



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-90/2005/26.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Magyar Telefonkönyvek Szolgáltató Kft.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson kívül meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, az eljárás alá vont a fogyasztók választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszert alkalmaz, amikor szerződési ajánlatát annak látszatát keltve juttatja el a fogyasztókhöz, hogy az egy már korábban megkötött szerződés alapján kibocsátott számla.

A Versenytanács e magatartás folytatását a határozat kézhezvételétől megtiltja.

A Versenytanács egyebekben a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Magyar Telefonkönyvek Szolgáltató Kft. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit az általa a fogyasztóknak megküldött ajánlatával, cégnevével, illetőleg azzal, hogy internetes honlapján arról ad tájékoztatást, az általa működtetett telefonkönyv több mint 150.000 cég adatait tartalmazza.

I.

Az eljárás alá vont, az érintett piac

1. A jelen eljárásban érintett termékpiacnak a szakmai telefonkönyvek piaca, érintett földrajzi piacnak Magyarország területe minősül.

2. A piacon megjelenő telefonkönyvek több kategóriába sorolhatók, így megkülönböztethetők például

- nyomtatott és online formában elérhető,
- általános vagy szakmai,
- országos és egy meghatározott földrajzi területre korlátozódó telefonkönyvek.

A szakmai telefonkönyvekre (akár nyomtatott, akár online formában érhető el) jellemző a visszerhesség a telefonkönyvben megjelenni kívánó fél számára, míg a telefonkönyv használói ahhoz ingyenesen juthatnak hozzá (nem számítva az internet alkalmazásával kapcsolatos költséget).

3. A 2005-ben alakult, egy finn magánszemély tulajdonában lévő eljárás alá vont szakmai telefonkönyvet működtet az interneten. Az általa használt honlap és az adatbázis tárolásához szükséges kapacitás egy külföldi társaság tulajdona, az eljárás alá vont e vállalkozástól bérlti a honlapot és a kapacitást. A honlap külalakját az eljárás alá vont előadása szerint a másik társaság határozza meg. Az eljárás alá vont 2005 novemberében nyomtatott telefonkönyvet is meg kíván jelentetni, azonban még nem került eldöntésre, hogy ez a telefonkönyv csak az előfizetők számára lesz-e elérhető vagy más módon is terjesztésre kerül-e.

II.

Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

4. A vállalkozások különböző módszereket alkalmazhatnak annak érdekében, hogy őket, illetve termékeiket megismerjék a fogyasztók, valamint azért, hogy a fogyasztókat befolyásolják a különböző versenytársak, illetőleg versenyző termékek közötti választásban, a fogyasztói döntés folyamatában. Ezen módszerek egyike a direkt marketing.

5. A kutatás és közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lakcímadatok kezeléséről szóló 1995. évi CXIX. törvény 2.§-a (1) bekezdésének 4. pontja szerint a direkt marketing azoknak a közvetlen megkeresés módszerével végzett tájékoztató tevékenységeknek és kiegészítő szolgáltatásoknak az összessége, amelyeknek célja az érintett részére termékek vagy szolgáltatások ajánlása, hirdetések továbbítása, a fogyasztók vagy kereskedelmi partnerek tájékoztatása, üzletkötés (vásárlás) előmozdítása érdekében.

6. Az eljárás alá vont ügyfélköre bővítése céljából postai úton általa „szerződéses ajánlatnak” minősített nyomtatványt küldött a (potenciális) fogyasztóknak.

A nyomtatvány első oldalának baloldalán szerepelnek a szolgáltató/kibocsátó neve, címe, egyéb adatai, jobb oldalán szerepel az ügyfél neve címe. Ez alatt szerepel az „előzető/vevő neve, címe” rovat, amelyben az adott fogyasztó kerül feltüntetésre. Ezt követi egyebek között

a kiadás kelte, a befizetési határidő, az ügyfél azonosító, továbbá a „megnevezés” alatt a „cégadatok közzététele a telefonkönyvben” közlés.

