzon.⁵⁶

VII.

Jogi háttér

80. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg a termékhez kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
81. Az Fttv. 2. §
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek a termék fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

⁵⁶ VJ/46-61/2022.

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 a termékkel kapcsolatban.

82. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.
83. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
84. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja 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 a termék lényeges jellemzője tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
85. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
86. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint 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 termék mennyiségére, vagy
 - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
87. Az Fttv. 14. § 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.
88. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
89. A Tpv. 6/A. § (1) bekezdésében foglalt fogalom-meghatározás értelmében az összehasonlító reklám valamely termék, szolgáltatás, dolog módjára hasznosítható természeti erő, ingatlan, értékpapír, pénzügyi eszköz vagy vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányuló olyan közlés, tájékoztatás, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé teszi a vállalkozás versenytársát, vagy a versenytárs által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a bemutatott áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut.
90. A Tpv. 10. §-a szerint az összehasonlító reklámban
- a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségletet kielégítő áruk hasonlíthatók össze,
 - b) az összehasonlításnak az áruk lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságára kell vonatkoznia, és – ha az ár is az összehasonlítás tárgyát képezi, akkor e vonatkozásban is – tárgyilagosságnak kell lennie,
 - c) eredetmegjelöléssel rendelkező termékek összehasonlítása kizárólag azonos eredetmegjelölésű termékekre vonatkozhat.

91. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdés f) pontja alapján megállapítja a jogsértés tényét, k) pontja alapján bírságot szab ki.
92. A Tpv. 78. § (1) bekezdés a) pontja értelmében az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.
93. A Tpv. 78. § (2) bekezdés értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni.
94. A Tpv. 78. § (3) bekezdés szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felrőhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
95. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt a törvény kifejezetten előírja.
96. A Tpv. 45. § rendelkezése szerint a GVH illetékessége az ország egész területére kiterjed.

VIII.

Jogi értékelés

VIII.1. Hatály, hatáskör és illetékesség

97. Az eljárás tárgyát képező állítások óriásplakátokon, üzletekben elhelyezett tájékoztatókon és online hirdetések formájában, valamint a Vodafone weblapján jelentek meg, melyek vitathatatlanul az Fttv. 2. § d) pontja értelmében vett kereskedelmi gyakorlatnak (kereskedelmi kommunikációnak, reklámnak) minősülnek. Ezen belül a kommunikációk összehasonlító reklámnak is tekinthetők, mivel az érintett mobil hang- és adatszolgáltatás piacán a fogyasztók számára közismert a másik három versenytárs (Telekom, Yettel, DIGI) kiléte, így a Vodafone által alkalmazott piacelsőségi állítás („az ország vezető mobilhálózata”) révén közvetve felismerhetővé vált a versenytársak szolgáltatása is. Mindez összhangban van a GVH gyakorlatával, amely szerint „*másik vállalkozás, illetve annak terméke felismerhetőségének kérdése sajátos módon jelentkezik abban az esetben, ha az adott piacon igen kevés számú versenytárs van jelen, s személyük közismertnek tekinthető. Ilyenkor a piacelsőségi állítást tartalmazó reklám összehasonlító reklámnak is minősülhet.*”⁵⁷
98. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat tartalma és megjelenési jellemzői, valamint az eljárás alá vont nyilatkozata alapján megállapítható, hogy a kommunikáció – az Fttv. 2. § a) pontja szerinti – természetes személy fogyasztókat célzott, így a tényállásra az Fttv. rendelkezései is alkalmazandók.
99. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a

⁵⁷ Elvi jelentőségű döntések (Fttv.) IV.13.7. pont

gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A gazdasági verseny érdemi érintettsége jelen eljárásban – figyelemmel arra, hogy a Vodafone a vizsgált kereskedelmi gyakorlatát az ország számos pontján elhelyezett óriásplakátok és az ország különböző régióiban található üzlethelyiségekben elhelyezett tájékoztatások, valamint nagy látogatottságú weboldalakon megjelenített hirdetések útján valósította meg, illetve, hogy a telekommunikációs szolgáltatásokból a Vodafone-nak jelentős árbevétele származik – fennáll. Az eljárás tehát a megtévesztés vizsgálata körében a GVH hatáskörébe tartozik az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján.

100. A Tpv. 10. §-ában szabályozott összehasonlító reklám tekintetében a GVH hatásköre a Tpv. 44. §-a alapján ugyancsak fennáll, ennek értelmében ugyanis a versenyfelügyeleti eljárást a GVH folytatja le. Versenyfelügyeleti eljárás alatt pedig a Tpv. – ide nem értve a II. Fejezetet – rendelkezései megsértésének megállapítására, valamint a vállalkozások összefonódásának vizsgálatára irányuló, továbbá a külön törvényben ekként megjelölt hatósági eljárás értendő.

101. A GVH illetékességét az eljárásra a Tpv. 45. § állapítja meg.

VIII.2. Az eljárás alá vont felelősége

102. A felelősség megállapíthatóságának alapja az Fttv.-ben az ún. „érdek-elv”, mely alapján elsődlegesen azon vállalkozások felelősége állapítható meg a közzétett kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásöszönzés közvetlenül érdekében áll, mely szabályt az Fttv. 9. § (1) bekezdése rögzíti. Általánosságban elmondható, hogy a vállalkozások – a piac működési logikája szerint – szolgáltatásaikat ellenszolgáltatás fejében nyújtják, így anyagi érdekük fűződhet a kereskedelmi gyakorlathoz.

103. Ezzel összhangban a Tpv. 10/C. § (1) bekezdése az összehasonlító reklámra vonatkozó rendelkezések megsértéséért elsődlegesen azon vállalkozás felelőségét rendeli megállapítani, amelynek az üzleti gyakorlattal érintett áru értékesítése, szolgáltatása vagy eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll (üzleti gyakorlat alkalmazója).

104. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében és a Tpv. 10/C. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen esetben a Vodafone felelősége megállapítható, tekintettel arra, hogy a mobil szolgáltatások értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

VIII.3. Érintett fogyasztói célcsoport

105. A versenyfelügyeleti eljárásban azok a természetes személy fogyasztók lehetnek érintettek, akik mobil szolgáltatást vesznek igénybe vagy kívánnak igénybe venni függetlenül attól, hogy a Vodafone már meglévő vagy lehetséges új ügyfeleiként tekintünk rájuk.

106. A célcsoport heterogén jellege miatt nem volt azonosítható a kereskedelmi gyakorlat szempontjából olyan csoport, amelyik bármilyen ismérv alapján különösen kiszolgáltatottnak lenne tekinthető, így az eljáró versenytanács a kereskedelmi gyakorlatot az olyan fogyasztó magatartása szemszögéből vizsgálta, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

VIII.4. A kommunikáció üzenete, összhatása

107. A vizsgált kereskedelmi kommunikációk üzenete az, hogy a Vodafone az „ország vezető mobilhálózata a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén”. Ez a szlogen valamennyi kommunikációs eszközön jól láthatóan, jellemzően a képi tartalom részeként, azonos vagy közel azonos betűméretben, egészében (azaz részeit egymástól nem elválasztva) is megjelent, így az eljáró versenytanács álláspontja szerint a teljes szlogen a fogyasztói értelmezés részévé vált. Ezen az sem

változtat érdemben, hogy egyes kommunikációs eszközökön a „vezető mobilhálózat” kifejezés önmagában is olvasható volt.

