



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-31-019/ 2009.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró Versenytanácsa az **Invitel Távközlési Zrt.** Budaörs eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának sérelme tárgyában indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

végzést.

A Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti.

A jelen végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2009. március 2-án a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdésének és a 70. § (1) bekezdésének együttes alkalmazása, valamint a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 26. §-ának (1) bekezdése alapján versenyfelügyeleti eljárást indított az Invitel Távközlési Zrt. (a továbbiakban: Invitel) ellen, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása és a

fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt. A GVH észlelte, hogy az Invitel vezetékes távközlési szolgáltatásának ügynöki értékesítése során, valamint azzal kapcsolatban a szolgáltatás egyes lényeges jellemzőiről olyan információt, tájékoztatást adott, illetve azt olyan módon adta, hogy azok a fogyasztókat megtéveszthették, illetve alkalmasak lehettek arra, hogy a fogyasztók olyan üzleti döntést hozzanak, amelyet egyébként nem hoztak volna meg. Az eljárás kiterjed az Invitel közvetítőválasztásos, egyéni előfizetőknek szóló vezetékes távközlési szolgáltatásának ügynöki értékesítése során folytatott, valamint az azzal kapcsolatos tájékoztatási gyakorlata.

2. Az észlelés arra vonatkozott, hogy az Invitel valószínűsíthetően annak téves látszatát keltve keres meg a Magyar Telekom Nyrt.-vel előfizetői jogviszonyban álló fogyasztókat közvetítőválasztásos vezetékes távközlési szolgáltatásra vonatkozó ajánlatával, mintha azt a Magyar Telekom Nyrt. képviselőjében tenné, és mintha az általa kínált kedvezményes ajánlat a Magyar Telekom Nyrt. ajánlata volna, illetve arra hivatkozva, hogy a Magyar Telekom Nyrt. megszűnik, vagy az Invittel egyesül.

II.

Az eljárás alá vont

3. Az Invitel elektronikus hírközlési hálózatot üzemeltető és szolgáltatásokat nyújtó vállalkozás, amely a korábbi koncessziókból fakadóan piacvezető szereplő és egyetemes szolgáltató tizennégy számozási (ún. primer) körzetben, melyek együttesen a lakosság hozzávetőleg egyötödét fedik le. Az Invitel az ország további körzeteiben is jelen van, mint vezetékes hírközlési szolgáltató, azonban a fogyasztókat az infrastruktúrához való (szabályozott) közvetett hozzáférés útján, azaz valamely más szolgáltató által üzemeltetett hálózat használata révén látja el. Az Invitel hozzávetőleg 350 ezer vezetékes telefonvonalon szolgáltat, emellett közel 300 ezer ügyfelet lát el a koncessziós területeken kívül nyújtott távközlési szolgáltatásokkal.

4. Az Invitel a 2008. évre vonatkozó mérlegbeszámolója¹ alapján az értékesítés nettó árbevétele 79.852 millió forint volt (a 2007-es évre vonatkozólag ugyanezen adat 46.108 millió forintot tett ki).

5. Az Invitel a Hungarian Telephone and Cable Corporation (HTCC) csoport tagja. A csoport további magyarországi tagjai, a Hungarotel Zrt., a Pantel Kft., a TELE2 Magyarország Kft., az Euroweb Internet Szolgáltató Zrt., a V-holding Tanácsadó Zrt. és a

¹ Vj-31-014/2009. számú irat alapján

HTCC Menedzsment és Tanácsadó Kft. beolvadtak az egyszerűsített nevű Invitel Távközlési Zrt.-be.

6. Az Invitel ügynöki értékesítési tevékenységével kapcsolatban a GVH korábban két ízben folytatott le versenyfelügyeleti eljárást. A Versenytanács a Vj-17/2006/66. számú határozatában megállapította, hogy a vállalkozás „2005-ben ügynöki közreműködéssel végzett ügyfélszerzése során fogyasztó megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott közvetítőszolgáltatása egyes lényeges tulajdonságairól, nevesítetten a közvetítőszolgáltatás formáiról, a havidíj fizetési kötelezettségről, a fogyasztót megillető elállási jogról”. A Vj-103/2007/13. számú eljárást a Versenytanács végzéssel megszüntette.

III.

A vezetékes beszédcélú hangszolgáltatások piaca

7. A vezetékes telefonhálózatot működtetőket törvény kötelezi a szükséges hozzáférés nyújtására, mind a szolgáltatóválasztás, mind pedig az ADSL szolgáltatás vonatkozásában.² A közvetítőválasztáshoz szükséges, hogy a fogyasztó a közvetítő szolgáltató mellett fenntartsa előfizetői jogviszonyát a hálózatot üzemeltető vállalkozással is. A közvetítőválasztás lehetősége azt jelenti, hogy a fogyasztó egy adott szolgáltatóval előfizetői jogviszonyban áll, ezért ennek a szolgáltatónak havi előfizetési díjat fizet (a vonalhoz való hozzáférésért), azonban hívásait, vagy egyes hívástípusait (helyi, belföldi, nemzetközi, stb.), bonyolíthatja egy (vagy több) alternatív szolgáltatón keresztül is. Ekkor a vonatkozó forgalmi díjat ez utóbbi szolgáltatónak (vagy szolgáltatóknak) fizeti. A közvetítőválasztás egyik formája a közvetítő előválasztás, a másik a hívásonkénti közvetítőválasztás: a fogyasztónak mindkettő igénybevételéhez vezetékes előfizetéssel kell rendelkeznie.³

8. A közvetítőválasztásos beszédcélú szolgáltatás 2005-ben vált viszonylag elterjedté: ezen időszakban az összes helyhez kötött beszédcélú forgalom hozzávetőleg 12-15%-a bonyolódott közvetítőválasztással.⁴ Ezt követően ez az arány 15% körül stabilizálódott, majd csökkenni kezdett: 2008 decemberében közvetítőválasztással a beszédcélú forgalom már csak 8,3%-át bonyolították az előfizetők (2007 decemberében még 12,9% körül volt ugyanez az

² Az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi C. törvény (a továbbiakban: Eht.).