A fizetendő összeg alatt igen apró betűkkel a következő található:

„Fizetési mód: Banki átutalás. Amennyiben nem a mellékelt csekkkel fizet, hivatkozzon ügyfélszámára. A fizetés önkéntes, az általános feltételek a hátlapon olvashatók. Ügyelünk arra, hogy Ön mindig kapcsolatba tudjon velünk lépni. Amennyiben kérdése van, keressen meg bennünket: Tel: ... vagy Fax: ...”A 2004/2005 évi szakmai telefonkönyvbe való felvétel.

Az oldal alján, az oldal mintegy 1/3-at képező részben található a szintén névre szólóan kitöltött fizetési szelvény, amely könnyen leválasztható a perforáció mentén az ajánlat többi részétől.

A nyomtatvány semmilyen közlést sem tartalmaz arra nézve, hogy szerződéses ajánlatnak minősül.

A nyomtatvány másik oldalán (hátdoldalán) található az Általános Szerződési Feltételek, amelyek egyébek között a következőket rögzítik:

„Szolgáltatás: adatok, promóció, hirdetés közzététele a www.telefonkonyv.org honlapon.” Ez 2005 áprilisától kiegészült: „továbbá azok megjelentetése a magyar telefonkönyv nyomtatott változatában, és kizárólag az előfizetők részére történő terjesztése. A magyar telefonkönyv nyomtatott változata minden év negyedik negyedében jelenik meg.”

„A Társaság és az Ügyfél között kötött szerződés akkor lép hatályba, ha az Ügyfél az ajánlatot elfogadja, az első részlet önkéntes megfizetésével.”

„Jelen szerződés tizenkét hónapig érvényes, kivéve valamelyik fél szerződéstől való elállása esetét.”

„Az Ügyfél az ajánlat (fizetéssel történt) elfogadásától számított nyolc napon belül írásban elállhat a szerződéstől, mely esetben a kifizetett összeget Társaság az elállástól számított húsz napon belül visszafizeti.”

7. Az eljárás alá vont közel 200.000 gazdálkodó szervezetet keresett meg ajánlatával, amelyek közül üzleti titoknak minősülő esetben került sor szerződéskötésre. Az előfizetők közül 78 fogyasztó nyújtott be panaszt, akiknek - előadása szerint - az eljárás alá vont visszafizette az általuk befizetett összeget.

8. Az eljárás alá vont által működtetett szakmai telefonkönyvben szereplő vállalkozások esetében az előfizetők és a nem fizetők között az a különbség, hogy az eljárás alá vont ajánlatának kézhezvételét követően fizető fogyasztók a kategóriákon belül kereséskor kiemelten jelennek meg, illetve olyan plusz információkat is közzétehetnek (nyitvatartási idő, website címe stb.), amelyre a nem fizető ügyfeleknek nincs lehetőségük. A www.telefonkonyv.org internetes oldal vizsgálata során megállapítást nyert, hogy a szakmai csoportokon belül elől szereplő, így alappal feltételezhetően az eljárás alá vont részére fizetést teljesítő vállalkozások jellemzően nem veszik igénybe az általuk kifizetett szolgáltatást (információk, e-mail cím stb. közzététele).

9. Ha a fogyasztó a későbbiekben nem teljesíti esedékes fizetése kötelezettségét, a szerződés megszűnik. Az eljárás alá vont előadása szerint a fizetési kötelezettség teljesítésére felhívó levelet sem küld a részére, tudomásul veszi az előfizető döntését.

10. A www.telefonkonyv.org honlapon a „hirdessen” cím alatt a következő szerepel:
„Reklámoznia kell cégét?
Ez biztos. Sok új ügyfél szeretne Öntől vásárolni. Havonta több ezren keresnek kapcsolatot olyan cégekkel, mint amilyen az Öné.
Előfizető ügyfélként a következőket nyújtjuk Önöknek.
A keresésnek megfelelő összes többi céget megelőző elhelyezés.
256 karakterhellyel írhatja le az Ön üzletét ill. közölheti akciós ajánlatát.
Linkek mutatnak az Ön email címére, honlapjára és térképére.
Kapcsolati információ az Ön címével, fax és telefonszámával.
További honlap logo vagy grafikus link az eredményjegyzéken és az eredmény-oldalon.
Az Ön cégének grafikai megjelenítése sárga szegéllyel a cégszavak körül.”

