



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj/009-025/2010.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. S. Zs. jogi és szabályozási igazgató és dr. P. J. jogtanácsos által képviselt **Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

### **végzést**

A Versenytanács a 1.000 perc limit, a 2 évre szóló hűségnyilatkozat megtételének kötelezettsége és az "Egymás közt 0 Ft" opciót igényelhető személyek száma vonatkozásában az eljárást megszünteti.

A végzés felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 5 munkanapon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható keresettel lehet kérni.

### **Indokolás**

1. A Gazdasági Versenyhivatal azt követően indított eljárást a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseinek feltételezett megsértése miatt, hogy észlelte, az eljárás alá vont a „Családi Kedvezmény” promóciós ajánlata keretében megjelenő „Egymás közt 0 Ft” opcióval összefüggésben, az ahhoz kapcsolódó integrált kommunikációs kampányaiban (a 2009. szeptember 1. és 2009. október 1. közötti Family kampány és a 2009. október 1. és 2009. november 15. közötti, 10 éves kampány során) alkalmazott egyes kommunikációs eszközökön a szolgáltatás igénybevételének lényeges feltételeiről nem, vagy csak nehezen észlelhető módon nyújtott tájékoztatást arról, hogy

- az „Egymás közt 0 Ft” opció nem igényelhető minden előfizetés mellé, mivel vannak kizárt csomagok (pl. a Vodafone 50 Plus csomag),
- a családtagok közül hányan vehetik igénybe az opciót,
- a 0 Ft-os beszélgetési lehetőség milyen feltételekhez kötött,
- a „Családi Kedvezmény” promóció keretén belül az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybevétele kétéves hűségnyilatkozathoz kötött.

## **I. Az eljárás alá vont**

2. Az eljárás alá vont 1999. július 7-én nyert koncessziót a magyarországi GSM 900 és DCS 1800 rendszerű mobil rádiótelefon hálózat kiépítésére, illetve annak üzemeltetésére. 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. Az eljárás alá vont 2008. évi nettó árbevétele közel 144 milliárd Ft volt.

3. Az elmúlt években több alkalommal került megállapításra, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, illetve fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, megsértve ezzel a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.), illetőleg az Fttv. rendelkezéseit (Vj-6/2004., Vj-150/2004., Vj-75/2005., Vj-188/2005., Vj-142/2006., Vj-169/2006., Vj-176/2007., Vj-6/2009., Vj-117/2009.).

## **II. Az eljárás alá vont vizsgált magatartása**

4. Az eljárás alá vont többféle díjtarifát, szolgáltatást kínál a fogyasztóknak.

5. Az eljárás alá vont által 2009. szeptember 1-jétől az ún. „Családi Kedvezmény” promóció keretein belül választható elemként az ún. „Egymás közt 0 Ft” opciót is igénybe vehették azok a magánszemélyek, akik

- az akció időtartama alatt új utólag fizető előfizetői szerződést kötöttek a „Családi Kedvezmény” promóció keretében,
- az eljárás alá vont azon ügyfelei, akik a „Családi Kedvezmény” promóció keretében a „Családi Kedvezmény” promócióba bevont tarifákat használták, illetve váltottak.

6. Az „Egymás közt 0 Ft” opció választása esetén 790 Ft/hó/SIM kártya díj ellenében

- az opciót kérő, azt aktiváló előfizetők (az adott korlátok között) díjmentesen beszélhetnek egymással, azzal, hogy az eljárás alá vont kártyánként havonta 1.000 perc díjmentes beszélgetést biztosít az opciót kérő családtagok között,
- az eljárás alá vont előfizetésenként 1.000 Ft kedvezményt biztosít 24 hónapig (a megkövetelt hűség szerződés időtartama alatt) a tarifacsomagok mindenkori alapidijából.

