



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-75/2007/21

Ikt.sz: Vj-75/2007/19.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **British Airways Plc.** (Waterside Harmondsworth) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztók tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárás során tartott nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

v é g z é s t .

A Versenytanács a 2006. szeptemberi és 2007. januári „Dream Flights” reklámkampányok során alkalmazott „messze a legvonzóbb árakon” reklámüzenet tekintetében az eljárást megszünteti.

A végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül lehet a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, de a Fővárosi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel élni.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya és a vizsgált magatartás

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy a British Airways Plc (a továbbiakban: British Airways, illetve eljárás alá vont) a légitársasági szolgáltatásaival kapcsolatos reklámanyagaiban a „Messze a legvonzóbb árakon” reklámüzenetet alkalmazta. Ennek nyomán a Gazdasági Versenyhivatal 2007. április 26-án a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve 70. §-a alapján versenyfelügyeleti eljárást indított a British Airways ellen, vizsgálva a 2006. évben és 2007. első negyedében alkalmazott fogyasztóknak szóló kommunikációit, különös figyelemmel a repülőjegyek feltüntetett árai alkalmazásával kapcsolatos feltételekre vonatkozó tájékoztatási gyakorlatra.

- 2) A British Airways a nemzetközi polgári repülési piac egyik legrégebbi szereplője, amely brit nemzeti légitársaságként 1939-től szerepel a világpiacon. Jelenleg saját képviseleti irodát tart fenn Budapesten, ám tevékenységét közvetlenül – és nem Magyarországon bejegyzett leányvállalat útján – végzi.
- 3) A British Airways a „Messze a legvonzóbb árakon” kijelentést a 2006. szeptember 1-8., illetve 2007. január 17-21. között tartott „Dream Flights” kampányok szlogenjeként alkalmazta. Ez az állítás a kampány mindkét periódusában és a felhasznált összes reklámhordozón megtalálható. A kampány során a lehetséges reklámeszközök közül a következők kerültek felhasználásra: (i) sajtóhirdetés, (ii) rádió-spot, (iii) internetes felületen elhelyezett banner.
- 4) Ugyanazon képi megjelenítéssel, különböző méretben, minimális tartalmi változtatásokkal — csak az úti cél és az ahhoz kapcsolódó repülőjegy alapára változik — többféle hirdetést alkalmazott a British Airways. A hirdetések közös jellemzője volt, hogy a „Messze a legvonzóbb árakon” reklámüzenetet követően konkrét tengerentúli úticélokot jelölt meg az eljárás alá vont, kiemelve a nála elérhető legolcsóbb árakat.
- 5) Az első promóciós időszakban kiemelt városok a következők voltak: (i) *Miami 65 000, Los Angeles 75 000, Mexikóváros 120 000 Ft-tól*, (ii) *New York 57 000, Vancouver 110 000, Sydney 165 000 Ft-tól*, (iii) *San Francisco 75 000, Toronto 75 000, Hong Kong 105 000 Ft-tól*. A reklámkampányban szereplő újsághirdetésekből minden úticél szerepelt, a rádiós hirdetések különböző változataiban az előző három csoportból egy-egy csoport került kiemelésre, míg az internetes banner csak a Miami, Los Angeles, Mexikóváros és Sydney célokat emelte ki.
- 6) A második promóciós időszakban megjelölt városok a következők voltak: „ (i) *Miami 65 000, Los Angeles 75 000, Toronto 75 000 Ft-tól*, (ii) *Chicago 65 000, San Francisco 75 000, Hong Kong 105 000 Ft-tól*. A reklámkampányban szereplő újsághirdetésekből minden úticél szerepelt, a rádiós hirdetések különböző változataiban az előző két csoportból egy-egy csoport került kiemelésre, míg az internetes banner csak a Miami, Los Angeles, Toronto és Hong Kong célokat emelte ki.
- 7) Az első időszakban az újsághirdetések a Népszabadság, Metró és Magyar Nemzet napilapokban, illetve a HVG és Figyelő hetilapokban jelent meg egy-egy alkalommal,

míg a rádiós hirdetés a Sláger Rádióban (24 alkalommal) a Rádió1 Bp-en (20 alkalommal) és a Rádió Cafében (15 alkalommal) került lejátszásra. Az interneten a hirdetés több weboldalon is megjelent, így többek között a Startlapon, a lap.hu-n. a Hírkeresőn, utazas.hu-n.