A „segítség” cím alatt a következő olvasható:

„A Telefonkönyv egy magyar szaknévsor, több mint 150000 cég és szervezet adataival.”

III. A vizsgálati jelentés

11. A vizsgáló álláspontja szerint a Tpv-t-be ütközik az eljárás alá vont által alkalmazott üzleti módszer, illetve az ajánlatok MATÁV-számlának történő „álcázása”, az eljárás alá vont honlapcíme, valamint a honlap megjelenítése szintén alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, mivel arra enged következtetni, hogy egy, a MATÁV által tulajdonolt honlapról van szó.

12. A vizsgáló szerint az eljárás alá vont és a Magyar Telefonkönyvkiadó Társaság Kft. által alkalmazott számlák közös vonása elsősorban az, hogy mindkettő telefonkönyvben való megjelenés ellenértékének kiegyenlítésére vonatkozik, valamint az, hogy mindkettőhöz csatolták a kifizetési szelvényt. Ugyanakkor a számlák mind betűtípus, mind szín, mind formai megjelenés tekintetében különböznek egymástól, így a fogyasztók megtévesztése nem valószínűsíthető.

Az eljárás alá vont által alkalmazott ajánlat számlának vélhető, a kialakítása (betűk színe, betűtípus) pedig a MATÁV-számlákat idézi. Tekintettel arra, hogy Magyarországon, hosszú évtizedeken át egyedül a MATÁV adott ki telefonkönyvet, így a hasonlósággal az eljárás alá vont egy már nem létező cég nevére és múltjára alapozva mintegy annak jogutódként tűnik fel az ajánlatokon. Ehhez járul hozzá, hogy a telefonkönyv megnevezés nem fedi a szolgáltatás valódi jellegét.

13. Az eljárás alá vont által használt internetes honlap vonatkozásában kiemelésre került, egy, a versenytársával szinte azonos weblapcím birtoklása valósul meg. A honlap ugyan nem hasonlít a Magyar Telefonkönyvkiadó Társaság Kft. honlapjához (www.telefonkonyv.hu), azonban a kialakítása (betűtípus, szín) az ajánlathoz hasonlóan a volt MATÁV külsőt idézi.

14. A vizsgálat megállapította, hogy a www.telefonkonyv.org weboldalon nem található információ arról, hogy az ott jelzett 150.000 cég nem mindegyike előfizető. A „hirdessen” címszó alatt lehet egyedül felvilágosítást kapni arról, hogy nem mind a 150.000 cég fizet a szolgáltatásért, illetve melyek azok a plusz szolgáltatások, amelyek a díjfizetés ellenében járnak.

15. A vizsgálo a jogsértés megállapítása mellett a magatartás folytatásától történő eltiltást indítványozta.

IV.

Az eljárás alá vont védekezése

16. Az eljárás alá vont kiemelte, a piacra való belépéshez olyan marketing módszert kellett választania, amely optimális időn belül teszi lehetővé a befektetések megtérülését. A direkt mail módszer olyan marketing stratégia, amely olcsón és rövid időn belül módot ad nagyszámú fogyasztó tájékoztatására, illetve elérésére azáltal, hogy a fogyasztók részére olyan ajánlatot küld, amely megkönnyíti szolgáltatása igénybevételét.

Az ajánlatot azért címzi a leendő ügyfél saját nevére, mert ilyen módon gazdaságosabb az ajánlatok kiküldése. Az egy lapból álló ajánlat megfelelő összehajtásával és annak a hozzá való borítékba helyezésével elkerülhető, hogy minden egyes borítékot külön-külön meg kelljen címezni, amely külön munkaerő igénybevételét tenné szükségessé. A befizetendő összeg feltüntetése az ajánlat megfelelő mérlegelése szempontjából szükséges. A fogyasztó így a szolgáltatás és ellenszolgáltatás pontos ismeretében dönthet arról, hogy meg kívánja-e rendelni a szolgáltatást.