7. Figyelemmel a „Családi Kedvezmény” promóció és az „Egymás közt 0 Ft” opció kapcsán alkalmazott részvételi feltételekre, az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybevételének egyebek között az alábbi feltételei érvényesültek:

- az „Egymás közt 0 Ft” opciót azok igényelhetik, akik a „Családi kedvezmény”-be bevont hang előfizetéseket használják (Vodafone 100 Plus, Vodafone 200 Plus, Vodafone 400 Plus, Vodafone Silver Plus, Vodafone Gold Plus, Multimédia 5000, Multimédia 5000 onnet, Multimédia 7900, Multimédia 10500, Multimédia 15900, Multimédia 15900 onnet),

- az „Egymás közt 0 Ft” opció nem vehető igénybe
  - azokhoz a csomagokhoz, amelyekhez nem érhető el a „Családi Kedvezmény” promóció, mivel az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybe vételének feltétele a „Családi Kedvezmény” promóció elérhetősége. A „Családi Kedvezmény” promóció részvételi feltételei meghatározzák a promócióban résztvevő tarifákat, rögzítve, hogy a „Családi Kedvezmény” (és így az „Egymás közt 0 Ft” opció) nem érhető el
    - a Vodafone 50 Plus tarifával és
    - a Vodafone Internet 1G, 5G tarifacsomagokra,
  - a Fix Osztható tarifacsaládhoz, mivel a Fix Osztható tarifákhoz jár az egymás közötti ingyenes beszélgetést lehetővé tevő csoportos opció (ezt a portfoliót 2010. január 15-től az eljárás alá vont kivezette a kereskedelmi forgalomban elérhető tarifák közül),
- az „Egymás közt 0 Ft” opció 2-6 előfizetés vonatkozásában igényelhető,
- a részvételi feltételek szerint 1.000 perc felett az eljárás alá vont a tarifákban érvényes percdíjakkal számláz, ugyanakkor az eljárás alá vont előadása szerint az 1.000 perc feletti forgalomért sem számlázott gyakorlatilag semmit az ügyfeleknek, a limit csak biztonsági okokból, a hálózat védelme érdekében került meghatározásra,
- az előfizetőnek 2 éves hűségidőszakot kell vállalnia az „Egymás közt 0 Ft” opció vonatkozásában.

8. A „Családi Kedvezmény” promóció és az „Egymás közt 0 Ft” opció kapcsán 2009. szeptember 1-jétől október 1-jéig bonyolította le az eljárás alá vont az ún. Family kommunikációs kampányt, annak elsődleges üzeneteként az előfizetésenkénti 1.000 Ft havidíj-kedvezmény határozva mely, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikációkban megjelenítésre került az „Egymás közt 0 Ft” opció is.

9. Az eljárás alá vont 2009. október 1. és november 15. között folytatta le 10 éves születésnap kampányát, amelyen belül a „Családi kedvezmény” ajánlat fő hangsúlya az „Egymás közt 0 Ft” opcióra helyeződött, amely ekkor már úgy is elérhető volt, hogy az opció igénybe vétele az igényléstől számított 10 hónapig díjmentes a fogyasztók számára, majd ezt követően válik fizetőssé. Az előfizetőnek tehát az első 10 hónapban nem kellett megfizetnie a 790 Ft/hó/SIM kártya díjat, azonban vállalnia kellett, hogy az előfizetés megkötésétől számított 2 éven belül nem mondja fel az „Egymás közt 0 Ft” opciót, annak havi díját a 10 hónap díjmentes időszak lejártá után az akkor hatályos díjszabás szerint fizeti. Az „Egymás közt 0 Ft” opció 2 éves hűségidőszakon belüli felmondása esetén az előfizető bruttó 7.900 Ft kötbér megfizetésére köteles.

10. A kommunikációs kampányokban alkalmazott kereskedelmi kommunikációk részletes leírását a vizsgálati jelentés (Vj-9-016/2010.) 3. számú melléklete tartalmazza.

### III.

#### Az eljárás alá vont előadása

11. Az eljárás alá vont előadta,

- az ügyfelek részére nyújtott tájékoztatása során kellő információt adott az „Egymás közt 0 Ft” opció feltételeiről. Az alkalmazott kommunikációs eszközökön és csatornákon (figyelembe véve az alkalmazott eszköz és csatorna lehetőségeit, illetve korlátait) megjelenítette az opció igénylésének feltételeit,

