



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Ügyszám: **Vj-89/2006/19.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Pannon GSM Távközlési Zrt.** (Budaörs) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson meghozta az alábbi

### **határozatot**

A Versenytanács megállapítja, az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor 2006. év I. negyedévében egyes reklámjaiban elhallgatta, hogy a fogyasztó új számlás előfizetés vásárlásakor csak 2 éves hűségnyilatkozat megtétele esetén vehet részt az adatkártyát 0 Ft-ért kínáló akcióban.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 16.000.000 Ft (Tizenhatmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számla javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

### **I n d o k o l á s**

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Pannon GSM Távközlési Zrt. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit a „Kétszer annyi internet változatlan havidíjért” szlogennel indított, szélessávú adattovábbítási szolgáltatásaira vonatkozó akciójában a fogyasztók számára nyújtott tájékoztatással.

## I.

### Az eljárás alá vont, az érintett termékpiac

2. Az eljárás alá vont koncessziós szerződés alapján végez mobil rádiótelefon szolgáltatást digitális technológiával. Emellett internet hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is nyújt, és jelen van a mobiltelefonok és tartozékok értékesítésének piacán is.

Az eljárás alá vont nettó árbevétele 2005-ben mintegy 188,65 milliárd Ft volt.

2. Az elmúlt években a Gazdasági Versenyhivatal több versenyfelügyeleti eljárást indított az eljárás alá vonttal szemben fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában, s jogsértés került megállapításra a Vj-109/1998., Vj-170/2004., Vj-191/2004. és Vj-194/2004. számú ügyekben.

A Vj-170/2004. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatot a Fővárosi Bíróság 3.K. 31.986/2005/4. sorszámú ítéletében a határozatot részben megváltoztatta oly módon, hogy a határozat indokolásának 46. pontjában foglaltakat mellőzte (a bíróság elfogadta azon eljárás alá vonti álláspontot, hogy a „több” szó önmagában nem jelent automatikusan kettőnél többet). Ezt meghaladó részében a Fővárosi Bíróság a fellebbezés hiányában jogerőssé vált ítéletében a keresetet elutasította.

A Vj-194/2004. számú ügyben hozott határozat felülvizsgálata benyújtott keresetlevelet a Fővárosi Bíróság 7.K. 32.801/2005/2. számú végzésével idézés kibocsátása nélkül elutasította.

3. A kiskereskedelmi mobil szolgáltatási piac jelenleg háromszereplős, amelyen az eljárás alá vont vállalkozáson kívül a Magyar Telekom Nyrt. (T-Mobile Mobil Szolgáltatások Üzletág) és a Vodafone Rt. van jelen. A mobil rádiótelefon szolgáltatást - az állammal kötött koncessziós szerződések alapján - mindhárom vállalkozás az ország egész területére kiterjedően nyújtja. A mobilszolgáltatások kiskereskedelmi piacán az egyes szolgáltatók szolgáltatási csomagjai között intenzív árverseny folyik, piaci jelenlétüket rendkívül aktív marketing tevékenység jellemzi.

A piaci részesedések az elmúlt években az alábbiak szerint alakultak (a HIF/NHH Digitális Mobil Gyorsjelentései alapján):

Időpont	Penetráció (100 lakosra jutó szerződések száma)	Összes előfizetés száma	T-Mobile	Pannon GSM	Vodafone
2001. január	31,3	3.136.120	53,82%	40,13%	6,05%
2002. január	49,6	5.056.788	50,53%	39,38%	10,08%
2003. január	68,6	6.962.238	49,39%	38,09%	12,53%
2004. január	78,9	7.978.606	47,53%	35,60%	16,87%
2005. január	90	9.074.121	45,13%	33,95%	20,92%
2006. január	92,7	9.349.113	44,93%	33,19%	21,88%

4. Mindhárom mobilszolgáltató hálózatán lehetőség ad az internetszolgáltatás mobil rádiótelefon-szolgáltatáson keresztül történő elérésére.

A fogyasztó kétfajta módon veheti igénybe az internetszolgáltatást a mobilszolgáltató rendszerén keresztül:

- ún. WAP-szolgáltatás révén éri el az interneten közzétett tartalmakat (a WAP kifejezetten a mobiltelefonokra kifejlesztett formátumokat tartalmaz),
- a telefont asztali, hordozható vagy kézi számítógéphez kapcsolva éri el az internetet.

5. Az eljárás alá vont (2006. február 14-től) „MobileAdat” elnevezéssel kínálja azon szolgáltatás-csomagjait, amelyek előfizetői számára az általános csomagkapcsolt rádiószolgáltatás használatával WAP-, illetve internethozzáférést biztosítanak. A csomagok korábbi (2006. február 14. előtti), a vizsgált reklámokban is megjelenő elnevezése „Mobile Data” volt.

A fogyasztók számára 2003-tól elérhető „Mobile Data” díjcsomagokban 2005. október 18-tól változások következtek be. Ezt megelőzően három „Mobile Data” csomag állt a fogyasztók rendelkezésére, a „Mobile Data 1”, a „Mobile Data 30” és a „Mobile Data 500” csomag.

A „Mobile Data 1” és a „Mobile Data 30” csomag 2005. október 18-ával megszűnt, a „Mobile Data 500” csomagban pedig ezen időponttól változások következtek be: korábban a 500 MB forgalmi keretet kizárólag munkanapokon 21-06 óra között, valamint a hétvégi időszakban lehetett felhasználni, s az előfizetőnek munkanapokon 06-21 óra közötti időszakban, valamint a forgalmi keret felhasználása után minden esetben forgalmi díjat kellett fizetnie, 2005. október 18-tól azonban a csomagban foglalt 500 MB forgalmi keret korlátozott felhasználása megszűnt, azt bármelyik napszakban igénybe vehette az előfizető. Emellett bevezetésre került a „Mobile Data Start”, a „Mobile Data 3”, a „Mobile Data 50”, a „Mobile Data 250”, a „Mobile Data 500”, a „Mobile Data 1000” csomag.

	Bruttó havidíj	Havidíjban foglalt forgalmi keret	Bruttó forgalmi díj 10 KB-onként	
			Csúcsidőben	Egyéb időszakban
<b>Mobile Data Start</b>	0 Ft	0 MB	8,00 Ft	8,00 Ft
<b>Mobile Data 3</b>	490 Ft	3 MB	6,00 Ft	6,00 Ft
<b>Mobile Data 50</b>	1.990 Ft	50 MB	3,00 Ft	1,00 Ft
<b>Mobile Data 250</b>	3.990 Ft	250 MB	2,00 Ft	0,50 Ft
<b>Mobile Data 500</b>	6.990 Ft	500 MB	1,00 Ft	0,25 Ft
<b>Mobile Data 1000</b>	12.290 Ft	1.500 MB	0,75 Ft	0,25 Ft

6. Az eljárás alá vont által a „MobileAdat” (korábban: „Mobile Data”) díjcsomagokhoz kapcsolódóan kínált, SIM-kártyával ellátott adatkártya hordozható számítógépbe helyezve internethozzáférést biztosít, illetőleg – típustól függően – támogatja a fax és az SMS szolgáltatást is.

A jelen eljárás által érintett, a laptop alkalmazásával történő adatforgalom lebonyolítását szolgáló adatkártyák főbb jellemzői az alábbiak:

	<b>Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC kártya</b>	<b>Pannon MobiCard Plusz (SonyEri GC85 Cardphone)</b>	<b>Pannon MobiCard (COM ONE 1 MC410 PCMCIA kártya)</b>
<b>Internet</b>	+	+	+
<b>E-mail</b>	+	+	+
<b>GPRS</b>	+	+	+
<b>EDGE</b>	∅	+	∅
<b>3G</b>	+	∅	∅
<b>Mobil szélessáv</b>	+	+	∅
<b>Adatkártya tarifacsomag igényelhető</b>	+	+	+
<b>Hanghívás</b>	∅	+	+
<b>SMS küldése és fogadása</b>	+	+	+
<b>Fax küldése és fogadása</b>	∅	∅	+
<b>Pannon által fejlesztett szoftver</b>	∅	+	+
<b>Ár két év hűségnyilatkozat esetén</b>	69.990 Ft	44.900 Ft	9.900 Ft

## II.

### Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

7. Az eljárás alá vont 2006. január 16. és március 17. között akciót tartott, amelynek keretében

- azon kártyás és számlás ügyfeleknek, akik az akció alatt megrendelték vagy már rendelkeztek „Mobile Data 50”, „Mobile Data 250”, „Mobile Data 500”, „Mobile Data 1000”, „Üzleti Mobile Data 50”, „Üzleti Mobile Data 250”, „Üzleti Mobile Data 500” vagy „Üzleti Mobile Data 1000” csomaggal, a fordulónapot, illetve számlazárást követően két hónapra, változatlan havidíj mellett az eljárás alá vont megduplázta a havidíjba foglalt forgalmi keretet (a kedvezményt minden csomag esetében az eredeti feltételekkel lehetett igénybe venni),
- 2006. március 17-ig 0 Ft-os áron kínálta „MobiCard,” „MobiCard Plusz” és „Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC” adatkártyáit.

