



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-35/2008/23

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa **Ryanair Limited** (Dublin, Ireland) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont 2007-ben közzétett, a repülőjegyek árával, továbbá a meghirdetett akciókkal kapcsolatos egyes kedvezményekre vonatkozó egyes tájékoztatásai a fogyasztók megtévesztésére alkalmasak voltak.

A Versenytanács kötelezi a Ryanair Limitedet 10.000.000.- (tízmillió) forint bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára kötelesek megfizetni.

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

I.

A tények

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy a Ryanair Limited (a továbbiakban: Ryanair vagy eljárás alá vont) valószínűsíthetően nem biztosítja a fogyasztóknak a 2007. során szolgáltatása népszerűsítése céljából közzétett kommunikációs anyagaiban ígért kedvezményeket, többek között, hogy egyes útirányok vonatkozásában a repülőjegy árát nem kell a fogyasztóknak kifizetniük, hanem csak a repülőjegyhez kapcsolódó adókat és illetékeket. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) azt is észlelte továbbá,

hogy az eljárás alá vont hirdetéseiben szereplő akciós repülőjegyek feltehetően nem álltak kellő mennyiségben a fogyasztók rendelkezésére.

- 2) Ennek nyomán a GVH 2008. március 3-án a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, módosított 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve 70. §-a alapján versenyfelügyeleti eljárást indított a Ryanair ellen. A vizsgálat az eljárás alá vont által a 2007. évben közzétett valamennyi, a fogyasztóknak szóló tájékoztatásának a Tpv. III. fejeztében megfogalmazott tilalmaknak való megfelelésére kiterjed, különös figyelemmel a meghirdetett kedvezmények megvalósulására, illetve arra, hogy a hirdetésekben szereplő akciós repülőjegyek megfelelő mennyiségben valóban a fogyasztók rendelkezésére állnak-e.

Az eljárás alá vont vállalkozás

- 3) A Ryanairt 1985-ben alapította a Ryan család. Néhány év rendkívül gyors légiforgalmi útvonalai és versenybeli fejlődés után a Ryanair jelentős átalakításon ment keresztül és Európa első fapados légitársaságává nőtte ki magát. 1995-ben a Ryanair Írország legnagyobb légitársasága lett, minden általuk üzemeltetett Dublinból induló vagy oda érkező útvonal tekintetében. A Ryanairt alacsony árainak és gyakori járatainak köszönhetően Európa szerte elismerik. 2000 januárjában a Ryanair elindította Európa legnagyobb repülőjegy foglalási honlapját — www.ryanair.com — és 3 hónap alatt elérte a Társaság a több mint heti 50.000 foglalási számot. 2001 augusztusára a Ryanair utasainak száma meghaladta a havi egy millió főt. 2007-ben a Ryanairt a IATA a világ legnagyobb légitársaságává nyilvánította.
- 4) A Ryanair egy leányvállalat, amelynek teljes egészében a Ryanair Holdings Limited a tulajdonosa, amely ír jog szerint alapított, dublini, londoni és a new york-i tőzsdén is bejegyzett, nyilvánosan működő társaság. A Ryanairnek nincs külföldi érdekeltsége.
- 5) A Ryanair 2006-ban lépett be először a magyar piacra. A magyar repülőterekről indított és oda beérkező 10 légi járatával folyamatosan növekvő piaci szereplőnek számít a magyar piacon.
- 6) A Ryanair nettó árbevétele 2006-ban 306 millió 712.000 euró volt, 2007-ben pedig 435 millió 600.000 euró. ¹

¹ Az adatokat a Vj-35/2008/006. és a 007. számú iratok tartalmazzák.