- a Részvételi Feltételek és az ügyfelek részére közzétett kommunikációs eszközök tartalmazták az „Egymás közt 0 Ft” opció feltételeit, így azokban szerepelt az is, hogy az eljárás alá vont havonta kártyánként 1.000 perc díjmentes beszélgetést biztosít azon családtagok között, akik kérik az opciót. Az 1.000 perc feletti forgalomért egyébiránt nem számlázott semmit az ügyfeleinek, a limit feltüntetésére a hálózat védelme érdekében került csak sor, s ebből kifolyólag nem ismert, hogy hány ügyfél lépte át a megjelölt limitet, mivel a túllépés kiszámlázása hiányában nem tulajdonított ennek jelentőséget,
- a Részvételi Feltételekben és a kommunikációs anyagokban egyértelműen szerepelt, hogy 2-6 előfizetés vonatkozásában igényelhető a „Családi Kedvezmény”, és ezen előfizetések esetén választható az „Egymás közt 0 Ft opció”,
- a piacon már ismertek a csoportos opció típusú szolgáltatások, amelyek egységesen úgy működnek, hogy a csoportos kedvezmény minden esetben azokra az előfizetésekre jár, akik aktiváltatják a csoportos opciót,
- a „Családi Kedvezmény” igénybevételéhez semmilyen igazolást sem kért az igénybe vevők családi kapcsolatairól, ezzel összefüggésben semmilyen elvárást sem támasztott. A „család” megjelölést a célcsoport definiálásaként a pozícionáláshoz használták. A „Családi Kedvezmény” iránti ügyféligenyeket az ügyfelek erre irányuló szóbeli közlése alapján elfogadták. Azért reális, hogy a kedvezményt családok tudják igénybe venni, mert az igénybevétel feltétele, hogy a csoport tagjai egy ügyfélszámon kerüljenek nyilvántartásra, azaz közös számlán legyenek.

12. Az eljárás alá vont kérte az eljárás jogszabálysértés hiányában történő megszüntetését.

#### **IV. Jogi háttér**

13. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. 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.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, míg a c) pont rögzíti, hogy áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog (ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (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 ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a

fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy 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. A (2) bekezdés szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, 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.

Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja rögzíti, 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:

b) az áru lényeges jellemzői.

Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközeinek korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott üzleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszertelen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és b) ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás). A (2) bekezdés rögzíti, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhöz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése értelmében a törvény mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek, így a melléklet a 20. pontjának megfelelően tisztességtelen az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.

14. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Tpv. 72. § -a (1) bekezdésének a) pontja alapján az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást megszünteti, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem

várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye (82. §).

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja rögzíti, hogy a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

## V. A Versenytanács döntése

15. A Versenytanácsnak – figyelemmel az eljárást megindító végzésben és a rendelkezésre álló iratokban foglaltakra – a jelen eljárásban azon kérdésekkel kapcsolatban kellett kialakítania álláspontját, hogy az eljárás alá vont a „Családi Kedvezmény” promóciós ajánlata keretében megjelenő „Egymás közt 0 Ft” opcióval összefüggésben, az ahhoz kapcsolódó kommunikációs kampányaiban (a 2009. szeptember 1. és 2009. október 1. közötti Family kampány és a 2009. október 1. és 2009. november 15. közötti, 10 éves kampány során) alkalmazott egyes kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán az Fttv.-be ütköző kereskedelmi gyakorlatot valósított-e meg, amikor egyes kommunikációs eszközökben nem, vagy csak nehezen észlelhető módon nyújtott tájékoztatást arról, hogy

- az „Egymás közt 0 Ft” opció nem igényelhető minden előfizetés mellé, mivel vannak kizárt csomagok (pl. Vodafone 50 Plus),
- a családtagok közül hányan vehetik igénybe az opciót,
- a 0 Ft-os beszélgetési lehetőség milyen feltételekhez kötött,
- a „Családi Kedvezmény” promóció keretén belül az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybevétele kétéves hűségnyilatkozathoz kötött.

Az eljárást megindító végzésben nem került egyértelműen megfogalmazásra, hogy a vizsgálat milyen feltételről adott tájékoztatásra terjed ki azon megfogalmazás eredményeként, hogy „a 0 Ft-os beszélgetési lehetőség milyen feltételekhez kötött”, azonban az eljárás irataiból megállapíthatóan e körben a vizsgálat az eljárás alá vont által sem vitatottan az 1.000 percben meghatározott limittel kapcsolatos tájékoztatásra terjedt ki.

16. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:

- ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek,  
vagy
- ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket,  
vagy
- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).

Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e,

- mindenképp azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül,

- ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió a törvényben megadott kritériumait,
- csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése.

### **Az Fttv. mellékletének 20. pontja**

17. A jelen eljárásban a Versenytanácsnak (figyelemmel a 16. pontban foglaltakra) először abban kellett állást foglalnia, hogy az eljárás alá vont 15. pontban rögzített kereskedelmi gyakorlata értékelhető-e az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján.

18. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének 20. pontja értelmében tisztességtelen az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.

Az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján tisztességtelennek minősül minden olyan kereskedelmi gyakorlatot, amely esetében

- a vállalkozás által nyújtott tájékoztatás a fogyasztóban az ellenszolgáltatás nélküliség képzetet kelti, azt, hogy a fogyasztónak az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlése, igénybevétele stb. kapcsán a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel (pl. a vállalkozásnak címzett küldemény postára adásával összefüggésben felmerült költség) és az áru birtokbavételével (pl. a birtokbavétel helyére történő utazással), illetve fuvarozásával (az áru fogyasztóhoz való eljuttatásával) összefüggő elkerülhetetlen költségeken (pl. a postai kézbesítés költségén) felül semmit sem kell fizetnie,
- ugyanakkor a fogyasztót az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlése, igénybevétele stb. kapcsán a melléklet 20. pontjában meghatározott költségeken kívül ténylegesen bármilyen jogcímen, bármilyen elnevezéssel illetett fizetési kötelezettség terhelheti, illetve a fogyasztó oldalán költség, anyagi teher keletkezhet.

19. A Versenytanács megállapította, hogy

- (amint az az előzőekben már rögzítette) az eljárást megindító végzésben nem került egyértelműen megfogalmazásra, hogy a vizsgálat milyen feltételről adott tájékoztatásra terjed ki azon megfogalmazás eredményeként, hogy „a 0 Ft-os beszélgetési lehetőség milyen feltételekhez kötött”, azonban az eljárás irataiból megállapíthatóan e körben a vizsgálat az 1.000 percben meghatározott limittel kapcsolatos tájékoztatásra terjedt ki,
- a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációk esetében a vizsgálat által meghatározott körben nem valósultak meg az Fttv. melléklete 20. pontja szerinti, előzőekben jelzett feltételek, az eljárás alá vont által nyújtott tájékoztatások nem keltették a fogyasztóban az ellenszolgáltatás nélküliség képzetet.

20. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatát az Fttv. 6. és 7. §-át szem előtt tartva értékelte.

## Az Fttv. 6. és 7. §-a

21. Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

22. A rendelkezésére álló adatok alapján nem volt egyértelműen beazonosítható a fogyasztók olyan meghatározott, az Fttv. alkalmazása körében relevanciával bíró csoportja, amelyre kifejezetten irányult volna a vizsgált kereskedelmi gyakorlat.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

23. Az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó vonatkozásában figyelembe veendő az alábbiak:

- a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.222/2008/7. számú jogerős ítéletében (Vj-188/2006.) kifejtette, a reklám terjedelmi korlátai között a tájékoztatást úgy kell meghatározni, hogy az átlagfogyasztó számára követhető, értelmezhető legyen, és nem abból kell kiindulni, hogy a hírközlési piacon tájékozott, racionális és tudatos fogyasztó döntésének meghozatalakor a szolgáltatók gyakorlatának ismeretében van, így csak minimális információ közlésére van szükség. A reklámozó vállalkozásnak ugyanis mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszonmaximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára a lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra, ugyanis a reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak módja van a teljesszerű valós információ megismerésére,
- amint azt a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.170/2007/6. számú ítéletében (Vj-133/2005.) leszögezte, nem várható el a fogyasztótól, hogy egy intenzív, akár több hónapig tartó reklámkampány során az innen-onnan részletekben csöpögtetett információ-mozaikokat fejben összerakja, maga kutasson azután, hogy esetlegesen milyen csatornán keresztül juttathat el hozzá még reklámüzenetet a reklámozó. Még kevésbé várható el az ésszerűen eljáró fogyasztótól, hogy a reklámok szavahihetőségét kétségbe vonja, vagyis eleve számoljon azzal, hogy a reklámban úgy sem mondanak igazat, és nyomozni kezdjen a valós tények után,
- a Fővárosi Bíróság 2.K. 33.639/2007/9. számú, a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.350/2008/8. számú ítéletével helybenhagyott ítélete (Vj-30/2007.) szerint a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatói folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően - a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában, így például reklám által.