³ Közvetítő előválasztás esetén a szolgáltató a kezdeti szerződésben meghatározásra kerül, ami után hívásonkénti előtárcsázásra nincs szükség, minden hívás az „előválasztott” szolgáltatón keresztül bonyolódik. A hívásonkénti közvetítőválasztásnál minden egyes hívás esetén szükséges előtét, nincs akadálya több közvetítőválasztásos szolgáltatás párhuzamos használatának.

⁴ Nemzeti Hírközlési Hatóság “A magyar hírközlési piac és a szabályozás fejlődése (2004-2008)”, a következő címről: <http://www.nhh.hu/index.php?id=hir&cid=6771> (letöltve 2009.09.03.).

arány).⁵ A közvetítőválasztás ismertsége azonban viszonylag alacsony, egy, az NHH számára készült 2008 januári mitafelvétel⁶ eredményei szerint a háztartások fele hallott róla.

IV.

A vizsgált magatartás

9. A vizsgálat az Invitel által 2008. január 1. és 2008. december 31. napja között, annak egyetemes szolgáltatási területén kívül, a közvetítőválasztással egyéni előfizetők által igénybe vehető szolgáltatások telefon útján, ügynökökön keresztül történő értékesítése során alkalmazott értékesítési és panaszkezelési gyakorlatra terjed ki.

10. A vizsgálat tárgya az volt, hogy jogsértő volt-e az egyéni előfizetőknek szóló – szóbeli – tájékoztatás a szerződés megkötésével kapcsolatos döntésük meghozatalához a közvetítőválasztás mibenlétére és költségeire vonatkozó, olyan lényeges tulajdonságai tekintetében, mint a szolgáltató – a helyi egyetemes szolgáltatótól eltérő – személye, a szolgáltatás és a hálózati szolgáltatás viszonya, a hálózati szolgáltatóval fennmaradó jogviszony és a díjak. A vizsgálat nem terjedt ki az Invitel üzleti ügyfeleknek ajánlott, vagy az Invitel saját egyetemes szolgáltatási területein (számozási körzeteiben) elérhető csomagjaira, illetve az internetre vonatkozó ajánlataira, mivel ezen szolgáltatások esetén fogalmilag nem merülhet fel a vizsgált kommunikációs gyakorlat megtévesztésre való alkalmassága.

11. Az Invitel a vizsgált időszakban az ügynöki tájékoztatáson, a honlapon elérhető információon és a szerződéses dokumentáción kívül egyetlen, előfizetőknek szóló DM levél népszerűsítette a szolgáltatást, nagy kiterjedésű, országos reklámkampányt nem folytatott.

12. A közvetítőválasztás útján igénybe vehető csomagokat a vállalkozások – az Invitelt beleértve – jellemzően ügynökök útján értékesítik, így az azokra vonatkozó információ leginkább az ügynökök útján jut el a fogyasztókhoz. Az Invitelnek egyedi ügynökökkel nincs közvetlen szerződéses kapcsolata. A nevében és javára eljáró megbízottak nagyobb viszonteladói partnerek, amelyek alvállalkozói vagy egyéb formában állnak kapcsolatban kereskedelmi ügynökökkel. Az Invitel viszonteladó partnerei által alkalmazott ügynöki

⁵ Az NHH 2008 decemberi és 2007 decemberi havi vezetékes gyorsjelentései, <http://www.nhh.hu/dokumentum.php?cid=18168&letolt> és <http://www.nhh.hu/dokumentum.php?cid=14268&letolt> (letöltve 2009.09.03.). A jelentés adatai alapján 2007 és 2008 decembere között a közvetítőválasztással bonyolított beszédcélú forgalom 41%-kal, a közvetítőválasztást használó előfizetők száma pedig 34%-kal, 270 ezerrel csökkent.

⁶ NHH „Távközlési szolgáltatások használata” 2008, letöltve 2009.09.03. a következő címről: <http://www.nhh.hu/dokumentum.php?cid=16024>.

modellek között megtalálható a telefonos, a személyes és az üzletekben történő értékesítési forma.

13. A vizsgált időszakban, 2008-ban az alábbi közvetítőválasztásos Invitel díjsomagok voltak elérhetők a Magyar Telekom Nyrt. primer körzeteiben lakó egyéni előfizetők számára: Váltószám 9ed MP, Váltószám Kedvenc, Váltószám Korlátlan Helyi, Váltószám Korlátlan Helyi Plussz, Váltószám Korlátlan Vezetékes, Váltószám Korlátlan Vezetékes Plussz, Speciális Váltószám Korlátlan Helyi, Speciális Váltószám Korlátlan Vezetékes, Váltószám TeleFele, Speciális Váltószám TeleFele, Váltószám PontAnnyi, Speciális Váltószám PontAnnyi. A díjsomagok 10 ezer forintos belépési díjjal vehetők igénybe, egymástól jellemzően a hívásirány alapján megállapított percdíjakban térnek el, illetve egyes csomagok 500-2500 forint közé eső kiegészítő havi díjat is tartalmaznak, melyet az egyetemes szolgáltatónak fizetett előfizetői díjon felül fizeti az ügyfél.