108. A megbízhatóság fogyasztói értelmezése kapcsán elsődlegesen kiemelendő, hogy a megbízhatóságnak – ahogyan azt az NMHH is kiemelte⁵⁸ – nincs olyan objektív, egyetlen paraméterrel leírható mutatója, amely az iparágban általánosan elfogadott lenne. A szolgáltatók saját magukra nézve minőségi célértékeket vállalnak, és ezeknek kell megfelelniük. A Yettel is hangsúlyozta,⁵⁹ hogy a megbízhatóság műszaki értelemben nem tekinthető egzakt paraméternek, arról csak meghatározott minőségi mutatók (pl. lefedettség, éves rendelkezésre állás, csomagvesztés, válaszütem, stb.) együttes értékelésével lehet véleményt mondani, de ez mindenképpen szubjektív lesz, hiszen a minőséggel kapcsolatban akár a fogyasztóknak, akár a szolgáltatóknak különböző elvárásai lehetnek.
109. Az eljárás alá vont szerint ezzel szemben a fogyasztók a hang- és adatszolgáltatások megbízhatóságát illetően kellően tudatosak, az alatt a szolgáltatásokhoz való tényleges fogyasztói hozzáférhetőséget értik, azaz a hanghívások sikerességét, a letöltések sikerességét, amit az Umlaut kutatása is mért. E körben hivatkozott egy korábbi ügyben (VJ/55/1998.) született legfelsőbb bírósági ítéletre, amely a „legmegbízhatóbb” jelző alkalmazását a telekommunikációs szektorban nem találta jogsértőnek. Utalt továbbá egy másik eljárásra (VJ/26/2016.), amelyben az eljáró versenytanács a „megbízható” jelzőt maga is a fogyasztói percepció részeként értékelte.
110. Az eljáró versenytanács értékelése szerint a megbízhatóság a fogyasztók értelmezésében – a korábbi gyakorlattal és a jelen eljárás során a piaci szereplők által előadottakkal összhangban – egy minimálisan elvárt szolgáltatási színvonal folyamatos teljesítését jelenti. Mivel azonban egységes minimum-elvárás még a szabályozás szintjén sem létezik, illetve ezzel kapcsolatban szakmai konszenzus iparági szinten nem alakult ki, így alappal jelenthető ki, hogy az egyes fogyasztók is eltérő minőségi követelményeket, elvárásokat társíthatnak a megbízható jelzőhöz, azaz a fogalmat egyénekenként másképp értelmezhetik. Fontos továbbá, hogy a kommunikációkban a megbízhatósági versenyben való kiemelkedő teljesítmény, vezető szerep került kiemelésre, miközben a minimálisan elvárt minőség folyamatos teljesítésében fennálló esetleges különbségek nem feltétlenül érzékelhetőek a fogyasztók számára.
111. Továbbá, az óriásplakátok esetében ugyan feltüntetésre került a Kutatást végző Umlaut logója, illetve kisebb betűmérettel a Vodafone által létrehozott aloldal elérhetősége, apróbetűs tájékoztatásként pedig a Kutatás elvégzésével kapcsolatos egyes körülmények is ismertetésre kerültek (vizsgált időszak, terület, hálózat, mérést végző cég), ezek azonban az óriásplakátok alkalmazásának, megtekintésének jellemző körülményei miatt az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem váltak a fogyasztói észlelés részévé. A logó kapcsán ezt arra alapozza az eljáró versenytanács, hogy még ha a fogyasztók azt láthatták is az óriásplakátok előtt való elhaladás során, a Kutatást végző cég neve és ábrája nem tekinthető oly mértékben ismertnek a fogyasztók körében, hogy annak megpillantása önmagában bármilyen információtartalmat hordozna számukra.
112. A többi kommunikációs eszköz esetében az észlelés körülményei miatt a feltüntetett információk tanulmányozására, befogadására hosszabb idő állhatott rendelkezésre, így a Kutatás egyes körülményeiről szóló kiegészítő információk a fogyasztói üzenet részévé válhattak. Megjegyzi azonban az eljáró versenytanács, hogy az átlagfogyasztók internetes hirdetés-megtekintési szokásaira figyelemmel nem életszerű, hogy a fogyasztók valamennyi feltüntetett információt részletesen áttanulmányoztak volna, annak ellenére, hogy a kommunikációs eszköz térbeli és időbeli korlátai ennek nem képezték volna akadályát. Amennyiben ugyanakkor az Umlaut kutatására történt

⁵⁸ VJ/46-29/2022.

⁵⁹ VJ/46-34/2022.

hivatkozás a fogyasztói üzenet részévé vált, az azt sugallhatta a fogyasztó számára, hogy a „vezető” szerepet egy külső, független cég hitelesítette, így annak nagyobb nyomatékot, jelentőséget és hitelességet tulajdoníthat,⁶⁰ azaz a kommunikáció az átlagosnál nagyobb meggyőző hatást gyakorolhatott a fogyasztókra.

VIII.5. Az összehasonlító reklám értékelése

113. A joggyakorlat⁶¹ alapján két lépésben kell vizsgálni az összehasonlítás tárgyilagosságát. Az első lépésben azt kell megvizsgálni, hogy a Tpv. 10. § b) pontjában felsorolt négy ismérv tényszerűen megvalósult-e az összehasonlítás során (tárgyilagosság első szintje), azaz jelen esetben a megbízhatóság lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonsága-e a mobil hang- és internetszolgáltatásnak. Ezen kritériumok együttes teljesülése biztosítja azt, hogy az összehasonlítás alapja tárgyilagossá legyen. E négy szempont teljesülése önállóan vizsgálendő,⁶² amelyből az is következik, hogy ezek bármelyikének hiánya a tárgyilagosságot kizárja. Következésképpen nem feltétlenül szükséges mind a négy feltétel vizsgálata a tárgyilagosság hiányának megállapításához.
114. A jogi teszt második lépése az összehasonlítás módjára, az összehasonlítás alapját képező tulajdonságok közzétételének, illetve a reklámban történő bemutatásának módszerére vonatkozik. E jogi teszt szerint tehát az összehasonlítás egyrészt tartalmi, másrészt módszertani kérdés. A jogszerű összehasonlító reklámnak mind tartalmi, mind pedig módszertani szempontból tárgyilagossá kell lennie.⁶³ A tárgyilagosság második szintje tehát az olyan összehasonlítások kizárására irányul, amelyek szubjektív értékelésből, nem pedig tárgyilagossá összehasonlításból erednek.⁶⁴
115. Az összehasonlításban szereplő tulajdonsággal (első lépés: amire vonatkozik az összehasonlítás) és az összehasonlítás módszerével (második lépés: ahogyan történik az összehasonlítása az adott termékeknek és ezek egyes tulajdonságainak) kapcsolatban is elvárás, hogy objektív legyen.⁶⁵ Nem lehet objektív a fogyasztókban kialakult kép, ha pl.
- az összehasonlításban szereplő jellemzők valójában nem is lényegesek a fogyasztók számára, illetve olyan tulajdonságok jelennek meg, amelyek nem is meghatározók vagy jellemzőek a bemutatott termékeket illetően - az ilyen összehasonlító reklám attól lesz jogsértő, hogy a fogyasztói figyelmet, észlelést megalapozatlanul és indokolatlanul eltereli, megzavarja egy vagy több nem releváns tulajdonság kiemelésével;
 - olyan tulajdonság szerepel az összehasonlításban, ami ellenőrizhetetlen: sem a fogyasztó nem tud utánajárni, utánanézni a jellemzőnek vagy a különbségnek, illetve nem tudja tesztelni, kivizsgálni vagy egyáltalán értelmezni a reklámban megjelenített különbséget, sem egy hatósági vizsgálatban nem igazolható a jellemző vagy azok különbsége (mert pl. a tulajdonság jellege nem teszi lehetővé az összehasonlítást, túl szubjektív a tulajdonság tartalma vagy az összehasonlítás maga nem dokumentált vagy nem is dokumentálható, megismételhetetlen, rekonstruálhatatlan, illetve fiktív, jövőbeli vagy becsült tulajdonságokra vonatkozik) - az ellenőrizhetőség követelménye tehát valamiféle kézzelfoghatóságot, elvi és gyakorlati igazoltságot, igazolhatóságot is feltételez az összehasonlításban szereplő tulajdonság tekintetében, és ugyanúgy a szubjektivitás és a megfoghatatlanság ellen hat, mint a tárgyilagosság általános, második szintje (az összehasonlítás módszerére, az összehasonlítás mikéntjére is vonatkozó) követelménye;

