



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj-153/2007/33.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Digitania Kommunikációs Zrt.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

### **határozatot**

A Versenytanács megállapítja, a Digitania Kommunikációs Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított az „SMS magic” elnevezésű társkereső szolgáltatásának a 2006. és a 2007. évben a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban szereplő hölgyek fotói és a róluk közzétett ismertető kapcsán.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 63.990.000 Ft (Hatvanhárommillió-kilencszázkilencvenezer forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számla javára köteles megfizetni.

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

### **I n d o k o l á s**

1. A jelen versenyfelügyeleti eljárás annak vizsgálatára irányult, hogy a Digitania Kommunikációs Zrt. megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit az általa reklámozott „SMS magic” elnevezésű társkereső szolgáltatással kapcsolatos tájékoztatásokkal, amelyek arra engedik következtetni a reklámot megtekintőket, illetve a szolgáltatás igénybe vevőit, hogy a reklámban társkeresési céllal szerepelnek személyek képpel és rövid szöveges üzenettel.

## I.

### Az eljárás alá vont, az elsődlegesen érintett piac

2. A norvég Telenor Venture IV AS tulajdonában lévő eljárás alá vont az egyik mobiltelefon-szolgáltató vállalkozás partnereként elsősorban SMS, MMS, IVR, WEB és WAP-alapú tartalomszolgáltatást nyújt (különböző chatszolgáltatások és nyereményjátékok, SMS-szavazás). 2006. évi nettó árbevétele 639.929.000 Ft volt.

3. A mobiltelefonok és az internet alkalmazásának népszerűvé válásával megnőtt a különböző web- és mobil-alapú társkereső szolgáltatások száma is. Az eljárás alá vont is több partnerének nyújt SMS-ben vagy díjas telefonvonalon társkereső szolgáltatást. Ezen esetekben az eljárás alá vont kizárólag technikai szolgáltatóként lép fel és nem közvetlenül a végfelhasználókkal áll kapcsolatban.

Az SMS-társkeresők szolgáltatásaikat elsősorban az interneten, saját honlapjaikon, illetve egyéb tematikus honlapokon, valamint egyes nyomtatott sajtótermékekben hirdetik. A szolgáltatók általában többfajta tartalomszolgáltatást is nyújtanak, ezek közül egy az SMS-társkeresés.

## II.

### Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

4. Az eljárás alá vont egyik szolgáltatása az „SMS magic” fantázianevű SMS-társkereső szolgáltatás, amelyet 2006 júniusa óta nyomtatott sajtótermékekben, főként bulvárlapokban és hirdetési újságokban népszerűsített (Metro, Blikk, Bors, Expressz, Nemzeti Sport, Szuperinfo), illetőleg a Viasat televíziós csatornán egy televíziós reklám került sugárzásra.

5. A nyomtatott sajtóban közzétett reklámok egyik változatában több hölgy fényképe látható, a hozzájuk tartozó kódnévvel (pl. MTZITA75, MTZSUZSA). A nők arcképe mellett a társkereső szolgáltatásokban megszokott 1-2 mondatos bemutatkozó szöveg („vidéken élő nem független nő diszkrét barátot keres”, „vidéki óvónő biztos társat keres, nem szeretne újra csalódní”, „házasságban élő nő titkos, kalandos kapcsolatokat keres” stb.) szerepel, valamint az arról való tájékoztatás, hogy milyen módon kell megküldeni az SMS üzenetet, s mennyi az üzenet ára (240 Ft+ ÁFA ).

A nyomtatott sajtóban megjelent reklámok másik változatában a reklám kép nélkül is tartalmazott SMS kódot és rövid ismertetőt a társat kereső személyről (pl. „Elvált, nem dohányzó, egyedül élő negyvenes nő ismerkedne. Korosztály nem lehet akadály, mindenre nyitott vagyok. Minden SMS-re válaszolok!”).

Az eljárás alá vont 2006. és 2007. évben közzétett reklámjai a fentiekkel azonos módon kerültek kialakításra, azokban csak 2008-ban történt módosítás, közölve, hogy „a képek egy része csak illusztráció.”

6. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a hirdetésekben látható személyek képeit reklámügynökségektől vásárolja. A fotók mellett látható szövegek a reklám tervezési folyamatának részeként, a kreatív munka elemeiként kerülnek felhasználásra, azaz kitalált fantáziaszövegek. A reklámok szövegeinek tartalmát az eljárás alá vont csak abból a célból és csak olyan mértékig ellenőrzi, hogy azok ne legyenek alkalmasak személyiségi jogok megsértésére (pl. ne tartalmazhassanak gyűlöltre uszítást, illetve ne utaljanak konkrét

személyre). A nyilatkozat más részeiben is megerősíti, hogy az eljárás alá vont minden, a hirdetésekben felhasznált fotót reklámügynökségtől vásárolja (Vj-153/2007/7.).

A Versenytanács 2008. február 21-i tárgyalásán az eljárás alá vont előadta, egyes esetekben nem az adott hölgyről jelenik meg fénykép, például akkor, ha nem jó minőségű az általa megküldött fotó vagy az más okból nem közölhető. Ilyenkor más fotó jelenik meg, amelyhez az adott hölgy hozzájárulását adja (Vj-157/2007/29.). Az eljárás alá vont nem jelölte meg, hogy az általa közölt fotók közül melyek a reklámügynökségtől vásároltak, s melyek nem. Erről külön felhívásra a 2007. május 7-i Metro című újságban megjelent reklámjában megjelent fényképek kapcsán sem nyilatkozott, előadva, hogy ezt lehetővé tevő nyilvántartással nem rendelkezik.

7. Az eljárás alá vont előadta, ha az adott reklámmal találkozó fogyasztó a reklámban rögzítettek szerint SMS-t küld az általa a fotó, illetőleg az ismertető szöveg alapján kiválasztott személy kódnevére, s az eljárás alá vont azt észleli, hogy az adott időtartamon (korábban 2, majd illetőleg 10 percen) belül nem érkezik válasz az adott SMS-re, akkor az eljárás alá vont egy standard szövegű, automata üzenetet juttat el az SMS beküldőjéhez, ezzel nyugtázva a kapcsolat felvételre irányuló szándékot (Vj-153/2007/28.).

8. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint nemcsak a reklám alapján ismerkedni kívánó fogyasztó esetén emelt díjas az SMS küldése (240 Ft + ÁFA), hanem a reklámban szereplő hölgy esetében is.

9. A Vj-153/2007/14. számú irat melléklete tartalmazza az arra vonatkozó adatokat, hogy az eljárás alá vont 2007. május 1. és 7. között milyen SMS-forgalmat bonyolított le. Az SMS-adatforgalmat tartalmazó listákban nem kizárólag az „SMS magic” elnevezésű társkereső szolgáltatásra vonatkozó adatokat találhatók, abban például a csengőhang szolgáltatásra vonatkozó adatok is megjelennek. A rendelkezésre álló adatokból, illetve 14 véletlenszerűen kiválasztott telefonszámmal lebonyolított forgalom adataiból ugyanakkor az megállapítható volt, hogy

- a bejövő SMS-ek darabszáma sohasem haladja meg a kimenő SMS-ek darabszámát,
- a kimenő SMS-ek darabszáma arányában jellemzően lényegesen meghaladják a bejövő üzenetek darabszámát,
- az utolsó SMS egy eset kivételével mindig kimenő.

Volt üzenetváltás, amely esetében az adott napon 13 bejövő és 30 kimenő üzenet volt (egyéb arányok: 6:12, 2:6, 4:7, 9:13, 8:12 stb.). Az egyik telefonszám esetén a 2007. május 1. és 7. közötti időszakban 67 bejövő és 132 kimenő üzenetre került sor.