Az eljárás alá vont korábban adatkártyát érintő hasonló akciót nem tartott, ez egy aránylag új terület a mobil-kommunikáció vonatkozásában.

8. Az akcióhoz kapcsolódóan az eljárás alá vont széles körű reklámtevékenységet fejtett ki, reklámokat közzétéve

- rádiócsatornákon,
- a nyomtatott sajtóban,
- internetes honlapokon,
- vásárláshelyi és
- egyéb beltéri kommunikációs eszközök felhasználásával.

Az eljárás alá vont az ún. IVR rendszere által is tájékoztatást nyújtott a fogyasztók számára.

A reklámok alkalmazására jellemzően 2006. január 16. és február 13. között került sor. Az eljárás alá vont 2006. február 16-át követően a jelen eljárásban érintett reklámkampányban reklámkommunikációt nem folytatott, tekintettel arra, hogy arculatváltása (pl. új logó és brandnév) 2006. február 9-én kezdődött meg. Ekkortól az eljárás alá vont megkezdte a korábbi reklámanyagok begyűjtését és megsemmisítését, ugyanakkor az nem ismert, hogy az

eljárás alá vont egyes saját bemutatótermeiben és partnerüzleteiben pontosan melyik napig voltak fellelhetők vásárláshelyi reklámanyagok (bolti poszterek és szórólapok). Ezen reklámok kapcsán 2006. januárjában született döntés arról, hogy azokat 2006. február 7-ig lehet alkalmazni, azonban nem zárható ki, hogy egyes saját bemutatótermekben és partnerüzletekben ezt követően is fellelhetők voltak ezek a reklámok.

### 9. Rádióreklámok

Az eljárás alá vont 2006. január 17. és február 13. között öt rádiócsatornán 274 alkalommal tett közzé reklámot, két reklámot alkalmazva.

9.1. Az egyik reklámban az alábbi volt hallható:

Megnövekedett forgalom, torlódások nélkül? Igen, az információs szupersztrádán mobil szélessávon kétszer annyit közlekedhet változatlan díjért. Most duplán megéri mobil szélessávon internetezni, 2006. január 16. és március 17. között a Mobile Data 50, 250, 500 és 1000 csomagra előfizetők vagy azzal rendelkezők két hónapon át kétszer annyi internethasználatot kapnak változatlan havidíjért. Ráadásul március 17-ig új számlás előfizetés vásárlásakor, valamint 1 éves Mobile Data 500 vagy 1000 csomag megrendelése esetén nulla forintért adunk egy adatkártyát. Részletek az üzletekben. Pannon GSM. Az élvonal.

9.2. A másik reklámban az alábbiak hangoztak el:

Megnövekedett forgalom, torlódások nélkül? Most a Pannon GSM-nél kétszer annyit internetezhet mobil szélessávon változatlan havidíjért! Ráadásul március 17-ig új számlás előfizetés vásárlásakor, valamint 1 éves Mobile Data 500 vagy 1000 csomag megrendelése esetén nulla forintért kap egy adatkártyát. Részletek a honlapon és az üzletekben. Pannon GSM. Az élvonal.

### 10. Nyomtatott sajtóban megjelent reklámok

Az eljárás alá vont 2006. január 18. és 26. között hat napilapban, 2006. január 22. és február 7. között tizenkét hetilapban, illetve 2006. januárjában és februárjában tizennégy havi (kéthavi) lapban jelentetett meg reklámokat, összesen 39 alkalommal.

A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok az alábbiakat tartalmazták:

**Kétszer  
annyi  
internet  
változatlan havidíjért**

**Adatkártya 0 Ft-ért**

Internetezzen mobil szélessávon, mert most 2006. január 16. és március 17. között Mobile Data 50, 250, 500 és 1000 csomagra előfizető vagy már azzal

rendelkező ügyfeleink részére két hónapon át dupla adatforgalmat biztosítunk. Új számlás előfizetés vásárlása esetén, valamint 1 éves Mobile Data 500 vagy 1000 csomag megrendeléskor, 2006. március 17-ig 0 Ft-os akciós áron kínáljuk adatkártyáinkat: MobiCard, MobiCard Plusz, Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC kártya.

Az adatkártya-ajánlat a készlet erejéig érvényes. A mobil szélessávú szolgáltatás aktuális lefedettségéről és igénybevételi feltételeiről, az erre alkalmas készülékekről, valamint a további részletekről a Pannon GSM bemutatótermeiben, a Pannon Partnereknél, az Üzletszabályzatban és a honlapunkon tájékozódhat.

**Telefonos ügyfélszolgálat: 1220**

**[www.pannongsm.hu](http://www.pannongsm.hu)**

## *11. Internetes honlapokon közzétett reklámok*

Az eljárás alá vont 2006 januárjának második felében 13 internetes honlapon tett közzé reklámokat. A reklámok (banner-ek) egy része a megnövekedett internetes adatforgalomról, másik részük a 0 Ft-os adatkártya-vásárlási lehetőségről tájékoztatta a fogyasztókat.

11.1. Az egyik reklám (banner) az alábbiakat közölte:

Mobil Internet? Kétszeres adatforgalom! A Pannonnal most kétszer annyit internetezhet mobil szélessávon, változatlan havidíjért.

11.2. A másik reklám (banner) a következőket tartalmazta:

Adatkártyák szélessávon, most 0 Ft-ért!

11.3. Az akcióhoz kapcsolódóan az eljárás alá vont saját internetes honlapján az „Akciók” oldal „Kétszer annyi internet változatlan havidíjért” oldalán az alábbi tájékoztatást tette közzé:

### **Kétszer annyi internet változatlan havidíjért**

Internetezzen mobil szélessávon, mert most **2006. január 16. és március 17.** között Mobile Data 50, 250, 500 és 1000 csomagra előfizető vagy már azzal rendelkező ügyfeleink részére két hónapon át **dupla adatforgalmat biztosítunk.**

A mobil adatátviteli csomagok között mindenki megtalálja a wap- és internet használati szokásainak leginkább megfelelőt, sőt, most még többet barangolhat az információs szupersztrádán! A Pannon GSM a hozzáférés jellegétől független, időbeli korlátok nélküli mobil adatcsomag-struktúrát kínál előfizetői számlás és kártyás előfizetői részére, most jelentős kedvezménnyel. Ajánlatainkhoz a mobil szélessávú hálózat az eddigieknél lényegesen gyorsabb adatátviteli sebességet biztosít.

### **Adatkártyák 0 Ft-ért**

Ha Ön laptopot használ és előfizet szolgáltatásunkra, akkor szükséges lehet egy adatkártyára. Az adatkártyákat mind üzleti, mind lakossági előfizetőinknek egyaránt ajánljuk, és a Pannon GSM megújult Mobile Data csomagjaival a korábbiakhoz képest lényegesen költséghatékonyabb használatot biztosítunk.

Új számlás előfizetés vásárlása esetén, valamint 1 éves Mobile Data 500 vagy 1000 csomag megrendelésekor, **2006. március 17-ig 0 Ft-os akciós áron** kínáljuk adatkártyáinkat: MobiCard, MobiCard Plusz, Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC kártya.

Az adatkártya-ajánlat a készlet erejéig érvényes. A mobil szélessávú szolgáltatás aktuális lefedettségéről és igénybevételi feltételeiről, az erre alkalmas készülékekről, valamint a további részletekről a Pannon GSM bemutatótermeiben, a Pannon Partnereknél, az Üzletszabályzatban és a honlapunkon tájékozódhat.