- 8) A második időszakban az újsághirdetés a Népszabadság, Metró és Magyar Nemzet napilapokban jelent meg egy-egy alkalommal, míg a rádiós hirdetés a Sláger Rádióban hangzott el 32 alkalommal. Az interneten a hirdetés több weboldalon is megjelent, így többek között a Startlapon, a lap.hu-n. az Origón, utazas.hu-n, T-Online honlapon, iwiw-en, Sanoma honlapon.
- 9) Eljárás alá vont az eljárás során a vizsgált reklámüzenet valóságtartalmának igazolása érdekében összehasonlította az adott időszakokban a versenytársai, illetve általa alkalmazott árakat. Ezen beadványokban foglaltakat összesítik az alábbi táblázatok:

10) A 2007. januári időszakban:

Célpont ¹	BA			Air France	Lufthansa	KLM	Austrian Airlines	Delta	Malev
	Általános legalacsonyabb ár	Promóciós Ár	Kedvezmény						
CHI	96 000	65 000	32%	96 000	90 000	95 000	120 000	90 000	120 000
LAX	118 000	75 000	36%	140 000	115 000	118 000	144 700	115 000	140 000
MIA	97 000	65 000	33%	97 000	95 000	120 000	120 000	95 000	120 000
SFO	118 000	75 000	36%	140 000	115 000	120 000	144 700	115 000	140 000
YYZ	110 000	75 000	32%	110 000	110 000	110 000	111 000	120 000	110 000
HKG	145 000	105 000	28%	175 000	170 000	138 000	553 000	N/A	205 000
Célpont	BA			Alitalia	Swissair	Finnair	Turkish Airline	Czech Airlines	
	Általános legalacsonyabb ár	Promóciós Ár	Kedvezmény						
CHI	96 000	95 000	95 000	156 900	291 100	95 000	95 000	90 000	
LAX	118 000	118 000	120 000	187 700	321 900	120 000	118 000	115 000	
MIA	97 000	97 000	100 000	156 900	291 100	97 000	97 000	95 000	
SFO	118 000	138 700	120 000	187 700	321 900	120 000	138 700	115 000	
YYZ	110 000	110 000	110 000	325 800	325 800	110 000	110 000	120 000	
HKG	145 000	N/A	170 000	218 000	200 000	N/A	N/A	N/A	

¹ CHI: Chicago, LAX: Los Angeles, MIA: Miami, SFO: San Francisco, YYZ: Toronto, HKG: Hong Kong

11) A 2006. szeptemberi és 2007. januári időszakban:

REPÜLŐJEGYÁRAK ÖSSZEHASONLÍTÁSA

IX.06

Repülőjegyek forintban							
Célállomás	British Airways			Air France	Lufthansa	KLM	Austrian Airlines
	Általános legalacsonyabb jegyár	Promóciós Ár	Kedvezmény %				
New York	80 000	55 000	31%	105 000	79 900	69 900	95 000
Dsan Francisco	118 000	75 000	36%	150 000	130 000	120 000	175 000
Miami	97 000	65 000	33%	150 000	85 000	120 000	120 000
Vancouver	150 000	110 000	27%	420 000	165 000	157 000	175 000
Chicago	96 000	65 000	32%	135 000	105 000	96 000	120 000
Phoenix	120 000	82 000	32%	160 000	160 000	130 000	175 000
Toronto	110 000	75 000	32%	145 000	120 000	110 000	130 000
Boston	90 000	65 000	28%	135 000	80 000	90 000	135 000
Johannesburg	140 000	105 000	25%	141 000	130 000	135 000	589 100
Seattle	130 000	85 000	35%	150 000	160 000	130 000	175 000
Newark	80 000	55 000	31%	105 000	79 900	69 900	95 000
Montreal	110 000	75 000	32%	145 000	120 000	126 000	130 000
Hong Kong	145 000	105 000	28%	175 000	170 000	138 000	554 300
Washington	90 000	65 000	28%	120 000	100 000	90 000	120 000
Los Angeles	118 000	75 000	36%	150 000	130 000	120 000	175 000
Sydney	230 000	175 000	24%	209 000	200 000	240 000	230 000
Auckland	295 000	230 000	22%	1 693 400	285 000	249 500	310 000

I.07

Repülőjegyek forintban							
Célállomás	British Airways			Air France	Lufthansa	KLM	Austrian Airlines
	Általános legalacsonyabb jegyár	Promóciós Ár	Kedvezmény %				
Boston	90 000	60 000	33%	90 000	85 000	90 000	127 000
Chicago	96 000	65 000	32%	96 000	90 000	95 000	120 000
Denver	122 000	70 000	43%	120 000	115 000	130 000	144 700
Detroit	105 000	65 000	38%	115 000	105 000	110 000	139 700
Los Angeles	118 000	75 000	36%	140 000	115 000	118 000	144 700
Miami	97 000	65 000	33%	97 000	95 000	120 000	120 000
New York	80 000	57 000	29%	69 900	64 900	69 900	69 600
Phoenix	120 000	75 000	38%	130 000	125 000	130 000	175 000
Philadelphia	95 000	60 000	37%	95 000	90 000	120 000	135 000
San Francisco	118 000	75 000	36%	140 000	115 000	120 000	144 700
Seattle	130 000	85 000	35%	140 000	125 000	130 000	144 700
Washington	90 000	60 000	33%	105 000	85 000	90 000	90 000
Montreal	110 000	75 000	32%	126 000	110 000	126 000	130 000
Toronto	110 000	75 000	32%	110 000	110 000	110 000	111 000
Calgary	150 000	110 000	27%	898 200	160 100	180 300	175 000
Vancouver	150 000	110 000	27%	432 600	150 000	150 000	175 000
Hong Kong	145 000	105 000	28%	175 000	170 000	138 000	553 000
Shanghai	141 000	100 000	29%	150 000	120 000	120 000	150 000
Mumbai	150 000	110 000	27%	120 000	120 000	120 000	120 000
Delhi	150 000	110 000	27%	120 000	120 000	120 000	120 000

II.

Az eljárás alá vont védekezése

- 12) A „Dreamflights” kampánnyal kapcsolatban eljárás alá vont előadta, hogy a tengerentúli járataival kapcsolatban a kedvező promóciós árat „legvonzóbb” árként tüntette fel, amely álláspontja szerint nem egyenrangú kifejezés a legalacsonyabb ár szlogennel, hiszen a vonzó jelző szubjektív többlettartalommal rendelkezik. Ezzel a jelzővel éppen azt akarta kifejezni, hogy a fogyasztó számára az ár-érték tekintetében legvonzóbb ajánlatot emeli ki. Rámutatott továbbá, hogy a tengerentúli akció mindkét esetben csak néhány napig tartott.
- 13) Előadta továbbá, hogy számos versenytársával összehasonlítva az általa alkalmazott árak bizonyultak a legalacsonyabbnak, így az állítás még abban az esetben is igaznak bizonyul, ha az valóban a legalacsonyabb ár megjelölést jelentené.

III.