### III.

#### Az eljárás alá vont előadása

10. Az eljárás alá vont előadta,

- a reklámokban megjelenő személyek valódiságát nincs eszköze leellenőrizni, s ez nem is feladata vagy kötelezettsége,
- a társkereső szolgáltatás reklám szövegeit a reklámszakmában szokásos és a szakmában elfogadott, meghonosodott gyakorlat szerint formázták meg és közölték azokat, melynek során számos esetben valóban ügyelniük kellett a reklámszövegek megfelelő, elfogadható tartalmára is. Ez a tevékenység a kampány kreatív részét képezte,

- az általa hivatkozott e-mail címeiről olyanoktól érkeztek megkeresések hozzá, akik a szolgáltatás igénybevétele céljából kívánták felvenni a kapcsolatot az eljárás alá vonttal („ázsiai származású lánnyal szeretnék megismerkedni, hosszú távú kapcsolat céljából”, „információt szeretnék kérni az sms társkeresőn való regisztrálásról”, „Szeretnék hirdetést feladni. Hogyan lehetséges?”, „Olvastam hirdetésüket és szeretnék jelentkezni a társkereső rovatba! Kérem válaszukat mihamarabb, hogyan lehetséges”),
- a képek egy része csak illusztráció. A mostani reklámokban ezt már fel is tüntetik. Nem vitatja, hogy hibáztak, amikor ezt korábban nem jelezték,
- törvényi kötelezettség hiányában nem rendelkezik olyan nyilvántartással, amellyel igazolni tudná a vizsgált időszakban megjelent reklámokban szereplő hölgyek arcképének valóságát, illetve ügynökségtől származását. A vizsgálattal érintett üzleti tevékenysége és e tevékenység adminisztrálása során az alkalmazott rendszer (törvényi előírás hiányában) nem volt alkalmas a hirdetésben résztvevők utólagos azonosítására. A jövőre nézve az eljárás alá vont ezen üzletágra vonatkozó rendszerét átalakítja, a hirdetők jelentkezéseit tartalmazó e-mail-ek utólagos dokumentálására, azonosítására, megőrzésére való alkalmasságát biztosítani fogja. Ezen intézkedések nyomán 2008. április 1-től rendszere ezen feltételeket ki fogja elégíteni,
- levonta a tanulságokat a jelen versenyfelügyeleti eljárásból, s ha a jövőben folytatja ezt a tevékenységet, akkor azt a törvényi rendelkezések tiszteletben tartásával kívánja végezni,
- az „SMS magic” elnevezésű társkereső emelt díjas szolgáltatás a 2006. évi nettó árbevétel néhány százalékát tette ki és ezen belül e szolgáltatás szerény veszteséget produkált. Az eljárás alá vont döntése alapján ezen szolgáltatás folytatására a 2007. évben azért került sor, mert remény volt arra, hogy a hatékonyság növelésével a költségek csökkentésével ez a tevékenység nyereségesé tehető.

Az eljárás alá vont kérte, hogy a Versenytanács észrevételeit értékelve és az abban foglaltakat figyelembe véve, a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdésében foglaltakat mérlegelve, az eset összes körülményére tekintettel hozza meg döntését.

#### **IV. A vizsgálók indítványa**

11. A vizsgálók szerint az eljárás alá vont a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást követett el, ezért jogsértés megállapítását és bírság kiszabását indítványozták az ügyben.

#### **V. Jogi háttér**

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

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

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

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## VI.

### A Versenytanács döntése

13. A Tpv. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására, ezen keresztül pedig a versenytársakra.

14. A Tpv. 8.§-ának alkalmazásakor a Versenytanács - a bírói gyakorlattal összhangban - általános követelményként fogalmazta meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásnak a magáról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz, pontos és valóságos legyen.

15. A fogyasztói döntések jogsértő befolyásolása megvalósul a valótlan tényállítással, valós tény megtévesztésre alkalmas módon való állításával, illetőleg bármilyen megtévesztésre objektíve alkalmas tájékoztatással.