A légitársasági szolgáltatás piaca

- 7) A légitársasági szolgáltatási piac tevékenységét a légi közlekedésről szóló 1995. évi XXXIX. törvény szabályozza.
- 8) A polgári légitársasági szektor piaci szereplői Európában hagyományosan az úgynevezett nemzeti légitársaságok voltak, amelyek részben multilaterális, részben bilaterális államok közötti nemzetközi egyezmények alapján láttak el nemzetközi légitársasági szolgáltatást. Az Európai Közösségek légitársasági piacának 1987-ben kezdődött és 1997-ben folytatódott megnyitása óta jelentős átalakuláson ment keresztül a szektor, ez az átalakulás a hazai piacon is érvényesült, különösen Magyarország Európai Unióhoz történt 2004. május 1-i csatlakozását követően.²
- 9) A piac fejlődésének egyik fontos állomása volt, hogy a „hagyományos” – elsősorban a korábbi nemzeti – légitársaságok mellett megjelentek a piacon az úgynevezett „fapados” légitársaságok. A kétféle csoportot az alkalmazott üzleti modellek különböztetik meg, ezek leginkább az alapszolgáltatáson – azaz egyik pontból a másikba légi úton való eljutás biztosításán – túlmutató szolgáltatások körében fedezhetőek fel. Ezen különbségek megfigyelhetők többek között a foglalás, a lemondás, illetve a módosítás feltételeiben, a járatokon biztosított kiegészítő szolgáltatások színvonalában és árazásában, az egyes légitársaságok által használt repülőterek kényelmi szolgáltatásaiban, illetve az induló- vagy célállomástól való távolságában.
- 10) A kétféle üzleti modell között éles különbséget ugyan nem lehet tenni, egyes szereplők ötvözik az egyes üzleti modellekben bevált elemeket, ám általánosságban igaz, hogy a fogyasztók a légitársasági szolgáltatásokat elsődlegesen a két csoport között osztják fel. A fogyasztói kör tekintetében éles különbség tehető a turista és az üzleti utasok preferenciái között. A turisták számára az ár középponti tényező.
- 11) A légitársasági piacnyitás előtt a vállalkozások jellemzően oda-vissza útra szóló jegyeket értékesítettek, igen kivételes esetben biztosították a csak odaútra szóló jegy megvásárlásának lehetőségét. A piac és a verseny fejlődése magával hozta a kínálat rugalmasságának ebben a tekintetben történő átalakulását is, ám a szektor nem egységes abban, hogy milyen feltételekkel árulja jegyeit.

² 2008. szeptember 24-t követő magatartásokra irányadó a Közösségben a légi járatok működtetésére vonatkozó közös szabályokról szóló 1008/2008/EK rendelet.

- 12) A fogyasztó által a légitársasági szolgáltatásért fizetendő ár többféle költségelemből áll össze, ezek egy része a légitársaságtól függő elem, egy része pedig tőle független tényezőként jelentkezik, az utóbbiakat az IATA (Nemzetközi Légitársasági Szövetség) „List of Ticket and Airport Taxes and Fees” című kiadványa tartalmazza.
- 13) A légitársasági piac fejlődése tekintetében jelentős állomásnak minősíthető az Egyesült Államokban történt 2001. szeptember 11-i merényletsorozat, amely általános költségnövekedést okozott a piacon és így a fogyasztók irányában alkalmazott új típusú díjak bevezetését is maga után vonta – ezek közé tartoznak például a különböző jegykiállítási díjak.
- 14) A repülőjegyek értékesítése is jelentős változáson ment át az elmúlt másfél évtizedben, köszönhetően részben a légitársasági piacnyitásnak, részben az interneten keresztül, vagy telefonon történő hitelkártyás fizetés terjedésének. A hagyományos értékesítési formák között lehet említeni a légitársaságok irodáiban, illetve utazási irodákban történő értékesítést, amelyeknek teljes értékesítésben betöltött szerepét ma már akár meg is haladja az interneten vagy telefonon keresztüli értékesítés.
- 15) Az érintett piac összesített forgalma a Vj-72/2005. sz. ügyben rendelkezésre álló adat szerint 244 milliárd Ft a BSP (Billing & Settlement Plan – az IATA Számlázási és Repülőjegy elszámolási rendszere) adatai alapján, amely csak a klasszikus légitársaságok adatait regisztrálja. A fapadosok forgalmáról rendelkezésre álló adat szerint (Budapest Airport honlapja, Vj-4/2007. számú ügyben beszerzett adat) a Budapestről induló és oda érkező, fapados járatot igénybe vevő utasok száma 2006. októberében 191. 497 utas volt. A tényleges piaci részesedés a légitársaságoknál a ténylegesen utaztatott utaslétszám alapján lenne teljesen pontos, alapul véve a járatok és a férőhelyek számát.

A vizsgált magatartás

- 16) A Ryanair 2007-ben Magyarországon kizárólag nyomtatott sajtótermékben — a Népszabadságban — jelentetett meg hirdetéseket. A hirdetések jellemző tartalmi üzenetük kapcsán különböző csoportokra oszthatók, ezen belül az egyes árakat hirdető hirdetések egyszeri alkalommal jelentek meg, a hirdetésen feltüntetett időpontban. Az eljárás alá vont a magyarországi kommunikációs tevékenységének meghatározása céljából nem vett igénybe reklámügynökséget, a Magyarországon megjelent kommunikációk tartalmát a Ryanair kereskedelmi és marketing csapata határozta meg. Az érintett hirdetések magyar nyelvű fordítása céljából belső forrásokat használt. 2007-

ben az eljárás alá vont magyarországi reklámkölségének összegét a Vj-35/2008/11. számú, üzleti titoknak minősülő irat tartalmazza.