17. Felhívta a figyelmet arra, a gazdasági társaságok külön személyzettel rendelkeznek arra, hogy a számlákat kezeljék, így nem fordulhat elő az, hogy az eljárás alá vont ajánlatát számlaként kezeljék, és annak tartalmát ne ellenőrizzék.

18. Az eljárás alá vont nem vitatta, hogy az ajánlaton nem szerepel, hogy az egy ajánlat, azonban a „számla” szó sem olvasható rajta. Magából az alkalmazott formanyomtatványból kitűnik annak ajánlat volta. Az általa alkalmazott ajánlaton feltüntetésre kerül, hogy a befizetés önkéntes.

Utalt a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény 167.§-ának (1) bekezdésében foglaltakra, amelyek rögzítik, hogy egy számlának milyen kellékeket kötelező tartalmaznia ahhoz, hogy azt a kibocsátó és a vevő a számviteli rendjébe beilleszthesse és lekönyvelhesse. Az eljárás alá vont által kiállított számla ezen kellékeknek csak egy részét tartalmazza, így nem szükséges különös gondosság ahhoz, hogy egy gazdálkodó szervezetnél a küldemény ajánlat voltát felismerjék és azt a jellegének megfelelően kezeljék.

19. Az ajánlat külső megjelenése úgy lett kialakítva, mint más országokban, ahol az anyacégnek a magyarhoz hasonló leányvállalata van, azonban a Magyar Telefonkönyvkiadó Társaság Kft. által tett észrevételt követően a nyomtatványok külalakját lehetőségeihez mérten megváltoztatta, azonban a szín megváltoztatására csak a piros szín árnyalatán belül volt erre lehetőségük, mert az anyavállalat logójának a színe szintén piros, s nem áll módjában ettől eltérni, ugyanakkor a „telefonkönyv” szót kiegészítette „magyar

telefonkönyv"-re. A korábban a nyomtatványain szereplő „telefonkönyv” megjelölést „magyar telefonkönyvre” cserélte és megváltoztatta az alkalmazott színárnyalatokat is. Megítélése szerint az általa alkalmazott számla külalakja egyértelműen eltér a Magyar Telefonkönyvkiadó Társaság Kft. és a Magyar Telekom Rt. számláitól.

Ajánlatának és a más számláknak az összehasonlíthatóságával kapcsolatban tehát minden tőle telhetőt megtett. Megjegyezte továbbá, hogy a korábbi MATÁV a nevét és logóját, valamint valamennyi nyomtatványa külalakját egy széles körű és minden fogyasztóhoz eljutó reklámkampánnyal egybekötve változtatta meg, így az eljárás alá vont által megcélzott fogyasztók nem téveszthették össze az eljárás alá vont által küldött ajánlatot a MATÁV számlákkal.

20. Az eljárás alá vont előadta, az általa a fogyasztóknak megküldött ajánlaton rögzítésre kerül a szerződés pontos tárgya: „cégadatok közzététele a telefonkönyvben.” Az általános szerződési feltételekben azért „adatok, promóció, hirdetés közzététele” szerepel mint a szerződés tárgya, mert az ügyfelek többféle szolgáltatás közül választhatnak. Az előfizető igénye szerint adatait az adatbázisban közzéteszi, amennyiben igényli, úgy külön díj ellenében, kiemelt helyen helyezi el az egyes keresési kategóriákban, illetve külön hirdetés közzétételére is lehetőséget biztosít. Ezeket a lehetőségeket valamennyi ügyfél igénybe veheti, így ennek az általános szerződési feltételekben való feltüntetése a szerződés tárgyát pontosan meghatározza, s az előfizetők a három lehetőség közül igényeiknek megfelelően választhatnak. Azért nem emelte ki, hogy a telefonkönyv jelenleg csak on line érhető el, mert 2005 novemberében tervezi nyomtatott telefonkönyv kiadását. A nyomtatott telefonkönyv az előfizetők adatait tartalmazza majd, s így az adatok nyomtatásban és on line egyaránt elérhetők lesznek. Az ajánlat hátoldalán feltüntetett általános szerződési feltételek rögzítik, hogy az adatokat a www.telefonkonyv.org honlapon kerülnek közzétételre.

