



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

VERSENYTANÁCS

---

Vj-147/2006/25.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **MALÉV Légi közlekedési Zrt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozással szemben fogyasztók megtévesztése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyaláson – meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t**

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított

- a.) a 2004-ben, „Időben kezdje el a nyaralást” kampány keretében a rádióban és a sajtóban,
- b.) a 2004-ben, az „Őszi Árakció” kampány keretében a sajtóban,
- c.) a 2004-ben, a „Tanulj meg integetni” kampány keretében a rádióban, a TV-ben, a sajtóban, a freecardon, és az óriásplakáton,
- d.) a 2005-ben, a „Kids go free” kampány keretében a rádióban, és
- e.) a 2005-ben, a „Vele, nem vele” kampány keretében a rádióban és az óriásplakáton

közzétett reklámokban, valamint

- f.) A „páratlan árak, páratlan városok” (2004-2006) banner kampányban alkalmazott páratlan jelző használatával.

Kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást, hogy a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül fizessen meg a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételi számlájára 30.000.000 Ft, azaz Harmincmillió forint versenyfelügyeleti bírságot.

Ezt meghaladóan megállapítja a jogsértés hiányát.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül, a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, de a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel élhet az eljárás alá vont vállalkozás.

**I. 1. Az eljárás tárgya**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a MALÉV Zrt. (továbbiakban eljárás alá vont) a 2004-től 2006. júliusáig terjedő időszakban egyes marketing kommunikációiban nem megfelelő módon tájékoztatott az utasok számára igénybe vehető utazási szolgáltatás ellenértékeiként fizetendő összegről, illetve a kapcsolódó díjtételekről szóló tájékoztatás sértette a Tpv. 8.§ (2) bekezdését.

2. Fentiekre tekintettel a Gazdasági Versenyhivatal a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 70. § a alapján versenyfelügyeleti eljárást indított.

### **I. 2. Az eljárás alá vont**

3. A Magyar Légiközlekedési Zrt. a Magyar Köztársaság nemzeti légitársasága hatvan éves múltat tekint vissza. A Malév Zrt. fő tevékenysége keretében menetrendszerű utasszállítással, áru fuvarozással és charterüzemeléssel foglalkozó légitársaság. A Magyar Légiközlekedési Vállalat 1946. március 29-én jött létre, majd 1992 nyarán alakult át 100 százalékban állami tulajdonban lévő zártkörűen működő részvénytársasággá (Malév Rt.). Jelenleg az ÁPV Zrt. a részvények 99,95 %-ával rendelkezik. A Malév Zrt. 35 országban képviselteti magát Malév képviseletek és vezérigénynökök útján.
4. A Malév Zrt. 2004. évi nettó árbevétele: 120.278.197.055,-Ft, a 2005. évi nettó árbevétele: 116.560.616.663,-Ft.

### **I.3. A vizsgálat során feltárt információk**

5. Néhány évvel ezelőtt jelentős változáson ment át a légi személyszállítás piaca, különösen az eljárás által érintett jellemzően az Európa nagyvárosaiba és a mediterrán térségbe irányuló légi személyszállítás piaca. Az ún. klasszikus, nemzeti légi társaságok mellett a turizmus fejlődése életre hívta az ún. „fapados” légi társaságokat, tekintettel arra is, hogy a nyári turistaszezon igényeit a charter járatok már nem tudták kielégíteni. A növekvő utazási igény kielégítésére jelentős számú légi társaság lépett a piacra. A fapados járatok jellemzően kevésbé elégítik ki a luxus igényeket, áraik alacsonyabbak, azokat szinte napról napra az utazási igényeknek megfelelően alakítják.
6. Magyarországon az eljárás alá vonton kívül jó néhány klasszikus és fapados légi társaság szervez repülőutakat jelenleg. A minőség és a személyfuvarozásért fizetendő összeg igen széles skálán mozog. A fogyasztói kör rendkívül széles, szinte valamennyi magyar fogyasztó, és magyar nyelven beszélő fogyasztó érintett lehet, évente akár több alkalommal is. A fogyasztói kör nemcsak magánfogyasztókból áll, hanem ide sorolhatók az üzleti utat bonyolító cégek is. A magánfogyasztók egyaránt igénybe veszik a klasszikus és fapados járatokat, míg az üzleti kör – kényelmi és megbízhatósági szempontok miatt – még mindig a klasszikus légitársaságokat részesíti előnyben.
7. A fogyasztók sokféle forrásból szerezhetnek információt, mielőtt utazását megszervezi. A potenciális fogyasztó a tervezett úti cél kiválasztása után eldönti, hogy az adott földrajzi hely milyen közlekedési eszközzel érhető el a számára legkedvezőbb módon (az utazás időtartama, menetrendi adottságok, szálláslehetőségek és árak, kényelmi és ellátási szempontok stb.). Távolabbi úti célok esetében egyértelműen a légi közlekedés élvez előny a potenciális fogyasztók többségénél. A fogyasztói döntésre jelentős hatást gyakorolnak a légitársaságok reklámjai és akciói. A korlátozottabb anyagi lehetőségekkel rendelkező fogyasztók előszeretettel választják a kevésbé kényelmes, és kevesebb plusz szolgáltatást nyújtó ún. fapados (low cost) légitársaságokat, különösen, ha a tervezett utazás nincs

szigorúan indulási vagy érkezési időponthoz kötve, és lehetőség van a hónapokkal előbb történő jegymegrendelésre és jegyvásárlásra is.

8. A különböző akciók jelentősen közelíthetik a klasszikus légitársaságok ajánlatait a fapados jegyárakhoz, amikor is a kiegészítő szolgáltatások, a megbízhatóság (járatörlések kisebb esélye) a MALÉV és/vagy más klasszikus légitársaságok felé irányíthatják a potenciális fogyasztót. A piacon kialakult reklámozási gyakorlat az alacsonyabb jövedelmű fogyasztóban a fapados légitársaságok tekintetében azt a látszatot kelti, hogy az utas olcsón érheti el úti célját, rutinszerű döntéssé téve ezáltal a jegyvásárlást. A vásárlási folyamat során a fogyasztó kiválasztja a légitársaságot, mely döntésben az ár domináns áru tulajdonságának minősül.
9. A potenciális fogyasztó az általa a választáshoz indokolt mértékben folytat piackutatást a légi társaság kiválasztása előtt, jellemzően az interneten, és/vagy az utazási irodákban. A repülőjegyet a fogyasztó az utazási irodáknál, jegyirodáknál és az interneten vásárolhatja meg. A fapados légitársaságok esetében a potenciális fogyasztó, amennyiben van internet hozzáférése, az interneten tudakozódik elsődlegesen. A fogyasztók többsége a klasszikus légitársaságok, így a MALÉV esetében is a cég által fenntartott jegyirodákat keresi fel további információk szerzése és jegyvásárlás céljából, de információkat szerezhet az eljárás alá vont weboldalaról is. Előfordul, hogy az eljárás alá vont a kedvezményes repülőjegyeket csak az online foglalás esetén biztosítja (A MALÉV-nél – a vizsgált időszak során alkalmazott – gyakorlata szerint online foglalás esetén is kellett jegykezelési költséget fizetni, melynek összege alacsonyabb volt, mint a jegyirodában vásárolt repülőjegyek esetén, 1000,- Ft/rendelés).
10. A fogyasztók csak a döntéshozatalkor szembesülnek azzal a ténnyel, hogy a kiválasztott utazás lényegesen többbe kerülhet, mint a hirdetésekben jegyárként feltüntetett összeg, hiszen repülőtéri illetéket, jegykiállítási díjat vagy költséget és egyéb jogcímen felszámolt összegeket is fizetnie kell az utazás érdekében (így van ez on-line foglaláskor is). Az így fizetendő összeg sokszor a hirdetésben szereplő ár többszöröse is lehet.
11. Vannak olyan hirdetések, melyek csak egy útra szóló árat tartalmaznak, illetve az ténylegesen fizetendő összegről a fogyasztót csak a kis betűkkel feltüntetett, a figyelmet elkerülő közlés tájékoztat, minek folytán a fogyasztó csak közvetlenül a döntéshozatal előtt értesül arról, hogy a kedvezményes áru oda úthoz adott esetben teljes árú visszaút járulhat az utazás tervezett időtartama miatt.
12. A fapados járatok megjelenésével a marketing tevékenység az érintett piacon rendkívül megélénkült. Az új piacra lépő légitársaságok intenzív reklám és marketing tevékenysége, akciói a klasszikus légitársaságokat is rászorították az árakkal kapcsolatos marketing lépések megtételére. A piacra lépés - az utóbbi néhány esztendő megfigyelései alapján - csak alacsony árakkal lehetséges. (Pl. a Magyarországon 2006. október 25-ével megjelenő SmartWings fapados légitársaság a cseh állami légitársaság fapados vállalkozása.)
13. A „fapados” légitársaságok reklámkommunikációi elsődlegesen az akciós, olcsó utakra hívják fel a fogyasztók figyelmét, míg a klasszikus légitársaságok, így eljárás alá vont reklámjai is jellemzően image reklámok, és a társaságok megbízhatóságát,

üzleti tapasztalatát emelik ki, emlékeztetve a társaság piaci jelenlétére. A klasszikus légitársaságok piaci kommunikációjának is részét képezi az árak csökkenésének közlése.

14. A repülőjegyekért fizetendő összeg - az utóbbi néhány esztendő üzleti gyakorlata alapján – a klasszikus légitársaságnál több fajta összegből, általában 5-6 különböző tételből tevődik össze. Ezek megnevezésére nincs általános szabály (jogszabály), a felszámítandó tételt nevezhetik díjnak (fee), adónak (tax) és illetéknek (charge), vagy másként is (cost).
15. A 2001. szeptember 11. események után a légi társaságoktól és repülőtér üzemeltetőktől elvárt fokozott biztonsági és egyéb előírásokra való tekintettel megemelkedett a repülőjegy mellett fizetendő egyéb díjtételek száma. A járulékos költségek egy részét az utas a repülőtér üzemeltetőjének, egy részét pedig a légitársaságnak fizeti úgy, hogy azokat a légitársaság szedi be. A járulékos költségek összege a fő szabály szerint nem állandó, vagyis általánosan alkalmazott adó/díj/illetékről nem lehet beszélni. A fizetendő összeg mindig függ az adott útvonaltól, tarifától, időszakától és az adott repülőjegy kiállításánál derül ki, tekintettel arra, hogy az adott ország hatóságai és az adott országban hatályos jogszabályok más és más kereteket állapítanak meg.
16. A hatályos magyar adószabályozás ilyen típusú adó és/vagy illeték nemeket nem ismer, ezeket és megnevezésüket a nemzetközi gyakorlat alakította ki és rögzítette a légi iparban. Az összegeket a IATA List of Ticket and Airport Taxes and Fees c. kiadványa tartalmazza, több száz oldalas felsorolásban. Az IATA kézikönyvek 15 oldalon keresztül sorolják fel a különböző adó/illeték tételeket az egyes országok szerint. A jegykiállítási díjakat különböző megnevezésekkel illetik: Passenger Service Charge, Passenger Security Charge, Airport Departure Tax. a repülőjegy kiállítási díjak (illeték vagy adó megnevezéssel is) bevezetése 2001. szeptember 11. utánra datálódik.
17. A repülőjegyek „nettó” árára ráakadó díjak jellemzően több ezer forintot is elérhetnek. Így pl. a 2007. január 24. és február 6. közötti – a vizsgált időszakon kívüli - időszakban a repülőtéri illeték mértéke jellemzően 1000-6000 Ft volt, míg a jegykezelési költség 3500 Ft-ot is elérhetett (az e-ticket kivételével). Mindez azt jelentette, hogy pl. a 9900 Ft-os, egy útra szóló akciós jegyért valójában annak dupláját kell megfizetnie az utazni kívánónak.
18. Összességében megállapítható, hogy a fogyasztó által fizetendő teljes ár az alapdíjből, az adókból és illetékekből, a repülőjegy kiállítási költségéből, és egyéb díjakból áll.
19. A repülőjegy hirdetések áttekintése alapján megállapítható, hogy nincs olyan „szokás”, miszerint az adott hirdetés oda-vissza, vagy csak egy útra szól, tekintettel arra, hogy a különböző hirdetésekben keveredik, hogy az adott ár milyen viszonylatra (egy útra, vagy retúr) vonatkozik. Előbbiek folytán az árak nagyfokú változása, illetve az ár mértéke alapján nem vonhat le következtetést a fogyasztó arra nézve, hogy az adott ajánlat milyen viszonylatban értelmezendő.
20. Az érintett piac összesített forgalma eljárás alá vont becslése szerint kb. 244 milliárd Ft a BSP adatai alapján. A fapadosok forgalmáról nem áll rendelkezésre adat. A

megkeresett társaságok információi alapján még a legnagyobb fapados légitársaságok piaci részesedése is 10 % alatti.

21. Az eljárás alá vont piaci részesedése 2005. évben a BSP adatai alapján (csak a klasszikus légitársaságok forgalmi adatait tartja nyilván) 33,7 %, 2006-ban 32 %, tehát kis mértékű csökkenést mutat. A tényleges piaci részesedés ennél alacsonyabb a fapados járatokat is figyelembe véve, de erre nézve az eljárás alá vont vállalkozás nem rendelkezik adattal.