14. Az Invitel egyetemes szolgáltatói területein kívül, a telefon útján történő értékesítés folyamán az értékesítési partnerek ügynökei telefonon keresik meg a potenciális ügyfeleket. Az ügyfél részére tett ajánlat, illetve az egyedi előfizetői szerződés tartalmának meghatározása az Invitel kizárólagos joga. Az Invitel a partnerek részére az értékesített szolgáltatáshoz kapcsolódóan üzleti információkat, ÁSZF dokumentációt és termékismertetőket ad át, valamint szükség szerint díjmentesen gondoskodik az ügynökök oktatásáról.⁷ Az ügynökök az értékesítés során kizárólag az Invitel által készített és megadott értékesítési forgatókönyv⁸ (ún. script) alapján jogosultak eljárni. Az ügynökök tájékoztatását, oktatását az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az Invitel munkatársai végzik. Az oktatásokon elhangzik a termékismertető, valamint az, hogy miként kell a termék (szolgáltatás) leglényegesebb tulajdonságait a fogyasztók számára kiemelni.

15. Az ügynöki értékesítésen túli tájékoztatási gyakorlatát illetően eljárás alá vont azt nyilatkozta, hogy nem alkalmazott új értékesítéseket támogató kommunikációs reklámeszközt a vizsgálat tárgyát képező értékesítési módra vonatkozóan. Az egyetlen, számlalevéllel együtt kézbesített, az Invitel szolgáltatási területén kívül élő, már meglévő ügyfelei számára 2008. júniusban megküldött DM anyag célja a csomagváltás elősegítése volt.

16. Nyilatkozata szerint az Invitel a korábbi fogyasztói panaszok és a Vj-17/2006. számú versenyfelügyeleti eljárás hatására 2005 őszén és 2006 elején továbbfejlesztette szerződéskötési és tájékoztatási gyakorlatát, melynek keretében (i) rendszeresített egy – szerződésmintát és a szerződés lényeges feltételeit rögzítő – nyilatkozási ívet, amelyet az

⁷ Vj-31-007/2009. számú irat 7. melléklete: „Lakossági Váltószám szolgáltatás T-Com területen” című prezentáció.

⁸ Vj-31-007/2009. számú irat 8. melléklete.

ügynök a fogyasztóval aláírat, illetve (ii) bevezetett egy ellenőrző (ún. verifikációs) telefonhívást, melynek során egy (az értékesítési partnerektől) független cég ügynöke előre rögzített forgatókönyv (ún. script) alapján ellenőrzi a fogyasztó szerződéskötési szándékát. Az ügynökkel való szerződéskötést követően a szerződés csak a verifikációs hívás után lép életbe, a szolgáltatás pedig csak a verifikációs script szerint eljárva aktiválható, mely szigorú előírásokat tartalmaz az aktiváláshoz szükséges fogyasztói válaszra nézve. A verifikációs hívással kapcsolatban az eljárás alá vont azt nyilatkozta, hogy az jelentős hívásonkénti költséget jelent, és az ügyfelek viszonylag jelentős hányadát szűri ki – köztük nagy valószínűséggel olyanokat is, akik számára az értékesítés megfelelően történt, azonban időközben meggondolták magukat.

17. Az eljárás alá vont által benyújtott nagy számú hangfelvétel közül kiválasztásra került 9 értékesítő partner összesen 63 értékesítési hangfelvétele, 67 darab verifikációs hívás, és a panaszos beadványokhoz, dokumentációhoz (2008. február-december hónapokból kiválasztott összesen 110 panasz) kapcsolódó értékesítési és verifikációs hangfelvételek.⁹ Ezek kapcsán megállapítható, hogy mind az értékesítési, mind a verifikációs hívások a scripteknek megfelelően, az ott leírt utasításokat, lépéseket követve történtek. Szintén megállapítható, hogy az ügyfelek jelentős része kifejezetten fontosnak tartja, ezért közvetlenül rá-, illetve visszakérdez a szolgáltatás olyan tulajdonságaira, hogy a) mikor, meddig és melyik szolgáltató szolgáltatásának igénybevételéhez kell előhívószámot hívnia, mikortól él a megrendelt szolgáltatás, b) hol kap további tájékoztatást (honlap, ügyfélszolgálat, értesítő levél) a szolgáltatásról, c) mennyit kell fizetnie és kinek, milyen és hány számlát fog kapni. Ennek ellenére a különböző jellegű és tartalmú panaszos beadványokból az látható, hogy a panaszosok egy része számára nem tudatosul, hogy az érintett díjcsomag kiválasztása voltaképpen szóbeli szerződéskötés.

V.