16. Az eljárás alá vontnak a nyomtatott sajtóban a 2006. és a 2007. évben az „SMS magic” szolgáltatás kapcsán reklámjai arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy ha a megadott számra SMS-eket küldenek, akkor lehetőségük nyílik a reklámban az adott kódnév melletti ismérvekkel bíró, jellemzően fotóval is megjelenített hölgygel megismerkedni, illetőleg e hölgyekkel ismerkedést kezdeményezni.

17. A Versenytanács szerint a közzétett reklámok esetén a fogyasztó nem feltételezhette azt, hogy

- a reklámban keresztnévvel megjelenített hölgyek közzétett fotói nem szükségszerűen valósak, hanem reklámügynökségek által készített képeit teszik közzé,

- a reklámban megjelent szöveges ismertető szintén nem szükségszerűen valós, annak tartalmát az eljárás alá vont „a kampány kreatív részéként” alakítja ki.

Ezek a tények sem a reklámban, sem pedig a vonatkozó Általános Szerződési Feltételekben sem szerepeltek.

18. Az eljárás alá vont előadásával kapcsolatban a Versenytanács kiemeli,

- egy társkereső szolgáltatás esetén a társat kereső személyre vonatkozó, elvileg általa megadott információk a fogyasztói oldalról nem értelmezhetők olyan reklámnak, amely a vállalkozás (az eljárás alá vont) reklámkampányának kreatív részét képezhetné,
- az eljárás alá vont által hivatkozott e-mail-ek alkalmatlanok voltak annak bizonyítására, hogy a 17601-es számra SMS-t író fogyasztók reklámok keltette várakozásai valósak voltak, mivel az e-mail-ek arra vonatkoznak, hogy az adott személy társat szeretne találni, hirdetést szeretne feladni, ugyanakkor az e-mail-ek semmivel sem támasztják azt alá, hogy a megjelent reklámokban szerepeltetett hölgyekkel ténylegesen meg lehetett ismerkedni,
- a fogyasztóhoz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia [ez következik a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 17.§-ának (3) bekezdéséből is, amely szerint a reklámozó indokolt esetben - az eset körülményeire való tekintettel, figyelemmel a reklámozó és az egyéb érdekelt törvényes érdekeire - a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető], e kötelezettségének azonban az eljárás alá vont nem tett eleget.

19. Az eljárás alá vont

- korábbi nyilatkozatában egyenesen azt adta elő, hogy a reklámokban felhasznált fotókat kivétel nélkül reklámügynökségtől vásárolta,
- későbbi módosított állítása szerint egyes esetekben nem a reklámban szereplő személy fotója jelent meg, azonban ezzel összefüggésben semmilyen bizonyítékot sem adott elő.

A két nyilatkozat összevetéséből az mindenképpen megállapítható, hogy a reklámmal találkozó és annak alapján 240 Ft + ÁFA díj ellenében SMS-eket küldő fogyasztó számára nem volt biztosított, hogy minden esetben a fényképen szereplő személy irányában kezdeményezzen ismerkedést, hiszen azt az eljárás alá vont még a módosított előadásában sem vitatta, hogy egyes (a reklámmal találkozó fogyasztók által pontosan nem ismert, illetve a versenyfelügyeleti eljárás során az eljárás alá vont által pontosan meg nem határozott) esetekben nem az adott hölgyről jelennek meg képek, azok csak illusztrációk voltak.

A fogyasztó számára az sem volt szükségszerűen biztosított, hogy a szöveges ismertető szerinti személyekkel kezdeményezzen ismerkedést, mivel azok tartalmát is az eljárás alá vont alakította, ki, azok „a kampány kreatív részét képezték.”

Megjegyzi a Versenytanács, a 2007. május 1. és 7. közötti időszakban bonyolított SMS-forgalomra vonatkozó adatok összességükben nemhogy nem oszlatták el, hanem csak megerősítették azt a gyanút, hogy az „SMS magic” elnevezésű társkereső szolgáltatás működése az eljárás alá vont által erősen manipulált. Így a Versenytanács nem talált ésszerű magyarázatot például arra, hogy ha (amint azt az eljárás alá vont előadta) a reklámban szereplő személynek szintén 240 Ft + ÁFA összeget kell fizetnie SMS üzenetei után, akkor adott esetben miért küld lényegesen több üzenetet, mint a másik fél.