21. A valójában on line szakmai telefonkönyvként, cégnévsorként, szaknévsorként aposztrofálható szolgáltatás azért kapta a „telefonkönyv” megnevezést, mert egyrészt az anyacég más országokban lévő leányvállalatai ezt az elnevezést alkalmazzák, s nem kívánt ettől eltérni, másrészt ez egy egyszerű, könnyen beazonosítható megnevezése a szolgáltatásnak.

22. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy a honlap külalakjának megváltoztatására neki nincs lehetősége, arra csak a honlap és az adatbázis tárolásához szükséges kapacitás tulajdonosa jogosult. A külalakra vonatkozó kötöttségekre tekintettel határozott úgy az eljárás alá vont, hogy leveleinek alkalmazkodnia kell a honlap kinézetéhez, így a honlapon található feliratokhoz hasonló méretű, színű és kinézetű betűtípust alkalmaz nyomtatványain.

23. Aláhúzta, sem honlapján, sem nyomtatványain nem állította, hogy 150.000 előfizetővel áll kapcsolatban vagy ilyen számú ügyfele van. A honlapon az szerepel, hogy 150.000 cég adataiból álló adatbázissal rendelkezik, amely megfelel a valóságnak.

24. Az eljárás alá vont tulajdonosa a cégnév kialakításakor arra törekedett, hogy az megkülönböztethető legyen a piacon működő többi szolgáltató cégnevétől, ugyanakkor tükrözze a cég tevékenységét. Álláspontja szerint cégneve nem tartalmaz semmilyen védett vagy védjegyjog alatt álló megjelölést vagy ábrát, így az nem sértheti már társaságok jogait.

25. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy az általa kiküldött ajánlatokhoz képest csak igen kis számú fogyasztó nyújtott be panaszt. Megítélése szerint ajánlata a hozzá fordult panaszosok és az előfizetők számarányát tekintve nem lehet megtévesztő.

26. Az eljárás alá vont jogsértés hiányában kérte a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését.

V. Jogi háttér

27. A Tpv. 9.§-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

A Tpv. 10.§-a értelmében tilos a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazása. Ilyen módszernek minősül különösen, ha olyan körülményeket teremtenek, amelyek jelentősen megnehezítik az áru, illetve az ajánlat valós megítélését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyszerű összehasonlítását.

A Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének j) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában a 72.§ (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljárást megszünteti. A Tpv. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentése alapján az eljárást megszünteti, ha nem látja indokoltnak annak folytatását, illetve megállapítja, hogy az eljárás alá vont ügyfél a törvénybe ütköző magatartás hiányában nem marasztalható el.

A Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének d) és f) pontja előírja, az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

VI. A Versenytanács döntése

28. A Tpv. III. fejezetének (a Tpv. 8. és 10.§-ának) célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgynak az áruk, illetve szolgáltatások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A Tpv. III. fejezete a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására. A versenyjogi relevancia megállapításához ugyanakkor nem kell a kedvezőtlen piaci hatásnak ténylegesen bekövetkeznie, elegendő, hogy a magatartás alkalmas legyen ilyen hatás kiváltására.

29. A Tpvt. alapján követelményként fogalmazódik meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozás által alkalmazott üzleti módszer ne korlátozza indokolatlanul a fogyasztók választási szabadságát, így különösen ne teremtsen olyan körülményeket, amelyek jelentősen megnehezítik az ajánlat valós megítélését.