24. A Versenytanács a jelen eljárásban vizsgált egyes kereskedelmi kommunikációk értékelése során egyebek között figyelemmel volt arra, hogy ugyanazon döntési szakaszban a fogyasztó szükségszerűen további, a kereskedelmi kommunikációban közlőket korrigáló információ(k)hoz jutott-e vagy sem, illetőleg hogy a jelentős információt elhallgató kereskedelmi kommunikáció esetén a kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli korlátot támaszt-e vagy sem, s ha igen, akkor a kereskedelmi kommunikációban közölt információ a teljeskörűség látszatát keltette-e.

25. E körben a Versenytanács a következőket emeli ki:

#### *A fogyasztói döntési folyamat szakaszai*

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

27. Amint azt a Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott Vj-117/2009. számú eljárásban hozott határozatában is kiemelte, a kommunikációs eszközöknek önmagukban is eleget kell tenniük a tisztesség követelményének, annak az elvárásnak, hogy minden kommunikációs eszköz igaz, valós tájékoztatást, reális képet adjon a vállalkozásról, illetve annak árujáról. Nem minősül megalapozottnak az a vélekedés, hogy egy kereskedelmi gyakorlat megítélése során a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszközöket minden esetben összességükben kell vizsgálat tárgyává tenni.

#### *A valótlan információk korrigálása*

28. Fő szabály szerint jogsértőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat, ha annak eredményeként a fogyasztó valótlan információhoz jut az áru, illetve a vállalkozás valamely lényeges tulajdonságával összefüggésben.

29. A valótlan információk közlése esetén (ideértve a valós információ megtévesztésre alkalmas módon való közlését is) figyelembe veendő, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában lehetővé teszi-e további információk fogyasztók általi szükségszerű (a fogyasztó saját döntésétől függetlenül megvalósuló) megismerhetőségét,
- a fogyasztó ugyanazon döntési szakaszban – figyelemmel az adott kommunikációs eszköz (így különösen egy internetes honlap vagy egy szórólap) sajátosságaira is – nem jelentős anyagi és egyéb ráfordítás ellenében, saját döntése szerint további információ(k)hoz juthat-e.

Ha a fogyasztó a fentiek szerint a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában valótlan információ korrigálására alkalmas további információ birtokába jut, illetőleg juthat, az alkalmas lehet a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének a megszüntetésére.

30. Kiemelendő ugyanakkor, hogy nem szükségszerűen eredményezi a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének megszüntetését, ha a vállalkozás integrált, több kereskedelmi kommunikációs eszközt és csatornát alkalmazó kommunikációs kampányt folytat. Ez marketing szempontból indokolt döntés lehet, ugyanakkor az integrált kommunikációs kampány során a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában megvalósuló párhuzamos tájékoztatások nem szükségszerűen eredményezik azt, hogy a fogyasztó a különböző kereskedelmi kommunikációkból szerzett információkat elemzi, összeveti, s a valótlan információkat közlő kereskedelmi kommunikáció üzenetét maga korrigálja, ilyen kötelezettség nem is telepíthető a fogyasztóra.

31. Nem eredményezi a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének megszüntetését, ha a vállalkozás a fogyasztói döntési folyamat későbbi szakaszában további, adott esetben a korábbi valótlan közléseket korrigáló információk fogyasztók általi elérését teszi lehetővé. A többletinformációk későbbi (a korábbi fogyasztói döntések által már befolyásolt) szakaszban (pl. a szerződés megkötésekor) való elérhetővé tétele nem teszi meg nem történné a korábbi szakaszban megvalósult jogsértést. Egy ettől eltérő álláspont elfogadása azt eredményezné, hogy a vállalkozások (pl. reklámjaikban) minden következmény nélkül bármilyen valótlan információt közölhetnének, arra történő hivatkozással, hogy a valós információt a fogyasztó a döntési folyamat későbbi szakaszában, a szerződéskötésig megkapja.

*A jelentős információ elhallgatásával megvalósuló jogsértés,  
a kommunikációs eszköz korlátai*

32. A Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott Vj-6/2009. és Vj-117/2009. számú eljárásokban hozott határozataiban is aláhúzta, az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében rögzített tilalom megsértése nemcsak aktív tényállítással (azaz jellemzően valótlan állítással), hanem megtévesztő mulasztással is megvalósulhat. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, s ezáltal
- a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Annak elbírálása során, hogy az első feltétel teljesül-e, figyelembe veendő valamennyi tényszerű körülmény és a kommunikációs eszköz korlátai. Ez utóbbi vonatkozásában alkalmazandó az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése is, amely szerint ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás. E rendelkezés kapcsán kiemelendő,