#### I.4. A kifogásolt magatartás

##### I.4.1. 2004. évi hirdetések

###### I.4.1.1. „Időben kezdje el a nyaralást” kampány 2004. március

###### a) Rádió

22. Szöveg:

*„Rosszat álmodtál? Igen, nem tudtam, hogy milyen napolajat vigyek a nyaralásra! De még csak március van! Készülj fel időben a nyaralásra. Vásárolj most repülőjegyet! Larnaca, Istambul, Theszalonniki 29.900 Ft, Kairo, Damaszkusz, Madrid 39.900 Ft. MALÉV Még egy ok az utazásra!”*

23. A reklámban hirdetett ár retúr útra szól.

###### b) Sajtó – Blikk, Flyers, Geomédia

24. Szöveg:

*„29900 Ft. Lárnaka, Isztambul Tesszaloniki  
39900 Ft. Kairó, Damaszkusz, Madrid*

*Nemsokára itt a nyár. Ha most döntesz még jó áron kapsz repülőjegyet. Ugorj be egy Malév jegyirodába, vagy utazási irodába, nézz fel a netre, vagy telefonálj! Ha gyors vagy, emlékezetes lesz a nyarad.*

*Apróbetűvel: Az árak retúr útra érvényesek. Az utazás leghamarabb a vásárlást követő 42. nap után kezdhető meg. Az ajánlat a készlet erejéig érvényes.”*

###### I.4.1.2. „Karácsonyi ajándék akciócsomag”

###### a) Rádió

25. Szöveg:

*„Legyen inkább Párizs!  
De most mondta, hogy a férje Milánó rajongó!  
De London és Madrid is tetszik neki!  
Akkor Madrid?  
Azt is mondta, hogy szívesen sörözne Prágában vagy Münchenben.*

*Asszonyom! Nyitás óta végig vettük az összes európai nagyvárost. Hamarosan zárunk.*

*Akkor legyen London! Nem! Mégis inkább Párizs.*

*Ajándékozzon karácsonyra hétvégi utazást repülőjeggyel és két éjszaka szállással 44.000 vagy 49.000 Ft-ért.*

*Részletek a MALÉV jegyirodáknban vagy a partner utazási irodákban.*

*MALÉV. Még egy ok az utazásra.”*

26. A reklámban hirdetett ár retúr útra szól.

b) **Újság** – Metro, TVR7

27. Szöveg:

*„HÁROMNAPOS UTAK EURÓPÁBA REPÜLŐJEGGYEL ÉS SZÁLLÁSSAL*

*Lepje meg szeretteit egy felejthetetlen hétvégi úttal! 2004. november 15. és december 31. között már 44000 vagy 49000\* Ft-ért megvásárolhatja a Malév háromnapos hétvégi útjait Európa közel 50 nagyvárosának bármelyikébe.*

*Az ár magában foglalja az oda-vissza repülőjegyet, a háromcsillagos szállodai szállás és a biztosítás költségeit. Az árak nem tartalmazzák a repülőtéri adót és illetéket. Az akciós ajánlat a készlet erejéig érvényes. Az utazásokra 2005. január 14. és március 5. között kerülhet sor.”*

28. Nem tartalmaz információt a jegykiállítási díjról, egyebekben a tájékoztatás megfelelő a fizetendő összegek tekintetében.

d) **Banner két változatban**, keskeny és széles

29. Szöveg:

*„Európa ajándékba!*

*3 napos utak Európa nagyvárosaiba repülőjeggyel és szállodai szállással.*

*44 000 vagy 49000 Ft.-ért*

*Az akció időtartama: 2004. november 15-december 30.*

*További információ a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) web-oldalon és a partner utazási irodákban.”*

30. A reklámban hirdetett ár retúr útra szól.

**I.4.1.3. „Őszi árárció”**

a) **Banner keskeny és széles változatban**

31. Szöveg:

*„Kíváncsi vagy, mi történt azokkal az emberekkel, akik nem várták meg ennek a hirdetésnek a végét?*

*Gratulálunk! Nem maradsz le a következő akciónkról!*

*9900 Ft\* Prága, Velence, München, Krakkó, Bologna, Zágráb, Bécs, Temesvár*

12.500 Ft\* London, Párizs, Frankfurt, Moszkva, Zürich, Varsó, Madrid, Berlin, Athén, Szófia, Genf, Lárnaka, Isztambul, Dublin, Düsseldorf, Ljubljana, Stuttgart, Damaszkusz, Bejrút, Szaloniki, Kijev, Szarajevó, Koppenhága

Akciós repülőjegyek vásárolhatók 2004. szeptember 10-től október 15-ig a készlet erejéig.

Az árak egy útra vonatkoznak adók és illetékek nélkül.

MALÉV További információk a [www.malev.hu](http://www.malev.hu) oldalon ”

## b) Sajtó

### 32. Szöveg:

„Az ember, aki nem vette észre ezt a hirdetést...

9900 Ft\* Prága, Velence, München, Krakkó, Bologna, Zágráb, Bécs, Temesvár

12.500 Ft\* London, Párizs, Frankfurt, Moszkva, Zürich, Varsó, Madrid, Berlin, Athén, Szófia, Genf, Lárnaka, Isztambul, Dublin, Düsseldorf, Ljubljana, Stuttgart, Damaszkusz, Bejrút, Szaloniki, Kijev, Szarajevó, Koppenhága

Apró betűvel: Akciós repülőjegyek vásárolhatók 2004. szeptember 10-től október 15-ig a készlet erejéig.

Az árak egy útra vonatkoznak adók és illetékek nélkül.”

## I.4.1.4. „Páratlan városok páratlan árak” 2004. november- december

### I. verzió Kocka banner

#### 33. Szöveg:

„Páratlan város 9900 Ft\*

London, München, Szaloniki 9900 Ft-tól

2004. október 15-től 29-ig

Csak online foglalás esetén!

\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes”

### II. verzió

#### 34. Szöveg:

„Páratlan város 9900 Ft\*

Kéthetente mindig más városba

Isztambul, Bécs, Róma 9900 Ft-tól

2004. november 5-től 19-ig

Csak online foglalás esetén!

\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes”

### III. verzió

35. Szöveg:

„Páratlan város  
Koppenhága, Velence, Prága 9900 Ft-tól  
9900 Ft\*  
2004. november 18-tól november 30-ig  
\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes”

#### **IV. verzió**

36. Szöveg:

„Páratlan város  
Kéthetente/Mindig más városba  
Stokholm/Dublin/Varsó  
9900 Ft\*  
2004. december 1-15.  
Csak online foglalás esetén!  
\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes”

#### **V. verzió- keskeny**

37. Szöveg:

„Páratlan város  
Kéthetente/Mindig más városba  
Madrid/Frankfurt/Genf  
9900 Ft\*  
2004. december 16-31.  
Csak online foglalás esetén!  
\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes”

#### **I.4.1.5. „Tanulj meg integetni”**

a) **Tv**

38. Szöveg:

„Tanuljon meg integetni, mert hamarosan szükség lesz rá. Repülőjegyek 14.900 Ft-ért!  
Részletek a MALÉV honlapján és az utazási irodákban.  
MALÉV. Még egy ok az utazásra.”

39. Az apró betűs szöveg az eljárás alá vont által CD-n csatolt reklámfilm lejátszása során olvashatatlan.

40. A reklámban hirdetett ár egy útra szól.

b) **Rádió**

41. Szöveg:



*„Most jöhet az integetés. Könyököd lassan előre lejjebb, feljebb. Kifordított tenyérrel jobbra, balra, jobbra...*

*Tanuljon meg integetni, mert hamarosan szükség lesz rá. Repülőjegyek 14.900 Ft-ért!*

*Februári vásárlással akciós áron.*

*Részletek a MALÉV honlapján és az utazási irodákban.*

*MALÉV. Még egy ok az utazásra.”*

42. A reklámban hirdetett ár egy útra szól.

c) **Freecard** – levelező lap formátum

43. Szöveg:

*„Tanuljon meg integetni, mert hamarosan szüksége lesz rá! 2004. február 29-éig Amszterdamba, Athénba, Berlinbe, Brüsszelbe, Londonba, Milánóba, Párizsba, Rómába, Stuttgartba, Varsóba, Velencébe vagy Zürichbe egy útra 14900 forintért vásárolhat repülőjegyet. A most megvásárolt akciós jeggyel az év során bármikor utazhat.*

*Nagyon apró betűvel: Az akció 2004. február 29-ig tart. A jegyek ára nem tartalmazza a különböző adókat és illetékeket. A jegyek egy útra érvényesek, azokat az utazás előtt legkevesebb 42 nappal lehet megvenni és csak korlátozott darabszámban.”*

d) **Billboard**

44. Szöveg:

*„Tanuljon integetni! Repülőjegyek most 14.900 Ft-ért!*

*Tanuljon meg integetni, mert hamarosan szüksége lesz rá! 2004. február 29-éig Amszterdamba, Athénba, Berlinbe, Brüsszelbe, Londonba, Milánóba, Párizsba, Rómába, Stuttgartba, Varsóba, Velencébe vagy Zürichbe egy útra 14900 forintért vásárolhat repülőjegyet. A most megvásárolt akciós jeggyel az év során bármikor utazhat.*

*Nagyon apró betűvel: Az akció 2004. február 29-ig tart. A jegyek ára nem tartalmazza a különböző adókat és illetékeket. A jegyek egy útra érvényesek, azokat az utazás előtt legkevesebb 40 nappal lehet megvenni és csak korlátozott darabszámban.”*

45. A reklámban hirdetett ár egy útra szól.

e) **Sajtó**

46. Képanyaga és szövege azonos az óriásplakátéval, álló és fekvő változatban készült.

f) **Banner I., II.**

47. Szöveg:

*„Tanuljon integetni! (A kéz az egérrel mozgatható)*

*Repülőjegyek most 14.900 Ft-ért.  
MALÉV. Még egy ok az utazásra.”*

#### **I.4.2. 2005. évi hirdetések**

##### **I.4.2.1. Early Bird ajándékakció – 2005. május**

48. Az e reklámkampány keretében alkalmazott reklámok árközlést nem tartalmaznak, azok figyelemfelhívó reklámnak minősülnek.

##### **I.4.2.2. Kids go free 2005. május**

###### **a) Rádió reklám**

49. Szöveg:

*„Nézd, ott voltunk apáddal nászúton. A Big Ben és nézd csak ott mögötte, ott laktunk, jobbra pedig ... ááá pont nem látszik, van egy jó kis étterem.*

*Hol? De anya...*

*Mutassa meg gyermekének a világot élőben. Június 1. és augusztus 31. között a gyerekek felnőtt kísérettel ingyen utazhatnak a Malévval. Részletek a malév.hu web-oldalon.*

*Malév. Még egy ok az utazásra.”*

50. A reklámban hirdetett ár retúr útra szól.

###### **b) Metro újság (70X155 méret)**

51. Szöveg:

*„Váltsa valóra gyermeke álmait!*

***A GYEREKEK IDÉN NYÁRON INGYEN REPÜLHETNEK! \****

*Teljesítse gyermeke kívánságát! 2005. június 1. és augusztus 31. között a gyerekeknek az utazás ugyanannyiba kerül, mint a tévészés.\* A 2005. május 2. és június 15. között vásárolt repülőjegyekkel a 12 éven aluli gyermekek felnőtt kísérettel ingyen\* utazhatnak a Malév járatain.*

*Részletes információk*

*\*Apróbetűvel: Az akciós repülőjegyek 2005. május 2. és június 15. között vásárolhatók meg, az utazásra 2005. június 1. és augusztus 31. között van lehetőség. Az akció minden 12 éven aluli gyermekre vonatkozik. A gyermekek csak felnőtt kísérettel utazhatnak, egy felnőttel maximum két gyermek, két felnőttel maximum 3 gyermek vehet részt az akcióban. A gyermekek csak akkor utazhatnak ingyen, ha a felnőtt kísérő 39.900 Ft-os repülőjegyet vásárolt. A felnőtt és gyermek repülőjegy oda-vissza útra érvényes, nem tartalmazza a reptéri adót, illetéket és egyéb díjakat. A gyermek után nem számítunk fel jegykiállítási díjat. Az akció más akciókkal össze nem vonható. Célállomások: .....”*

###### **c) Járműreklám**

52. Csuklós busz, busz, és troli. Szövege és képanyaga azonos az újsághirdetéssel.

###### **d) Banner két méretben**

53. Szöveg:

*„Váltsa valóra gyermeke álmait*

*A gyerekek az idén nyáron szülői kísérettel ingyen utazhatnak\**

*\* Apróbetűvel: Az akció egy felnőtt kíséretével maximum 2, 2 felnőtt kíséretével maximum három 12 éven aluli gyermekre érvényes.”*

54. A reklámban hirdetett ár retúr útra szól.

### **I.4.2.3. Páratlan városok – páratlan árak**

#### **a) 2005. január – Kocka-banner**

##### **I. verzió**

55. Szöveg:

*„Páratlan város 9900 Ft\**

*Tel Aviv/ London/ Düsseldorf /2005. január 3-16.*

*Csak online foglalás esetén!*

*\*Kisebb betűvel: Az ár egy útra érvényes”*

##### **II. verzió**

56. Szöveg:

*„Páratlan város 9900 Ft*

*2005. január 17-31. / Párizs/Stockholm/Zágráb*

*Utazzon most!*

*Páratlan árak 2 héten át!*

*Párizs-Stockholm-Zágráb*

*Kattintson az akciós jegyekért most!*

*MALÉV Még egy ok az utazásra”*

#### **b) 2005. február bannerek**

##### **I. verzió**

57. Szöveg:

*„Páratlan város Utazzon most! 9900 Ft*

*Páratlan város páratlan árak 2 héten át!*

*2005..02.01.-14-ig*

*Ljubljana, Róma, Berlin 9900 Ft*

*Kattintson az akciós jegyekért most!*

*MALÉV Még egy ok az utazásra”*

##### **II. verzió Kifutós banner**

58. Szöveg:

*„Páratlan város Utazzon most! 9900 Ft  
Temesvár, Dublin, Koppenhága  
Páratlan árak 2 héten át, február 28-ig!  
MALÉV Még egy ok az utazásra”*

**c) 2005. március**

**A.) Repülőgép kifutós változat**

**I. verzió**

59. Szöveg:

*„Páratlan város 9900 Ft Utazzon most!  
Páratlan páratlan árak 2 héten át, március 1-16-ig!”*

**II. verzió**

60. Szöveg:

*„Páratlan város 9900 Ft Utazzon most!  
Lyon/ Velence/ London Stansted<sup>1</sup>  
Páratlan páratlan árak 2 héten át, március 1-16-ig!”*

**III. verzió (keskeny)**

61. Szöveg:

*„Páratlan város 9900 Ft Utazzon most!  
Páratlan páratlan árak 2 héten át, március 1-14-ig!  
Lyon/ Velence/ London Stansted  
MALÉV Még egy ok az utazásra”*

**B.) Puzzle változat**

**I. verzió**

62. Szöveg:

*„Páratlan város 9900\*  
2005.03.15-től 03.30-ig  
Páratlan árak!  
Párizs/Zágráb/9900 Ft!/Bologna<sup>2</sup>  
2005.03.15.-03.30  
Párizs, Bologna, Zágráb*

---

<sup>1</sup> Vagylagosan

<sup>2</sup> Vagylagosan.