Jogi háttér

- 14) A Tpvt. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a fogyasztók megtévesztése a gazdasági versenyben. A (2) bekezdés a fogyasztó megtévesztésre alkalmas magatartások példálódzó felsorolását tartalmazza. Ezen belül az a) pont tiltja az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas állítását, megtévesztésre alkalmas árujelzővel való ellátását, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatás adását.
- 15) A használt kifejezések értelmezéséről szóló 9. § előírja, hogy a mindennapi életben, illetve a szakmában elfogadott általános jelentés az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
- 16) A Tpvt. 70. § (1) bekezdés alapján a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely a Tpvt. rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik, és a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi. A végzésben meg kell jelölni azokat a körülményeket és magatartásokat, amelyek miatt az eljárás megindult.

- 17) A Tpv. 71/A. § alapján a vizsgáló az eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70. § (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye. A Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontja alapján a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően a Versenytanács gyakorolja ugyanezt a jogkört.
- 18) 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.
- 19) A Tpv. 82. § (1) bekezdés szerint a vizsgálónak, illetve a Versenytanácsnak az eljárás során hozott végzése ellen külön jogorvoslatnak csak akkor van helye, ha azt a Tpv. megengedi. A jogorvoslati kérelem előterjesztésének a végzésben foglaltak foganatosítására, az eljárás folytatására – a Tpv. eltérő rendelkezése hiányában - halasztó hatálya nincs. A jogorvoslati kérelmet az ügyfél, illetve akire nézve a végzés rendelkezést tartalmaz, a végzés közzétételétől számított nyolc napon belül terjesztheti elő.
- 20) A Tpv. 88/A. §-a értelmében a GVH-nak a közérdek érvényesítésére irányuló hatásköre nem zárja ki a törvény III. fejezetében, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma megsértésére alapított polgári jogi igények közvetlen bíróság előtti érvényesítését.
- 21) A Tpv. 88/B. § (6) bekezdésének második mondata szerint a polgári jogi igény érvényesítése tárgyában indult eljárás során a bíróság a GVH keresettel nem támadott határozatának, illetve a GVH határozatát felülvizsgáló bíróság határozatának a törvénysértést vagy annak hiányát megállapító részéhez kötve van.

IV.

A Versenytanács döntése

- 22) A Tpvt. III. fejezetének célja a fogyasztók döntési szabadságának az áruk, illetve szolgáltatások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A Tpvt. a fogyasztók megfélemlítésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.
- 23) Az eljárás alá vont „mesze a legvonzóbb árak” szöveggel megjelent reklámüzenettel kapcsolatosan előadott álláspontjával kapcsolatban osztja a Versenytanács azt a véleményt, hogy a „vonzó” jelző önmagában bírhat egyfajta szubjektív jelentéstartalommal, amely adott esetben kifejezheti adott áru többféle szempontból (ár-minőség stb.) való egységes – és szubjektív! – értékelését. A Versenytanács megítélése szerint ugyanakkor a British Airways által a Dream Flights promócióban alkalmazott „messze a legvonzóbb árakon” reklámüzenet az árak tekintetében megfogalmazódó piacelsőséget kifejező üzenetnek minősül a következők miatt.
- 24) Adott vállalkozás által alkalmazott reklámüzenet az adott környezetében szükséges értékelni. A kifogásolt reklámokban az adott termékkel kapcsolatos egyetlen speciális üzenet az árral függött össze, hiszen egyebekben kizárólag a termék megjelölését tartalmazta reklám – ti. mely városba szóló repülőjegyről van szó. Maga a szlogen is az árakat emeli ki, és nem egységében utal az eljárás alá vont szolgáltatására. Ebben az összefüggésben a Versenytanács álláspontja szerint az adott reklám kizárólag az áru ára tekintetében fogalmaz meg felsőfokú tulajdonságot kifejező üzenetet – mégpedig abban a kontextusban, hogy a British Airways árai minden irányban az egyéb légitársaságok árainál kedvezőbbek, azaz alacsonyabbak.
- 25) A piacelsőségi kijelentést tartalmazó reklámok esetében is irányadó, hogy a fogyasztókhöz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia (lásd a Fővárosi Bíróság Vj-49/2001. számú ügyben

hozott 3.K. 31.893/2001/7. számú ítéletét, illetve a Vj-97/1995. számú ügyben hozott 2.K. 39.757/1995/3. számú ítéletet).