⁶⁰ Id. VJ/13-41/2019. 92. pont

⁶¹ GVH döntéseiben ld. VJ/86/2015., VJ/26/2016., bírósági ítéletekben ld. Kúria Kf.VI.37.735/2018/7. (Fővárosi Törvényszék K.700.022/2018/7., VJ/104/2015.), Európai Unió Bíróságának ítéleteiben ld. C-356/04. sz. ügy (Lidl Belgium ügy)

⁶² Kúria Kf.VI.37.735/2018/7. [48]-[49] bekezdések

⁶³ VJ/26-37/2016. 122. pont

⁶⁴ Fővárosi Törvényszék K.700.022/2018/7. (VJ/104/2015.)

⁶⁵ VJ/6-54/2017. 111. pont

- sérül az összehasonlítás tárgyilagossága az összehasonlítás módszere miatt (azaz a fogyasztó – összességében vagy részeiben – nem kap objektív képet az összehasonlított termékek különbségéről), mert a reklámban például
 - nem azonos viszonyítási alapon (például időbeli, értékbeli, mértékbeli, mértékegységbeli különbségekkel) történik az összehasonlítás, vagy
 - ha úgy hasonlít össze a reklám, hogy „elhallgatja” azt, hogy a kedvezőbbnek hirdetett termék egy másik, fogyasztói szempontból ugyanolyan fontos, az összehasonlított jellemzővel összefüggő tulajdonság tekintetében kedvezőtlenebb is lehet a fogyasztó számára, vagy
 - az összehasonlítás megalapozatlanul, egy (valóban kedvező és releváns) jellemző kiemelésével sugall általános, az összehasonlított tulajdonság körén kívüli előnyöket.

VIII.5.1. Helyettesíthetőség kérdése

116. A Vodafone piacelsőségi állítása felismerhetővé tette három versenytársa, a Telekom, a Yettel és a DIGI szolgáltatását. A négy szolgáltató mobilhálózata, illetve az azokon nyújtott hang- és adatszolgáltatások alapvetően azonos rendeltetéssel bírnak, azonos szükségleteket elégítenek ki: a tartózkodási helytől független kapcsolatteremtés lehetőségét biztosítják (függetlenül a hálózat technológiájától, kiépítettségének mértékétől). Ennek megfelelően az összehasonlító reklám megfelel a helyettesíthetőség követelményének.

VIII.5.2. A jogi teszt első lépcsője: az összehasonlított tulajdonság tárgyilagossága

117. Az eljáró versenytanács a Tpv. 10. § b) pontjában felsorolt egyes tényezők kapcsán az alábbi következtetésekre jutott, különös tekintettel arra, hogy a Kúria Kf.VI.37.735/2018/7. számú ítéletében foglaltak szerint „*a törvényben meghatározott lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonság nem egyetlen kritériumot takarnak, azaz e fogalmak nem szinonimái egymásnak. A jogi norma nem szépirodalmi mű, ezért ha az egyes tényállási elemek hasonló tartalommal is bírnak, azt, hogy a jogalkotó nem szinonimákat használ, és a tényállási elemek között különbség tehető és teendő, feltételezni kell.*”

118. Az eljáró versenytanács nem vitatja, hogy a megbízhatóság a mobil szolgáltatások **lényeges** (a 2006/114/EK Irányelv 4. cikk c) pontjának szóhasználatában: „*lényeges*” / „*relevant*” / „*relevante*” / „*pertinentes*”) tulajdonsága. E körben ugyanakkor az eljáró versenytanács nem osztja a Vodafone azon álláspontját, hogy a megbízhatóság lényeges voltát az általa idézett korábbi versenyhatósági döntések alátámasztják, hiszen azok a lényeges tulajdonságok körében a lefedettséget, a földrajzi elérhetőséget hangsúlyozták, míg a megbízhatóság egy ettől eltérő fogalom, amely leginkább a szolgáltatás akadálymentes működésének követelményeként írható le. Mindazonáltal – figyelemmel arra, hogy egy terméknek több lényeges tulajdonsága is lehet – a megbízhatóság lényeges voltát szemléletesen igazolja az a jogszabályi elvárás, amely szerint a szolgáltatóknak különféle minőségi célértékeket kell vállalniuk magukra nézve, és azok betartásáról az NMHH felé rendszeresen be kell számolniuk.

119. Ami a megbízhatóság mint tulajdonság **meghatározó** (a 2006/114/EK Irányelv 4. cikk c) pontjának szóhasználatában: „*jelentős*” / „*material*” / „*wesentliche*” / „*essentielle*”) jellegét illeti, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók számára – ügyleti döntéseik meghozatala, befolyásolása szempontjából is – alapvető fontosságú, hogy a mobil szolgáltatások megbízhatóan működjenek, hiszen a mai digitális korban a fogyasztók jelentős része igényli a folyamatos elérhetőség és használhatóság biztosítását.