A Nemzeti Hírközlési Hatóság és a Magyar Telekom Nyrt. nyilatkozata

18. A vizsgált magatartás értékelése érdekében az ügy vizsgálói megkeresték a Magyar Telekom Nyrt.-t, arra való tekintettel, hogy az Invitel a közvetítőválasztásos csomagjait a Magyar Telekom Nyrt. hálózatán kínálta 2008-ban. A Magyar Telekom Nyrt. előadta, hogy ügyfelei elsődlegesen szóban, az ügyfélszolgálati pontokon jelezték az eljárás alá vonttal kapcsolatos panaszait. Az általános, tájékoztató jellegű vagy a név nélküli panaszok nem kerültek nyilvántartásra, szemben a telefonos ügyfélszolgálatra érkezett panaszokkal

⁹

A hangfelvételek a Vj-31-012/2009. számú irattal kerültek becsatolásra.

(összesen 669 darab), melyek tartalmuk alapján a következő csoportokra bonthatók: a) a Magyar Telekom Nyrt.-re való hivatkozás, melynek során nem volt egyértelmű, hogy nem a Magyar Telekom Nyrt. ajánlatáról van szó, b) zaklató jellegű hívások, c) megrendelés hiánya ellenére számla kiküldése, illetve d) egyéb, különféle típusú kifogásokat felölelő, nem megfelelő ügyfélkezelésre utaló panaszok.

19. A GVH megkeresésére az NHH arról adott tájékoztatást, hogy 2008. év folyamán az Invitel közvetítőválasztásos vezetékes hangszolgáltatásának szóbeli szerződéskötési gyakorlatával kapcsolatos előfizetői panaszok (626 darab) közül 457 (73%) tájékoztatással rendeződött, 169 esetben (27%) pedig hatósági intézkedésre került sor. Ezen intézkedéseket követően az Invitel szinte minden esetben a fogyasztó számára kedvezően bírálta el az NHH felszólítását.

20. Az NHH tájékoztatást adott továbbá azon, HZ-15844-17/2008. számú határozatát illetően is, amelyben piacfelügyeleti eljárását követően megállapította, hogy az Invitel a szóban történő előfizetői szerződéskötési tevékenységét az ÁSZF-ben foglaltaktól eltérően végzi, valamint az ÁSZF szóban történő előfizetői szerződéskötéssel kapcsolatos tartalma jogszabálysértő, illetve a vonatkozó jogszabályi előírásokhoz képest hiányos, illetve hogy panaszkezelési gyakorlata nem felel meg az ÁSZF-ben előírtaknak. A hatóság a megállapításra alapozva felhívta az Invitelt, hogy ÁSZF-jében a helyhez kötött telefonszolgáltatása szóban történő értékesítési tevékenységét, annak elemeit, továbbá az előfizetői szerződéses jogviszony létrejöttének tartalmát, feltételeit, érvényességi kellékeit, illetve megszűnésének rendjét teljes körűen és a hatályban lévő jogszabályoknak megfelelően írja le, valamint szóban történő értékesítési tevékenységét a továbbiakban a módosított ÁSZF-ben foglaltak szerint végezze, illetve panaszkezelési eljárását az ÁSZF-jében foglaltaknak megfelelően gyakorolja. Az NHH-től kapott tájékoztatás szerint az Invitel ennek eleget tett.

VI.

Az eljárás alá vont nyilatkozata

21. Eljárás alá vont kiemelte, hogy számára kezdetben (2004-től) az ügynöki értékesítési mód a növekedés szinte egyetlen eszköze volt, tekintettel arra, hogy az országot behálózó jelenléti pontokkal történeti okokból nem rendelkezett, annak kiépítésére sem idő, sem elegendő anyagi eszköz nem állt a rendelkezésére. Ennek az értékesítési módnak az Invitel által alkalmazott méretekben Magyarországon nem voltak hagyományai, nem állt rendelkezésre tapasztalat a legmegfelelőbb értékesítési elemek alkalmazása tekintetében. A tapasztalatokat az értékesítési eljárás közben szerezte meg az Invitel. Kiemelte továbbá, hogy

a telefonos vagy személyes úton történő ügynöki értékesítési forma igen eredményes lehet, a személyes eladás talán a leghatásosabb marketingkommunikációs forma, ennek során jut el a leghamarabb az ügyfél a vásárlásig.

22. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az üzletkötők folyamatos ellenőrzés alatt állnak az Invitel részéről, illetve negyedévenként ismétlődő oktatást biztosít részükre. A felek ettől a körülményekre való tekintettel eltérhetnek, mint pl. új tarifacsomag bevezetése vagy nagyszámú fogyasztói panasz esetén. Amennyiben jelentős számú fogyasztói panasz egy adott viszonteladó tevékenységével kapcsolatban érkezik, az Invitel ad hoc oktatást is tart, vagy szerződést bont az adott viszonteladóval. Az oktatás gyakorisága azonban alapvetően a szolgáltatás-portfólió változásához igazodik.