- a megtévesztő mulasztás (jellemzően valamely lényeges információ kommunikációs eszközökből történő mellőzése vagy a kommunikációs eszköz kivitelezése révén történő elrejtése) esetén önmagában nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli mentesüléséhez, ha a kommunikációs eszköz térbeli vagy időbeli korlátokkal rendelkezik (a kommunikációs eszköz terjedelme nem alkalmas jelentős mennyiségű információ közvetítésére, a kommunikációs eszköz tartalmának észlelésére a fogyasztónak csak időben korlátozott lehetősége van). Ezekre a korlátokra magának a vállalkozásnak kell

figyelemmel lennie, amikor a kommunikációs eszköz tartalmát határozza meg. Az üzleti tisztesség keretei között a vállalkozás nem háríthatja át a fogyasztóra annak következményeit, hogy nem volt tekintettel a kommunikációs eszköz korlátaira, s csak a termék kedvező tulajdonságait jelenítette meg, mellőzve a kommunikációs eszközökön tett közlések helyes értelmezéséhez szükséges információk szerepeltetését,

- nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli automatikus mentesüléséhez az sem, ha a vállalkozás később biztosítja a kommunikációs eszköz által nem közölt információk megismerését, adott esetben legkésőbb szerződés megkötésekor lehetővé téve a szerződési feltételek részletes megismerését, mivel ez jellemzően teljes egészében már nem tudja meg nem történté tenni a döntési folyamat korábbi szakaszával összefüggésben tanúsított tisztességtelen magatartást. Ettől eltérő a helyzet, ha a vállalkozás a valamely információt elhallgató vagy elrejtő kommunikációs eszköz megismerésével azonos időpontban, illetve még a döntési folyamat azonos szakaszában az információt szükségszerűen eljuttatja a fogyasztók számára.

33. Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése kapcsán hangsúlyozza továbbá a Versenytanács, nem parttalanul veendő figyelembe azok az intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz.

Amint azt már előzőleg aláhúzta a Versenytanács, a jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy több szakaszból álló folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is.

Az előzőekre tekintettel az Fttv. 7. §-a (2) bekezdésének alkalmazása körében sem mellőzhető azon körülmény figyelembe vétele, hogy a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában teszi-e lehetővé további információk fogyasztók általi megismerhetőségét vagy más szakaszban, azzal, hogy a többletinformációk későbbi (a korábbi fogyasztói döntések által már befolyásolt) szakaszban való elérhetővé tétele nem teszi meg nem törtéنتé a korábbi szakaszban megvalósult jogsértést.

*A térbeli vagy időbeli korlátot nem támasztó kereskedelmi kommunikációs eszköz*

34. A Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott, Vj-6/2009. számú eljárásban hozott határozatában is rögzítette, ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem támaszt, vagy csak szűk körben támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, akkor elvárt, hogy a kereskedelmi kommunikáció ne csak az adott termék pozitív, hanem annak negatív tulajdonságait is tartalmazza, lehetővé téve, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson a termékről. Különösen ez a helyzet azon kommunikációs eszközök esetében, amelyekről – a bennük elhelyezett információk milyensége, illetve mennyisége révén – a fogyasztó alappal várhatja el a részletes tájékoztatást (pl. jellemzően a vállalkozás internetes honlapja, több oldalas szórólapp).

*A teljeskörűség látszatát keltő és az ilyen látszatot nem teremtő,  
térbeli vagy időbeli korlátot támaztó kereskedelmi kommunikációs eszközök*

35. A Versenytanács a Vj-6/2009. számú ügy kapcsán kiemelte, ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, a vállalkozásnak a kommunikációs eszköz tartalmának tárgyában hozott döntése határozza meg a kommunikációs eszközben szerepeltetendő információk körét:

- ha a vállalkozás úgy dönt, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében nem szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az sem elvánt, hogy az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges információkat közölje,
- ha azonban a vállalkozás azt a döntést hozza, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges, adott esetben a termék negatív, a fogyasztó számára nem előnyös tulajdonságait ismertető információkat is közölnie kell, kiegyensúlyozott, a termék adott tulajdonságáról reális képet adó tájékoztatást adva.