*Kattintson az akciós jegyekért*

*\*Apróbetűvel: az ár egy szakaszra értendő, az nem tartalmazza a repülőtéri adót és illetéket.”*

## **II. verzió (keskeny)**

63. Szöveg:

*„Páratlan város Utazzon most! 9900\**

*Páratlan árak!*

*2005.03.15-től 03.30-ig*

*Párizs/Zágráb/9900 Ft!/Bologna*

*Kattintson az akciós jegyekért*

*\* Apróbetűvel: az ár egy szakaszra értendő, az nem tartalmazza a repülőtéri adót és illetéket.”*

### **d) 2005. április**

#### **I. verzió Kockák**

64. Szöveg:

*„Páratlan város 9900*

*Szaloniki, Kairó, Athén 9900 Ft-tól!*

*2005. április 1-től 14-ig*

*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes  
MALÉV Még egy ok az utazásra”*

#### **II. verzió Repülőgép propelleres banner**

65. Szöveg:

*„9900 Ft\* Amszterdam, Genf, Berlin, Frankfurt, München,*

*\* Apróbetűvel: Egy útra, nem tartalmazza az adót, illetéket és egyéb díjat.*

*Páratlan városok páratlan áron*

*Utazzon most! Április 15-30!*

*Kattintson a részletekért!”*

#### **III. verzió**

66. Szöveg:

*„Nyesse le repülési költségeit*

*[www.malev.com](http://www.malev.com)*

*Jegyfoglaláshoz kattintson ide*

*Utazzon most*

*Páratlan város*

*9900 Ft\**

*München, Frankfurt, Berlin*

*Páratlan árak Április 15-30!*  
*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes*  
[www.malev.com](http://www.malev.com)  
*Jegyfoglaláshoz kattintson ide!"*

**e) 2005. május**

**I. verzió Térképes banner**

67. Szöveg:

*„Páratlan Városok*  
*Páratlan áron*  
*Május 1. és 15. között”*  
*Foglalja le helyét még ma!*  
*Utazzon most!*  
*9900 Ft\**  
*Istanbul, Larnaca, Athén, Róma, Milánó*  
*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes, és nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat.”*

**II. verzió Repülőgép propelleres banner**

68. Szöveg:

*„9900 Ft\**  
*Theszaloniki, Krakkó, Kairó, Cork, Amszterdam*  
*\* Apróbetűvel: Egy útra, nem tartalmazza az adót, illetéket és egyéb díjakat.*  
*Páratlan város páratlan árak*  
*Utazzon most!*  
*Május 16. és 31. között.*  
*Kattintson a részletekre!”*

**f) 2005. június**

**I. verzió Térképes banner**

69. Szöveg:

*„Páratlan Városok*  
*Páratlan áron*  
*Június 1. és 14. között”*  
*Foglalja le helyét még ma!*  
*Utazzon most!*  
*9900 Ft\**  
*Párizs, Athén, Lárnaka, Madrid, München*  
*Június 1-14.*  
*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes, és nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat.”*

**II. verzió Napocska banner**

70. Szöveg:

*„Tudjuk hová mész idén nyáron*

*2005. június 15-30.*

*Páratlan város 9900 Ft\**

*Brüsszel, Róma, Velence, Bologna, Milánó*

*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes és nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat.”*

#### **g) 2005. július Virágszirmos banner**

##### **I. verzió**

71. Szöveg:

*„Színes*

*Nyáralós repülő*

*Páratlan város Július 1-15.*

*Zürich, Prága, Cork, Genf, Ljubljana 9900 Ft\**

*Jegyfoglaláshoz kattinson ide!*

*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. „*

##### **II. verzió**

72. Szöveg:

*„Színes*

*Nyáralós repülő*

*Páratlan város Július 16-31.*

*Amszterdam, Brüsszel, Kijev, Moszkva, Zágráb 9900 Ft\**

*Jegyfoglaláshoz kattinson ide!*

*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat.”*

#### **h) 2005. augusztus**

##### **I. verzió Virágszirmos banner**

73. Szöveg:

*„Színes*

*Nyáralós repülő*

*Páratlan város augusztus 16-31.*

*Ljubljana, München, Prága 9900 Ft\**

*Jegyfoglaláshoz kattinson ide!*

*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat.”*

##### **II. verzió Napocskás banner**

74. Szöveg:

*„Tudjuk hová mész idén nyáron*

*2005. augusztus 1-14.*

*Páratlan város 9900 Ft\**

*Értékesítési periódus: augusztus 1-14.*

*Utazási periódus: augusztus 8-21.*

*Cork, Milánó, Zürich*

*Jegyfoglaláshoz kattinson ide!*

*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes és nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat.”*

## **i) 2005. szeptember**

### **I. verzió Buborékos banner**

75. Szöveg:

*„Páratlan város*

*9900 Ft.*

*Páratlan árak: szeptember 1-14.*

*Jegyfoglaláshoz kattintson ide!*

*Milánó, Dubrovnik, Szarajevo 9900 Ft\**

*\* Apróbetűvel: Az ár egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. „*

### **II. verzió Repülőgép propelleres banner**

76. Szöveg:

*„9900 Ft\**

*Konstanca, Cork, szófia*

*\*Apróbetűvel: Egy útra, nem tartalmazza az adót, illetéket és egyéb díjakat.*

*Páratlan város páratlan árak*

*Utazzon most!*

*Szeptember 15. és 30. között között.*

*Kattintson a részletekre!”*

## **j) 2005. október**

### **I. verzió Mozaikos banner**

77. Szöveg:

*„Páratlan város 9900 Ft\**

*Utazzon most!*

*Páratlan árak*

*Split, Malaga, Moszkva*

*Október 1. és 15.*



*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.”*

## **II. verzió Őszi faleveles banner**

78. Szöveg:

*„Páratlan városok*

*Utazzon most!*

*Páratlan árak*

*Október 16-31.*

*Bologna Párizs Prága 9900 Ft\**

*Athén Theszalonniki, Lyon 9900 Ft\**

*\*Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.”*

### **k) 2005. november**

#### **I. verzió Faleveles banner 2 változat**

79. Szöveg:

*„Páratlan városok*

*Utazzon most!*

*Páratlan árak*

*November 15-30.*

*Lárnaka, Stuttgart, Amszterdam 9900 Ft\**

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.”*

#### **II. verzió Napernyős-zászlós banner 2 változat**

80. Szöveg:

*„Páratlan városok*

*Varsó Koppenhága Hamburg 9900 Ft\**

*November 1.-14.*

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.”*

### **l) 2005. december**

#### **I. verzió Bőröndös banner mikulás sapkával vagy fenyőfával, ajándécsomaggal**

81. Szöveg:

*„Páratlan városok Páratlan áron*

*London Várna Velence / Szkopje Temesvár Zágráb 9900 Ft\**

*December 1-14./ December 15-28.*

*\*Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.\**

## **II. verzió**

82. Szöveg:

*„Páratlan városok Páratlan áron  
Szkopje, Ljubljana, Frankfurt 9900 Ft\*  
December 29.- január 11.*

*\*Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.\**

### **I.4.2.4. Télből a nyárba koktél 2005. február**

#### **a) Újsághirdetés – PestiEst**

83. Szöveg:

*„2 éjszaka\*\*\*szálloda, reggelivel, biztosítás, repülőjegy oda-vissza  
49.000 Ft Isztambul, Róma, Theszaloniki  
54.000 Ft Athén, Madrid, Tel-Aviv, Bejrút, Damaszkusz, Kairó, Lárnaka*

*Apróbetű: ...a készlet erejéig. Az akciós ár nem tartalmazza a reptéri adót és illetéket.”*

#### **b) Banner 7 változatban - Koktail banner**

84. Szöveg:

*„Szép a tél... de ... szebb a nyár.  
49.000 Ft Róma, Madrid, Theszaloniki  
54.000 Ft Isztambul, Tel-Aviv, Bejrút, Damaszkusz, Kairó, Lárnaka  
Kattintson a nyárba most!”  
Malév.”*

### **I.4.2.5. Tengerparti ajánlatok 2005. augusztus**

#### **a.) Újsághirdetés**

85. Szöveg:

*„14.900 Ft\* Velence Burgasz Split Konstanca Róma Dubrovnik  
Vásárolja meg repülőjegyét 2005. július 18. és augusztus 31. között mindösszesen  
14.900 Ft-ért\* és látogasson el a tengerhez.*

*\* Apróbetűvel: Az ár budapesti indulással oda-vissza útra érvényes, nem tartalmazza a repülőtéri illetéket, adókat és egyéb díjakat. A repülőjegy csak korlátozott darabszámban áll rendelkezésre.”*

### **1.4.2.6. Vele, nem vele 2005. május és október**

#### **Májusi kampány**

a) **Plakát** Vele, nem vele – virágszirmokat tépkedő fiatal leány

86. Szöveg:

„2 Malév-jegy most csak 29.990 Ft\*

**NEM KÖNNYŰ ELDÖNTENI, HOGY A TÖBB, MINT 40 EURÓPAI ÉS MEDITERRÁN VÁROS KÖZÜL HOL A LEGSZEBB AZ ŐSZ, ÉS FŐLEG, HOGY KIVEL!**

*Ha nehéz a döntés, számolja ki! Mi már kiszámoltuk: 2005. szeptember 15. és október 31. között 2 főre mindössze 29900 Ft\*-ért vásárolhat repülőjegyet. Érdemes sietnie, hogy a választott városát legkedvesebb partnerével járhassa be.*

*\* Apróbetűvel: Budapesti indulással oda-vissza október 15-december 17. közötti indulással érvényes. Nem tartalmazza a repülőtéri díjakat, illetékeket és egyéb díjakat. A repülőjegyek a fenti speciális feltételekkel csak korlátozott darabszámban állnak rendelkezésre.”*

b) **Freecard**

87. Nem tartalmaz árinformációt.

c) **Sajtó** – Metro újság október

88. Szövege azonos a plakáton található szöveggel.

d) Váci úti **kirakat**

89. Azonos a plakáttal a tartalma, csak más szerkesztésben.

e) **Rádió**

90. Szöveg:

„Hölgyeim, figyelem! Keresem azt a partner, akit még most ősszel az egekbe repíthetek. Választ október 31. előtt a honlapomra várok.

*Keresse meg az igazit! Malév őszi akciója keretében most ketten utazhatnak egy repülőjegy árért, mindössze 29.990 Ft-ért több mint 40 városba. Részletek a malév .hu web-lapon.*

*Malév. Még egy ok az utazásra.”*

**Októberi kampány - 2005. október**

- a) Attrap
- b) Plakát
- c) Freecard
- d) Lurdy és Váci u. kirakat
- e) Rádió
- f) Metro, Exit
- g) Óriásplakát

91. A szöveg és képanyag azonos a májusival.

### **1.4.3. 2006. évi hirdetések**

#### **1.4.3.1. „Páratlan városok – páratlan árak”**

##### **a) Január**

###### **I. verzió Hóemberes**

92. Szöveg:

*„Páratlan városok páratlan árak  
Skopje, Frankfurt, Ljubljana 9900 Ft\*  
Utazzon most!  
december 29-január 11.*

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.”*

###### **II. verzió Böröndös banner**

93. Szöveg:

*„Páratlan városok páratlan árak.  
Utazzon most!  
január 13-26.  
Athén, Krakkó, Róma 9900 Ft\**

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.”*

##### **b) Február**

###### **I. verzió Hógolyózó hóember**

94. Szöveg:

*„Páratlan városok Páratlan árak  
Izstambul, Amszterdam, Párizs, 9900 Ft\*  
Utazzon most  
február 10-23.*

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.”*

###### **II. verzió Szánkó**

95. Szöveg:

*„Páratlan városok Páratlan árak  
január 27.február 9.  
Berlin, Dublin, Lárnaka 9900 Ft\*  
Jegyfoglaláshoz kattintson ide*

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.*

### **III. verzió Olvadó hóember — ua., kivéve az időpontot**

96. Szöveg:

*„Páratlan városok Páratlan árak*

*Róma Krakkó Zürich 9900 Ft\**

*február 24-március 9.*

*Utazzon most*

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.*

#### **c) Március**

### **I. verzió Méhecske banner több méretben azonos kép és szöveganyaggal**

97. Szöveg:

*„Irány a zsenge tavasz!*

*Cork, Konstanca, Várna 9900 Ft\**

*Kora tavaszi páratlan városok páratlan árakkal*

*2006.03.10. és 23. között*

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.*

#### **d) Április**

### **I. verzió Méhecske banner I., II.**

98. Szöveg:

*„Páratlan városok*

*2006.04.14. és 04.26. között*

*Frankfurt, Milánó, Marosvásárhely 9900 Ft\**

*Kérjük, hogy helyfoglalásért kattintson ide.*

*\* Apróbetűvel: Az akciós alapidj speciális feltételekkel csak online vásárlás esetén egy útszakaszra érvényes. Nem tartalmazza a jegykezelési költséget, a repülőtéri illetékek és egyéb díjak összegét.*

*MALÉV embléma”*

### **II. verzió Rügyes fa banner**

99. Szöveg:

*„Páratlan városok, páratlan árak*

*2006.04.01. és 04.13. között*

*Bologna, Prága Lyon 9900 Ft\**

*\* Apróbetűvel: Az ár speciális feltételekkel egy útra érvényes. Nem tartalmazza az adókat, illetékeket és egyéb díjakat. Csak online foglalható.*

## **e) Május**

### **I. verzió Napocskás banner**

100. Szöveg:

*„Tudjuk hová mész idén nyáron  
Theszalonniki, Burgasz, Velence on 9900 Ft\*  
Páratlan városok páratlan árai  
Utazzon 2006. június 3. és 16. között*