120. Az ugyanakkor egyénekenként eltérhet, hogy a fogyasztók milyen szolgáltatási szintet tekintenek megbízhatónak. Egy adott (tipikusan aktív korú) személy más elvárásokat támaszthat a mobil

szolgáltatásokkal szemben, mint egy olyan személy (pl. nyugdíjas), aki jellemzően egy tartózkodási helyen vagy szűk mozgástérben használja a szolgáltatást. Tehát azt, hogy a fogyasztók mitől tartják a szolgáltatás működését megbízhatónak, a felhasználói szokások nagyban befolyásolják. A fiatalabb generáció számára több applikáció egyidejű akadálymentes használata alapvető elvárás lehet a szolgáltatással szemben, míg az idősebb generáció igényeit néhány alapvető funkció megfelelő működése is kielégítheti. Mindazonáltal a magasabb igényeket is kielégítő szintű szolgáltatást a kevésbé intenzív fogyasztói szokásokkal rendelkező felhasználók is minden bizonnyal megbízhatónak érzékelik. Kérdéses azonban, hogy egy széles körben alkalmazott, elfogadott és a fogyasztók által is ismert kritériumrendszer hiányában a felhasználók értékelésében mennyire élesen különül el a megbízhatóság a szolgáltatások (jó) minőségétől. Szakmai, technológiai szempontból azonban vitathatatlan, hogy a megbízhatóság a mobil szolgáltatások egyik **jellemző** (a 2006/114/EK Irányelv 4. cikk c) pontjának szóhasználatában: „*jellemző*” / „*representative*” / „*typische*” / „*repräsentatives*”) tulajdonsága, amit jól szemléltet, hogy az Umlaut is külön értékelési kategória tárgyává tette ezt a szempontot, és értékelésében nagyobb súlyt rendelt hozzá, mint a – minimum követelmények feletti teljesítményt mérő – minőségi kritériumoknak.

121. Az **ellenőrizhetőség** (a 2006/114/EK Irányelv 4. cikk c) pontjának szóhasználatában: „*ellenőrizhető*” / „*verifiable*” / „*nachprüfbar*” / „*vérifiables*”) kapcsán az eljáró versenytanács – figyelemmel a Fővárosi Törvényszék és a Kúria VJ/104/2015. számú ügy felülvizsgálata során hozott ítéleteire⁶⁶ – emlékeztet arra, hogy a beazonosítható, egyértelmű szolgáltatás (áru) esetében közömbös, hogy a reklámüzenet hitelességét ki és milyen módon ellenőrizheti, a jogszabályi követelmény ugyanis csupán a tulajdonság elvi ellenőrizhetőségének a biztosítása. A jelen esetben a Vodafone az ellenőrizhetőséget az Umlaut kutatására alapozva kívánta biztosítani, amelynek legfontosabb megállapításait honlapján egy külön aloldalon a fogyasztók számára is elérhetővé tette.⁶⁷ A Kutatás hatóság általi ellenőrizhetősége is biztosított, hiszen a Vodafone a „Hálózati teszt” oldalon elhelyezett tájékoztatáson túl annak további részleteit is a GVH rendelkezésére bocsátotta.
122. A megbízhatóság ugyanakkor a fogyasztók szempontjából rendkívül szubjektív fogalom, ráadásul annak egy szakmailag elfogadott, iparági szinten bevett és használt definíciója sem létezik. Éppen ezért különféle – eltérő kritériumokat illetve eltérő küszöbértékeket használó – mérések léteznek a megbízhatóság, illetőleg annak egyes összetevői, rész-szempontjai értékelésére (ld. az V.1. és V.2. fejezetet), s ezek közül egyik sem tekinthető egyedül üdvöztetőnek, mindegyikkel szemben fogalmazhatóak meg fenntartások, miközben definíciókészletük és következtetések nem egybevághók.
-
123. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy a joggyakorlat csak elvi ellenőrizhetőséget vár el, amelynek a Vodafone a Kutatás eredményeinek fogyasztók rendelkezésére bocsátásával messzemenően eleget tett. A jogszabály nem tartalmaz olyan követelményt, amely az összehasonlított tulajdonság objektivitását vagy szubjektivitását vizsgálná, s a GVH korábbi gyakorlatában maga a hatóság is szubjektív fogyasztói értelmezést (is) tulajdonított egy összehasonlító reklámban szereplő állításnak, ennek ellenére ezt a körülményt nem kifogásolta. Hozzátette, hogy a legmegbízhatóbb jelző alkalmazása telekommunikációs szolgáltatásokkal összefüggésben korábban is vizsgálat tárgyát képezte, és a Legfelsőbb Bíróság arra a következtetésre jutott, hogy az annak ellenére sem jogsértő

⁶⁶ Fővárosi Törvényszék 13.K.700.022/2018/7. illetve Kúria Kf.VI.37.735/2018/7.

⁶⁷ Megjegyzi ugyanakkor az eljáró versenytanács, hogy a „Hálózati teszt” aloldal látogatottsági adatai ([ÜZLETI TITOK]) mind az online hirdetések becsült hirdetésbetöltési értékeihez (összesen: [ÜZLETI TITOK]), mind a becsült kattintások számához ([ÜZLETI TITOK]) viszonyítva rendkívül alacsonyak (rendre [ÜZLETI TITOK]% illetve [ÜZLETI TITOK]%), amiből az a következtetés vonható le, hogy a fogyasztók nem jártak utána az állítás alkalmazásának, a kutatási eredmények nem váltak a fogyasztói észlelés részévé.

(nem minősül valótlan tény állításának), hogy objektív mérési és ellenőrzési módszerek hiányában a szubjektív megítélés nem is mellőzhető, amennyiben a szolgáltató állítását hívássikerességi vizsgálatokkal alá tudja támasztani.

124. A fentiekkel kapcsolatban az eljáró versenytanács rámutat, hogy a hivatkozott, „legmegbízhatóbb” jelzővel kapcsolatos ügyben a jogalapot az Fttv. 6. §-a szerinti megtévesztés vizsgálata képezte, míg a jelen esetben összehasonlító reklámkénti vizsgálatról van szó, amely – a megtévesztő jellegén túl – további speciális értékelési szempontokat tartalmaz. Abban a tekintetben ugyanakkor az eljáró versenytanács elfogadta az eljárás alá vont érvelését, hogy az a körülmény, hogy a reklámban szereplő tulajdonság fogyasztói értelmezése hordozhat szubjektív elemeket, önmagában nem feltétlenül eredményezi az ellenőrizhetőségi követelmény sérelmét, amennyiben a vállalkozás biztosítja a fogyasztó számára – egyebek mellett – a reklámban megjelenített különbségek értelmezése céljából az összehasonlítás alapját képező adatok és módszerek elérhetőségét (vö. VJ/6/2017.), feltéve, hogy a reklám egyebekben nem megtévesztő (azaz nem állít vagy sugall a fogyasztó számára többet vagy mást, mint ami az ellenőrzést, értelmezést szolgáló adatokból, módszerekből kikövetkeztethető).
125. Összefoglalóan tehát az eljáró versenytanács értékelése szerint az eljárás alá vont a mobil szolgáltatások lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságait hasonlította össze, azaz az összehasonlítás tárgyilagosságának első szintje teljesült.