20. Az eljárás alá vont azt sem tudta bizonyítani, hogy – amint azt állította – a szolgáltatását igénybevevő, előadása szerint tényleg létező hölgyek hozzájárultak ahhoz, saját fotójuk helyett más személy eljárás alá vont által biztosított fényképe jelenjen meg, illetve hogy a rájuk vonatkozó szöveges ismertető az eljárás alá vont által „a kampány kreatív részéként” kerüljön közzétételre. Mindazonáltal még ezek bizonyítása sem változtatna azon a helyzeten hogy a reklámmal találkozók és az azokban megjelenő hölgyekkel ismerkedni kívánó fogyasztók előtt nem volt tudott, hogy nem garantált az adott fényképen szereplő hölgygel történő ismerkedés, illetve az sem volt ismert, hogy szöveges közlések sem szükségszerűen felelnek meg a valóságnak, azok „a kampány kreatív részét” képezték.

21. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított az „SMS magic” elnevezésű társskereső szolgáltatásának a 2006. és a 2007. évben a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban szereplő hölgyek fotói és a róluk közzétett ismertető kapcsán. Az eljárás alá vont magatartásával megsértette a Tpvt. 8.§-a (2) bekezdésének a) pontját.

22. Az eljárás alá vont előadása szerint módosított reklámjainak tartalmán, így a Versenytanács nem látta indokoltnak, hogy a jelen eljárásban elbírált tartalommal megjelent reklámok kapcsán a jogsértés Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a jogsértő magatartás további folytatását megtiltsa ugyanezen bekezdés f) pontja szerint. Jelzi ugyanakkor a Versenytanács, hogy újabb versenyfelügyeleti eljárásra adhat alapot, ha az eljárás alá vont ismételten tanúsítja a jogsértő magatartást. Kiemelendő továbbá, hogy a módosított tartalmú reklámok nem képezték a jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát, azok versenyjogi értékelését a Versenytanács nem végezte el.

23. A Versenytanács a jogsértés megállapítása mellett bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpvt. 78.§-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpvt. 78.§-ának (3) bekezdésében foglaltak szerint meghatározva.

A bírság összegének meghatározásakor a Versenytanács a jogsértő tájékoztatást tartalmazó 2006. és 2007. évi, nyomtatott sajtóban megjelent reklámok megjelentetésével kapcsolatos (üzleti titoknak minősülő) költségekből indult ki.

Ezt követően a Versenytanács tekintettel volt

- a tájékoztatásokkal elért fogyasztók nagy számára,
- a jogsértő magatartással érintett időszak mintegy másfél évet felölelő hosszára.

Súlyosító körülményként vette figyelembe a Versenytanács, hogy az eljárás alá vontnak az „SMS magic” elnevezésű társskereső szolgáltatással kapcsolatos egész üzletpolitikája a jogsértő magatartásra épült.

Enyhítő körülményként vette figyelembe a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont részben elismerte a jogsértést.

Az így kiszámított összeg meghaladta a 63.992.900 Ft-ot, így figyelemmel kellett lenni arra, hogy a Tpvt. 78.§-ának (1) bekezdése értelmében a bírság összege legfeljebb a vállalkozás nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A jelen esetben az eljárás alá vont 2006. évi nettó árbevétele (639.929.000 Ft) ismert hiteles adatként a Versenytanács előtt. Ennek megfelelően a Versenytanács a bírságot 63.990.000 forintban határozta meg. A Versenytanács szerint ez az összeg alkalmas arra, hogy az eljárás alá vontat visszatartsa hasonló jogsértő magatartás tanúsításától.

24. A bíróságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110.§-ának (1) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpvt. 83.§-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bíróság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

## **VII. Egyéb kérdések**

25. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpvt. 45.§-án, illetékessége a Tpvt. 46.§-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

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

Budapest, 2008. március 4.