- 26) Az eljárás alá vont által az eljárás során benyújtott irati bizonyítékok alapján megállapítható volt, hogy a Dream Flights kampányok során alkalmazott, az árral kapcsolatos felsőfokú jelzõt megfogalmazó piacelsőségi üzenet az adott reklámozási időszakokra nézve széleskörűen igazoltnak tekinthető. Eljárás alá vont az általa reklámozott minden úticél tekintetében benyújtott a versenytársai széles körének figyelembe vételével kialakított árakat összehasonlító elemzést a Versenytanács számára. A benyújtott iratokból azonban nem tűnt ki minden kétséget kizáróan, hogy az eljárás alá vont által elvégzett összehasonlítás a reklámokban megjelölt úticélok tekintetében tartalmazta az adott időszakban Magyarországi kiindulóponttal elérhető minden lehetséges versenytárs ajánlatát. Megjegyzi a Versenytanács, hogy a vizsgálat sem tárta fel teljes mértékben azt, hogy az adott időszakban az egyes vizsgálandó útirányok tekintetében mely versenytárs légitársaságok üzemeltettek járatokat.
- 27) A jelen eljárás indításának törvényi feltétele volt, hogy vélelmezhető legyen a Tpv. III. fejezetébe ütköző anyagi jogi jogsértés és ezzel együtthetően a közérdek igényelje a hatósági természetű versenyfelügyeleti beavatkozást. A Tpv. korábban idézett 72. § (1) bekezdés (a) pontja – továbbá a vizsgáló számára a 71/A. §-a – alapján szükséges a Tpv. 70. § (1) bekezdésében írt eljárásindítási feltételek meglétének utólagos ellenőrzése. Amennyiben ezek egyikének hiánya állapítható meg, az eljárás végzéssel megszüntetendő.
- 28) Figyelemmel a fentiekre, a Versenytanács nem látta igazoltnak, hogy a közérdek védelme alapján szükséges az eljárás további folytatása annak érdekében, hogy az eljárás alá vont által esetlegesen nem bemutatott – ám a vizsgálat során sem feltárt – további versenytársakkal való összehasonlítás felderítésre kerüljön.
- 29) A Versenytanács ezért – élve a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontjában biztosított jogával – a rendelkező rész szerint határozott.

V.

Egyebek

- 30) A Versenytanács a jelen eljárásban vizsgált egyéb kérdések – azaz az árazási feltételekkel kapcsolatosan feltüntetett információk fogyasztók megtévesztésére való alkalmassága – tekintetében a Tpvt. 77. § d) pontja alapján az eljárás alá vont gyakorlatát a törvénybe ütközőnek minősítő, és vele szemben a Tpvt. 78. §-a alapján – a Vj-75/2007/22. sorszámon nyilvántartott – bírságot kiszabó határozatot hozott.
- 31) Megjegyzi a Versenytanács, hogy az eljárásnak a Tpvt. 70. § (1) bekezdésében megfogalmazott közérdek hiányára tekintettel történő megszüntetése nem érinti esetleges érdekelt félnek a Tpvt. 88/A. §-ban foglalt azon jogát, hogy a törvény III-V. fejezetében foglalt rendelkezések megsértésére alapított és külön jogszabályban foglaltak szerinti egyéb polgári jogi jogkövetkezmény alkalmazása – például kártérítés – iránti igényét közvetlenül bíróság előtt érvényesítse.
- 32) A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 82. §-a biztosítja.

Budapest, 2007. október 2.