*\* Apróbetűvel: Az akciós alapidj speciális feltételekkel csak online vásárlás esetén, egy útszakaszra érvényes. Nem tartalmazza a jegykezelési költséget, a repülőtéri illetékek és egyéb díjak összegét.*

### **II. verzió Fényképező gépes banner**

101. Szöveg:

*„Athén Theszalonniki, Lyon 9900 Ft\*  
Páratlan városok páratlan árai  
Utazzon 2006. május 16. és 31. között*

*\* Apróbetűvel: Az akciós alapidj speciális feltételekkel csak online vásárlás esetén, egy útszakaszra érvényes. Nem tartalmazza a jegykezelési költséget, a repülőtéri illetékek és egyéb díjak összegét.*

### **III. verzió Repülőgépes banner**

102. Szöveg:

*„Velence, Párizs, Dubrovnik 9900 Ft\*  
Páratlan városok páratlan árai  
Utazzon 2006. május 1. és 15. között*

*\* Apróbetűvel: Az akciós alapidj speciális feltételekkel csak online vásárlás esetén, egy útszakaszra érvényes. Nem tartalmazza a jegykezelési költséget, a repülőtéri illetékek és egyéb díjak összegét.*

## **f) Június**

### **I. verzió VB-s banner 6 méretben**

103. Szöveg:

*„Világ bajnokságot látni vagy világot látni?  
Mozduljon rá a páratlan árakra!  
Páratlan városok, páratlan árai.  
Isztambul, Cork, Oslo 9900 Ft\*  
Utazzon 2006. június 17. és július 3. között*

*\* Apróbetűvel: Az akciós alapidj speciális feltételekkel csak online vásárlás esetén, egy útszakaszra érvényes. Nem tartalmazza a jegykezelési költséget, a repülőtéri illetékek és egyéb díjak összegét.”*

#### **g.) Július**

#### **I. verzió Nap-felhő banner – négy változatban**

104. Szöveg:

*„Páratlan városok, páratlan árak.  
Zürich, Amszterdam, Istambul 9900 Ft\*  
Utazzon 2006. július 17. és 31. között*

*\* Apróbetűvel: Az akciós alapidj speciális feltételekkel csak online vásárlás esetén, egy útszakaszra érvényes. Nem tartalmazza a jegykezelési költséget, a repülőtéri illetékek és egyéb díjak összegét.”*

#### **1.4.3.2. Gatewick kampány**

##### **a) Sajtó – HVG, Paradicsom**

105. Szöveg:

*„Budapest-London oda-vissza akár 1 nap alatt  
20.000 Ft-tól\*  
\* Apróbetűvel:Az alapidj oda-vissza útra vonatkozik és csak korlátozott darabszámban áll rendelkezésre. Nem tartalmazzák a jegykezelési költséget, repülőtéri illetéket és egyéb díjakat.  
Olvasható méret”*

b) Angol nyelvű változat, nem a magyar fogyasztók számára készült.

c) **Banner** – keskeny és széles, angol nyelvű változatban

106. Ua. a szöveg, mint a sajtóhirdetésben, de a \* utáni tájékoztatás nagyon kis betűs, nem érzékelhető a keskeny magyar nyelvű banneren.

##### **d) Rádió reklám**

107. A reklám nem tartalmaz árközlést.

#### **I.5. Az érintett piac**

108. Az érintett termék jelen eljárásban légi személyfuvarozási szolgáltatás.

109. Az érintett szolgáltatás jellege egyrészt tapasztalati, hiszen a fogyasztó az igénybevétel során tapasztalja meg, hogy a választott szolgáltatás megfelel-e az általa elvárt minőségi és kényelmi követelményeknek. Másrészt az érintett szolgáltatásnak keresési jellege is van, hiszen a döntéshez szükséges információk megfelelő keresési folyamat után a fogyasztó rendelkezésére állnak. Fogyasztói

döntésének meghozatala során elsődlegesen a repülés árát veszi figyelembe, de számba veheti a várható késések és járatörlések tényét is. Döntésének eleme lehet a kényelmi szempont is – a gépen felszolgált ellátás, illetve az érkezési repülőtér távolsága és a beszállító közlekedése hossza és minősége az érkezési repülőtérrel. Ez utóbbi szempontok főleg az üzleti céllal utazó fogyasztók döntésében játszhatnak fontosabb szerepet.

110. Helyettesítő termékként értékelhető a fogyasztó számára a más klasszikus légi társaságok szolgáltatása és az ún. „fapados” (low cost) légitársaságok igénybe vétele. Bizonyos távolságok esetében helyettesítő termék lehet a más közlekedési eszközök – vasút, busz, személygépkocsi – igénybevétele. Jelenleg Magyarországon 11 fapados légitársaság áll a fogyasztók rendelkezésére, de számuk folyamatosan nő, erőteljes konkurenciát teremtve az ún. klasszikus légitársaságok számára. Az eljárás alá vont közel 30 klasszikus légitársaságot tekint konkurensének az érintett piacon, s ezek közé sorolja pl. az izraeli és tunéziai klasszikus légitársaságot is. (8.sz. irat melléklete)
111. Kínálati helyettesíthetőség vonatkozásában a vállalkozás számára nem adódik alternatíva, kivéve a légi áru fuvarozást és charter járatok üzemeltetését. Ezekkel a szolgáltatásokkal eljárás alá vont is, és más klasszikus légitársaságok is foglalkoznak. A beruházási költség rendkívül magas, kezdve a repülőgépek vásárlásától, szervizeléséhez szükséges munkaerő gárdától az igen drága infrastrukturális berendezésekig.
112. Érintett földrajzi piac: Magyarország teljes területe. Az eljárásban vizsgált hirdetések és fogyasztó tájékoztató anyagok az ország teljes területén elérhetőek voltak.

### **I.6. Az eljárás alá vont álláspontja**

113. Fogyasztói döntési mechanizmus tekintetében előadta, hogy a fogyasztók végeznek piackutatást, főként az interneten keresztül. Emellett igénybe veszik piackutatási célokra a jegyirodákat, és a „Call center” tájékoztatását is. A fogyasztói tájékozódás lehetséges formáiként fontossági sorrendben az utazási irodákat, az Internetet jelölte meg, mely utóbbiról előadta, hogy egyre szélesebb körben érhető el, és az egyébkénti országos átlagnál magasabb használati arányt mutat adott piacon. Hivatkozott arra is, hogy a Malév Zrt. jegyiroda Call vagy Contact center is igénybe vehető.
114. Álláspontja szerint a potenciális fogyasztók „nem korlátozott mértékben” - ahogyan azt az előzetes álláspont írja - , hanem széles körben és részletekbe menően folytatnak piackutatást, ezen belül is összehasonlító piackutatást. A Malév Zrt. utasainak fogyasztói szokásai alapján tényként kezelhető, hogy a választást a légitársaság, a menetrend, a csatlakozás, a szolgáltatás minősége és az ár egyaránt befolyásolja, bár egyik tényező adott esetben nagyobb hangsúlyt kaphat. Véleménye szerint a fogyasztók a piackutatást követően döntenek a tekintetben, hogy igénybe vesznek-e a légi személyszállítási szolgáltatást, illetve azt mely légitársaságtól veszik igénybe.



115. Vitatta az előzetes álláspont 8. pontjában írtakat is, vagyis azt, hogy a fogyasztónak a repülőgépre történő felszállás előtt kell szembesülnie azzal, hogy bármilyen plusz költség terheli.
116. Előadta, hogy a Malév Zrt.-nek nem titkolt szándéka, hogy utasaikat az online értékesítési csatornák felé terelje, mivel ez a legköltséghatékonyabb és legrugalmasabb értékesítési csatorna. Az előzetes álláspont 7. pontjában foglaltakat illetően előadta, hogy a Malév Zrt.-nek jogában áll például egy akció keretében eldönteni, hogy az adott akció esetében kizárólag online foglalást biztosít-e.
117. Megjegyezte, hogy online foglalás esetén a jegykezelési költség nem repülőjegyenként, hanem – pl. akár 9 darab repülőjegyre vonatkozó -foglalásonként 1000,-Ft.
118. Az előzetes álláspont azon megállapítására, hogy „a kedvezményes árú oda úthoz sok esetben teljes árú visszaút járulhat az utazás tervezett időtartama miatt, megjegyezte, hogy egy, a Malév Zrt. által kínált akció igénybevételekor a fogyasztó dönt igényei szerint, így előfordulhat, hogy a fogyasztónak kizárólag az oda útra van szüksége, de lehetősége van arra is, hogy az odaútra turista osztályú jegyet vegyen igénybe, míg a visszautat business osztályon tegye meg, vagy más légitársasággal repüljön vissza.
119. Az előzetes álláspontnak az oda-vissza út, illetve az egy útra vonatkozó álláspontjára előadta, hogy a légitársaságok valamennyi körülmény mérlegelésével, különösen a fogyasztói szokások és az üzleti érdekeik figyelembe vételével szabadon döntenek a tekintetben, hogy árait egy útra, vagy oda-vissza útra kalkulálják, sőt előfordul olyan eset is, hogy repülőjegy és szállás csomagajánlattal jelennek meg az utazási irodák (pl: Karácsonyi akció, Télből a nyárba koktél).
120. A korábbiakban, főszabály szerint alkalmazott oda-vissza útra szóló repülőjegy alkalmazási gyakorlat indoka az volt, hogy a legtöbb ország csak akkor engedte a területére repülőgéppel történő beutazást, ha az utas visszautra szóló repülőjeggyel (mintegy visszautazására vonatkozó igazolással) is rendelkezett. Ma már a legtöbb ország nem támaszt ilyen feltételt.
121. Előadta, hogy a Malév Zrt. az Üzletszabályzata alapján számított fel jegykiállítási díjat, illetve számít fel jegykezelési költséget (8. sz. irat 4/A számú melléklete-korábbi Üzletszabályzat) A 4/B. számú melléklet a jelenleg, 2006. január 30. napjától hatályos Üzletszabályzat. A jegykiállítási díj, illetve jegykezelési költség összege tekintetében 4/C. számú melléklet tartalmaz az adatokat.
122. Közölte, hogy a Malév Zrt. versenytársai által felszámított jegykiállítási vagy azzal egy tekintet alá eső díjakat a 8.sz. irat 5.sz melléklete tartalmazza.
123. Megjegyezte, hogy a „repülőjegy-kiállítási díj” (megnevezésében váltakozóan: kezelési költség, foglalási költség, tranzakciós díj, szervízdíj stb. – nem egy esetben a Malév Zrt. által bevezetett díj többszörösének megfelelő mértékben) ma már szinte az összes európai légitársaságnál bevezetésre került hasonló okokra visszavezetve, vagyis a jegykiállítási szervízdíj széleskörű – az utasok által is ismert és köztudomású – gyakorlata alakult ki a légiiparban. A légitársaságok a jegykiállítási díj bevezetésekor széleskörűen tájékoztatták a közvéleményt a

járolékos költség bevezetéséről (napilapokban, televízióban, rádióban, interneten), melynek összege azonban nem egységes, az egyes légitársaságok e tekintetben eltérő gyakorlatot folytatnak, különböző szempontok (utazási osztály, európai vagy tengerentúli úti cél, távolság, értékesítési csatorna) alapján differenciálnak.

124. Részletesen nyilatkozott egyes reklámkampányokra az alábbiak szerint:
125. A „Karácsonyi ajándék akciósomag 2004.” kampánnyal összefüggésben előadta, hogy a kampány egy csomagajánlat volt, amelynek keretében utazást kizárólag utazási iroda értékesített. A Malév Zrt. az utazási irodáknak szerződés alapján az abban foglalt feltételekkel biztosított repülőjegyet. A Malév Zrt. nem szedett jegykiállítási díjat.
126. Az „Őszi árárció 2004.” bannerének anyagát és landing paget F/2. alatt csatolta. Az e körben előadott védekezése megegyezik a későbbiekben feltüntetett, bannerekre vonatkozó álláspontjával.
127. Előadta, hogy a „Tanulj meg integetni 2004” kampány televíziós reklámfilm korábban csatolt anyaga nem egyezik meg minőségben a TV-ben ténylegesen vetített minőségű anyaggal, ugyanis csak egy nem TV minőségű, számítógépen mentett másolati példány állt rendelkezésükre. Csatolta az olvashatóbb DVD formátumot F/3/a. alatt, megjegyezve, hogy a digitális BETA kazettáról DVD-re másolt formátum minőségben még mindig nem tudja ugyanazt a minőséget nyújtani, mint a TV-ben közzétett felvétel. A ténylegesen vetített reklámfilm aprótétus szövege jól olvashatóan jelent meg.
128. A kampány banneréhez kapcsolódó landing page anyagát F/3/b. alatt csatolta, és előadta, hogy valamennyi hirdetésben utalás volt arra nézve, hogy a részletes feltételek a Malév honlapján és az utazási irodákban elérhetők.
129. Nyilatkozott arra, hogy az „Early bird 2005.” kampány nem azonos a „Vele nem vele” kampánnyal. A kampány nem árkampány volt. A rádiospot szövegét jegyzőkönyvbe mondta : „...a Malév-val megyünk nyaralni, mert kaptunk mellé egy ajándék őszi utat is ... Hát nem csodás?.....” Narrátor: „Nem árt már, ha most tervezi nyaralást, mert a március 7. és április 7. között vásárolt ..... repülője mellé ajándék repülőjegyet adunk ősze, részletek a Malév.hu weboldalon és a jegyirodákban.”Ezt a reklámot kérte értékelni az akcióval kapcsolatban,és F/4. alatt csatolta az akció képi megjelenésű hirdetési anyagát.
130. A „Kids go free 2005.” reklámkampány esetében a részletes információk elérhetőek voltak a Malév hivatalos weboldalán, tartalmazta azt, hogy a fogyasztónak további információra van szüksége a feltételek megismeréséhez, vagyis erre a reklám külön is felhívta a figyelmet. A bannerhez kapcsolódó landing page szövegét F/5. alatt csatolta.
131. A „Vele, nem vele 2005” kampánynál a rádióra vonatkozó előadás azonos volt.
132. A „Télből a nyárba koktél 2005.” kampánnyal összefüggésben előadta, hogy ez a kampány is egy csomagajánlat volt; mint a „Karácsonyi ajándék akciósomag 2004.”, amelynek keretében utazást kizárólag utazási iroda értékesített. A Malév Zrt.

az utazási irodáknak ajánlata alapján az abban foglalt feltételekkel biztosított repülőjegyet, amikor is nem szedett jegykiállítási díjat. F/6. alatt mellékelte az ajánlatban szereplő áron értékesített repülőjegyet, előadva, hogy a Malév csak a jegy árát közölte az adott utazási irodával, majd az iroda állította össze a csomagot, és határozta meg annak az árát is. A repülőjegy árán felül semmit nem kapott a Malév Zrt. Önállóan ezeket a jegyeket a Malévtól nem lehetett megvásárolni, csak az adott utazási irodától. A szerződésben meghatározták, hogy hogyan árulják a repülőjegyet az irodák az általuk kialakítandó csomagban.