Az eljárás alá vont internetes honlapján az „Akciók” oldal „PCMCIA kártya mobil szélessávon most 0 Ft-ért” oldalán az alábbi volt olvasható:

### **PCMCIA kártya Mobil Szélessávon most 0 Ft-ért!**

A **Pannon GSM új számlás előfizetés vásárlása esetén**, valamint 1 éves Mobil Data 500, vagy Mobil Data 1000 csomag megrendelésekor: három hónapos promóciós időszakban (**2005. december 6-tól 2006. március 17-ig**) **0 Ft-os akciós áron** kínálja az alábbi készülékeket:

- Mobicard
- Mobicard Plusz
- Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC kártya

#### **A kedvezmény igénybe vételének feltétele:**

- Új számlás előfizetés vásárlása 2 éves hűségnyilatkozattal
- Mobil Data 500, vagy Mobil Data 1000 csomag vásárlása 1 év szolgáltatás-hűséggel

#### *12. Vásárláshelyi reklámok*

Az eljárás alá vont az akció alatt saját bemutatótermeiben és a partnerüzletekben posztert, kirakati matricát, szórólapokat alkalmazott.

12.1. A poszter az alábbiakat közölte:

**Kétszer  
annyi  
internet  
változatlan havidíjért**

**Adatkártya 0 Ft-ért**

Internetezzen mobil szélessávon, mert most 2006. január 16. és március 17. között Mobile Data 50, 250, 500 és 1000 csomagra előfizető vagy már azzal rendelkező ügyfeleink részére két hónapon át dupla adatforgalmat biztosítunk.

Új számlás előfizetés vásárlása esetén, valamint 1 éves Mobile Data 500 vagy 1000 csomag megrendelésekor, 2006. március 17-ig 0 Ft-os akciós áron kínáljuk adatkártyáinkat: MobiCard, MobiCard Plusz, Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC kártya.

Az adatkártya-ajánlat a készlet erejéig érvényes. A mobil szélessávú szolgáltatás aktuális lefedettségéről és igénybevételi feltételeiről, az erre alkalmas készülékekről, valamint a további részletekről a Pannon GSM bemutatótermeiben, a Pannon Partnereknél, az Üzletszabályzatban és a honlapunkon tájékozódhat.

**Telefonos ügyfélszolgálat: 1220**

**[www.pannongsm.hu](http://www.pannongsm.hu)**

12.2. A kirakati matrica az alábbiakat tartalmazta:

## **Kétszer annyi internet változatlan havidíjért**

A további részletekről és az igénybevétel feltételeiről érdeklődjön az üzletben!

**Telefonos ügyfélszolgálat: 1220**

**[www.pannongsm.hu](http://www.pannongsm.hu)**

12.3. Az eljárás alá vont bemutatótermeiben és a partnerüzletekben elhelyezett szórólap egyebek között az alábbiakat tartalmazta:

## **Kétszer annyi internet változatlan havidíjért**

### **Adatkártya 0 Ft-ért**

Internetezzen mobil szélessávon, mert most 2006. január 16. és március 17. között Mobile Data 50, 250, 500 és 1000 csomagra előfizető vagy már azzal rendelkező ügyfeleink részére két hónapon át dupla adatforgalmat biztosítunk. Új számlás előfizetés vásárlása esetén, valamint 1 éves Mobile Data 500 vagy 1000 csomag megrendelésekor, 2006. március 17-ig 0 Ft-os akciós áron kínáljuk adatkártyáinkat: MobiCard, MobiCard Plusz, Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC kártya.

Az adatkártya-ajánlat a készlet erejéig érvényes. A mobil szélessávú szolgáltatás aktuális lefedettségéről és igénybevételi feltételeiről, az erre alkalmas készülékekről, valamint a további részletekről a Pannon GSM bemutatótermeiben, a Pannon Partnereknél, az Üzletszabályzatban és a honlapunkon tájékozódhat.

**Telefonos ügyfélszolgálat: 1220**

**[www.pannongsm.hu](http://www.pannongsm.hu)**



Az adatkártyát mind üzleti, mind lakossági előfizetőinknek egyaránt ajánljuk, és a Pannon GSM megújult Mobile Data csomagjaival a korábbiakhoz képest lényegesen költséghatékonyabb használatot biztosítunk.

Az adatkártyákhoz az alábbi Mobile Data csomagokat kínáljuk:

**Mobile Data 500** csomag a világháló rendszeres használóinak, nagyobb mennyiségű adat letöltésére ajánlott,

**Mobile Data 1000** csomag az internet aktív használóinak is elegendő.

Üzleti és lakossági ügyfeleinknek az adatátviteli kártyákhoz az Adatkártya tarifacsomagot javasoljuk, amelynek havidíja csupán bruttó 1200 Ft.

...

További részletek a Pannon GSM bemutatótermeiben és a Pannon partnereknél.

Telefonos ügyfélszolgálat: 1220

[www.pannongsm.hu](http://www.pannongsm.hu)

### *13. Egyéb beltéri reklámok*

Az eljárás alá vont által fallabda (squash) és fitness termekben alkalmazott beltéri reklám (poszter) az alábbiakat tartalmazta:

**Kétszer  
annyi  
internet  
változatlan havidíjért**

**Adatkártya 0 Ft-ért**

Internetezzen mobil szélessávon, mert most 2006. január 16. és március 17. között Mobile Data 50, 250, 500 és 1000 csomagra előfizető vagy már azzal rendelkező ügyfeleink részére két hónapon át dupla adatforgalmat biztosítunk. Új számlás előfizetés vásárlása esetén, valamint 1 éves Mobile Data 500 vagy 1000 csomag megrendelésekor, 2006. március 17-ig 0 Ft-os akciós áron kínáljuk adatkártyáinkat: MobiCard, MobiCard Plusz, Option GlobeTrotter 3G/GPRS PC kártya.

Az adatkártya-ajánlat a készlet erejéig érvényes. A mobil szélessávú szolgáltatás aktuális lefedettségéről és igénybevételi feltételeiről, az erre alkalmas készülékekről, valamint a további részletekről a Pannon GSM bemutatótermeiben, a Pannon Partnereknél, az Üzletszabályzatban és a honlapunkon tájékozódhat.

Telefonos ügyfélszolgálat: 1220

[www.pannongsm.hu](http://www.pannongsm.hu)

### *14. IVR rendszeren adott tájékoztatás*

Az eljárás alá vont a 1220 telefonszámmal elérhető ún. IVR rendszere révén az alábbi tájékoztatást adta a fogyasztóknak:

Internetezzen most még többet mobil szélessávon, mert 2006. január 16. és március 17. között Mobile Data 50, 250, 500 és 1000 csomagra előfizető vagy

már azzal rendelkező ügyfeleink részére két hónapon át dupla adatforgalmat biztosítunk.

Mobile Data Start szolgáltatás	– 1-es gomb
Mobile Data 3 szolgáltatás	– 2-es gomb
Mobile Data 50 szolgáltatás	– 3-as gomb
Mobile Data 250 szolgáltatás	– 4-es gomb
Mobile Data 500 szolgáltatás	– 5-ös gomb
Mobile Data 1000 szolgáltatás	– 6-os gomb
Mobile Data 1 szolgáltatás	– 7-es gomb
Mobile Data 30 szolgáltatás	– 8-as gomb
Átalánydíjas WAP és átalánydíjas	
GPRS alapú Pannon WAP hozzáférés	– 9-es gomb
Ügyintéző kapcsolása	– 0-s gomb

### III.

#### A vizsgálók indítványa

15. A vizsgálók álláspontja szerint az eljárás alá vont nem tájékoztatta a fogyasztókat megfelelően arról, hogy a 0 Ft-os adatkártyára vonatkozó ajánlat csak abban az esetben érvényes, amennyiben a fogyasztó a post-paid előfizetéshez készüléket is vásárol, s két éves hűségnyilatkozatot ír alá, miközben az áru lényeges tulajdonságának minősül a kétéves hűségnyilatkozat megkötésének szükségessége. Az eljárás alá vont egyes kommunikációs eszközeiben e lényeges körülményről a fogyasztókat nem tájékoztatta, s magatartása alkalmas volt arra, hogy a fogyasztói döntéseket tisztességtelenül befolyásolja. A jogsértő magatartás mindazon kommunikációs eszközök tekintetében megállapítható, ahol az eljárás alá vont nem tájékoztatta a fogyasztókat a kétéves hűségnyilatkozat megkötésének szükségességéről: rádióreklámok, online bannerek, nyomtatott sajtóbeli hirdetések, beltéri (vásárláshelyi) plakátok és szórólapok. E vonatkozásban a vizsgálók jogsértés megállapítását és bírság kiszabását indítványozták.

16. A vizsgálók a „Kétszer annyi Internet változatlan havidíjért” szlogen tekintetében a vizsgálók nem tartották megállapíthatónak az eljárás alá vont versenyjogi felelősségét, mivel a kampányban megtalálható összes kommunikációs elem megfelelően tájékoztatta a fogyasztókat a fenti szlogennel népszerűsített áru lényeges tulajdonságairól és az igénybe vétel feltételeiről.