23. Nyilatkozata szerint az Invitel több intézkedést tett és alakított rendszerré annak érdekében, hogy az értékesítési mód jellegzetességeivel együtt élve a telefonon történő megkeresések és szerződéskötések a jogszabályi keretek között, megfelelő minőségben történjenek, melyekkel az értékesítés eredményessége mellett a panaszok számának minimalizálását célozta meg. A rendszeres intézkedéseket, és ezen belül az első „fogyasztóvédelmi ciklust” 2007 októberében indította el. A fogyasztói panaszok rendszerezését és kiértékelését követően első intézkedésként meghatározta az üzleti kommunikáció által minimálisan tartalmazott tájékoztatási elemeket, továbbá ennek megfelelően új írásbeli értesítőt dolgozott ki és küldött szét 2007 decemberében, melyet az ügyfél a telefonos értékesítést követően kap kézhez könyvelt postai küldeményként, és amely a jogszabály által előírt elemeket érthetően fogalmazza meg. Nyilatkozata szerint fokozott figyelmet fordít a megelőzésre (oktatás, telefonos forgatókönyvek), valamint a szerződéskötés folyamatának ellenőrzésére: egyrészt az értékesítési partner saját felügyelői végeznek minőségbiztosítást (belehallgatnak a telefonon zajló beszélgetésekbe), illetve panasz esetén az értékesítési partnernek kell igazolnia eljárásának helyességét, a fordított bizonyítás elvét követve. Amennyiben erre nem képes (pl. a kötelezően rögzített telefonhívás egészének bemutatásával), a szerződés értelmében az Invitel szankciót alkalmazhat, melyek az ügynökök esetében a jutalék megvonását, pénzbüntetést vagy az Invitel termékek értékesítésének megtiltását jelentheti (az Invitel a partner felkérésén keresztül jár el), a partnercég esetében pedig akár az együttműködés megszüntetését (lásd a következő bekezdést). A fentiekén kívül behajtási gyakorlatának jogszerűségét is felülvizsgálta.

24. Az Invitel nyilatkozata szerint 2008-ban újabb fogyasztóvédelmi ciklust valósított meg. Az időskorúak védelme érdekében 70 év feletti ügyfeleknek az ügynökök közvetlenül nem értékesíthetnek (sem telefonon, sem személyesen), azt ennek a korcsoportnak kizárólag az Invitel saját ügyfélszolgálati munkatársai végezhetik az ügyfélszolgálatokon. Az ügynöki

értékesítési folyamat teljes ellenőrzését kiterjesztette azon panaszok megelőzésére is, ahol tényleges értékesítés nem történt: minden eladási kísérlet rögzítésre kerül, a sikertelenek is, az ügynökök nem kapcsolhatják ki a felvételt, hogy minden ügyfélpanasz visszakövethető legyen a hívásrekordok alapján. A kifogások alapján értékesítési partnereinek számát negyedére csökkentette az év folyamán, és a havi értékesítésre kvótát vezetett be, melynek értéke Invitel szinten megállapított, megkísérelve ezzel a minőség előtérbe helyezését a mennyiségi teljesítmény helyett.

25. A fentiek alapján az Invitel célja, hogy a partnereken keresztül az ügynököket megfelelően felkészítse az értékesítésre, annak menetét ellenőrizze, a panaszokat kiértékelje és az azokból a megfelelő tanulságokat leszűrve folyamatait időről időre korrigálja és fejlessze. Az Invitel 2005. év óta számos hatósági vizsgálaton esett át, melyeknek megállapításait rendre beépítette folyamataiba: módosította az ÁSZF-jét, az alkalmazott nyomtatványokat, szigorította a partnerekkel kötött szerződés feltételeit, fellépett a hibázó ügynökökkel szemben, módosította a scripteket és az oktatási anyagokat, számos munkaszervezési intézkedést is tett. Ennek során álláspontja szerint jóhiszeműen és a hatóságokkal együttműködve járt el, mely tényt több hatósági megállapítás is tanúsít. Mindezek ellenére álláspontja szerint a panaszok ezen termékek értékesítési folyamatának velejárói maradtak, melyeket „engedékeny” panaszkezelési gyakorlattal (a panaszokat többségében az ügyfél javára bírálja el), és az értékesítés számának csökkentésével, kvóták alkalmazásával kíván még tovább csökkenteni.

26. Mindezek alapján eljárás alá vont annak megállapítását kérte, hogy az értékesítés során jogellenes magatartást, a fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot nem tanúsított.

VII.

Jogi háttér

A 2008. szeptember 1-et megelőző időszak tekintetében

27. A Tptv. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a fogyasztók megtévesztése a gazdasági versenyben. A (2) bekezdés a fogyasztó megtévesztésre alkalmas magatartások példalódzó felsorolását tartalmazza. Ezen belül az a) pont tiltja az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas állítását, megtévesztésre alkalmas árjelzővel való ellátását, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatás adását.

28. A Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70. § (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye.

A 2008. szeptember 1. utáni időszak tekintetében

29. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

30. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja, valamint h) pontja szerint ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

31. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,

a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és

b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban

alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

A (3) bekezdése szerint tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő vagy agresszív. A (4) bekezdés alapján a jogszabály mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

32. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

33. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termék megnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,

- c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte,
- d) az áru igénybevételéhez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny,
- e) az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége,
- f) az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés,
- g) a vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései,
- h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés, vagy
- i) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

34. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtevesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközeinek korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

35. Az Fttv. 7. §-ának (5) bekezdése szerint vásárlásra felhívás esetén jelentős információ:

- a) az áru lényeges jellemzői, az alkalmazott kommunikációs eszköznek megfelelő mértékben,
- b) a vállalkozás neve és címe azonosításra alkalmas módon, illetve annak a vállalkozásnak az azonosításra alkalmas neve és címe, amelynek a javára a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója eljár,
- c) az általános forgalmi adót és egyéb kötelező terheket is magában foglaló ár illetve díj, vagy – amennyiben az áru jellegéből adódóan az árat illetve díjat nem lehet ésszerűen előre megállapítani – az ár illetve díj megállapításának módja, valamint az összes járulékos költség, így különösen fuvardíj, szállítási vagy postaköltség, illetve amennyiben e költségeket nem

lehet ésszerűen előre megállapítani, annak feltüntetése, hogy ilyen további költségek merülhetnek fel,

d) a fizetés, szállítás és teljesítés feltételei, valamint a panaszok kezelésének módja, amennyiben ezek eltérnek a szakmai gondosság követelményeitől,

e) olyan szerződések esetében, amelyek tekintetében jogszabály elállási jogot biztosít a fogyasztónak, az erre való utalás.