30. A Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont a Tpvt. 10.§-ába ütköző magatartást tanúsít, amikor a fogyasztóknak megküldött szerződési ajánlata annak látszatát kelti, hogy az egy már korábban megkötött szerződés alapján kibocsátott számla.

A vállalkozás és a fogyasztó között közvetlen (közvetítő, pl. reklámmédium igénybe vételét nem feltételező) kapcsolatot teremtő direkt marketing eszközök, így a direct mail (postai úton megküldött levélreklám) alkalmazásának célja a fogyasztó azonnali cselekvésre, az adott termék megrendelésére vagy további információ beszerzésére történő ösztönzése. Ennek elérése érdekében a vállalkozás az általa kínált szolgáltatás ismertetése révén igyekszik felkelteni a fogyasztó érdeklődését, igyekszik őt a megrendelésre készíteni. Az eljárás alá vont által alkalmazott üzleti módszer keretében megküldött direct mail ezzel szemben nem ad pontos tájékoztatást arról, hogy milyen és miként igénybe vehető szolgáltatást kínál, pontosan milyen (éves) díj ellenében kínál az eljárás alá vont, s nem kíván élni a meggyőzés azon kézenfekvő eszközével sem, hogy a fogyasztókat tájékoztassa a szolgáltatás megrendeléséből várható előnyökről.

A Versenytanács az eljárás alá vont által alkalmazott szerződési ajánlat kapcsán megállapította, az még csak utalást sem tartalmaz arra nézve, hogy az szerződéses ajánlat. A fogyasztó figyelmét az általános szerződési feltételek hátoldalon való szerepeltetése sem hívja fel az ajánlat jellegre, mivel a már létrejött jogviszonyok alapján teljesítendő számlák esetében megszokott valamilyen információ, tájékoztató elhelyezése a hátoldalon, s ezen információk körébe az általános szerződési feltételek is besorolhatók.

Az eljárás alá vont által alkalmazott üzleti módszer azt eredményezi, hogy a postai küldemény ajánlat jellege rejtve maradhat a fogyasztók előtt, s azt a látszatot kelti, hogy az egy előzőleg már létrejött polgári jogi jogviszony keretében került megküldésre. A direkt marketing eszközök egyfajta sajátos párbeszédet kívánnak létrehozni a vállalkozás és a fogyasztó között annak érdekében, hogy a fogyasztó megismerje az adott terméke és megrendelje azt. Az eljárás alá vont postai küldeménye azonban olyan formát ölt, amely üzenatként azt közvetíti, hogy ez a párbeszéd már lezajlott, s a szolgáltatás már megrendelésre került, így teljesítendő a küldemény részét képező átutalási megbízás megadása.

Az a körülmény sem mellőzhető, hogy míg a szakmai telefonkönyvekben való megjelenésre jellemző a visszterhesség, addig az eljárás alá vont telefonkönyve esetén önmagában a megjelenésért nem, csak az egyéb szolgáltatásokért kell fizetnie a fogyasztónak – köztük azokért a szolgáltatásokért, amelyeket (az eljárás alá vont által nem cáfoltan) a fizetést teljesítő fogyasztók jellemzően nem vesznek igénybe, nem élnek a különböző információk közzétételének a lehetőségével.

31. A Versenytanács szükségesnek tartja aláhúzni, a vállalkozások fogyasztók irányába tanúsított magatartása nem alapulhat azon az elven, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztónak (eleve) tüzetesen ellenőriznie kell a vállalkozás küldeményeit, tájékoztatásait. Egy ilyen elvárás a fogyasztókra helyezné a vállalkozás jogsértő magatartása elhárításának terhet,

illetve azt tételezné fel, hogy a fogyasztóknak eleve kételkedniük kell a részükre megküldött küldeményekben. Nem szolgálhat a vállalkozások versenyjogi mentesülésére az arra történő hivatkozás, hogy a fogyasztó kellő óvatossággal kezelje a küldeményeket, a fogyasztó járjon el ésszerűen, a fogyasztó tegyen meg mindent annak érdekében, hogy mindig mindent ellenőrizzen. Ez a szemlélet magában hordozza a tisztességes verseny egyik alapelemének, a bizalomnak, a piaci szereplők magatartásának tisztességes voltába vetett hitnek az intézményesített megkérdőjelezését.

32. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont a fogyasztók választási szabadságát indokolatlanul korlátozó, a Tpvt. 10.§-ába ütköző üzleti módszert alkalmaz, amikor szerződési ajánlatát annak látszatát keltve juttatja el a fogyasztókhoz, hogy az egy már korábban megkötött szerződés alapján kibocsátott számla.

33. A Versenytanács a magatartás versenyjogi értékelése során nem tudta figyelembe venni az eljárás alá vont azon védekezését, hogy az általa kiküldött ajánlatokhoz képest csak igen kis számú fogyasztó nyújtott be panaszt, s ajánlata a hozzá fordult panaszosok és az előfizetők számarányát tekintve nem lehet megtévesztő.

A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását tiltó rendelkezéseknek nem tényállási eleme a fogyasztói panaszok rendelkezésre állása (amint a fogyasztóknak okozott sérelem megvalósítása sem), azaz a jogsértő magatartás megvalósításához nincs szükség a megtévesztés bekövetkezését konstaláló konkrét fogyasztói panaszra, mivel a Tpvt. értelmében a megtévesztésre alkalmasság is versenyjogi sérelemhez vezet. Ennek megfelelően a jogsértés megállapíthatósága szempontjából nincs jelentősége, hogy a versenyjogilag kifogásolható magatartás eredményeként hány esetben került sor szerződéskötésre, mert a versenyjogsértés ettől függetlenül, objektíve megvalósult. A jogsértés megállapíthatósága kapcsán tehát sem bír jelentőséggel a fogyasztói panaszok léte vagy hiánya, illetőleg azok száma, mivel fogyasztói panaszok hiányában is megvalósulhat a fogyasztók megtévesztése.

Megjegyzi továbbá a Versenytanács, az eljárás alá vonthoz forduló panaszosok száma legfeljebb csak azt jelezheti, hány olyan fogyasztó volt, aki a fizetés teljesítését követően észlelte, hogy egy korábban meg nem kötött szerződés alapján történt meg a teljesítés, arról azonban nem szolgál információval, hogy hány olyan fogyasztó van, aki ezt a későbbiekben sem észlelte, illetve észlelte, azonban nem fogalmazott meg panaszt.

34. A jogsértés Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács szükségesnek tartotta a törvénybe ütköző magatartás további folytatásának ugyanezen bekezdés f) pontja szerinti megtiltását is, amely azt jelenti, hogy a határozat kézhezvételétől az eljárás alá vont a fogyasztók számára nem küldhet olyan szerződési ajánlatot, amely egy már korábban megkötött szerződés alapján kibocsátott számla látszatát kelti, vagy egyébként azt az üzenetet közvetíti, hogy már létrejött a szerződés a fogyasztó és az eljárás alá vont között.

35. A Versenytanácsnak a Tpvt. rendelkezései értelmében nincs lehetősége arra, hogy bírságot szabjon ki a 2005-ben alakult eljárás alá vonttal szemben, mivel az a 2004. évben nem rendelkezett árbevétellel.

36. Az eljárás alá vont által a www.telefonkonyv.org internetes oldalon a telefonkönyvben szereplő cégek és szervezetek számáról közzétett tájékoztatással kapcsolatban nem áll

rendelkezésre olyan adat, amely alapján azt lehetne megállapítani, hogy a közlés nem felel meg a valóságnak.

37. Egy vállalkozás által alkalmazott üzleti módszer fogyasztók választási szabadságának korlátozására való alkalmasságát adott esetben erősítheti, ha a vállalkozás cégneve, illetve az általa alkalmazott dokumentumok, piaci megjelenések kivitelezése (színvilága, betűtípusa stb.) egy másik piaci szereplő cégnevével, dokumentumaival összetéveszthető.