VIII.5.3. A jogi teszt második lépése: az összehasonlítás módszerének tárgyilagossága

126. Az összehasonlítás tárgyilagossága azt is megköveteli, hogy a reklámozott tulajdonság összevetésének módja is objektív legyen, nélkülözze a szubjektív értékítéletet. Ahogyan azt a Versenytanács a VJ/18/2014. ügyben megfogalmazta, a „*tárgyilagosság 2. szempontrendszerén belül azt kell megvizsgálni, hogy az egyébként objektíve (tehát a fogyasztói/felhasználói igények szempontjából valóban fontos) szempontok miképpen lettek bemutatva, a reklámozó az összevetés során nem alkalmazott-e inkorrekt módszereket, kellően pontosak voltak az összevetett adatok (nem függetlenül az ellenőrizhetőség követelményétől).*”
127. E körben az eljáró versenytanács rámutat, hogy a Vodafone a megbízhatóság mérésére (is) szolgáló Kutatást kiválasztva alakította ki kereskedelmi kommunikációjának üzenetét, ezáltal azt sugallta a fogyasztók számára, hogy az ő hálózata a legmegbízhatóbb. Noha az Umlaut kutatása a különféle egyéb mérési eljárások ötvözetét biztosítja azáltal, hogy mind műszeres méréseket, mind felhasználóktól származó adatokat magában foglal, továbbá az iparágban széles körben alkalmazásra kerül, sőt, a szolgáltatók javaslatait, kritikáit a módszertan folyamatos fejlesztése, finomítása során figyelembe veszik, ezért pártatlansága, szakmai színvonala nem vonható kétségbe, ugyanakkor továbbra is fennáll az a versenytanács által már a VJ/26/2016. ügyben leírt helyzet, miszerint az eredmények %-os mutatónkénti megjelenítése nem zárja ki a szubjektivitás lehetőségét, mivel nem ismert az egyes rész-szempontokhoz tartozó pontszámok tartalma és az esetleges relatív súlyozásuk. Ennek különös jelentőséget ad a jelen ügyben az, hogy a Vodafone a műszeres mérések eredményei alapján a versenytársainál magasabb pontszámot ért el, miközben a tényleges felhasználói élményt leginkább leképező, a pontozásnál ugyanakkor legalacsonyabb súllyal szereplő tömeges felhasználói adatokon alapuló értékelés során versenytársainál rosszabbul teljesített, miközben a fogyasztók számára akkor sem feltétlenül érthető, hogy miben áll e kétféle mérési módszer különbsége, mi ennek a jelentősége, következménye, ha esetlegesen eljutnak a Kutatás Vodafone által közzétett összefoglalójának tanulmányozásáig. Az NMHH észrevételeiben jelezte továbbá, hogy a mérések mennyisége, a bejárt útvonal hossza, a mérési időintervallum rövidege miatt az eredmények nem feltétlenül tekinthetők reprezentatívnak az ország egészére vetítve, illetve az eredményeket az is befolyásolhatta, ha az előzetesen elvégzett crowdsourcing vizsgálatok eredménye a mérési területek meghatározása során felhasználásra került.

128. Alapvetően kérdőjelezi meg továbbá az összehasonlítás tárgyilagosságát az a körülmény, hogy a Kutatás a DIGI hálózati teljesítményének mérésére nem terjedt ki, így az eljárás alá vont anélkül fogalmazott meg piacelsőségi állítást, hogy az összes versenytársát figyelembe vette volna az összehasonlítás során, és így az állítás valóságát valamennyi versenytársára vonatkozóan felmérte és igazolni tudta volna. Az eljárás alá vont e körben arra hivatkozott, hogy a DIGI a kérdéses időszakban csak korlátozott területen, kizárólag teszt jelleggel nyújtott 5G szolgáltatást, továbbá bármilyen mobil szolgáltatást csak az általa nyújtott vezetékes szolgáltatást igénybe vevő előfizetőinek tett elérhetővé, így valójában még nem jelent meg a piacon a bárki számára elérhető önálló vezeték nélküli hang- és adatszolgáltatással. Emellett az Umlaut az adott időszakban csak úgy juthatott volna hozzá a DIGI SIM kártyáihoz, ha vezetékes szolgáltatási szerződést is köt a DIGI-vel – erre pedig a gyakorlatban nem volt észszerű lehetőség. Az eljáró versenytanács ugyanakkor ezt a magyarázatot nem tartja alkalmasnak az összehasonlítás módszerének tárgyilagosságával kapcsolatos aggályok eloszlatására. A reklám ugyanis nem tartalmazott semmiféle korlátozást az üzenet vonatkozásában, így azt a fogyasztók ténylegesen piacelsőségi állításként, azaz valamennyi, a piacon jelen lévő szolgáltatóhoz képest magasabb megbízhatóságként értelmezheték. Ennek megfelelően az eljárás alá vontnak a nagyobb megbízhatóságot a DIGI vonatkozásában is igazolnia kellett volna, továbbá – mivel a fentebb kifejtettek értelmében a megbízhatóság mint fogalom értelmezése a fogyasztók számára nem feltétlenül lehet egyértelmű annak részbeni szubjektivitása miatt – az összehasonlítás alapját képező adatok és módszerek közzététele körében a DIGI-re vonatkozó információkat is meg kellett volna jelenítenie (vagy állítását akként kellett volna megfogalmaznia, hogy a reklámból a fogyasztó számára egyértelmű legyen, hogy a nagyobb megbízhatóság kizárólag a Telekomhoz és a Yettelhez képest értelmezendő). E körben utal arra is az eljáró versenytanács, hogy a Kutatásról a fogyasztók számára elérhetővé tett anyagból ugyan kiderült, hogy a mérési eredmények a DIGI-re nem vonatkoznak, azonban egyrészt ez az információ nem vált a fogyasztói értelmezés részévé (ld. 68. lábjegyzetet), másrészt egy olyan kategorikus állítással szembeni szűkítő feltételként értelmezendő, ami a versenytanács következetes gyakorlata⁶⁸ értelmében főszabály szerint akkor sem alkalmas a főüzenet korrigálására, ha arról a fogyasztók azzal egyidejűleg tudomást szerezhettek volna.
129. Megjegyzendő továbbá, hogy a DIGI 5G hálózata elérhetőségének korlátozottsága egyébként sem releváns érv, hiszen a többi szolgáltató esetében sem kizárólag az 5G hálózatok mérésére került sor⁶⁹ (5G-alapú hangszolgáltatás hiányában a telefonszolgáltatást érintően ez nem is lett volna megvalósítható), emellett a DIGI 2021. január 1-jétől hatályos ÁSZF-jei szerint 2021. január 1-jétől az elérhető tarifacsomagokban a DIGI / Invitel kábeltelevíziós előfizetés vagy a DIGI műholdas szolgáltatás megléte, vállalása csak havidíj kedvezményre jogosító körülményként, és nem a mobil szolgáltatás igénybevételének feltételeként szerepelt.⁷⁰
130. A fentebb kifejtettek alapján az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont által alkalmazott összehasonlítási módszer tárgyilagossága a kereskedelmi kommunikációk üzenetének fényében több szempontból is megkérdőjelezhető.

VIII.5.4. Összegzés

131. Az eljáró versenytanács a fentiekre tekintettel megállapítja, hogy az eljárás alá vont 2022. augusztus 1. és 2022. november 30. között jogellenes összehasonlító reklámot tett közzé, amikor saját hálózatát a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága szempontjából az ország vezető

⁶⁸ Elvi jelentőségű döntések (Fttv.) I.6.50., I.6.54., I.6.67. pontok

⁶⁹ A mérések 5G-preferált módban történtek, azaz elsődlegesen 5G hálózaton elérhető szolgáltatást kívántak mérni, de ha ez nem volt elérhető, a készülék automatikusan átvált egy korábbi generációjú hálózatra. Ennek következtében a vizsgált szolgáltatókra vonatkozó tényleges mérések jóval több, mint fele valójában 4G hálózatra vonatkozott. A kommunikációk sem kizárólag az 5G hálózati teljesítményt illetően kerültek megfogalmazásra (az imént idézett eredmények fényében helyesen).