### IV.

#### Az eljárás alá vont védekezése

17. Az eljárás alá vont felhívta arra a figyelmet, hogy az egy éves csomag szükségessége mint előfeltétel kampányának minden eleménél feltűnt a „Mobile Data 500” és a „Mobile Data 1000” kapszán. Az egyetlen kivételt a kirakati matrica képezi, amely azonban ún. figyelemfelhívó reklám, amelynél elhallgatással megvalósítható jogsértés nem állapítható meg (Vj-65/2003.). Ez alapján tehát egyáltalán nem állapítható meg a jogsértés, hiszen kifejezetten feltűntette a szolgáltatáshűséggel kapcsolatos elvárásait. Tette ezt azért, mert egy olyan „új” feltételhez kötötte az adatkártya ingyenes megszerzésének lehetőségét, amelyet kifejezetten az eljárás tárgyát képező, adatkártyákkal kapcsolatos promóciójakor írt elő,

vagyis az nem minden promóciójának eleme, így a fogyasztók ezzel kapcsolatos tájékoztatását fontosnak tartotta.

18. A 2 éves hűségnyilatkozattal összefüggésben előadta, 1998. május 5. óta, minden egyes általa támogatott, ún. ártámogatott készülék vásárlását, új számlás előfizetésnél kizárólag 2 éves hűségnyilatkozattal biztosítja előfizetőinek. Ezek a feltételek több, mint 8 éve nem változtak, vagyis minden előfizetője tisztában van azzal a ténnyel, hogy ártámogatott készüléket kizárólag akkor vásárolhat, ha 2 éves hűségnyilatkozatot ír alá. Itt pedig az, hogy ártámogatott készülékről van szó, egyértelmű, hiszen a készüléket 0 forintért biztosította előfizetői számára.

19. Hangsúlyozta, reklámjai az ésszerűen és tudatosan viselkedő, szabad akaratából vásárló fogyasztóhoz szólnak, aki figyelmes és körültekintő. Egy ilyen fogyasztó esetében kizárt, hogy a vizsgált kampány megtévesztő vagy megtévesztésre alkalmas voltát meg lehessen állapítani a jelen esetben éppen annak speciális tárgya miatt. A mobilszolgáltató társaságok termékei/szolgáltatásai nem a kiszolgáltatót fogyasztókat célozzák reklámjaikkal. Az érintett piacon a szolgáltatók ajánlataikkal hétről hétre licitálnak egymásra, elképzelhetetlen egy mobiltelefonnal rendelkező, az internet hozzáférést a készülékével megoldani kívánó fogyasztóról azt feltételezni, hogy megfelelő tájékoztatás híján kiszolgáltatót a piaci szolgáltatóknak. Azt, hogy egy reklám megtévesztő, esetleg tisztességtelen előnyszerzésre szolgál-e, kizárólag az alapján kell megítélni, mi az, amit ésszerűen elvár a célközönség az adott terméktől vagy szolgáltatástól. A kampány célközönsége nem minősíthető laikus fogyasztónak, aki e reklámok hatására vásárlás mellett dönt. Az a WAP-ot használó, e-mailen az átlagosnál aktívabban kommunikáló, az internetet a szokásos felhasználói szintnél sokkal inkább igénybe vevő személy, akiről okkal feltételezhető, hogy tájékozott a távközlésben, a telekommunikációban érvényesülő szakmai gyakorlatról, a mobil internet elérés költségeiről, képességeiről, fejlődési üteméről.

20. Utalt a Vj-196/2004. számú ügyben hozott döntésre, amely szerint „a reklám jogellenességének megítélésénél annak piaci hatás kiváltására alkalmasságán túl arra kell figyelemmel lenni, hogy az tartalmánál, illetve megjelenítésénél fogva alkalmas-e a célzott fogyasztói réteg megtévesztésére”. Az eljárás alapjául szolgáló promóció tárgya szerint, minden kétséget kizáróan elmondható, hogy a célzott fogyasztói réteg, az adott terület tekintetében meglévő magas kvalifikációja folytán, nem téveszthető meg a kérdéses információ hiánya által, s amely magas kvalifikációval az előfizetők minimális száma rendelkezik csupán. Ők azonban a szükséges mögöttes információval is tisztában vannak, így többek között ezen adatkártyák bekerülési értékével, a járulékos felelőségekkel, amely minden ártámogatott készülékvásárlás feltétele.

21. Emlékeztetett arra, hogy a promóció 2 éves hűségnyilatkozattal kapcsolatos része az adatkártyához kapcsolódott, egy rendkívül szűk területen használható „luxus” készülék, amely a mobil-internet elindulásakor, de még akár a 2005. esztendőben is bőven 100.000 Ft összeg felett volt kapható kiskereskedelmi forgalomban. Ezt a készüléket ajánlotta az eljárás alá vont akciójában 0 Ft-ért. Egy ilyen termék esetében, ahol az előfizetői használat, így a generált forgalom is speciális, rendkívül nehéz megtérülő készüléktámogatást kidolgozni, eltérően egy jellemzően hangalapú mobilkészülékekkel, ahol a beszéd, SMS, MMS, WAP szolgáltatásokat egyaránt igénybe tudja venni az előfizető, s ha az egyik szolgáltatást nem is, a másik esetében nagyobb valószínűséggel generál olyan mennyiségű forgalmat, amelyből megtérül a szolgáltató készüléktámogatása. Az adatszolgáltatások piacán sokkal nehezebb helyzetben van a mobil szolgáltató, ugyanis a technika jelenlegi állása ismeretében erős versenytársként kell betudni a vezetőkes internet szolgáltatásokat. Az eljárás alá vont szerint

azonban ahogy a beszédalapú szolgáltatások terén is a mobilitás jelentheti csak a jövőt, úgy az adatforgalmi szolgáltatások útja is a feltétlen mobilitás felé vezet, és ezért tartotta fontosnak a mobil internet és WAP használat népszerűsítését még akkor is, ha a ráfordított költségek, a bevételekkel nem állnak arányban. Példaként hívta fel a figyelmet arra, hogy a 2 éves hűségnyilatkozat esetén, a nettó 1.000 Ft-os havi előfizetői díjjal számítva sem közelíti meg az előfizető által kifizetett díj és az esetleges egyéb forgalom az adatkártya bekerülési, kiskereskedelmi árát.

22. A 2 éves hűségnyilatkozatról azért nem tett említést reklámjaiban, mert a fogyasztók ismerik a piaci gyakorlatot, ezért már nem volt, nincsen szükség a bevezetett elemek folyamatos sulykolására. Napjainkban a mobilszolgáltatók általában nem kommunikálják a támogatott árú készülékek hirdetése során a hűségnyilatkozatot, mint előfeltételt, mivel arról az előfizetők megfelelő információval rendelkeznek. A szolgáltatók majdnem minden kommunikációjához tartozik konkrét, ártámogatott készülékes ajánlat, így az már egy teljesen mindennapos körülménynek minősül.

23. Utalt a Vj-82/2003 számú ügyben hozott határozatra, amely kifejtette, „valamely vállalkozás árujára vonatkozó reklámtól nem várható el, hogy az összes lényeges tulajdonságról számot adjon, ha egyébként a fogyasztó megalapozott döntéséhez szükséges piaci ismereteket biztosítja”.

24. Amennyiben az (a jelen esetben speciális, a laikusnál magasabb szinten álló) fogyasztó a piaci ismeretekkel azért rendelkezik, mert a szolgáltatók gyakorlata mindig azonos egy termék, szolgáltatás esetében, úgy nem lehet arról beszélni, hogy a hűségnyilatkozat feltüntetésének elmaradása alkalmas lett volna a fogyasztók gazdasági magatartásának jelentős torzítására, azaz nem lehet szó tilalmazott magatartásról, a fogyasztók megtévesztéséről. Az elhallgatással megvalósuló jogsértés megállapítása kizárt akkor, ha a fogyasztó maga sem várja el, hogy olyan részletekről kapjon információt, melyeket már ismer, illetőleg amelyről – mint azt a következő bekezdésben részletezzük – még esetleges anyagi elkötelezettsége előtt pontos tájékoztatást kap, melynek létezéséről tudomása van, de nem feltétlenül ismeri minden részletét.