Egy vállalkozás neve is versenyjogi értékelés tárgya lehet, különösen abban az esetben, ha a név a vállalkozásról, az általa kínált szolgáltatásról (áruról), a vállalkozás, illetve a szolgáltatás valamely lényeges tulajdonságáról ad tájékoztatást a fogyasztóknak.

A Versenytanács a Vj-211/2000. számú ügyben hozott határozatában kiemelte, a névhasználatból eredő sérelem jogi úton is többféle módon orvosolható, amelyek közé tartozik a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény VII. fejezetén alapuló polgári jogi védelem, vagy cégnyilvántartásról, a cégnyilvánosságról és a bírósági cégeljárásról szóló 1997. évi CXLV. törvény 15.§-ára alapított per indítása. Idetartozik a versenyjogi védelem is, az adott esetben a fogyasztók megtévesztésének vélelme okán indított versenyfelügyeleti eljárás formájában.

Amint azt a Versenytanács a Vj-10/2004. számú ügyben hozott határozatában aláhúzta a vállalkozások névhasználatával kapcsolatban, a társaságok cégbejegyzésekor lefolytatott cégbejegyzési eljárás nem jelenti egyben a névhasználat lehetséges versenyjogi aspektusainak vizsgálatát. Ezek elvégzésére csak a Tptv. alapján kerülhet sor.

A jelen esetben a Versenytanács úgy ítélte meg, nem indokolt az eljárás alá vont nevének (annak más vállalkozás nevével való összetéveszthetőségének) külön versenyjogi értékelése, mivel ha az eljárás alá vont a Tptv-be nem ütköző üzleti módszert alkalmaz tevékenysége során, illetve a versenyjogi követelményeknek megfelelő tájékoztatást nyújt a fogyasztók számára, akkor a cégnév önmagában nem lesz alkalmas a fogyasztók megtévesztésére. Aláhúzza ugyanakkor a Versenytanács, ezen álláspontját a jelen ügy keretei között alakította ki, s az nem jelenti azt, hogy adott esetben egy másik versenyfelügyeleti eljárás során ne lehetne versenyjogi értékelés tárgya az eljárás alá vont neve.

38. Ugyanezen okból a Versenytanács a jelen versenyfelügyeleti eljárás keretében nem tartotta szükségesnek az eljárás alá vont és egy másik piaci szereplő által kibocsátott számla összetéveszthetőségének versenyjogi értékelését sem, itt is jelezve, ez nem zárja ki, hogy egy másik, az eljárás alá vont által a jelen versenyfelügyeleti eljárás lezárását követően alkalmazott üzleti módszert, illetve általa a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatást vizsgáló versenyfelügyeleti eljárásnak ne lehetne a későbbiekben tárgya ezen kérdés tisztázása is.

Megjegyzi ugyanakkor a Versenytanács, a rendelkezésére álló adatok alapján nem tudta értelmezni az eljárás alá vont azon védekezését, amely szerint a fogyasztóknak megküldött ajánlat külső megjelenése úgy lett kialakítva, mint más országokban, ahol az anyacégnek a magyarhoz hasonló leányvállalata van. A Versenytanács ismeretei szerint az eljárás alá vont vállalkozás egy magánszemély és nem egy másik vállalkozás („anyacég”) tulajdonában áll, s ezt cáfoló iratokat az eljárás alá vont nem terjesztett elő.

39. A fenti indokok alapján a Versenytanács nem tartotta szükségesnek a jelen eljárásban az eljárás alá vont honlapja címének, illetőleg annak külön versenyjogi értékelését sem, hogy az

eljárás alá vont által megküldött ajánlat nyomtatott vagy on line formában megjelenő telefonkönyv kapcsán keltette-e egy már megkötött szerződés számlájának látszatát.

40. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács a 32. pontban foglaltakon túlmenően a versenyfelügyeleti eljárást megszüntette.

41. A Versenytanács határozatát a Tpv. 74.§-a második mondatának figyelembevételével tárgyaláson kívül hozta meg.

42. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83.§-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2005. október 25.