⁷⁰ http://digi.hu/uploads/j_melleklet_mobil_radiotelefon_szolgáltatás_58_6262adb7a0.pdf

mobilhálózatoként jellemezte, mivel az összehasonlítás módszerének tárgyilagossága nem volt biztosított. Az eljárás alá vont ezen magatartásával megsértette a Tpv. 10. § b) pontját.

VIII.6. A megtévesztés értékelése

132. Az összehasonlító reklámmal szembeni további követelmény, hogy az nem lehet megtévesztő. Ahogy azt az Európai Parlament és a Tanács 2006. december 12-i, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelvnek (a továbbiakban: 2006/114/EK irányelv) 4. cikke az összehasonlító reklámmal szemben támasztott követelmények között kimondja, az összehasonlító reklám csak akkor megengedett, ha – amellett, hogy megfelel a helyettesíthetőség és a tárgyilagosság követelményének – nem megtévesztő a 2006/114/EK irányelv vagy az Európai Parlament és a Tanács 2005. május 11-i a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelv (a továbbiakban: 2005/29/EK irányelv) értelmében. Ezzel összhangban, a hazai szabályozásban az összehasonlító reklám megtévesztő jellegének vizsgálatára vagy a 2006/114/EK irányelvnek való megfelelést szolgáló Tpv. vagy a 2005/29/EK irányelvnek való megfelelést szolgáló Fttv. szabályai alapján nyílik lehetőség.⁷¹ Tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikáció fogyasztóknak szólt, ezért – a Tpv. 10/A. §-ra, illetve az Fttv. 1. § (2) bekezdésére tekintettel – a megtévesztést az Fttv. alapján szükséges vizsgálni.
133. A megtévesztés tényállása körében az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja alapján
- egyrészt azt kell értékelni, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az áru lényeges jellemzője tekintetében valótlan információt tartalmazott-e, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenített-e meg, hogy az megtévesztette, vagy alkalmas volt arra, hogy megtévesztesse a fogyasztót,
 - másrészt azt, hogy ez a megtévesztő magatartás alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

VIII.6.1. Valótlan, megtévesztésre alkalmas információ

134. Ahogy fentebb már kifejtésre került, a megbízhatóság a mobil szolgáltatások egyik lényeges, meghatározó, jellemző (és ellenőrizhető) tulajdonsága. A hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága kapcsán tett piacelsőségi állítás pedig általánosabb jelleggel azt sugallta a fogyasztók számára, hogy a Vodafone hálózata a legmegbízhatóbb (hiszen a fogyasztók a mobil hálózatot hang- és adatszolgáltatások céljából veszik igénybe).
135. Amint azt az eljáró versenytanács a VIII.5.3. fejezetben részletesen bemutatta, az eljárás alá vont által alkalmazott összehasonlítás tárgyilagossága megkérdőjelezhető, mivel a Kutatás módszertanát illetően kérdések vethetőek fel annak reprezentativitása és objektivitása kapcsán, továbbá mivel a mérések a DIGI hálózatára nem terjedtek ki, s az eljárás alá vont a DIGI-hez képesti nagyobb megbízhatóságát más módon sem igazolta, miközben az általa alkalmazott piacelsőségi reklámállítás a fogyasztók értelmezésében a DIGI-re is kiterjedt.
136. Szintén kérdéses, hogy az olykor nagyon csekély pontszámbeli különbségek a fogyasztók számára is érzékelhető mértékű, minőségi eltérést jelentenek-e a megbízhatóság körében. Különösen kétséget támaszthat e körben az a körülmény, hogy bár az Umlaut kutatása a Vodafone-t hozta ki a legmagasabb pontszámmal rendelkező hálózatként (mind a hang- és adatszolgáltatások megbízhatóságát külön-külön tekintve, mind a megbízhatóság összesített – crowdsourcing adatokat is magában foglaló – mutatója alapján), a tényleges felhasználói élményt leginkább leképező, a pontozásnál ugyanakkor legalacsonyabb súllyal szereplő tömeges felhasználói adatokon alapuló

⁷¹ Elvi jelentőségű döntések (Fttv.) IV.12.2. pont

értékelés során versenytársainál rosszabbul teljesített. Ezzel összhangban lévőknek tűnik, hogy az NMHH által végeztetett fogyasztói kutatások eredménye szerint a felhasználók 2022 második felében (a kampány idején) éppen a Vodafone hálózatával voltak a legelégedetlenebbek. (Itt jegyzi meg az eljáró versenytanács, hogy a fogyasztók gyakorlati tapasztalatai a műszeres mérésektől azért is eltérőek lehetnek, hiszen a méréseket olyan felső kategóriás készülékkel végezték, amely az adott időszakban nem feltétlenül volt elterjedt a hazai piacon.)

137. Az NMHH észrevételeiben jelezte továbbá, hogy a mérések mennyisége, a bejárt útvonal hossza, a mérési időintervallum rövidege miatt az eredmények nem feltétlenül tekinthetők reprezentatívnak az ország egészére vetítve, miközben a reklámállítás az „ország vezető mobilhálózatáról” szólt.
138. Mindezek együttesen azt eredményezik, hogy a feltárt bizonyítékok nem alkalmasak a Vodafone állításának igazolására, ezért a hálózatának – országos szinten, valamennyi fogyasztót érintően és minden versenytárs mobilszolgáltatóhoz képest – legmegbízhatóbb voltára utaló állítások az Fttv. alkalmazásában valótlannak tekintendők.
139. Bár az eljáró versenytanács fenntartja, hogy a Kutatásra való utalás nem minden kommunikációs eszköz esetében volt észlelhető a fogyasztók számára, és még amikor észlelhető is volt, annak tartalma ténylegesen nem vált a fogyasztói értelmezés részévé, hiszen a fogyasztók csak csekély számban keresték fel a Vodafone által kialakított hálózati teszt elnevezésű aloldalt, az eljárás alá vont észrevételére reagálva hangsúlyozza, hogy még ha a Kutatás a fogyasztói értelmezés részét képezte is volna, a megtévesztés akkor is fennállna, hiszen a Vodafone által alkalmazott reklámállítás – az eljárás alá vont kijelentésével ellentétben – nem feleltethető meg teljes mértékben a Kutatás tartalmának, és az eltérés olyan jelentőségű (különösen a DIGI szerepét illetően), hogy a reklám szlogenjének fogyasztói üzenetét az utóbb elérhetővé tett pontos(itó) információk már nem képesek korrigálni (vö. 128. pont).