25. Felhívta a figyelmet arra is, hogy a fogyasztó nem a szolgáltatás igénybevételét követően szerez tudomást azon „többletelemről” (vagyis a két éves hűségnyilatkozatról, amelyet a fogyasztók 8 éve ismernek), amelynek ismeretében ügyleti döntését esetleg nem hozta volna meg, mint az eljárás alá vonttal szemben korábban lefolytatott versenyeljárásokban vizsgált ügyekben. Az adatkártya megvásárlását megelőzően, a fogyasztónak előfizetői szerződést kellett kötnie a szolgáltatóval, s a szerződéskötésről való döntéshozatalt megelőzően minden lényeges kérdéssel tájékoztatást kapott. Az előfizetőnek a készülék vásárlásakor minden esetben külön, egy oldalból álló hűségnyilatkozatot is alá kell írni, vagyis minden esetben még az előfizetői szerződés megkötése és a hűségnyilatkozat aláírása előtt valamennyi pontos információt megkapja a fogyasztó. Éppen ezért minden esetben, akár a szerződéskötés, a hűségnyilatkozat aláírásakor dönthet úgy az ügyfél, hogy a részletek ismeretében nem veszi igénybe az adott szolgáltatást, mint ahogyan akár azért is megtagadhatja a szerződéskötést, mert például az akció, csak piros készülékre terjed ki. Így a fogyasztó megtévesztésének még csak elvi lehetősége sem állhat fenn ezen indok alapján.

26. Az eljárás alá vont aláhúzta, a „Mobile Data” szolgáltatások esetében 2005. október 18-án több szempontból is újdonságokat vezetett be, kétséget kizáróan megállapítható a megújulás:  
- több új, különböző szolgáltatáscsomagot hozott létre, az előfizetők választási lehetősége lényegesen kibővült, igények jobban kielégíthetőek lettek, hiszen maga az előfizető nem

kényszerül feleslegesen arra, hogy egy nagyobb forgalmi mennyiséget tartalmazó, ámde jóval drágább tarifacsomagot vegyen igénybe ahhoz, hogy az internet-, illetve WAP szolgáltatásokhoz hozzáférhessen,

- egyes csomagokat kedvezőbb áron kínált, mivel a legkisebb (beépített adatmennyiséget tartalmazó) „Mobile Data” csomagnál megháromszorozta a csomagba épített adatmennyiséget, a fizetendő havidíj csökkentése mellett,

- 2005. október 18. után a „Mobile Data 500” csomagban az 500 MB adatmennyiség már (idő)korlátozás nélkül felhasználhatóvá vált, ami ezen időpontig csak 21 órától reggel 7 óráig, illetve hétvégén volt felhasználható, így elkerülhetővé vált a fogyasztó számára, hogy adott esetben más napszakban kedvezőtlenebb tarifák szerint internetezzen.

Kiemelte továbbá, a mobil technológiák fejlődése miatt (GPRS/EDGE/3G) az utóbbi egy esztendő alatt jelentősen gyorsult az adatátvitel sebesség, így jóval több adat forgalmazható egységnyi idő alatt, illetőleg nőtt a lefedettség is, így a technikai fejlődés, újítás ebből a szempontból is megállapítható, ami a gyorsabb adatátvitelt biztosít az előfizetők egyre szélesebb körének.

Az eljárás alá vont álláspontja szerint a változtatások eredményeként a fogyasztók az akció időtartamát is meghaladóan költséghatékonyabban vehetik igénybe a szolgáltatását.

27. Az eljárás alá vont megítélése szerint a Versenytanács előzetes álláspontjában helytelenül hivatkozott a vele szemben korábban lefolytatott, jogsértés megállapításával lezárt versenyfelügyeleti eljárásokra.

Hangsúlyozta, piacra lépése óta elkötelezett híve a versenynek, és igen nagy hangsúlyt fektet arra, a távközlési szolgáltatások széles körét a lehető legüggyfélbarátabb feltételek mellett akként biztosítsa előfizetőinek, hogy a jogszabályi és a hatósági követelményeknek, elvárásoknak is mindenben megfeleljen, még ha a követelmények sokszor nem egyértelműen kerülnek meghatározásra. A Tpv. követelményeinek is eleget tesz, amelyet az bizonyít, hogy 1994 óta, vagyis 12 év alatt, annak ellenére, hogy a Gazdasági Versenyhivatal több esetben eljárást indított vele szemben, mindösszesen négy esetben állapított meg jogsértést a fogyasztók megtévesztésére hivatkozással, illetőleg aláhúzta, 2005-ben és a 2006-ban egyetlen esetben sem indult olyan eljárás, amelyben jogsértés megállapításra került volna sor.

28. Az eljárás alá vont a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló, s egyes további kapcsolódó jogi aktusokat módosító 2005/29/EK irányelv vonatkozásában kiemelte, az arányosság elvével összhangban védi a fogyasztókat az ilyen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok következményeitől, amennyiben ezek jelentősek, de elismeri, hogy egyes esetekben a fogyasztókra gyakorolt hatás elhanyagolható.

Az irányelv még nem hatályos a magyar jogban, azonban már most is kapaszkodó, iránymutatás lehet abban a tekintetben, hogy hol lehet meghúzni azt a sokszor nehezen definiálható, az objektivitás hiányát magában hordozó, képzeletbeli határt, ahol még szükségtelen az állami védelem a fogyasztók részére, illetve ahol már elengedhetetlen a beavatkozás. E vonatkozásban egyebek között kiemelte, a magatartás fogyasztókra gyakorolt hatásának jelentősnek kell lennie, illetőleg a kereskedelmi gyakorlat olyan célból való alkalmazása szükséges, hogy az érzékelhető módon rontsa a fogyasztó tájékozott döntés meghozatalára való képességét, és amely ez által olyan ügyleti döntés meghozatalára ösztönzi a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg, továbbá abból kell kiindulni, hogy a fogyasztó tájékozott, figyelmes, körültekintő.

Az eljárás alá vont megítélése szerint az irányelv rendelkezései is azt támasztják alá, hogy nem követett el jogsértést.

29. Megjegyezte, számos eljárásban hangzott már el a reklámozók részéről, hogy a Gazdasági Versenyhivatal a reklámok cenzoraként, a fogyasztók vélt vagy valós érdekeinek védelmében eljárva túlzott mértékben avatkozik be a marketing kommunikációba, ezzel akadályozva a reklámozói szabadság, kreativitás kiteljesedését, ad absurdum saját céljával ellentétben álló helyzetet teremtve, a reklámok korlátozásával éppen hogy torzítva az olyannyira óvott versenyt és szabad fogyasztói döntéshozatalt.

30. A bírságkiszabás körében az eljárás alá vont felhívta a figyelmet arra, hogy a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdésében meghatározott, a bírság mértékénél irányadó körülmények közül nem lehet egyoldalúan kiemelni egyeseket. Aláhúzta, a kommunikáció időtartama nem egészen 4 hét volt, s a reklámkampánnyal, illetve a promócióval érintett fogyasztók köre igen csekély, majdhogynem elhanyagolható volt, amelynek igazolására ismertette az előfizetők számának változását. Aláhúzta, az előfizetések száma nem a kampánnyal érintett időszakban növekedett, sőt, volt, hogy az előfizetői szám csökkent. A növekedés markáns azonban 2005 októberéről novemberére, amely azt támasztja alá, hogy a növekedés a szolgáltatás tényleges, valós megújulására vezethető vissza. Hivatkozott arra, hogy a reklámkampánnyal elért előny igen csekély volt, minimális bevétel-növekedést jelentett, illetőleg kérte tekintetbe venni a versenyfelügyeleti eljárás során tanúsított együttműködő magatartását. Hangsúlyozta a magatartás felróhatóságának hiányát is, mivel – hasonlóan a másik két mobilszolgáltatóhoz - 1998 óta, több, mint 8 éve 2 éves hűségnyilatkozat mellett biztosítja a támogatott áruk vásárlását, így megtévesztésről, s ekként felróhatóságról nem lehet szó.

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

## **V. Jogi háttér**

32. A Tpv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének c) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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. 77.§-a (1) bekezdésének d) és f) pontja értelmében 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, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító

határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## VI.

### Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának versenyjogi értékelése

33. Amint azt a Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott Vj-170/2004. és Vj-191/2004. számú ügyekben hozott határozataiban (is) leszögezte, a Tptv. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával 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 Tptv. 8.§-ának alkalmazásakor a Versenytanács - a bírói gyakorlattal összhangban - általános követelményként fogalmazta meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásnak a magáról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz, pontos és valóságos legyen. Ezzel összefüggésben megjegyzi a Versenytanács, ez a versenyjogi követelmény nem jelent akadályt a reklám megalkotása során jelentőséggel bíró kreativitás kibontakozása előtt. A kreativitás megmutatkozhat abban, hogy a reklám felhívja magára a figyelmet, s szerepet játszik abban is, hogy a reklám üzenete eljusson a fogyasztókhoz. Ezen a körön belül elfogadható, ha a reklám kiemeli az adott termék egyes tulajdonságait, s arra kreatív módon hívja fel a fogyasztó figyelmét - a reklám üzenete, a reklám által nyújtott tájékoztatás azonban nem lehet áldozata a kreativitásnak, a reklám nem tévesztheti meg a fogyasztót.

A Versenytanács kiemelte, hogy a fogyasztók megtévesztése a termék lényeges tulajdonságára vonatkozó bármilyen valótlan tényállítás révén megvalósul.

Aláhúzta továbbá, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását tiltó rendelkezéseknek nem tényállási eleme sem a fogyasztóknak okozott sérelem megvalósítása, sem a fogyasztói panaszok rendelkezésre állása. A jogsértő magatartás megvalósításához tehát nincs szükség a megtévesztés bekövetkezését megállapító konkrét fogyasztói panaszra. A jogsértés megállapíthatósága kapcsán a fogyasztói panaszok léte vagy hiánya nem bír jelentőséggel, mivel fogyasztói panaszok hiányában is tanúsítható a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás. A versenyjogi sérelem már a jogsértő fogyasztói tájékoztatás közreadásával bekövetkezik, s ennek megfelelően az adott magatartás versenyre gyakorolt hatása elsősorban nem a jogsértés megállapításának körében, hanem a bírsággal összefüggésben értékelendő.

A Versenytanács hangsúlyozta, a jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb mód van a teljes körű valós információ megismerésére, a Tptv. ugyanis a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik. Ezzel összefüggésben a Versenytanács aláhúzta, nem szolgálhat a vállalkozások versenyjogi mentesülésére az arra történő hivatkozás, hogy a fogyasztó kellő

távolságtartással kezelje a minden esetben a túlzás eszközével élő reklámokat, a fogyasztó járjon el ésszerűen, a fogyasztó tegyen meg mindent annak érdekében, hogy a reklámok állításait ellenőrizze. Ez a szemlélet magában hordozza a tisztességes verseny egyik alapelemének, a bizalomnak, a piaci szereplők állításaiba vetett hitnek az intézményesített megkérdőjelezését.

Az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott Vj-194/2004. számú ügyben vizsgált rádióreklám kapcsán a Versenytanács aláhúzta (és a jelen eljárásban is irányadónak tekinti), a reklámok nem váltak jogszerűvé azáltal sem, hogy a rádióban elhangzott a „részletek az üzletekben” felhívás. Az ily módon megszerkesztett reklámnál (amely más reklámokkal szemben a valós vásárlási feltételeket még megtévesztésre alkalmasan sem tartalmazta) nem terhelheti a fogyasztót a tájékozódás kötelezettsége a különböző díjakra tett állítások valóságát illetően, vagyis nem támasztható olyan elvárás a fogyasztókkal szemben, ami rájuk helyezné a vállalkozás jogsértő magatartása elhárításának terhét azáltal, hogy a megtévesztésre alkalmas információk után, illetve a valós információk helyett a valós feltételeket ily módon „közli” a fogyasztókkal. A nagy anyagi és munkaráfordítással, éppen az áru eladása, vagyis a vállalkozás érdekében megjelentetett reklámban nem jeleníthetők meg egyoldalú információk, mert éppen ez a marketing fogás alapozza meg a jogsértést.

A Versenytanács hangsúlyozta határozatában, akció reklámozása esetében a fogyasztóknak pontos képet kell kapniuk az akció mibenlétéről.

34. A Versenytanács szükségesnek tartja megjegyezni, piaci magatartását tekintve az a fogyasztó (is) ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében. A reklámok egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában, így például reklám által.

A reklám nem alapozhat arra, hogy a tartalma szabadon meghatározható, bármit állíthat, mivel a fogyasztónak ésszerűen kell eljárnia, s ő ellenőrizze, hogy a reklám állítása megfelel-e a valóságnak.

Mindezek alapján a Versenytanács nem osztotta az eljárás alá vontnak a fogyasztói ésszerűséggel, körültekintéssel kapcsolatos előadását, azt is aláhúzva, a reklámokat közzetevő vállalkozásnak kell elől járnia a fogyasztók pontos, a valóságnak megfelelő tájékoztatásában, s nem alapozhat arra, hogy a fogyasztók megítélése szerint még milyen tájékozódást fognak megvalósítani, mintegy a fogyasztók kötelességévé téve a reklámállítások ellenőrzését.

Ugyancsak nem tartotta relevánsnak a Versenytanács a Vj-196/2004. számú ügyben hozott határozatra történt hivatkozást, mivel azon ügyben - eltérően a jelen eljárástól - nem egyszerűen nem laikus fogyasztókról (amint azt előfizetői kapcsán az eljárás alá vont állította), hanem szakemberekről (orvosokról) volt szó.

35. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács a jogsértés körében nem tudta elfogadni az eljárás alá vont jelen eljárásban előadott azon védekezését, amely a fogyasztóknak a reklámok észlelését követően nyújtott tájékoztatást ismertette.



36. A versenyjogi relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a Tpvt. a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztók megtévesztésének tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon (annak megjegyzésével, hogy ami reklámszakmai szempontból jó, hatásos megoldás, az versenyjogi szempontból elfogadhatatlan lehet). 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.

Ez a megközelítés tükröződik magában a Tpvt. III. fejezetének a címében is, amely nem a fogyasztói döntések tisztességtelen meghatározásának, hanem a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról beszél. Ezt fogalmazta meg a Legfelsőbb Bíróság is Kf.II. 39.104/2000/3. számú ítéletében, amikor megállapította, hogy a Tpvt. III. fejezetébe nemcsak az a tisztességtelen reklámtevékenység ütközik, amelyik a fogyasztók döntési szabadságát megszünteti, hanem az is, amely azt csökkenti.

37. Amint azt legutóbb a Vj-142/2001. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott, 2.Kf. 27.279/2005/9. számú ítéletében a Fővárosi Ítéltábla aláhúzta, a racionálisan gondolkodó átlagos fogyasztó választási szabadságát korlátozó, nem teljes körűen pontos, csak részben igaz és a valós körülményekről csak részben való tájékoztatás jogellenes. Az áru lényeges tulajdonságáról való hiányos tájékoztatás nem jogszerű, mint ahogy az sem, ha a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlen adatok a tájékoztatásból kimaradnak.

38. A Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben Vj-194/2004. szám alatt lefolytatott versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatában kiemelte, az olyan reklámokkal szemben, melyek részletesebb tájékoztatást adnak valamely áru – fogyasztókra kedvező – lényeges tulajdonságairól, illetve egy akcióban való részvétel fogyasztókra kedvezőbb feltételeiről (vagyis nem minősülnek a fogyasztók figyelmét valamely szolgáltatás igénybevehetőségére felhívó rövid, ún. figyelemfelhívó reklámnak), elvárás, hogy azok az áru fogyasztókra kedvezőtlenebb tulajdonságait - a Vj-194/2004. számú ügy esetében az akció tényét, feltételeit, a fizetendő díjat - is ugyanúgy közöljék.

39. A jelen esetben az eljárás alá vont rádióreklámjaiban, a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban, beltéri reklámjaiban, a vásárláshelyi posztereken és szórólapokon arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy 2006. március 17-ig új számlás előfizetés vásárlásakor, valamint 1 éves „Mobile Data 500” vagy „Mobile Data 1000” csomag megrendelése esetén 0 Ft-ért ad egy adatkártyát.

A tájékoztatás értelmében kétféle módon lehetett 0 Ft-ért adatkártyához hozzájutni: 2006. március 17-ig

- új számlás előfizetést kellett vásárolni

vagy

- 1 éves „Mobile Data 500” vagy „Mobile Data 1000” csomagot kellett megrendelni.

A reklámokból a fogyasztók az adatkártya ajándékjellegré is következtethettek, amely az eljárás alá vont védekezésében is hangsúlyozott éles piaci versenytől („az érintett piacon a szolgáltatók ajánlataikkal hétről hétre licitálnak egymásra”) nem idegen marketingmegoldás.

A reklámok kategorikus tájékoztatása egyértelmű volt, a következő üzenetet hordozta: ha a fogyasztók e két feltétel valamelyikét teljesítik, 0 Ft-ért juthatnak hozzá egy adatkártyához.