36. A jelen ügyben vizsgált kereskedelmi kommunikációk kapcsán a Versenytanács szükségesnek ítélte annak vizsgálatát is, hogy az adott, térbeli vagy időbeli korlátot támaztó kereskedelmi kommunikációs eszköz az adott információ vonatkozásában a teljeskörűség látszatát kelti-e vagy sem. Egyes kereskedelmi kommunikációk esetében az azokkal találkozó fogyasztók előtt is ismert, hogy az adott kereskedelmi kommunikáció nem teljes körű, így például a reklámban a vállalkozás részéről tett ígélet teljesüléséhez közelebbről nem ismert feltételek megvalósulása szükséges.

37. Ha a térbeli vagy időbeli korlátot támaztó kereskedelmi kommunikációs eszköz a teljeskörűség látszatát kelti, akkor ez azt eredményezi, hogy a fogyasztó részéről nem mutatkozik szükségesnek további információk megismerése. Ha ez a fogyasztói döntési folyamat torzulásához vezet, illetőleg vezethet, az információ elhallgatásából fakadó jogsértés megszüntetését eredményezheti, amennyiben a fogyasztói döntés szempontjából jelentőséggel bíró információhiány korrigálására még ugyanazon döntési szakaszban mód van, azaz a fogyasztó szükségszerűen az információhiányt megszüntető további információk birtokába jut. Nem szűnik meg ugyanakkor a jogsértés, ha az ugyanazon döntési szakaszban a fogyasztók által elért információ nem alkalmas az információhiány korrigálására, illetőleg ha a fogyasztó nem szükségszerűen jut további, az információhiányt megszüntető információhoz.

38. Ha a fogyasztó csak a döntési folyamat egy későbbi szakaszában jut további információhoz a teljeskörűség látszatát nem keltő információ kapcsán, akkor ez jogsértést eredményez, amennyiben a későbbi döntési szakaszban szerzett valós információ lényegesen módosítja a korábbi szakaszban alkalmazott kereskedelmi kommunikáció üzenetét vagy a korábbi szakaszban alkalmazott kereskedelmi kommunikációban közölt információban szereplő lényeges árujellemező csak szélsőséges esetben, atipikus fogyasztói kör számára elérhetően érvényesül.

## **1.000 perc mint limit**

39. A részvételi feltételek szerint az eljárás alá vont az „Egymás közt 0 Ft” opció esetében 1.000 perc felett a tarifákban érvényes percdíjakkal számláz. Az „Egymás közt 0 Ft” opció lényeges tulajdonsága az 1.000 perc limit.

40. Az eljárás alá vont előadása szerint az 1.000 perc feletti forgalomért nem számlázott az ügyfeleknek, a limit csak biztonsági okokból, a hálózat védelme érdekében került meghatározásra.

41. Az eljárás alá vont nyilatkozatát cáfoló bizonyíték nem ismert a Versenytanács előtt. Mindazonáltal ha az eljárás alá vont állítása szerint ténylegesen nem is alkalmazta a limitet, annak számlázási következményeit, a részvételi feltételek lehetőséget biztosítanak arra, hogy az eljárás alá vont bármikor a limit alkalmazásáról döntsön, amely alapot adhat a jogsértés megállapítására (vö. a Versenytanács Vj-29/2009. számú határozatával). Az alkalmazás lehetőségére vonatkozó információ fogyasztói ügyleti döntésre gyakorolt hatásának elbírálását lehetővé tevő (pl. az opcióval rendelkező fogyasztók telefonálási szokásait, az opció által érintett és azon kívüli telefonálások arányát ismertető) adatok ugyanakkor nem ismertek a Versenytanács előtt, amelynek így nincs lehetősége állást foglalni a kérdésben.

42. Az 1.000 perc limit kapcsán a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénytértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

## **A 2 éves hűségnyilatkozat megtételének követelménye**

43. A Versenytanács elmúlt években hozott határozatai értelmében

- a hűségnyilatkozat (megléte, hossza) az áru lényeges tulajdonsága, hiszen annak megtétele nélkül a kedvezményeket igénybe venni nem lehet, illetőleg a hűségnyilatkozattal létrejött szerződés esetén a fogyasztó a meghatározott időtartam lejárta előtt csak kedvezőtlen feltételekkel mondhatja fel szerződést (jelen esetben a fogyasztó kötbér fizetésére köteles),
- a hűségnyilatkozattal megkötött szerződés esetén a fogyasztót két fő, egymással szorosan összefüggő ellenszolgáltatás terheli: az áru (termék, szolgáltatás) árának a megfizetése és a későbbi (például a szolgáltatók közötti váltásban megmutatkozó) fogyasztói döntések meghatározott időszakra szólóan történő korlátozása, ezért a hűségidőszak megkövetelése (vagy annak hiánya) és annak hossza az ár részét képező tényezőnek tekinthető.