133. A „Tengerparti akció 2005.”-val kapcsolatban előadta, hogy erre nézve újsághirdetés jelent meg, Az interneten fellelhető részletes feltételeket csatolta F/7. alatt azzal, hogy kéri értékelni, hogy a fogyasztó az interneten részletesebb információt is megtalálhatott.
134. A „Vele nem vele 2005. május, október” kampányra előadta, hogy a plakáton, sajtóban, kirakatban megjelenő hirdetés \* alatti szövege az alábbi szövegezéssel jelent meg: „Az ár budapesti kiindulással, oda-vissza útra, 2005. október 17. és december 15. közötti utazásokra érvényes, nem tartalmazza a repülőtéri adókat, illetéket és egyéb díjakat. A repülőjegyek speciális feltételekkel, csak korlátozott számban állnak rendelkezésre.” A rádió reklám szövegében pedig utalás található arra nézve, hogy a részletes utazási feltételek a Malév honlapján elérhetők (F/8. alatt csatolva).
135. A „Gatwick kampány 2006” kampánnyal összefüggésben kérte figyelembe venni, hogy a kifogásolt banner - ideértve a \* utáni tájékoztatást is - számítógépes képernyőn tökéletesen olvasható volt, ami vonatkozik a magyarázó szövegre is. Az észlelhetőséget befolyásolhatja a rendelkezésre álló számítástechnikai hardver minősége, amely a Malév Zrt-n kívül álló tényező. A fogyasztónak egyébként korlátlan számban és ideig volt lehetősége az abban foglaltak megismerésére. A bannert nyomtatott formátumát F/9. alatt csatolta, megjegyezve, hogy az elektronikus eszközökre kifejlesztett hirdetési anyagok nyomtatott formában veszítenek minőségükből, minek ennek ellenére a tájékoztató szöveg jól olvasható.
136. A 2004. év végétől kizárólag online futó „páratlan város kampányhoz” kapcsolódó landing pagek anyagát F/10. alatt csatolta, előadva, hogy a bannerekről minden esetben közvetlenül a landing page anyagára juthatott a fogyasztó, melyek együttesen képezték a hirdetés anyagát.
137. A „Páratlan város” kampányhoz kapcsolódó banneren konkrétan nincs rajta az a szöveg, amit az eljárás alá vont ellenkéreleme (13. pont) tartalmaz.
138. A páratlan árak vonatkozásában a páratlan jelzőre vonatkozó korábban kifejtett álláspontját fenntartva előadta, hogy a magyar nyelvtan szabályai szerint a felsőfokot a szótóhoz előtagként csatolt „leg” és utótagként csatolt „bb” elemekkel képezte. A páratlan szó felsőfoka a legpáratlanabb, amely kifejezés hirdetéseiben nem szerepel. A páratlan szó jelentéstani értelmezése alapján a különlegességet és rendkívüliséget fejez ki, minek alapján a páratlan szó minősített árjelzőnek tekinthető, de felsőfokú árjelzőnek nem. A páratlan város akció valóban kiválónak, azaz páratlannak tekinthető a maga nemében az eset összes körülményeinek mérlegelésével, hiszen 2004. óta folyamatosan futó akcióról van szó, mindig más városok érintésével, a Malév Zrt. által, garantált színvonalon és ellátással (pl.

kedvező repülőtéri leszállási lehetőségek a városokhoz közeli, elsőszámú repülőtereken; fogyasztói szempontból leszállási a jog kedvező időpontokra esik; a menetrend igazodik a többi nagy légitársaság csatlakozási lehetőségeihez; fedélzeti ellátás; pontosság; műszaki megbízhatóság, magyar személyzet, a külföldi állomásokon magyar kontakt biztosított stb.), alapárak a kampány 2004-es indulása óta változatlanok.

139. Előadta, hogy a Malév Zrt. valamennyi - tehát páratlan város és egyéb - hivatkozott interneten megjelenő banner hirdetéséről közvetlenül eljuthatott a fogyasztó az adott „landing page”-re (lényegében a banneren megjelenő hirdetés további oldalát képező részletes feltételrendszer, azaz landing page) és ott valamennyi információ rendelkezésére állt. A bannereknek az a feladata, hogy a fogyasztót megsegítse a részletes információk megismerésében.
140. A bannerek egyes fajtái, így a „Páratlan város” akcióban résztvevő bannerekre, rá is volt írva „kattints ide”, ebből következett, hogy a kattintás folytán megjelent a home-.page. Más bannerek esetén, ha a kurzorral rákattintanak a bannerre, akkor megjelenik a fő weblap, illetve azon az adott akció részletei megismerhetők. A bannerek révén az utóbbi esetben nem a foglalás lehetőségét kínálja fel a gép, hanem az akció-ismertetést helyezi fókuszba. A fogyasztó, aki a bannert látta, az adott akció feltételeit ismerheti meg konkrétan. A bannerek mérete a képernyő méretéhez képest arányosan jelenik meg.
141. Az interneten közzétett hirdetések esetében, különös tekintettel a hirdetési csatorna jellegére, a részletes információk a hirdetés egészének részét képezik. A fogyasztónak módjában állt - személyes igényei és döntése alapján - akár többszöri alkalommal vagy akár a kampány időszaka alatt korlátlan ideig megtekinteni és elolvasni a teljes hirdetés anyagát.
142. A rádióhirdetések tekintetében kérte figyelembe venni, hogy minden esetben utalás történik arra, hogy a részletes feltételek elérhetők a Malév weblapján, illetve az irodákban, ami mintegy konkrét figyelemfelhívás arra, hogy az ajánlattal kapcsolatos további részleteket egyéb csatornákon lehet elérni. Megjegyezte, hogy a vizsgált hirdetések közül mindösszesen 7 rádióhirdetés volt, melyek közül az Early bird, a Kids go free és a Gatwick hirdetés (mindhárom oda-vissza útra szól) nem tartalmaz árközlést. A további 4 hirdetésben 3 oda-vissza útra szóló utazást hirdetett és csak egy vonatkozott egy útra, amikor is a fogyasztóra nem a kedvezőbb oda-visza útra szóló ajánlatot tettek.
143. Az **újság** reklámok esetében a „Karácsonyi ajándék akció”, illetve a „Télből a nyárba koktél” hirdetések nem tájékoztattak az adón, illetéken felüli díjakról, tekintettel arra, hogy csomagajánlatok révén a fent kifejtettek alapján a Malév Zrt. nem szedett „egyéb díjat”.
144. Az óriásplakátok tekintetében elmondta, hogy azok tipikusan a rendszeresen arra járó fogyasztókat célozzák, vagyis rendszeresen látják és olvassák a hirdetésben foglaltakat, ami felkelti az érdeklődésüket. Azokat rendszeresen látja a fogyasztó, így a rendelkezésére álló, akár minimális időben is egyre több részletet ismerhet meg.

145. A Malév Zrt. által kihelyezett óriásplakátok egyébként olyan felületeken kerülnek kihelyezésre, amelyek a befogadói környezetet tekintve tisztábban és hosszabb ideig érzékelhető. A kihelyezett óriásplakátok ráadásul tipikusan olyan helyeken kerültek elhelyezésre, ahol az autóval közlekedő fogyasztók lassan, („közlekedési dugóban”, jelzőlámpás kereszteződésekben, csomópontokban) közlekednek. A gyalogosan közlekedők számára az óriásplakát lényegében korlátlan lehetőséget biztosít a tájékozódásra azonosan a képeslappal, kirakattal, sajtóban megjelenő hirdetésekkel.
146. Nézete szerint a „Vele nem vele” kampány óriásplakátja észlelhetően tartalmaz információt a fizetendő költségekről.
147. Álláspontja szerint a Malév Zrt. magatartása nem valósított meg jogsértést, avagy az olyan csekély mértékben hathatott a fogyasztók döntésére és a gazdaság egyéb szereplőire, amely nem indokolja a jogsértés megállapítását, továbbá hátrányos jogkövetkezmények, különösen bírság alkalmazását.
148. Előadta, hogy a Gazdasági Versenyhivatal Vj-72/2005. számú versenytanácsi határozatában foglaltakat a Malév Zrt. átvezette és alkalmazza marketing kommunikációjában. mire tekintettel hirdetési magatartása nem tekinthető a törvénybe ütköző magatartás ismétlésének, a bírság összegét nem befolyásolhatja a Malév Zrt. hátrányára.
149. Kérte, hogy amennyiben a Malév Zrt. valamely magatartását mégis jogsértőnek találja a Versenytanács, vegye figyelembe a jogkövetkezményeket enyhítő körülményeket - így különösen a Malév Zrt. együttműködő, az eljárást segítő széleskörű tényfeltáró magatartását, illetve azt, hogy az esetleges jogsértéssel elért előny nem mutatható ki.

### **I.7. A vizsgálat indítványa**

150. A vizsgálat a Tpv. 77. (1) bekezdése d.) pontja alapján a magatartás Tpv. 8. § (2) a) pontjába ütközésének megállapítását indítványozta az eljárás alá vont:
- a.) 2004., 2005. és 2006. évben kihelyezett óriásplakátjaira, internetes hirdetéseire, rádió és televízió reklámjaira,
  - b.) a 2005. és 2006. években a „Páratlan városok páratlan árak” páratlan árak szlogen is tartalmazó hirdetéseire,
  - c.) valamint a 2004., 2005. és 2006. években közzétett valamennyi olyan hirdetésére, amelyben nem tesz említést a jegykiállítási díj, illetve költség fizetési kötelezettségére.
151. Egyebekben a vizsgáló az eljárás megszüntetését indítványozta a Tpv. 77.§ (1) i.) pontja alapján.

### **I.8 Eljárási kérdések**

152. Az eljárás határideje 60 nappal meghosszabbításra került.

## II. Jogi értékelés

### II.1. Jogszabályi háttér

153. A Tpv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) és c) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha

a) az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak,

c) 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 tájékoztatás adása.

154. 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.

155. A Tpv. 10.§-a rögzíti, hogy 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.

156. 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.

157. 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 Tpv. 78.§ (3) bekezdése 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.

158. A Grtv. 2.§-ának g) pontja szerint a gazdasági reklám olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdtítja elő. A h) pont a következők szerint határozza meg a gazdasági reklám

fogalmát: olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség (a továbbiakban: áru) értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő. Az o) pont szerint összehasonlító reklám az olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé teszi a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozást, vagy a más vállalkozás által előállított forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut. Az esetben, ha az összehasonlító reklám megállapításához szükséges törvényi feltételek hiányoznak, az piacon piacelsőséget megfogalmazó reklám a Tptv. 8. § (2) bekezdése alapján bírálendő el.

159. A Grtv. 17.§-ának (3) bekezdése alapján a reklámozó indokolt esetben - az eset körülményeire való tekintettel, figyelemmel a reklámozó és az egyéb érdekelt törvényes érdekeire - a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

## **II.2. A Versenytanács korábbi döntései**

160. A Versenytanács eddig két döntésben foglalkozott légitársaságok repülőjegy árakra vonatkozó hirdetéseivel, melyek közül a Vj-72/2005. számú versenytanácsi határozat az eljárás alá vont vállalkozás terhére állapított meg jogsértést.

a.) A Vj-72/2005. számú versenytanácsi határozat megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás jegykiállítási díjjal kapcsolatos tájékoztatása a 2005. január 10-e és 2005. február 28-a között szervezett „Diákakció”-ja során alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, és vele szemben 2 millió forint bírságot szabott ki. A Versenytanács döntését arra alapította, hogy a vizsgált akcióhoz kapcsolódó kommunikáció során a MALÉV Rt. nem közölte, hogy a jegyvásárlóknak jegykiállítási díjat is kell fizetni. Az áru ára a terméknek a gazdasági versenyben megnyilvánuló egyik legfontosabb tulajdonsága. Az áru vásárlásakor fizetendő végösszeg nagyságát befolyásoló díjtételek elhallgatása az áru lényeges tulajdonságához kapcsolódik. Így a Tptv. 8. § (2) bekezdés a) pontja értelmében a MALÉV Rt. magatartása a Versenytanács szerint alkalmas volt a fogyasztói döntések gazdasági versenyben történő tisztességtelen befolyásolására, hiszen más légitársaságok a fogyasztók felé történő tájékoztatás során említést tesznek a fizetendő jegykiállítási díjra, míg a Malév ezt nem tette meg a szóban forgó akciójakor.

b.) A Vj-74/2006. számú versenytanácsi határozat a SkyEurope Airlines Hungary Kft. felelősségét állapította meg. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított a 2005. és a 2006. évben kifejtett reklámtevékenysége során, amikor az általa értékesített repülőjegyek fogyasztók által fizetendő ellenértékének egyes elemeit nem tette tájékoztatása részévé, illetve az árközlés mellett az annak helyes értelmezéséhez szükséges információk annál lényegesen kisebb méretű betűkkel történő elhelyezésével megnehezítette az ajánlat valós megítélését.