VIII.6.2. Az ügyleti döntés és az ügyleti döntés befolyásolására való alkalmasság

140. Mint ahogyan arra a Versenytanács minden Fttv. körében értékelt magatartás kapcsán rámutat, 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 nem korlátozódik a szerződéskötési folyamatra, annál sokkal bővebb, magában foglalja a fogyasztók figyelmének felkeltését, illetve a szerződés megkötése utáni aktusokat is, melyek során szintén érvényesülést kíván a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma.
141. Jelen ügyben értékelt kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban is többféle ügyleti döntés képzelhető el annak függvényében, hogy az adott fogyasztó éppen milyen keresleti jellemzőkkel rendelkezik az érintett piacon (a fogyasztó ügyféli minőségben észleli-e a kommunikációt, rendelkezik-e prepaid vagy postpaid, hűségnyilatkozatos vagy anélküli mobil(internet) előfizetéssel, felmerült-e már benne az igény ezen szolgáltatások megrendelésére vagy éppen lemondására, módosítására stb.). A kommunikáció hatására a fogyasztó dönthet úgy, hogy
 - igénybe veszi a Vodafone által nyújtott mobil szolgáltatást, és szerződést köt arra vonatkozóan (akár új előfizetőként, akár szolgáltatóváltást követően, vagy további szolgáltatások igénybevétele révén),
 - elhalasztja a szolgáltatóváltásra vonatkozó ügyleti döntését,
 - fenntartja szerződéses viszonyát, illetve növeli a szolgáltató vagy annak szolgáltatása felé tanúsított bizalmát, lojalitását.

142. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Vodafone kommunikációi alkalmasak a fogyasztók fenti típusú ügyleti döntéseinek a befolyásolására. Különösen alátámasztja ezt az a körülmény, hogy a hazai mobilpiac nagyrészt telített, új előfizetők szerzésére leginkább a versenytársaktól való váltással kerülhet sor, így a szolgáltatóknak elemi érdeke saját szolgáltatásukat a megbízhatóság, minőség (vagy más paraméter) kiemelésével megkülönböztetni a versenytársakétól, hiszen a váltási hajlandóságot, fogyasztói lojalitást az NMHH által végeztetett kutatás értelmében a szolgáltatással való elégedettség nagymértékben befolyásolja. Szintén az NMHH kutatásából ismert, hogy a fogyasztók az elégedettség mellett azért sem váltanak, mert nem gondolják, hogy lehetne az aktuális szolgáltatójuknál jobbat találni. Ennek megfelelően a fogyasztók figyelmének megragadására különösen alkalmasak az olyan egyszerű üzenetet hordozó, egyben image- és márkáépítő szlogenek, mint amilyen a jelen ügyben vizsgált „legmegbízhatóbb hálózat” állítás.

VIII.6.3. Összegzés

143. A fentebb részletesen kifejtettekre tekintettel az „ország vezető mobilhálózata a hang- és adatszolgáltatások megbízhatósága terén” állítás nem tekinthető valósnak, és alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására, ezért az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Vodafone 2022. augusztus 1. és 2022. november 30. között – az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával – az Fttv. 3. § (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsított.

IX.

Jogkövetkezmények

144. Az eljáró versenytanács a jogsértés Tpvt. 76. § (1) bekezdés f) pontja alapján történő megállapításán túlmenően a Tpvt. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tpvt. 78. § (1) bekezdés a) pontja alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartja az eljárás alá vont vállalkozással szemben.

145. A fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, a GVH elnökének és a GVH Versenytanácsa elnökének az 1/2021. számú közleménnyel módosított 12/2017. számú közleménye (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH meghatározza az Fttv. és a Tpvt. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

146. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

147. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.

148. A Bírságközlemény 13. pontja értelmében a célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács

először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.

149. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben az általános gyakorlatnak megfelelően, figyelemmel a Bírságközlemény 16. pontjára is, a jogsértő kereskedelmi gyakorlat költségéből indult ki. A jogsértő eszközök figyelembe vett költsége és így a bírság kiinduló összege [ÜZLETI TITOK] Ft.
150. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. A súlyosító és enyhítő körülmények egyes kategóriáihoz az eljáró versenytanács súlyt is rendel, megjelölve, hogy az adott szempontot kis, közepes vagy kiemelt mértékűnek (jelentőségűnek) tartja az érintett ügyben, az érintett magatartás és az érintett eljárás alá vont vállalkozás vonatkozásában. Az egyes súlyosító és enyhítő körülményeket az eljáró versenytanács egymással összevetve, egyenként és összességükben értékeli.
151. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben súlyosító körülményként vette figyelembe a kereskedelmi gyakorlat intenzitása körében, hogy az alkalmazott állítás üzenete a felsőfokú jelző használata, a szlogen egyszerűsége folytán erőteljes volt. Mindezeket kis jelentőségű súlyosító körülménynek tekintette az eljáró versenytanács, mivel a jogsértéssel érintett kereskedelmi gyakorlat egésze nem volt különösebben kiterjedt illetve viszonylag rövid ideig tartott. A súlyosítás mértékét az előzetes álláspontban figyelembe vette képest csekélyebbnek értékelte az eljáró versenytanács, tekintettel arra, hogy – előzetes álláspontjában foglaltaktól eltérően – azt nem tekintette súlyosításra okot adó körülménynek, hogy a honlapi kommunikáció kapcsán a Vodafone nem mutatott ki külön költséget, noha nyilvánvalóan az is alkalmas lehetett a fogyasztók ügyleti döntéseinek befolyásolására, mivel a honlap látogatottsága a 9. pontban foglaltak szerint elhanyagolható volt.
152. A felróhatóság körében ugyanakkor az eljáró versenytanács kis súllyal értékelte, hogy az eljárás alá vont magatartása jogsértő jellegének tudatában kellett legyen. Erre utaló körülményként azonosította az eljáró versenytanács, hogy hasonló ügyben, hasonló tényállás alapján, ugyanezen a piacon korábban már megállapítást nyert, hogy a hálózat egészére vonatkozó, minden egyes fogyasztó felé megfogalmazott kategorikus állítást tartalmazó, az Umlaut jogelődje által végzett mérések korlátait mellőző összehasonlító reklámok megtevésztésre alkalmasak,⁷² és egy másik eljárásban a P3 módszertanának tárgyilagossága kapcsán az nyert megállapítást, hogy ugyan az nem kérdőjelezhető meg egyértelműen, de nem is állapítható meg kétséget kizáróan.⁷³ Az eljárás alá vont azon észrevételét, hogy felróhatósága nem állapítható meg, mivel a korábbi ügyek tanulságait igyekezett levonni a kommunikáció kialakítása során, s ekként a Kutatás eredményeit a fogyasztók számára hozzáférhetővé tette, az eljáró versenytanács akként vette figyelembe, hogy az előzetes álláspontban jelzett közepes súly helyett ezt a körülményt csak kis súlyúnak értékelte.
153. Enyhítő körülményt az eljáró versenytanács nem azonosított.
154. A fenti súlyosító körülményeket, és az enyhítő körülmények hiányát együttesen mérlegelve az eljáró versenytanács a bírság összegét [ÜZLETI TITOK]% -kal növelte.
155. Az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a Bírságközlemény értelmében a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak, és a Tpv. 78. § rendelkezéseiben meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére.

⁷² VJ/37-60/2011., VJ/13/2019.

⁷³ VJ/26-36/2016.