36. Az Fttv. 8. §-ának (1) bekezdése szerint agresszív az a kereskedelmi gyakorlat, amely – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt – pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással – akár a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása, akár a fogyasztó zavarása révén – az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

37. Annak megállapítására, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszív-e, a fenti szakasz (2) bekezdése értelmében figyelembe kell venni a következőket:

a) a kereskedelmi gyakorlat időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama,

b) a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott szóhasználat vagy magatartás fenyegető, félelemkeltő vagy becsmérlő volta,

c) súlyos, a fogyasztó ítélőképességének korlátozására alkalmas, a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ismert körülmény felhasználása a fogyasztó áruval kapcsolatos döntésének befolyásolására,

d) a fogyasztó szerződéses jogainak – ideértve a szerződéstől való elállásra, valamint a másik árura vagy vállalkozáshoz való áttérésre vonatkozó jogot is – gyakorlásával szemben támasztott, indokolatlanul terhes vagy aránytalan, nem szerződéses akadály,

e) jogellenes cselekménnyel való fenyegetés.

38. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdése alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

39. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára, vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

40. A fenti szakasz (2) bekezdése szerint továbbá a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha

- a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,
- b) kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
- c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
- d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

41. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

VIII.

A Versenytanács döntése

A 2008. szeptember 1-et megelőző időszak tekintetében

42. Versenyjogi szempontból csak az áru vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságára vonatkozó, piaci hatást kiváltani képes tájékoztatásoknak van jelentősége. A Versenytanács gyakorlata értelmében egy-egy termék lényeges tulajdonsága az, amely a versenytársak vagy a versenyző termékek közötti választás során jelentőséggel bír. A vizsgált szolgáltatás vonatkozásában a GVH Versenytanácsa már korábbi döntéseiben is megállapította (Vj-17/2006, Vj-94/2007 és Vj-103/2007), hogy a közvetítő szolgáltatás lényeges tulajdonságai pl. maga a közvetítőválasztás fogalma, a szolgáltatás igénybevételének, lemondásának

feltételei, a szolgáltatás kapcsolata a vezetékes hozzáférést biztosító szolgáltatóval kötött szerződéses viszonyal, a díjak és az előfizetői jogviszonyok alakulása, vagy a szolgáltató személye. A vizsgált hangfelvételek alapján megállapítható, hogy mind az értékesítési, mind a verifikációs hívások az Invitel által készített forgatókönyveknek megfelelően történtek (lásd a 17. bekezdést). A panaszok kapcsán látható, hogy nem a szerződések tartalmával, az egyes feltételekkel, hanem a szerződéskötés módjával, annak idegenszerűségével kapcsolatosak a kifogások.

43. Megállapításra került továbbá, hogy nem csak a reklámoknak lehet olyan információtartalma, mely az áru vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságára vonatkozik, és így piaci hatást kiváltani képes: minden közlés hordozhat versenyjogilag értékelhető tartalmat, amennyiben a fogyasztói döntés meghozatalához rendszeresített tájékoztatást tartalmaz (amennyiben az lényeges).

44. Az Invitel által készített, 2008. évben alkalmazott telefonos scriptek-vel kapcsolatban megállapítható, hogy a szolgáltató személye mellett megjelenik minden esetben a szolgáltatás elnevezése, illetve – a kiválasztott díjcsomag jellemzőitől függően – a szolgáltatás előfizetői struktúrája is. Megjelenik továbbá a fizetendő hálózati- és forgalmi díjak struktúrája is, valamint ismertetésre kerül a verifikációs hívások megrendeléseket megerősítő szerepe, az értesítő levél megküldésének a ténye.

45. Az eljárás alá vont által bevezetett verifikációs hívások rendszere és az alapvető információkat részletesen tartalmazó, az elállás lehetőségére kifejezetten figyelmeztető értesítő levél nyilvánvalóan azt a célt szolgálja, hogy az esetlegesen téves információ alapján belépett ügyfelek képesek legyenek döntésüket korrigálni elkötelezettség nélkül. Megállapítható az Invitel által benyújtott hanganyagok alapján továbbá az is, hogy az értékesítést végző partnerek ügynökei – esetileg reagálva az ügyfelek kérdéseire, felvetéseire – követik a script-ek szövegét, így a hangfelvételeken alapvetően hallhatóak a szolgáltatás fent ismertetett jellemzői. Minden esetben hallható az Invitel ügyfélszolgálatának, illetve honlapjának az elérhetősége, illetve az ügyfélszolgálat díjmentes felhívására, a felmerült kérdések felvetésére történő buzdítás.

46. Megállapítható továbbá, hogy a benyújtott oktatási anyag részletes útmutatást ad szolgáltatás megvalósulásának technikai sajátosságairól – ezen belül pl. a hálózatot üzemeltető szolgáltató fogyasztóval kapcsolatos szerepéről, a havidíjakról – a szolgáltatással összefüggő egyéb jellemzőkről, pl. az esetleges hűségnyilatkozatról, valamint a fogyasztó elállási jogáról.