A Versenytanács többek között arra alapította döntését, hogy az eljárás alá vont nem tájékoztatott arról, hogy

- az általa közölt repülőjegyek csak egyirányú, bizonyos járatokon történő utazás esetén irányadóak,
- az ilyen áron megvásárolható repülőjegyek csak korlátozott számban kaphatók, és
- a reklámokban közölt jegyár nem tartalmazza a fogyasztók által ténylegesen fizetendő összeg jelentős részét képező díjtételeket. Ezáltal a reklámok ténylegesen nem tájékoztatták a fogyasztókat arról, hogy ez az előnyös ár miként értelmezendő, még milyen egyéb költségekkel kell számolnia a jellemzően nemcsak a célállomásra, hanem onnan vissza is utazni kívánó fogyasztónak.

### II.3. A Versenytanács álláspontja

161. A versenyjog oldaláról általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozás termékei (az általa forgalmazott termékek) lényeges tulajdonságáról valós, pontos illetve olyan tájékoztatást adjon, mely egyébként sem alkalmas a fogyasztóknak szóló tájékoztatása.
162. A Tptv. III. fejezetének célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgyának a vállalkozások és az áruk (szolgáltatások) közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés (a legtöbb esetben: a vásárlási kedv) tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásnak 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 ilyen hatás kiváltására.
163. A versenyjogi relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a Tptv. a maga eszközeivel. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra.
164. Ez a megközelítés tükröződik magában a Tptv. III. fejezetének a címében is, amely nem a fogyasztói döntések tisztességtelen *meghatározásának*, hanem a fogyasztói döntések tisztességtelen *befolyásolásának* tilalmáról beszél<sup>3</sup>. Ilyen magatartásokat nevesít a 8. § (2) bekezdésének a) és c) pontja.
165. A Tptv. 8. §. (2) bekezdése értelmében nemcsak a valótlan, hanem a hiányos tartalmú tájékoztatást is tilalmazza, húzta alá a Fővárosi Bíróság a Vj-247/1995. számú ügyben hozott 2.K. 31.493/1996/7. számú ítéletében. A Legfelsőbb Bíróság szerint a fogyasztók megtévesztése nemcsak aktív tényállítással, hanem a termék egyes tulajdonságainak elhallgatásával is megvalósulhat [Kf.II. 39.908/2001/5. számú ítélet, (Vj-168/1998.)], azaz a jogsértés azzal is elkövethető, ha az árut

---

<sup>3</sup> Ezt az értelmezést fogadta el a Legfelsőbb Bíróság is a Kf.II. 39.104/2000/3. számú ítéletében is, amelynek értelmében a Tptv. III. fejezetébe nemcsak az a tisztességtelen reklámtevékenység ütközik, amelyik a fogyasztók döntési szabadságát megszünteti, hanem az is, amely azt csökkenti.



forgalomba hozó vállalkozás az áru lényeges tulajdonságát elhallgatja, s ezáltal hiányos tájékoztatást ad [Kfv.X. 39.924/2002/8. (Vj-137/1998.)].

166. A vállalkozás által közzétett reklám természetéből adódóan igyekszik a termék előnyös tulajdonságait kiemelni. Az ilyen valós adatokat tartalmazó és előnyös tulajdonságokat kiemelő reklám is lehet azonban félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amely a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlenül szükséges, állapította meg a Legfelsőbb Bíróság a Vj-125/1996. számú ügyben hozott Kf.II. 27.254/1998/5. számú ítéletében.
167. Megvalósul a fogyasztók megtévesztése bármilyen, a megtévesztésre objektíve alkalmas magatartással. A versenyjogi sérelem már a jogsértő fogyasztói tájékoztatás közreadásával bekövetkezik, így akkor is, ha utóbb mód van a teljes körű valós információ megismerésére, a Tpvt. ugyanis a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik, amint azt a Fővárosi Bíróság a Vj-200/1999. számú ügyben hozott 2.K. 33.533/2000/2. számú ítéletében megállapította. Ezt azért is fontosnak tartja rögzíteni a Versenytanács, mivel az eljárás alá vont védekezésében több esetben is arra hivatkozott, hogy a reklámban szerepel azon utalás, hogy a részletek megtekinthetők a honlapon, vagy megismerhetők az utazási irodákban, amely védekezést a fentiek értelmében a Versenytanács nem fogadott el.
168. Egy valamely (pl. televíziós csatornákon, a nyomtatott sajtóban vagy éppen egy termék csomagolásán megjelenő) reklámmal összefüggésben folyamatban lévő versenyfelügyeleti eljárás keretében a Versenytanácsnak - szem előtt tartva a Tpvt. 9. §-át - mindenekelőtt fel kell tárnia a reklám fogyasztók által észlelt üzenetét, figyelemmel arra is, hogy a reklám üzenetének megállapítása során a reklámnak az észlelőire gyakorolt első benyomást kell szem előtt tartani. A reklámok - a reklámot alaposan, részletesen nem elemző - fogyasztók által fogott üzenete nem bonyolult, nem részletekbe menő. A reklám összhatása adja a tájékoztatás tartalmát, üzenetét.
169. Előrebocsátja a Versenytanács, hogy álláspontja szerint annak megítélésénél, hogy a vizsgált tájékoztatók, reklámok a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a.) és c.) pontjának alkalmazásában jogsértőnek, megtévesztésre alkalmasnak minősülnek-e, az alábbiakat kell figyelembe venni.
170. Elsődlegesen a vizsgált közlések valóságtartalmát kell vizsgálni annak megállapítása érdekében, hogy a közölt tény, vagy tények valósak vagy valótlan-e, továbbá ezek a közlések az áru lényeges tulajdonságára vonatkoznak-e.
171. Ezt követően lehet állást foglalni abban - az esetben, ha a tényállítás valósnak bizonyul -, hogy az egyébként az áru lényeges tulajdonságára vonatkozó valós tény megtévesztésre alkalmas módon közzéték-e a fogyasztókkal, vagy más módon megtévesztésre alkalmas volt-e a tájékoztatás.
172. Annak megítélésénél, hogy a reklám állításai, illetve tartalma megtévesztésre alkalmasak-e, a Versenytanács gyakorlata szerint, figyelemmel kell lenni az adott tájékoztatás (reklám) tartalmán túl, annak szövegbeli és képi megjelenítésére is - adott esetben az abban foglalt szövegek, esetleg képek kiemelésére, az alkalmazott betűnagyságra, azok elhelyezésére - vagyis az információk fogyasztókra gyakorolt összhatására (Vj-194/2004/14., Vj-133/2005/26., Vj-68/2006. számú versenytanácsi

határozatok). Míg egyes reklámhordozók esetén a kiegészítő információk, apró betűs magyarázatok a fogyasztókhöz eljutó üzenet részévé válhatnak (pl. a nyomtatott sajtóban megjelent reklámok esetén, ha ezt a reklám kivitelezése nem korlátozza), addig az ilyen, általában igen rövid ideig, a fogyasztók figyelmét fel nem hívó módon megjelenő közlések más reklámhordozóknál ténylegesen nem válnak a fogyasztók által fogott üzenet részévé (pl. televíziós reklámok, a fogyasztók által 1-2 másodpercig szemlélt kültéri óriásplakátok és citylight-ok, illetve a fogyasztó számára az alaposabb tanulmányozást a vele való találkozás jellegéből adódóan jellemzően lehetővé nem tevő ún. megállítótáblák, poggyászkulik, illetve különböző rendezvényeken közzétett plakátok esetén). Rádióban elhangzó reklám esetében értelemszerűen az elhangzott szöveg fejti ki hatását a fogyasztóra. Mindez azt jelenti, hogy minden egyes reklámállítást tekintetében, reklámhordozónként lehetséges a megtévesztő jelleg megítélése.

173. Fentiek következtében - a Tpv. 8. § (2) bekezdés a.) és c.) pontja alkalmazásában - a fogyasztót ért összbenyomás az esetben is lehet megtévesztésre alkalmas, ha az abban írt, vagy más módon megjelenített egy-egy közlés - önmagában - nem valótlán (Vj-139/2004/20).
174. A megtévesztésre alkalmasság - a fent már írtak folytán - kiemelt jelentőséggel bír az olyan piacon, ahol az éles verseny folytán több piaci szereplő különböző, folyton változó feltételekkel kínálja különböző konstrukciójú termékeit.
175. A fogyasztók Tpv. 8.§-ában tilalmazott megtévesztése a termék lényeges tulajdonságai vonatkozásában valósulhat meg. Lényegesnek az a tulajdonság tekintendő, amelynek a versenytársak, illetőleg a versenyző termékek közötti választás során jelentősége lehet, így pl. a vételi szándékot befolyásoló, illetve a forgalmazást, értékesítést érintő lényeges tulajdonság. Az áru ára a terméknek a gazdasági versenyben megnyilvánuló egyik legfontosabb tulajdonsága. Az ár lényeges voltát a Tpv. 8.§-a (2) bekezdésének a) pontja külön is kiemeli.
176. A fogyasztótól - kivéve az ún. figyelem-felhívó reklámokat, melyek csak a szolgáltatás létre hívják fel a figyelmet - a már írtakat is figyelembe véve - nem várható el, hogy mintegy a vállalkozói információ ellenőrzéseként minden reklámállításról tájékozódjon az általa igénybe venni kívánt szolgáltatást illetően, mintegy feltételezve, hogy a reklám üzenete nem ad megfelelő tájékoztatást, azaz megtévesztésre alkalmas. Különösen nem várható el ez a már ismertetett piaci körülmények között.
177. A vállalkozásoknak figyelemmel kell lenniük az alkalmazott reklámeszközre, illetve arra is, hogy míg az ún. figyelemfelhívó reklámok jogszerű módon közölnek minimális (a szolgáltatás létét ismertető) információt, addig a részletesebb információ átérésztésére alkalmas reklámnak a döntés szempontjából lényeges árutulajdonságokat tartalmaznia kell. Fentiek természetesen nem jelentik azt, hogy az eljárás alá vont általános üzleti feltételeket kellene reklám formájában közzétenni.
178. A Versenytanács ezt a megközelítést alkalmazva elemezte az eljárás alá vont korábban ismertetett reklámjait.
179. A fentiek egyben azt is jelentik, hogy a Versenytanács nem tudta elfogadni az eljárás alá vont azon általános jellegű védekezését, mely szerint a fogyasztók széles

körben és részletekbe menően folytatnak piackutatást, és ezen belül is összehasonlító piackutatást. A Versenytanács álláspontja szerint ugyanis nem tekinthető e körben speciális terméknek a repülő jegy, vagyis az általános keretek között kell a versenyszempontú elemzést lefolytatni. Ennek ellenkezője ahhoz vezetne, hogy minden termék esetében elfogadható lenne egy olyan típusú védekezés, mely arra alapul, hogy a reklámban szereplő állítások valótlanosságát, vagy valamely lényeges információ elhallgatását a fogyasztó köteles orvosolni oly módon, hogy maga ellenőrzi, jelentős időráfordítással a reklám valóságtartalmát.

180. Összességében tehát egy profitorientált vállalkozástól elvárható, hogy reklámjai tájékoztassanak az adott áru lényeges tulajdonságairól. Amennyiben pedig ez nem lehetséges, úgy figyelemfelhívó reklám keretében kell a termékét népszerűsíteni.
181. Megjegyzi a Versenytanács azt is, hogy versenyjogilag önállóan nem esik kifogásolás alá, hogy az eljárás alá vont vállalkozás az online értékesítési csatorna felé tereli fogyasztóit.
182. Egyetért a Versenytanács azzal is, hogy az eljárás alá vont vállalkozás üzleti döntésétől függ, hogy egy útra, vagy oda-vissza útra értékesíti jegyeit, figyelemmel azonban arra, hogy az erre vonatkozó, nem egyértelmű reklámközlés megtévesztésre alkalmas lehet, (és volt is), az utaztatási szokások megváltoztatásával az eljárás alá vont vállalkozásnak az elvekkel (vagyis jelen esetben az egy útra, vagy az oda-vissza útra vonatkozás) reklámozási magatartását is egyértelművé kell tennie.

#### **A.) Az árakra, egyéb feltételekre vonatkozó információ**

183. A Versenytanácsnak az árakra és egyéb információkra vonatkozó közlések tekintetében két szempontból kellett elemeznie a reklámokat: egyrészt az esetleges elhallgatás oldaláról, másrészt pedig a megjelenített információ észlelhetőségének oldaláról. Azt vizsgálta tehát a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont tájékoztatta-e a fogyasztókat az alaplíjon felüli költségekről, vagy elhallgatta azokat, illetve amennyiben tartalmazott a reklám tájékoztatást, akkor a fogyasztó észlelhette-e azt (különösen tekintettel a tájékoztatás releváns részének „apróbetűs” jellegére), illetve az esetleges további információ szerzési lehetőségre való utalás jogszerűvé tette a tájékoztatást.

#### *Ad a.) Rádióban elhangzó reklámok*

##### Árak

184. A Versenytanács a rádióban elhangzó egyes reklámok („Időben kezdje el a nyaralást”: I.4.1.1. a) pont, „Tanulj meg integetni”: I.4.1.5. b) pont, „Vele, nem vele”: I.4.2.6. pontban írt rádióreklámok) kapcsán úgy értékeli, hogy azok árközlése jogszerűtlen, így az a Tptv. 8.§ (2) bekezdésének a.) és c.) pontjába ütközik, mivel csak az „akciós” alaplíjat ismertetik akként feltüntetve, mintha ezért az összegért a szolgáltatást igénybe vehetné a fogyasztó. A ténylegesen fizetendő összköltség egy elemének kiemelt közlése a fogyasztó szempontjából nem lényegi információ, mivel az utazás csak az egyéb költségek megfizetésével lehetséges és kalkulálható (adó, illeték, és egyéb díjakról szóló tájékoztatás hiánya), vagyis a reklámban közölt összegért nem kap lehetőséget ténylegesen az utazásra.

185. A „Kids go free” kampányban alkalmazott, I.4.2.2. a.) pont alatt ismertetett (46-os szöveg) reklám arra is utal, hogy a gyermekutazás teljes mértékben ingyenes, vagyis semmiféle ellenszolgáltatást nem indukál, holott a valóságban a gyermekek után is meg kellett fizetni az adót, illetéket, és egyéb díjakat, kivéve a jegykiadási díjat<sup>4</sup>. (Arra nem merült fel adat az eljárás során, hogy milyen egyéb díjat számolt fel az eljárás alá vont vállalkozás, függetlenül attól, hogy több reklám szólt a jegykiadási díjon túli egyéb díjról).