A reklámokból a fogyasztók számára ismertté vált, ha úgy kívánnak részt venni az akcióban, hogy „Mobile Data 500” vagy „Mobile Data 1000” csomagot rendelnek meg, akkor ennek legalább egy évre kell szólnia.

Az eljárás alá vont a fogyasztóknak szóló tájékoztatásainak többségében az új számlás előfizetéssel összefüggésben ugyanakkor nem szerepeltette az akcióban való részvétel egyik, a reklámokban közöltekhez képest korlátozó jellegű feltételét: a reklámok nem tájékoztatták a fogyasztókat arról, hogy az akcióban való részvételnek az is feltétele, hogy a fogyasztó 2 éves hűségnyilatkozatot tegyen, ha új számlás előfizetést vásárol az akcióban való részvétel érdekében.

Az eljárás alá vont ezen, a Tpv. 8.§-a (2) bekezdésének c) pontjába ütköző magatartása alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, mivel az akcióban való részvétel feltételeiről megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott azáltal, hogy a hangoztatott előny eléréseért teljesítendő feltételek közül egyet, az új számlás előfizetés esetén a fogyasztó választási szabadságát két évre korlátozót elhallgatta.

E körben a Versenytanács nem tudta elfogadni az eljárás alá vontnak azt az előadását, hogy azért nem tett említést reklámjaiban a 2 éves hűségnyilatkozatról, mert a fogyasztók (és így ügyfelei is) ismerik a piaci gyakorlatot. Amint az magának az eljárás alá vontnak az előadásából is kitűnik (és megerősíti a Versenytanács ismereteit), az általánosnak tekinthető fogyasztói tapasztalatok szerint a 2 éves hűségnyilatkozat nem magához a számlás előfizetéshez kapcsolódik, hanem egy új, kedvezményes árú mobiltelefonkészülék megvásárlásához, azaz számlás előfizetéses jogviszony hűségnyilatkozat nélkül is létrejöhet, ha a fogyasztó nem vásárol egy új telefonkészüléket. Ebből adódóan a jelen eljárásban vizsgált reklámokból a fogyasztó nem következtethetett arra, hogy ha új számlás előfizetés révén akar hozzájutni 0 Ft-ért egy adatkártyához, akkor ehhez egy 2 évre szóló hűségnyilatkozatot is kell tennie.

A reklámok a teljesség látszatát keltve ismertették az akcióban való részvétel feltételeit, illetőleg a másik lehetőség (a „Mobile Data 500” vagy „Mobile Data 1000” csomag megrendelése) vonatkozásában kifejezetten tartalmazták az 1 éves időszakra történő utalást, miközben ilyen közlésre nem került sor az új számlás előfizetéssel kapcsolatban. Az 1 éves időtartamra történő utalás egyrészt azt jelzi, hogy ennek a körülménynek relevanciája van a fogyasztói döntési folyamatban, s ezt maga az eljárás alá vont is így értékelte, másrészt pedig megerősítette a reklámok azon üzenetét, hogy az új számlás előfizetés vásárlása esetén nincs hűségkedvezmény, ellentétben a „Mobile Data 500” vagy „Mobile Data 1000” csomag megrendelésének esetével. A jelen eljárásban vizsgált reklámok kivitelezéséből adódóan semmilyen akadályba nem ütközött volna, hogy az eljárás alá vont azt is a tájékoztatás részévé tegye, az új számlás előfizetés esetén 2 éves hűségnyilatkozatot kell tennie a fogyasztónak ahhoz, hogy hozzájuthasson az ígért adatkártyához.

Nem mellőzhető az a körülmény sem, hogy egy kialakulóban lévő részpiacról van szó, ahol még nem lehet a vállalkozások által általánosan követett és a fogyasztók által is általánosan ismert gyakorlatról beszélni. Egy új részpiac vonatkozásában a vállalkozások által nem lehet adótnak venni egy másik részpiacon (a beszédforgalmi szolgáltatások részpiacán) kialakult gyakorlatot. Az adatkártyák akció keretében történő értékesítésével kapcsolatban pedig nyilvánvalóan nem lehet gyakorlatról beszélni, hiszen egy újonnan kialakuló piacról van szó, s azt az eljárás alá vont azt is ismertette, hogy a jelen eljárásban érintett akciót megelőzően adatkártyát érintő hasonló akciót nem tartott.

40. Védekezésében az eljárás alá vont utalt a Vj-82/2003 számú ügyben hozott határozatra, amely kifejtette, „valamely vállalkozás árujára vonatkozó reklámtól nem várható el, hogy az összes lényeges tulajdonságról számot adjon, ha egyébként a fogyasztó megalapozott döntéséhez szükséges piaci ismeretet biztosítja”. Ez ugyanakkor kiegészítendő azzal a megállapítással, hogy ha egy reklám már megjelenít valamely lényeges körülményt, akkor azt pontosan kell tennie, nem elhallgatva egyes, a közlés helyes értelmezéséhez szükséges tényeket.

41. A vizsgált közlés megjelent az eljárás alá vont internetes honlapja „Akciók” oldalának „Kétszer annyi internet változatlan havidíjért” oldalán is. A fogyasztó továbbkattintással érhetett el az „Akciók” oldal „PCMCIA kártya mobil szélessávon most 0 Ft-ért” oldalát, amely a kedvezmény igénybe vételének feltételeit is tartalmazta az alábbiak szerint:

- új számlás előfizetés vásárlása 2 éves hűségnyilatkozattal
- „Mobile Data 500” vagy „Mobile Data 1000” csomag vásárlása 1 év szolgáltatás-hűséggel.

Ezen az oldalon az eljárás alá vont közölte az akcióban való részvétel feltételeit, így e vonatkozásban az eljárás alá vont által nyújtott tájékoztatás jogsértő jellege nem volt megállapítható.

Megjegyzi ugyanakkor a Versenytanács, az eljárás alá vontnak a 2 éves hűségnyilatkozat fogyasztók által ismert gyakorlatára történő hivatkozását gyengíti az, hogy az interneten maga az eljárás alá vont is szükségesnek tartotta megjeleníteni ezen követelményt, miközben ezt nem tette meg más reklámjaiban, noha az akadályba nem ütközött volna.

42. A Versenytanács ugyancsak nem látta megállapíthatónak a jogsértést a több internetes honlapon közzétett reklám (banner, lásd a 11.2. pontot) esetében sem, amely arról adott tájékoztatást, hogy az eljárás alá vont adatkártyákat kínál 0 Ft-ért.

Az adott reklám alapján a fogyasztók számára egyértelmű volt, hogy az akcióban való részvételhez valamilyen feltételnek teljesülnie kell, s mivel erről a reklám (ellentétben más reklámokkal) nem tartalmazott teljes körűnek tűnő tájékoztatást, tudhatták, hogy az akciós ajánlat értelmezéséhez további információkat kell beszerezniük.

43. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas, a Tpv. 8.§-a (2) bekezdésének c) pontjába ütköző magatartást tanúsított, amikor a 2006. év I. negyedévében egyes reklámjaiban elhallgatta, hogy a fogyasztó új számlás előfizetés vásárlásakor csak 2 éves hűségnyilatkozat megtétele esetén vehet részt az adatkártyát 0 Ft-ért kínáló akcióban.

44. A Versenytanács nem tartotta relevánsnak az eljárás alá vont részéről a 2005/29/EK irányelv kapcsán előadottakat, mivel a határozat meghozatalának időpontjában az ezen az irányelven alapuló nemzeti szabályozás nem volt hatályban, azt a Versenytanácsnak alkalmaznia nem kellett.

45. Nem osztotta a Versenytanács az eljárás alá vont azon előadását sem, amely szerint a Gazdasági Versenyhivatal a reklámok cenzoraként, a fogyasztók vélt vagy valós érdekeinek védelmében eljárva túlzott mértékben avatkozik be a marketing kommunikációba.

A Versenytanács a Vj-170/2004. és Vj-191/2004. számú ügyekben hozott határozat (lásd a jelen határozat 33. pontját) mellett utal a Vj-198/2005. és a Vj-74/2006. számú ügyekben született határozatok azon megállapítására is, amelynek értelmében a reklám formájában megnyilvánuló tájékoztatás elkészítésénél megnyilvánuló kreativitás kapcsán nem lehet megfelekedni arról, hogy a reklámoknak eleget kell tenniük a versenyjogi követelménynek is. A Versenytanács megjegyzi továbbá, a Magyarországon közzétett reklámok igen nagy száma és sokszínűsége nem azt mutatja, hogy a Versenytanács határozatai a vállalkozások reklámtevékenységének ellehetetlenülését eredményeznék.