47. Mind a honlapi tájékoztatás, mind az egyszeri DM-levél – valóban és részletesen – tartalmazta a szolgáltatás azon lényeges tulajdonságait, amelyek révén az ajánlat értékelhetővé válhat az ügyfelek számára.

A 2008. szeptember 1. utáni időszak tekintetében

Az alkalmazandó jogszabály

48. A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban megállapítható, hogy címzettjei természetes személyek, hiszen egyedi előfizetői szerződésekről van szó. Szintén megállapítható, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat gazdasági reklám a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 3. §-ának d) pontjában szereplő meghatározás értelmében. A Grt. 2. §-a szerint ugyanakkor a 3. § h) pontja szerinti megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy. Mivel azonban a vizsgált kereskedelmi gyakorlat esetében a reklám címzettjei természetes személyek is, a Grt. rendelkezései nem alkalmazandóak.

49. Szintén nem alkalmazandóak a Tpv. az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról szóló III. fejezetének rendelkezései a Tpv. 8/A. §-ának figyelembevételével, miszerint nem terjed ki a Tpv. III. fejezetének hatálya az olyan magatartásra, amely a Grt. rendelkezései értelmében megtévesztő reklám. Mindezekre való tekintettel a vizsgált magatartás értékelésére az Fttv. rendelkezései alkalmazandóak.

Hatáskör

50. A 2008. szeptember 1-jétől kezdődő időszak tekintetében a vizsgált értékesítési, illetve kapcsolódó tájékoztatási tevékenység – az inkumbens szolgáltató 3.1. pontban ismertetett hálózati lefedettsége mellett – Magyarország szinte teljes területén gyakorolt volta miatt megállapítható a GVH hatásköre, tekintettel az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdésére, miszerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, valamint az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdésének c) pontjára, miszerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul.

Az eljárás alá vont felelőssége

51. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A jelen esetben egyértelműen megállapítható, hogy az Invitelnek a szolgáltatás népszerűsítése közvetlen érdekében állt az értékesítésből származó árbevétel révén.

Fogyasztói kör – ésszerűen eljáró fogyasztó

52. Ugyan a fogyasztói kifogások jellemzően az idősebb korosztály tagjaitól érkeznek a hatóságokhoz, illetve magához a szolgáltatóhoz is, azonban a szolgáltatás jellege miatt nem valószínűsíthető, hogy a kommunikációs gyakorlat címzettjei valamely szempontból sérülékeny vagy könnyebben befolyásolhatóak lennének, így a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megítélésekor az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott, ésszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartása veendő figyelembe.

Ügyleti döntés

53. A jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából releváns ügyleti döntés az érintett közvetítőválasztásos szolgáltatások megrendelése más, adott esetben az inkumbens szolgáltató által nyújtott tarifacsomag, vagy annak egy vagy több hívásiránya mellé. Megjegyzendő tehát, hogy jelen esetben nem egyszerűen szolgáltató-váltásról van szó, hanem a szolgáltatás egy meghatározott szegmensének más szolgáltatótól történő igénybevételéről – a korábbi előfizetői viszony megtartása mellett.

54. Ezen döntés további lényeges jellemzője, hogy a döntés, a szolgáltatás megrendelése jellemzően az első ügynöki kapcsolatfelvétel során történik meg, azonban mivel a verifikációs hívások és az értesítő levél gyakorlatilag a megrendelés megerősítését, a végső, ténylegesen döntést szolgálják, ezért a vizsgáló álláspontja szerint a szerződéskötés, tehát maga a döntés egy nem meghatározható nagyságú ügyfélkör számára ténylegesen elhúzódhat az értesítő levél kézbesítéséig, így ezen döntésre nem csupán a szóbeli ügynöki tájékoztatások, hanem adott esetben a honlapon olvasható vagy az ügyfélszolgálaton hallható tájékoztatások, így maga az ÁSZF is hatással lehetnek.

Kereskedelmi gyakorlat és kommunikáció

55. Az Fttv. definíciója szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. A kereskedelmi kommunikáció pedig a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől.

56. A fentiekre való tekintettel a jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából kereskedelmi gyakorlatnak tekintett maga az ügynöki közreműködéssel végzett értékesítési gyakorlat.

Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat

57. Ahhoz, hogy az Fttv. mellékletében kifejezetten nem szereplő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapításra kerüljön, az Fttv. 6., 7. és 8. §-ai körében egyrészt az kell értékelni, hogy az eljárás alá vontak magatartása alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítette, amelyet egyébként nem hozott volna meg, másrészt azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ megtévesztő volt-e valamilyen módon.

58. A Versenytanács álláspontja szerint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megtévesztő jellegének kérdésére vonatkozóan az Tpv. szerinti megközelítésben kifejtettek az irányadók (lásd a 42.-47. bekezdéseket), ide nem értve a 2008. szeptember 1-je előtt hatályát veszített scripteket és a DM levelet, amelyekre nem terjed ki az Fttv. időbeli hatálya.