#### A rádiós reklámokban hirdetett termékek speciális feltételei

186. Jogsértőnek tartja továbbá a Versenytanács, hogy egyes rádiós reklámokból nem derül ki, hogy akciós ajánlatról van szó, míg más reklámok utalnak ugyan az ajánlat akciós jellegére, de nem ismertetik, hogy milyen feltételek mellett vehető igénybe a szolgáltatás.

a.) Az „Időben kezdje el a nyaralást” kampányban alkalmazott, I.4.1.1. a) pont alatt ismertetett reklám egyáltalán nem szól arról, hogy akcióról van szó, vagyis nem informál egyrészt a korlátozott a hozzáférésről, másrészt arról sem, hogy a közölt ár időleges (ld. pl. ezzel szemben a „Tanulj meg integetni”: I.4.1.5. b) pont alatt ismertetett rádióreklámot, mely tájékoztat e többletfeltételről), mely utóbbi azt a látszatot kelti, mintha egy általánosan alkalmazott, kedvező árról lenne szó.

b.) A „Kids go free” kampányban alkalmazott, I.4.2.2. a) pont alatt ismertetett reklám pedig elhallgatja, hogy a gyerekek milyen többletfeltétellel utazhatnak „ingyenesen” (felnőtt kísérőnek milyen minimális értékben kell jegyet váltania).

c.) A „Vele, nem vele” kampányban alkalmazott, I.4.2.6. e) pont alatt ismertetett reklám, mivel az nem tájékoztat a ténylegesen fizetendő díjról, illetve az akció egyéb feltételeiről (ld. pl. ezen kampány keretében kihelyezett óriásplakát apróbetűs szövegében található feltételeket).

#### Egy út, vagy oda-vissza út

187. Jogellenesnek tekinti továbbá a Versenytanács azokat a rádiós reklámokat, amelyekből – a jelenlegi szokásokat és bizonytalanságot alapul véve – nem a fogyasztókra kedvezőbb, vagyis oda-vissza útra vonatkozó ár van megjelölve. A fogyasztó számára lényeges, az árra kiható árutulajdonság, hogy egy közölt ár csak oda vagy pedig oda-vissza útra vonatkozik. Megjegyzi a Versenytanács, hogy a fent írt fogyasztói bizonytalanságot többek között éppen az eljárás alá vont vállalkozás önmagához sem konzekvens reklámozási gyakorlata növeli, mivel a jelen ügyben vizsgált reklámok is változón közlik az árakat ebből a szempontból.

#### *Ab.) Tv reklám*

188. A „Tanulj meg integetni” kampányban alkalmazott, I.4.1.5. a) pontban ismertetett reklámot a Versenytanács a Tptv. 8. § (2) bekezdésének a) pontjába

---

<sup>4</sup> Az I. 4.2.2. b.) pont alatt ismertetett reklám szerint.

ütközőnek tartja azért, mivel a reklám – fent már írt indokok alapján - valótlannul tájékoztat a ténylegesen fizetendő díjról, továbbá hiányos a vonatkozásban, hogy oda-vissza vagy egy útra szól a díjajánlat, és nem tájékoztat a részletes feltételekről sem. E valótlannul tájékoztatást az a körülmény sem orvosolná, ha igaz lenne az eljárás alá vont védekezésében kifejtett – és a Versenytanács által valósnak el nem fogadott - azon álláspont, mely szerint a ténylegesen vetített reklámfilm apróbetűs szövege olvasható.

189. A Versenytanács a fenti reklámot nem tartja figyelemfelkeltő reklámnak - szemben pl. a Gatewick kampány rádióban elhangzó verziójával –, mivel a reklámban foglalt közlés a figyelemfelhívó reklámra jellemző tartamon túl nem csak a szolgáltatás léteire hívja fel a figyelmet, hanem részletesebb információt szolgáltatva – jogszerűtlenül - megjelöli a fizetendő végösszeg egyes elemeit nem tartalmazó árat is.

190. Az apróbetűs információt nem értékelte a Versenytanács, mivel annak tartalma nem észlelhető, illetve az a megküldött bizonyítékon, illetve amint az köztudomású, egy átlagos TV néző számára TV képernyőn nem olvasható.

#### *Ac.) Újság reklámok*

191. Az újsághirdetések kapcsán a Versenytanács az apróbetűs tájékoztatásokat is a tájékoztatás részének vette, mivel azok statikus formában állnak a fogyasztó rendelkezésére, és olvasható méretűek. Ennek figyelembe vételével az alábbi újsághirdetéseket tartotta a Versenytanács jogsértőnek azon indokolással, melyet a rádióreklámokban közölt díjjal kapcsolatban már kifejtett:

- a.) Az „Időben kezdje el a nyaralást” kampány keretében alkalmazott, I.4.1.1. b) pontban ismertetett reklám, mivel az nem tájékoztat a ténylegesen fizetendő díjról, vagyis az egyéb költségekről (adó, illeték, és egyéb díjakról való tájékoztatás hiánya).
- b.) Az „Őszi árárció” kampány keretében alkalmazott, I.4.1.3. b) pontban ismertetett reklám, mivel az nem tájékoztat a ténylegesen fizetendő díjról (adó, illetéken túli egyéb díjakról való tájékoztatás hiánya).
- c.) A „tanulj meg integetni” kampány keretében alkalmazott, I.4.1.5. e) pontban ismertetett reklám, mivel az nem tájékoztat a ténylegesen fizetendő díjról (adó, illetéken túli egyéb díjakról való tájékoztatás hiánya).

#### *Ae.) Óriás plakátok*

192. A Versenytanács szerint az óriásplakát befogadására egy autósnek maximum 1 másodperce, míg egy nem siető járókelőnek maximum 2-3 másodperce van, miből következően az óriásplakát maximum 3 motívummal dolgozhat, amennyiben hatásos kíván maradni (fősor, kép és embléma), és a reklám főüzenetének kiemelkedő szerepe van.

193. Álláspontja szerint azonban éppen fentiek miatt lényeges a főüzenet körütekintő megfogalmazása, figyelembe véve azt is, hogy az apró betűs információk tájékoztatásban betöltött szerepe gyakorlatilag elhanyagolható (Vj-194/2004. és Vj-133/2005. számú eljárások). Az óriásplakátokon elhelyezett reklámok alkalmazásakor - Versenytanács szerint - az eljárás alá vont üzleti

döntésén múlik, hogy a figyelemfelhívó reklám kritériumainak megfelelő reklámokat jelentet-e meg az adott reklámeszközökön, vagy – más döntés esetén – igazodik a részletes(ebb) információt szolgáltató reklámoktól elvárt követelményekhez. A kettő jogellenes ötvözésére azonban nincs mód (Vj-123/2006).

194. A fentieknek megfelelően nem életszerű és bizonyított az eljárás alá vont álláspontja, mely szerint speciális körülmények (pl. dugó) következtében olvashatóvá válna az apró betűs rész.

195. Jogsértőnek tartja így a Versenytanács a 2005. évi „Tanuljon meg integetni” kampányban alkalmazott óriásplakátokat (I.4.1.5. d) pont) , mivel azok bár bizonyos feltételekről tájékoztatnak, de e tájékoztatás az apró betű alkalmazása miatt nem észlelhető. Megjegyzi a Versenytanács, hogy még az apró betűs rész sem tájékoztat megfelelően a díjról, az egyéb költségeket, díjakat (pl. jegykiállítási díj) nem tartalmazza, ahogyan az utak számát sem (egy út vagy oda-vissza út).

196. Jogsértőnek minősülnek továbbá a 2005. évi „Vele, nem vele” kampányban alkalmazott óriásplakátok (I.4.2.6. a) pont) is, mivel az apróbetű okán azok sem a ténylegesen fizetendő díjakról, sem pedig a kapcsolódó feltételekről nem tájékoztatnak észlelhetően.

#### *Af.) Freecard*

197. A freecardok értékelése során a Versenytanács abból indult ki, hogy az azokban szereplő apró betűs szöveg nehezen olvasható, de az a tény, hogy e reklámok többször is olvashatóak, orvosolja előbbi tényt, miáltal az apró betűs szövegeket a reklámok észlelhető, informatív részének tekintette.

198. Ugyanakkor megtévesztőnek tartotta a Versenytanács a 2004. évi „Tanulj meg integetni” kampány keretében alkalmazott freecard-ot (I.4.1.5. c) pont), mivel az nem tájékoztat a ténylegesen fizetendő díjról azáltal, hogy az egyéb díjról nem informál (pl. jegykiállítási díj).

#### *Ag.) Járműreklám*

199. A járműreklámok kapcsán a Versenytanács abból indult ki, hogy azok - méreteiket tekintve - forgalmi helyzetben nem hordoznak lényegi információt, míg álló helyzetben tartalmuk megismerhető. A járműreklámok esetében a Versenytanács nem talált jogsértő reklámot.

#### *Ah.) Kirakatreklám és attrap*

200. A kirakat reklámok, és attrapok esetében a Versenytanács abból indult ki, hogy az azokban szereplő apró betűs szöveg olvasható, illetve ezek többször is elolvashatóak, miáltal az apró betűs szövegeket a reklámok észlelhető részének tekintette.

201. E reklámok esetében a Versenytanács nem talált jogsértő reklámot.

### **B.) Felsőfokú jelző, a „páratlan árak” szlogen használata**

202. A Versenytanács gyakorlata szerint (ld. pl. a Vj-118/2006-os számú versenytanácsi határozatot) a piacelsőségi állítás csak akkor minősül jogszerűnek, ha a reklámozó a kijelentést előzetes piackutatásokkal a reklámban szereplő valamennyi versenytársa vonatkozásban igazolni tudja. A reklámban használt kifejezések valóságát az azt alkalmazó vállalkozásnak kell bizonyítania, melyre jelen eljárásban nem került sor. A Versenytanács a „páratlan” jelzőt felsőfokú árujelzőnek tekinti.
203. Megjegyzi a Versenytanács, hogy a rendelkezésére álló, az eljárás alá vont által a Vj-72/2005. sz. ügyben csatolt anyagban és a Vj-74/2006. sz. eljárásban is felhasznált dokumentumokban több olyan bizonyíték található, mely szerint a hirdetésekkel érintett időszakokban az eljárás alá vont által publikált, egy útra szóló 9.900 Ft-os repülőjegy áránál jóval kedvezőbb ajánlatok is voltak a légi személyszállítási piacon.
204. A fentieknek megfelelően valamennyi olyan reklám, melyben az eljárás alá vont a „páratlan” árak” jelzős szerkezetet alkalmazta, alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, és így a Tpv. 8. §-ának (1) bekezdésébe, illetve az (1) bekezdésének a.) pontjába ütközik.
205. Nem fogadta el a Versenytanács az eljárás alá vont vállalkozás jelentéstani, de főként nyelvtani értelmezését. A páratlan szó jelentése a köznyelvben egy olyan szolgáltatást jelöl, melynél nincs jobb szolgáltatás a piacon, azaz páratlan, azaz egyedülálló.

### **C.) A Versenytanács által nem kifogásolt reklámok**

206. Az I.4.2.1. pontban jelzett „Early Bird” ajándékkampány keretében alkalmazott reklámok árközlést nem tartalmaznak, azok figyelemfelhívó reklámnak minősülnek, és a Versenytanács e reklámok kapcsán jogsértést nem tartott megállapíthatónak.
207. Az I.4.1.2. pontban felsorolt „Karácsonyi ajándék”, és az I.4.2.4. pontban felsorolt „A télből a nyárba” akciókhoz tartozó reklámok valóságtartalmát az eljárás alá vont bizonyította, azokról a Versenytanács megállapította, hogy a fogyasztók – utazási irodák közvetítésével- a reklámban feltüntetett áron vehették igénybe a szolgáltatást, így e reklámok jogsértő jelleg nem áll fenn.
208. Az I.4.2.2. pontban felsorolt 2005. évi „Kids go free” kampány keretében közzétett járműreklámokat a Versenytanács szintén nem tekintette jogsértőnek a fent kifejtettek okán.

### **Bannerek**

209. A bannerek értékelése során a Versenytanács azt vette figyelembe, hogy a bannerekben szereplő apró betűs szöveg nehezen ugyan, de olvasható, továbbá az a tény, hogy e reklámok többször megnézhetőek, orvosolja a nehezen olvashatóságot, miáltal az apró betűs szövegek is a reklámok észlelhető részét képezik. Figyelembe vette továbbá, hogy a bannerekre való rákattintás révén a részletes forgalmazási feltételek megismerhetőek voltak, miből adódóan az interneten tájékozódó, annak

használatát ismerő, ésszerűen eljáró fogyasztótól – a Versenytanács álláspontja szerint – elvárható a bannereken írtakon túli részletes feltételek megismerése a reklámhordozó természetéből adódóan.

#### **II.4. Jogkövetkezmények**

210. Fentiekre tekintettel a rendelkező részben foglalt reklámok vonatkozásában a Versenytanács megállapította a jogsértést a Tpvt. 77.§-ának (1) bekezdés d.) pontja alapján figyelemmel a Tpvt. 8.§ (1) és (2) bekezdés a-c.) pontjában írtakra.

211. A Tpvt. 78.§ (1) bekezdés szerint az eljáró Versenytanács bírságot szabhat ki a Tpvt-be ütköző jogsértés esetén. A bírság kiszabásakor a Tpvt. 78.§ (2) bekezdésében részletezett szempontokra kell figyelemmel lennie.

Jelen eljárásban a jogsértéssel összefüggésben a Versenytanács indokoltnak látta bírság kiszabását, mely összege meghatározásánál a teljes reklámkampány költségéből indult ki. Figyelemmel volt azonban arra, hogy valamennyi, a reklámkampányokban megjelentetett reklám nem volt jogsértő, továbbá arra is, hogy az egyes reklámkampányokban alkalmazott különböző reklámhordozókon megjelentetett reklámok sem voltak azonosan megítélhetők a jogellenesség szempontjából. Fentieket figyelembe véve a bírság mértékének meghatározásánál ténylegesen a teljes reklámköltség felét vette alapul és ehhez képest mérlegelt a Tpvt. 78.§ (2) bekezdésben foglalt szempontok alapján.