156. A versenytanácsi gyakorlat szerint az ismétlődő jogsértések esetén súlyosabb szankció alkalmazandó. A Bírágközlemény 55. pontja értelmében ismétlődő jogsértésnek minősül, ha egy vállalkozás ugyanolyan vagy hasonló jogsértést tanúsít folyvástólágosan vagy ismételten azt követően, hogy a GVH vagy más hatóság megállapította a Bírágközlemény 3. pontjában hivatkozott, a fogyasztók, illetőleg az üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó jogszabályi rendelkezések megsértését.
157. Az ismétlődés jelentős súlyú bírágnövelő tényező a speciális preventív hatások érvényesülése, az ismételt versenyellenes magatartások kiküszöbölése érdekében.⁷⁴ Ennek megfelelően ismétlődő jogsértés esetén a korábbi lépések alapján kiszámított bírág összege ismétlődésenként akár 100%-kal is emelkedhet. A bírág emelésének mértéke – a Legfelsőbb Bíróság eljárás alá vont által hivatkozott döntésével⁷⁵ összhangban – az ismétlődés fokához (a korábbi és az új magatartás, annak tényállása, valamint az értékelt körülmények közötti azonosság mértékéhez) igazodik, figyelemmel arra is, ha a korábbi és az új ügyben hozott döntés között jelentősebb idő telt el. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy az említett bírósági ítélet nem úgy értelmezendő, hogy ismétlődésre tekintettel súlyosítás csak ügyszonosság esetén alkalmazható, hanem úgy, hogy ügyszonosság esetén akár 100%-os emelés is indokolt lehet.
158. A Vodafone ellen az elmúlt 10 évben, a jelen ügyben tanúsított magatartást megelőzően több ízben is született (jogerős) elmarasztaló határozat (ld. 7. pont). Ezek közül 2 eset (VJ/77/2013., VJ/76/2016.) a jelen ügyben vizsgált magatartással különös hasonlóságot mutat, hiszen szintén a mobil(internet) hálózattal kapcsolatos felsőfokú jelző, illetve piacelsőségi típusú állítás használata képezte a tárgyat, bár eltérő jogalapon kerültek elmarasztalásra. A VJ/12/2016. és a VJ/1/2021. számú ügyekben más jellegű termékek, szolgáltatások képezték az eljárás tárgyat (készülékajánlatok, kiegészítő díjsomagok korlátlanága), így az aktív megtevesztés ellenére ezeket az eljáró versenytanács viszonylag kisebb súllyal vette figyelembe a visszaesés miatti bírágnövelés mértékének meghatározásakor. Még ennél is kisebb súllyal értékelt az eljáró versenytanács a VJ/132/2015. ügyet, ahol a vizsgálat tárgyat megtevesztő mulasztás képezte. Mindezekre figyelemmel, továbbá tekintettel arra, hogy az említett ügyek többségében (3 eljárásban) már több, mint 5 évvel ezelőtt született ügyszáró döntés, így azok kisebb súllyal esnek csak latba, az eljáró versenytanács összességében [ÜZLETI TITOK] növelte a fentebb kalkulált bírág összegét.
159. Az eljáró versenytanács nem értett egyet azzal, hogy az ismétlődés miatti korrekció alkalmazhatóságát az időközben bekövetkezett tulajdonosváltás befolyásolná, mivel maga a Bírágközlemény is rögzíti, hogy az ismétlődés akkor is megállapítható, ha a korábbi jogsértő magatartást a jogelőd tanúsította. A Bírágközlemény ezzel összefüggésben – többek között – a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.676/2008/9. számú ítéletét hivatkozva, melynek értelmében „[a] bírágkiszabás körében nem fogadható el az elsőfokú bíróságnak az az álláspontja, amely szerint a korábbi versenyfelügyeleti eljárásban a felperesi jogelőddel szemben megállapított jogsértés a jogutód terhére - mint súlyosító körülmény - nem értékelhető.”
160. Az így adódó bírág mértéke 78.728.227 Ft.
161. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben jogsértéssel elért – a bírág körében egyértelműen figyelembe vehető – előnyt nem azonosított, illetve nem tartotta indokoltnak a tervezett bírágösszegre figyelemmel az elrettentő hatás önálló figyelembevételét sem. A törvényi maximumra tekintettel sem szükséges korrekció, mivel a fentiek szerint kalkulált bírágösszeg meg sem közelíti az előző évi nettó árbevétel 10%-át, annak 0,1%-át sem éri el.

⁷⁴ Lásd pl. a Kúria Kfv.III.37.582/2016/16. számú ítéletét (VJ/074/2011.).

⁷⁵ Legfelsőbb Bíróság Kfv.II.37.453/2009/5. számú ítélete (VJ/114/2007.).

162. A jelen eljárásban az eljárás alá vont együttműködése jeleként a versenytanácsi tárgyaláson, majd azt követően benyújtott írásbeli nyilatkozatában a jogsértést elismerte, hangsúlyozva azonban, hogy magatartása kialakítása során jóhiszeműen, a korábbi eljárásokból leszűrhető következtetések messzemenő figyelembevételével járt el. Az eljáró versenytanács a jogsértés elismerésére a maximálisnál kisebb (25%-os) csökkentést látott indokoltnak, figyelemmel arra, hogy a beismerésre az eljárás viszonylag késői szakaszában került sor, továbbá arra is, hogy az eljárás alá vont nagy nemzetközi háttérrel rendelkező, a versenyjogi előírások, elvárások területén tapasztalt, tudatos vállalkozás, aki számára a versenyjogi elvárások, így az összehasonlítás módszerének tárgyilagosságára vonatkozó követelmény jelentősége az ellene folytatott korábbi eljárásokból és a professzionális jogi tanácshoz történő hozzáférése révén ismertek lehettek. Hasonló tényezőket mérlegelve az eljáró versenytanács az eljárás alá vont jogorvoslati jogáról való önkéntes, feltétel nélküli lemondását is a maximálisnál kisebb, de a középértéket meghaladó, 15%-os csökkentéssel honorálta.
163. Mindezek eredményeképpen az eljáró versenytanács – lefelé kerekítve – 47.236.000 Ft-ban állapította meg a fizetendő bírság mértékét.

X.

Eljárási kérdések

164. Az eljáró versenytanács már előzetes álláspontjában is felhívta az eljárás alá vont figyelmét a Tpv. 62/C. §-ára, melynek (1) bekezdése alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (a továbbiakban együtt: fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene. A (3) bekezdés alapján a fizetési kedvezményre vonatkozó szabályokat kell megfelelően alkalmazni meghatározott cselekmény teljesítésére irányuló kötelezettség esetén is. A (4) bekezdés szerint pedig a teljesítési határidő lejárta után az ügyfél - feltéve, hogy a végrehajtást még nem rendelték el - a (2) bekezdésben meghatározott okból igazolási kérelem egyidejű benyújtásával kérhet fizetési kedvezményt. Ha a vizsgáló, illetve az eljáró versenytanács elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is.
165. A Tpv. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpv. 84/A. § alapján a végrehajtásra az e fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
166. A Tpv. 84/C. §-a értelmében, ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
167. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik - a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik - az állami adóhatóság foganatosítja.
168. A Tpv. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpv. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen

önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.

169. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 29. § (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. § (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
170. Az E-ügyintézési tv. 9. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
171. A Kp. 39. § (6) bekezdése szerint - ha törvény eltérően nem rendelkezik - a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
172. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
173. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
174. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2023. december 8.

Váczai Nóra
előadó versenytanács tag

dr. Kuritár Dávid
versenytanács tag

dr. Szoboszlai Izabella
versenytanács tag