44. A kereskedelmi gyakorlatok Fttv. (illetve a korábbi időszak vonatkozásában: Tpv.) szerinti értékelése nem egy statikus, hanem egy dinamikus szemléletet igényel. A hűségnyilatkozat megtételének megkövetelése vagy ennek hiánya kétségtelenül továbbra is az áru lényeges tulajdonságának minősül, mindazonáltal az nem hagyható figyelmen kívül, hogy a hűségnyilatkozat megtételének előírása a jelen eljárással érintett piacon – egyebek között éppen a vállalkozásoknak a Versenytanács határozatai által kikényszerített, a hűségnyilatkozatra is kiterjedő tájékoztatási gyakorlata révén – a fogyasztók előtt is ismertén általánosan (a készülékek, a tarifacsomagok stb. körében egyaránt) elterjedtnek tekinthető. Mindez azt eredményezi, nem lehet automatikusan megállapítani a jogsértés megtörténtét, ha az eljárás alá vont vagy versenytársai – egyéb különleges körülmények fennálltának hiányában (pl. az általánosan alkalmazottnál hosszabb időre szóló hűségnyilatkozat megkövetelésének esetében) – nem közlik reklámjaikban a hűségnyilatkozat megtételének szükségességét, mivel nem tekinthető igazoltnak, hogy e kereskedelmi gyakorlat a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítetné, amelyet egyébként nem hozott volna meg,

vagy erre alkalmas. Ezen a megközelítésen az sem változtat, hogy a hűségnyilatkozat megkövetelésére adott esetben egy készülék vagy egy szolgáltatás, tarifacsomag, opció kapcsán kerül-e sor.

45. A jelen esetben az eljárás alá vont több kereskedelmi kommunikációjában nem került ismertetésre, hogy az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybe vételének feltétele a 2 éves hűségnyilatkozat megtétele, mindazonáltal a Versenytanács szerint a 2 éves hűségnyilatkozat megkövetelése kapcsán – utalva a fentiekben leírtakra – nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény. Kiemeli a Versenytanács, ezen, kizárólag a jelen eljárásban érintett piacra szólóan kialakított álláspont nem érinti a korábbi, más piaci környezetben hozott határozatokban foglaltakat.

#### **Az „Egymás közt 0 Ft” opciót igénybe vevő személyek száma**

46. Az „Egymás közt 0 Ft” opció maximum 6 személy vonatkozásában igényelhető.

47. A jelen eljárásban érintett kereskedelmi kommunikációkat a 21-39. pontban kifejtettek szerint értékelő Versenytanács szerint a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján az „Egymás közt 0 Ft” opciót igénybe vevő családtagok száma vonatkozásában nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény. A Versenytanács tekintettel volt arra is, hogy a jelenlegi magyarországi családmódel alapján az opciót igényelhető személyek számának 6 főben történő maximálása kapcsán nem valószínűsíthető e korlát életszerűtlen jellege.

#### **A Versenytanács döntése**

48. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács az eljárást a 1.000 perc limit, a 2 évre szóló hűségnyilatkozat megtételének kötelezettsége és az „Egymás közt 0 Ft” opciót igényelhető személyek száma vonatkozásában a Tptv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján megszüntette.

### **VI. Egyéb kérdések**

49. A Versenytanács külön határozatában megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009 őszi megtevesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor

- internetes honlapján és egyes televíziós reklámjaiban valótlanul állította, hogy az „Egymás közt 0 Ft” opció bármely Vodafone Plus, Multimédia, Internet, illetve netbook előfizetés esetén igénybe vehető,
- egyik szórólapján elhallgatta, hogy a Vodafone Családi Kedvezmény mely tarifacsomaggal nem vehető igénybe.

50. 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) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. Az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat legalább részben országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósult meg,
- a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el,
- a jogsértéssel érintett terület az ország egész területe,
- a nettó árbevétel alapján az eljárás alá vont az Fttv. alkalmazása körében jelentős méretű vállalkozásnak minősül.

51. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja és 82. §-a biztosítja.

Budapest, 2010. szeptember 2.

dr. Zavodnyik József sk.  
előadó versenytanács tag

dr. Gadó Gábor sk.  
versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
versenytanács tag