A bírság konkrét összegének meghatározásakor fentiek alapján figyelembe vette a jogsértés kiterjedtségét, a jogsértőnek talált kampányok viszonylag rövid voltát, ugyanakkor ismétlődését is. Értékelte a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont vállalkozás ellen voltak folyamatban jogsértést megállapító versenyfelügyeleti eljárások, azonban azt is mérlegelte, hogy a már jogsértőnek talált magatartás típusokat az eljárás alá vont vállalkozás nem folytatta, illetve a korábbi ügyek befejezése óta csak a „páratlan” jelző használata minősült jogsértőnek. Az eljárás alá vont vállalkozás javára értékelte, hogy a szolgáltatás jellegéből adódóan a fogyasztók utólag megismerhetik a vásárlási feltételeket.

212. A Tpvt. 77.§ (1) bekezdés i.) pontja alapján a Versenytanács megállapította, hogy a rendelkező részben nevesített reklámokon túli reklámok nem voltak jogsértőek, illetve vonatkozásukban nem nyert bizonyítást a jogsértés.

Budapest, 2007. március 27.



| A kampány neve 2004. év                  | Tájékoztatás a kapcsolódó adókról és illetékekről | Oda-vissza szól-e meghirdetett ár       | Tájékoztatás a jegykiállítási díjról | A kapcsolódó költségekről szóló tájékoztatás észlelhetősége és olvashatósága |
|--|---|---|--------------------------------------|--|
| <b>1. „Időben kezdje el a nyaralást”</b> | a.) Rádió: Nem tartalmaz információt.             | Nem tartalmaz információt. <sup>5</sup> | Nem tartalmaz információt.           | -  |
|  | b.) Újság: Nem tartalmaz információt.             | Tartalmaz információt.                  | Nem tartalmaz információt.           | -  |
| <b>2. „Karácsonyi ajándék akció”</b>     | a.) Rádió - Nem tartalmaz információt.            | Nem tartalmaz információt. <sup>6</sup> | Nem tartalmaz információt.           | -  |
|  | b.) Újság – Tartalmaz információt                 | Tartalmaz információt.                  | Nem tartalmaz információt.           | Olvasható, bár eléggé kis betűs  |
|  | c.) Banner – Nem tartalmaz információt            | Nem tartalmaz információt.              | Nem tartalmaz információt.           | -  |
| <b>3. „Őszi árákció”</b>                 | a.) Sajtó: Tartalmaz információt.                 | Tartalmaz információt.                  | Nem tartalmaz információt.           | Olvasható.   |
|  | b.) Banner: Tartalmaz információt.                | Tartalmaz információt.                  | Nem tartalmaz információt.           | Nehezen, de többször olvasható.  |

<sup>5</sup> Ez ugyanakkor nem megtévesztő, mert a jegy oda-vissza útra érvényes.

<sup>6</sup> Ez ugyanakkor nem megtévesztő, mert a jegy oda-vissza útra érvényes.

|  |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
| <b>4. „Páratlan városok – páratlan árak”</b> | a.)Banner: Nem tartalmaz információt.                | Tartalmaz információt.                    | Nem tartalmaz információt.               | Nehezen, de többször olvasható.          |
| <b>5. „Tanulj meg integetni „</b>            | a.) TV -<br>Olvashatatlanul rövid ideig nagyon apró. | Olvashatatlanul rövid ideig nagyon apró . | Olvashatatlanul rövid ideig nagyon apró. | Olvashatatlanul rövid ideig nagyon apró. |
|  | b.) Freecard –<br>Tartalmaz információt.             | Tartalmaz információt.                    | Nem tartalmaz információt.               | Nehezen olvasható.                       |
|  | c.) Billboard –<br>Tartalmaz információt             | Tartalmaz információt.                    | Tartalmaz információt.                   | ???                                      |
|  | d.) Újság –<br>Tartalmaz információt                 | Tartalmaz információt.                    | Nem tartalmaz információt.               | Nehezen olvasható.                       |
|  | e.) Banner –<br>Nem tartalmaz információt.           | Nem tartalmaz információt.                | Nem tartalmaz információt.               | -  |
|  | f.) Rádió - Nem tartalmaz információt.               | Nem tartalmaz információt. <sup>7</sup>   | Nem tartalmaz információt.               | -  |

---

<sup>7</sup> Ez ugyanakkor nem megtévesztő, mert a jegy oda-vissza útra érvényes.

| 2005. év<br>A<br>kampány<br>neve                    | Tájékoztatás a<br>kapcsolódó<br>adókról és<br>illetékekről | Oda-vissza<br>szól-e a<br>meghirdetett<br>ár | Tájékoztatás<br>a<br>jegykiállítás<br>i díjról | A<br>kapcsolódó<br>feltételekről<br>szóló<br>tájékoztatás<br>(Speciális<br>feltétel és<br>online<br>foglalható<br>ság.) | A<br>kapcsolódó<br>költségekről<br>szóló<br>tájékoztatás<br>észlelhetősége<br>és<br>olvashatósága |
|---|--|--|--|---|---|
| <b>Early<br/>bird,<br/>Vele, nem<br/>vele akció</b> |  |  |  |   |   |
| a) Plakát   | Tartalmaz<br>információt.                                  | Tartalmaz<br>információt.                    | Tartalmaz<br>információt.                      | Tartalmaz<br>információ<br>t.   | Nagyon<br>apró betűs  |
| b)<br>Freecard                                      | Nincs<br>árinformáció.                                     | Nincs<br>árinformáció.                       | Nincs<br>árinformáció                          | -   | -   |
| c) Rádió  | Nem tartalmaz<br>információt.                              | Nem tartalmaz<br>információt.                | Nem<br>tartalmaz<br>információt.               |   |   |
| d)<br>Kirakatok                                     | Tartalmaz<br>információt.                                  | Tartalmaz<br>információt.                    | Tartalmaz<br>információt.                      | Tartalmaz<br>információ<br>t.   | Apró<br>betűs, de<br>hosszabb<br>ideig<br>tanulmány<br>ozható                                     |
| e) Attrap   | Tartalmaz<br>információt.                                  | Tartalmaz<br>információt.                    | Tartalmaz<br>információt.                      | Tartalmaz<br>információ<br>t.   | Apró<br>betűs, de<br>hosszabb<br>ideig<br>tanulmány<br>ozható                                     |
| f)<br>Billboard                                     | Tartalmaz<br>információt.                                  | Tartalmaz<br>információt.                    | Tartalmaz<br>információt.                      | Tartalmaz<br>információ<br>t.   | Apró<br>betűs, nem<br>észlelhető<br>teljes<br>terjedelmé<br>ben                                   |
| g) Újság  | Tartalmaz<br>információt.                                  | Tartalmaz<br>információt.                    | Tartalmaz<br>információt.                      | Tartalmaz<br>információ<br>t.   | Apró<br>betűs, de<br>hosszabb<br>ideig<br>tanulmány<br>ozható                                     |
| <b>Kids go</b>                                      |  |  |  |   |   |

|  |                            |                            |                            |                            |  |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--|
| <b>free</b>  |                            |                            |                            |                            |  |
| a) Rádió   | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     |  |
| b) Újság   | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Nagyon apró betűs, de hosszabb ideig tanulmányozható |
| c) Járműreklám   | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Apró betűs, észlelhető.                              |
| d) Banner  | Nem tartalmaz információt  | Nem tartalmaz információt  | Nem tartalmaz információt  | Hiányos információt        |  |
| <b>Páratlan városok páratlan árai (Banner kampány)</b> <sup>89</sup> |                            |                            |                            |                            |  |
| Január I. verzió   | Nem tartalmaz információt. | Tartalmaz információt.     | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | -  |
| Január II. verzió  | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | -  |
| Február I. és II. verzió   | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | -  |
| Március Repülőgép kifutós változat I.-III. verzió                    | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | -  |
| Március Puzzle változat I.-II. verzió                                | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | -  |
| Április I. verzió Kockák   | Nem tartalmaz információt  | Tartalmaz információt.     | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt  | Nehezen, de többször                                 |

<sup>8</sup> A bannerre való kattintás egy olyan oldalra visz, ahol az áron kívüli feltételek elolvashatóak.

<sup>9</sup> A bannerre való kattintás egy olyan oldalra visz, ahol az áron kívüli feltételek elolvashatóak.

|                              |                            |                        |                            |  |                                 |
|------------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------------|--|---------------------------------|
|                              |                            |                        |                            | t.   | olvasható.                      |
| Április II. verzió Propeller | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal           | Nem tartalmaz információt.   | -                               |
| Április III. verzió          | Nem tartalmaz információt. | Tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt.   | -                               |
| Május I.-II. verzió          | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Nem tartalmaz információt.   | Nehezen, de többször olvasható. |
| Június I.-II. verzió         | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Nem tartalmaz információt.   | Nehezen, de többször olvasható. |
| Július I. és II. verzió      | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Nem tartalmaz információt.   | Nehezen, de többször olvasható. |
| Augusztus I. verzió          | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Nem tartalmaz információt.   | Nehezen, de többször olvasható. |
| Augusztus II. verzió         | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Tartalmaz információt.   | Nehezen, de többször olvasható. |
| Szeptember I. és II. verzió  | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Nem tartalmaz információt.   | Nehezen, de többször olvasható. |
| Október                      | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Tartalmaz információt.<br>(Spec. Feltétel+ online foglalás (utóbbi itt jelenik meg először). | Nehezen, de többször olvasható. |
| November                     | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt. | Egyéb díjra utal.          | Tartalmaz információt.<br>(Spec. Feltétel+ online foglalás                                   | Nehezen, de többször olvasható. |

|                                |                            |                            |                            |  |                                 |
|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--|---------------------------------|
|                                |                            |                            |                            | (utóbbi itt jelenik meg először).  |                                 |
| December                       | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Egyéb díjra utal.          | Tartalmaz információt.<br>(Spec. Feltétel+ online foglalás)                                  | Nehezen, de többször olvasható. |
| <b>Télből a nyárba koktail</b> |                            |                            |                            |  |                                 |
| a.) Újság                      | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Nem tartalmaz.             | Tartalmaz információt.<br>(Spec. Feltétel+ online foglalás (utóbbi itt jelenik meg először). | Kisbetű, de olvasható.          |
| b.) Banner                     | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt. | Nem tartalmaz információt.   |                                 |
| <b>Tengerparti ajánlatok</b>   |                            |                            |                            |  |                                 |
| a.) Újság                      | Tartalmaz információt.     | Tartalmaz információt.     | Egyéb díjra utal.          | Tartalmaz információt.<br>(Spec. Feltétel+ online foglalás (utóbbi itt jelenik meg először). | Kisbetű, de olvasható.          |

| 2006 év<br>A<br>kampány<br>neve  | Tájékoztatás<br>a kap<br>csolódó<br>adókról és<br>illetékekről | Oda-vissza<br>szól-e a<br>meghirdetett<br>ár | Tájékoztatás<br>a<br>jegykiállítási<br>díjról   | A kapcsolódó<br>költségekről<br>szóló<br>tájékoztatás<br>észlelhetősége<br>és<br>olvashatósága | A kapcsolódó<br>feltételekről<br>szóló<br>tájékoztatás<br>(Speciális<br>feltétel és<br>online<br>foglalhatóság.) |
|--|--|--|---|--|--|
| <b>Páratlan<br/>városok<br/>páratlan<br/>árak<br/>(banner<br/>kampány)</b> |  |  |   |  |  |
| Január I.<br>és II.<br>verzió  | Tartalmaz<br>információt.                                      | Tartalmaz<br>információt.                    | Egyéb díjra<br>utal.  | Nehezen, de<br>többször<br>olvasható.  | Tartalmaz<br>információt.  |
| Február I.-<br>III. verzió   | Tartalmaz<br>információt.                                      | Tartalmaz<br>információt.                    | Egyéb díjra<br>utal.  | Nehezen, de<br>többször<br>olvasható.  | Tartalmaz<br>információt.  |
| Március  | Tartalmaz<br>információt                                       | Tartalmaz<br>információt                     | Egyéb díjra<br>utal.  | Nehezen, de<br>többször<br>olvasható.  | Tartalmaz<br>információt.  |
| Április I.<br>és II.<br>verzió   | Tartalmaz<br>információt                                       | Tartalmaz<br>információt                     | Tartalmaz<br>információt.<br>Utal a<br>jegykezelési<br>költségre, és<br>egyéb díjakra | Nehezen, de<br>többször<br>olvasható.  | Tartalmaz<br>információt.  |
| Május I.-<br>III. verzió   | Tartalmaz<br>információt                                       | Tartalmaz<br>információt                     | Tartalmaz<br>információt.<br>Utal a<br>jegykezelési<br>költségre, és<br>egyéb díjakra | Nehezen, de<br>többször<br>olvasható.  | Tartalmaz<br>információt.  |
| Június   | Tartalmaz<br>információt.                                      | Tartalmaz<br>információt.                    | Tartalmaz<br>információt.<br>Utal a<br>jegykezelési<br>költségre, és<br>egyéb díjakra | Nehezen, de<br>többször<br>olvasható.  | Tartalmaz<br>információt.  |
| Július   | Tartalmaz<br>információt.                                      | Tartalmaz<br>információt.                    | Tartalmaz<br>információt.<br>Utal a<br>jegykezelési<br>költségre, és<br>egyéb díjakra | Nehezen, de<br>többször<br>olvasható.  | Tartalmaz<br>információt.  |
| <b>Gatewick<br/>kampány</b>  |  |  |   |  |  |
| a.) Sajtó  | Tartalmaz  | Tartalmaz                                    | Tartalmaz   | Olvasható, bár   |  |

|            |                       |                       |                       |                                 |  |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|--|
|            | információt           | információt           | információt           | kis betűs                       |  |
| b.) Banner | Tartalmaz információt | Tartalmaz információt | Tartalmaz információt | Nehezen, de többször olvasható. |  |