46. A Versenytanács - a vizsgálati jelentésben foglaltakkal egyezően - arra a megállapításra jutott, hogy nem állapítható meg jogsértés a reklámok azon közzétételével kapcsolatban, amely szerint adott időszakban az eljárás alá vont változatlan havidíjért kétszer annyit internetet biztosít mobil szélessávon. A vizsgálat nem tárt a Versenytanács elé olyan bizonyítékot, amely azt mutatná, hogy az eljárás alá vont a reklámokban közöltekkel ellentétben nem növelte duplájára a havidíjba foglalt forgalmi kereteket.

47. Nem állapított meg jogsértést a Versenytanács

- az eljárás alá vont internetes honlapja „Akciók” oldalának „Kétszer annyi internet változatlan havidíjért” oldala és

- bemutatótermeiben és a partnerüzletekben alkalmazott szórólap

esetében abban a vonatkozásban, hogy a fogyasztót arról tájékoztatták, az eljárás alá vont megújult „Mobile Data” csomagjaival a korábbiakhoz képest lényegesen költséghatékonyabb használatot biztosít, mivel az eljárás alá vont által 2005. október 18-tól bevezetett módosítások megalapozták ezt az állítást.

48. A Versenytanács a fogyasztók tisztességes, megtévesztésükre nem alkalmas tájékoztatása érdekében nem tartotta szükségesnek a jogsértő magatartást további folytatásának a Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének f) pontja alapján történő megtiltását, mivel a jogsértő magatartás tanúsítása időben már lezárult.

49. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján.

A bírság összegét a Versenytanács a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdésében meghatározott szempontok szerint határozta meg, figyelemmel a Fővárosi Bíróság Vj-16/2004. számú ügyben hozott, 7.K. 32.143/2004/7. számú ítéletére is, amelynek értelmében a törvényben megfogalmazott „összes körülmény” kifejezés csupán a releváns körülményekre vonatkozik, s a jogszabályi megfogalmazás csak mint példálózó felsorolást ad a lehetséges mérlegelési szempontokról. Ez azzal jár, hogy azok mindegyikének értékelése, figyelembe vétele nem szükséges minden esetben, csak akkor, ha az eset releváns körülményei közé tartozik.

A Versenytanács előtt ismert, hogy a jogsértést eredményező,

- több héten át kifejtett,
- a fogyasztók széles körét elérő,
- intenzívnek minősülő

reklámtevékenység kapcsán az eljárás alá vont részéről milyen (pontos mértéket tekintve üzleti titoknak minősülő) költségek merültek fel. A Versenytanács a bírság összegének megállapításakor az egyértelműen beazonosítható költségekből indult ki, tekintettel arra, hogy egy reklámozó vállalkozás legalább a reklámokra fordított kiadást elérő bevételre kíván szert tenni a reklámtevékenységgel összefüggésben.

Megjegyzi a Versenytanács egy meghatározott ideig tartó akciókra vonatkozó reklámok hatása jellemzően túllép a megjelenés időpontján, s akár az egész akció időtartama alatt is kifejtheti hatását, ezért a jogsértő reklámok versenyre gyakorolt hatása nem szűkíthető le négy hétre. E körben az sem mellőzhető, hogy az akció kapcsán az eljárás alá vont 2 évre szóló hűségnyilatkozat megtételét követelte meg, amely értelemszerűen tovább növelte a magatartás hatásának időtartamát.

A Versenytanács tekintettel volt arra, hogy a reklámok nem kizárólag a jogsértőnek minősülő tájékoztatást tartalmazták, hanem más közléseket is, ezért nem volt figyelembe vehető a költségek teljes összege.

A bírság összegét csökkentő tényezőként vette figyelembe a Versenytanács, hogy egyrészt a fogyasztó végső döntésének meghozatalát, a szerződés megkötését megelőzően ismertté válik az akcióban való részvétel összes feltétele (utólagos tájékozódás lehetősége), másrészt a fogyasztó az eljárás alá vont internetes honlapján megismerhette a más reklámokból hiányzó akciós feltételt (párhuzamos tájékozódás lehetősége), azzal, hogy ez utóbbi körülmény arra való tekintettel vehető figyelembe, az érintett fogyasztói kör tagjainak egy része valószínűsíthetően az interneten is tájékozódhatott az akcióról.

A Versenytanács ezt követően figyelemmel volt az eljárás alá vont piaci helyzetére, a mobil szolgáltatások piacán meglévő piaci részesedésének mértékeire is, illetőleg tekintettel volt a „MobileAdat” („Mobile Data”) csomagok értékesítéséből befolyt árbevétel nagyságára is, de az a körülmény sem volt mellőzhető, hogy a reklámok alkalmasak voltak az eljárás alá vont image-ának a számára kedvező befolyásolására, amely nemcsak rövid távon jelentkezik. A hosszú távú hatást támasztja alá az eljárás alá vont azon előadása is, amely szerint „az adatforgalmi szolgáltatások útja is a feltétlen mobilitás fele vezet, és ezért tartotta fontosnak a mobil internet és WAP használat népszerűsítését még akkor is, ha a ráfordított költségek, a bevételekkel nem állnak arányban.”

A Versenytanács súlyosító - az előzőek szerint számított bírság összegének megtöbszöröző - körülményként értékelte, hogy az elmúlt években a Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben több alkalommal állapította meg, hogy a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított. A Vj-109/1998. számú ügyben hozott határozatot mint bírságnövelő tényezőt a Versenytanács nem vette figyelembe, tekintettel arra, hogy a határozat meghozatalára már több mint nyolc évvel ezelőtt került sor.

A korábban meghozott határozatok egyértelmű, a jelen esetben is iránymutató megállapításokat tartalmaztak az eljárás alá vont által figyelembe veendő versenyjogi követelményeket illetően, azonban ezeket az eljárás alá vont figyelmen kívül hagyta, amely a felróhatóság körében értékelendő.

A Versenytanács nem tudta bírságcsökkentő tényezőként figyelembe venni az eljárás alá vontnak azt az érvelését, amely szerint a versenyfelügyeleti eljárás során együttműködő magatartást tanúsított. Amint azt a Fővárosi Bíróság a Vj-14/2004. számú ügyben hozott 7.K. 31.951/2004/3. számú ítéletében kifejtette, az együttműködő magatartás egy nehezen felderíthető, bonyolult tényállású ügyben a további tényállás felderítését elősegítő magatartás értékelését jelenti. A Fővárosi Bíróság Vj-16/2004. számú ügyben meghozott, 7.K. 32.143/2004/7. számú ítéletének értelmében az eljárást segítő együttműködő magatartás mint enyhítő körülmény akkor vehető figyelembe, ha az együttműködő magatartás nélkül a jogsértés feltárására valószínűsíthetően nem vagy nehezen és hosszadalmas bizonyítás útján kerülhetett volna sor. Fogyasztók megtévesztése körében - egyszerű megítélésű ügyek -

esetén a versenyhatósággal való együttműködést a jóhiszemű eljárás körében lehet értékelni, amely az egyes eljárás alá vontak kötelezettsége.

A Versenytanács az eljárás alá vont azon előadását sem tudta enyhítő körülményként értékelni, jogkövető magatartást bizonyítja, hogy a Gazdasági Versenyhivatal több esetben eljárást indított vele szemben, s mindösszesen négy esetben állapított meg jogsértést a fogyasztók megtévesztésére hivatkozással, azon belül pedig 2005-ben és a 2006-ban egyetlen esetben sem indult olyan eljárás, amelyben jogsértés megállapításra került volna sor. A Tpv. rendelkezéseinek tiszteletben tartása önmagában nem vehető figyelembe bírságcsökkentő tényezőként, illetőleg az eljárás alá vont érvelése legfeljebb csak akkor bírhatna jelentőséggel, ha a Gazdasági Versenyhivatal például 2005-ben és 2006-ban az eljárás alá vont minden egyes fogyasztóhoz eljuttatott tájékoztatását versenyjogi értékelés alá vetette volna, s akkor került volna megállapításra, hogy azok között egy sem volt jogsértő.

A fenti szempontok alapján kiszámított bírság összege (16 millió Ft) meg sem közelíti az eljárás alá vonttal szemben kiszabható, törvényben meghatározott maximumot.

## **VII. Jogorvoslat**

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

Budapest, 2006. november 9.