59. Szintén nem volt meghatározható a fentiek alapján olyan, az Fttv. 8. §-a szerinti agresszív kereskedelmi gyakorlat, amely a telefonon létrehozott közvetlen kapcsolatban, illetve a döntési szituációban a pszichés (pl. sürgetés, többszörösen megismételt hívások) vagy fizikai nyomás gyakorolása révén korlátozta vagy befolyásolta volna a fogyasztóknak a díjcsomaggal kapcsolatos üzleti döntését – különös tekintettel a verifikációs hívások tényére, és arra, hogy az elállási jog az írásbeli tájékoztatást követően nyílt meg.

60. A fentiekben túlmenően a generálklauzula sérelme kapcsán a Versenytanács előadja, hogy álláspontja szerint az eljárás alá vont szolgáltató érzékelve a fogyasztói visszajelzésekből, illetve a hatósági megkeresésekből a problémás területeket, az esetleges tájékoztatási vagy szerződéses hiányosságokat, a különböző fogyasztóvédelmi célzatú

intézkedések, illetve az értékesítési folyamat részletes szabályozása és erősödő kontrollja révén megfelelt a szakmai gondosság követelményének.

A Versenytanács döntése

61. A fentiekre való tekintettel, a jelen eljárásban a Versenytanács előtt nem vált ismertté olyan bizonyíték, amely alapján arra a megállapításra lehetne jutni, hogy eljárás alá vont közvetítőválasztásos beszédcélú szolgáltatásának (elsősorban telefonos és személyes) ügynöki értékesítése során a fogyasztók nem kaptak volna megfelelő tájékoztatást a szerződés megkötésére vonatkozó döntésük meghozatalához, különösen a szolgáltató személye, a szolgáltatás és a hálózati szolgáltatás viszonya, a hálózati szolgáltatóval fennmaradó jogviszony és a díjak, tehát a közvetítőválasztás mibenléte és költségei vonatkozásában.

62. Az eljárás alá vont továbbá az ügynökök érdekeltségi rendszerének kialakítása során is arra törekedett, hogy kiküszöbölje az ügynökök ösztönzöttségét a tekintetben, hogy akár a fogyasztók megtévesztése árán is magasabb jutalékot érjenek el, azaz növeljék profitjukat. Erre szolgált a kvótarendszer bevezetése.

63. A Nemzeti Hírközlési Hatósághoz és a Gazdasági Versenyhivatalhoz beérkezett fogyasztói panaszokból megállapíthatóan ugyanakkor az ügynöki közreműködéssel végzett ügyfélszerzése során tanúsított magatartás kapcsán nem zárható ki, hogy egyes esetekben a fogyasztó részére nyújtott tájékoztatás nem volt megfelelő. A Versenytanács mindezzel együtt arra a következtetésre jutott, hogy a panaszok léte egyrészt önmagában nem jelenthet elegendő bizonyítékot annak megállapítására, hogy a jogsértés megvalósult. (Figyelemmel a jelen eljárás során feltárt, az ügynöki rendszer működtetéséről és a fogyasztók tájékoztatása szempontjából releváns információ – ügynöki forgatókönyvek, hangfelvételek, írott tájékoztatás – nem szolgált jogsértésre, azaz a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra, mint piaci magatartásra utaló bizonyítékkal.) Más oldalról ugyanakkor a panaszok utalnak arra, hogy egyes fogyasztók félreérthető tájékoztatást kaptak, és ezen panaszok hátterének ismerete hiányában nem állapítható meg az sem, hogy egyedi, versenyjogilag nem értékelhető, az ügynökök által tanúsított magatartás áll-e, vagy az eljárás alá vont versenyjogilag releváns magatartása. A Versenytanács megítélése szerint azonban még ezen kérdések még teljesebb feltárásához szükséges esetleges további eljárási cselekmények lefolytatása esetén sem várható az eljárás folytatásától olyan eredmény, amely alapján minden kétséget kizáróan megállapítható – vagy kizárható – lenne, hogy az eljárás alá vont akár a Tpv-t.-be, akár az Fttv. rendelkezéseibe ütköző magatartást tanúsított volna.

64. Mindezekre figyelemmel a Versenytanács az eljárást a Tpvt. 72.§-a (1) bekezdése a) pontja alapján megszüntette.

65. Megjegyzi ugyanakkor a Versenytanács, hogy az eljárásnak a az előzőekre tekintettel történő megszüntetése nem érinti esetleges érdekelt félnek a Tpvt. 88/A. §-ban foglalt azon jogát, hogy a törvény III-V. fejezetében foglalt rendelkezések megsértésére alapított és külön jogszabályban foglaltak szerinti egyéb polgári jogi jogkövetkezmény alkalmazása iránti igényét közvetlenül bíróság előtt érvényesítse.

IX.

Egyebek

66. A GVH hatásköre a 2008. szeptember 1-je előtti időszak esetében a Tpvt. 45. §-án, illetékessége a Tpvt. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, mely nem tartozik bíróság (Tpvt. 86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

67. A 2008. szeptember 1-jétől tanúsított magatartás vonatkozásában a GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) és (5) bekezdésein, illetékessége a Tpvt. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

68. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdés c) pontja szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul. Figyelemmel arra a

körülményre, hogy ügynökei az Invitel egyetemes szolgáltatási területein kívül eső számozási körzetekben, tehát mind a területet, mind a lakosságot tekintve az ország nagy részét lefedve, közvetlenül keresték meg a fogyasztókat (lásd 14. pont), a GVH hatásköre a tájékoztatás megítélésére fennáll.

69. A jelen végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja alapján a 82.§ biztosítja.

Budapest, 2009. szeptember 28.