1. A kifogásolt tájékoztatások

- 17) A Népszabadságban 2007. január 8-án, 29-én; február 05-én; március 19-én, 26-án; április 2-án jelent meg, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés. Az adók és illetékek összege, illetve az apró betűs részben adott határidő az egyes időpontokban megjelentetett reklámokban változó volt.

FRANKFURT

(Hahn);

„Egyirányú repülőjegyek”

Különösen nagy betűméretben: „3 Ft-tól”;

Közvetlenül alatta, a keretben, lényegesen kisebb betűméretben: „Adók és repülőtéri illetékek: mindössze 2499 Ft³”

Keretben: „egyirányú repülőjegyek”

LONDON (Stansted) 3Ft-tól;

Adók és illetékek: mindössze 2499Ft

Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel:

„Foglalás 2007. január 11-e éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 635 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.”

- 18) A 3 plusz 2499.- Ft-ért kínált jegyek esetében a releváns utazási időszak 2007. január 26. és március 24., illetve a 2007. február 9. és június 6. volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).
- 19) A Ryanair adatszolgáltatás szerint (lásd Vj-35/2008/7. és 11.) 2007. március 31. és június 6. közötti utazási időszakban szerepelt 3 Ft plusz 2469 Ft-os kínálat is.
- 20) A Népszabadságban 2007. január 22-én; március 5-én, 12-én; április 10-én, 16-án jelent meg, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés. Az adók és illetékek összege, illetve az apró betűs részben adott határidő az egyes időpontokban megjelentetett hirdetésekben változó volt.

FRANKFURT

(Hahn);

³ Egyes reklámok esetében 2469 Ft.

Egyirányú repülőjegyek

Különösen nagy betűméretben: „3 Ft-tól”;

Közvetlenül alatta, a keretben, lényegesen kisebb betűméretben: „Adók és repülőtéri illetékek: mindössze 3782 Ft”

Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel: Foglалás 2007. március 08-a éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 635 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

- 21) A 3 Ft plusz 3782 Ft összegű akciós jegyekhez kapcsolódó utazási időszak 2007. március 23. és június 30. közötti időtartam volt, a 3 Ft plusz 2496 Ft összegű jegyek esetében a 2007. március 31. és június 30., míg a 3 Ft plusz 3796 Ft árú jegyek esetében 2007. április 4 és október 17. (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).
- 22) A Népszabadságban 2007. április 23-án megjelent, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés szövege a következő volt.

10 NAP

NYÁRI KIÁRUSÍTÁS

Középpontban különösen nagy betűméretben: 2499 Ft-tól

Az ár alatt balra apró betűkkel: egyirányú

Az ár alatt jobbra, kiemelt grafikai megjelenítéssel, világos alapon nyomtatott betűkkel: Adók és illetékekkel együtt!

Alul nyomtatott nagybetűkkel: 5 millió jegy – Az összes útvonalon utazás májustól októberig

Legalján, a kereten kívül, a fő üzenettől elszakítva, apró betűvel: Foglалás 2007. április 20-tól április 30-ig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 635 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

- 23) A Népszabadságban 2007. április 30-án megjelent, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés szövege a következő volt.

A hirdetés bal felső sarkában, világos ferde sávban:

AKCIÓ még 4 nappal meghosszabbítva!

Felül nagy nyomtatott betűkkel:

10 NAP

NYÁRI KIÁRUSÍTÁS

2499 Ft-tól

Az ár alatt balra apró betűvel: egyirányú

Az ár alatt jobbra világos alapon, kiemelt grafikai megjelenítéssel, világos alapon nyomtatott betűvel: Adók és illetékekkel együtt!

Alul nyomtatottal: 5 millió jegy – Az összes útvonalon utazás májustól októberig

Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel: Foglалás 2007. április 20-tól május 03-ig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 635 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

- 24) A fenti 22) és 23) szakaszokban szereplő két hirdetéshez kötődő utazási periódus a 2007. február 16. és június 30. közötti időszak volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).
- 25) A Népszabadságban 2007. május 7-én megjelent, sötét keretben világos betűvel írt hirdetés szövege az alábbi volt.

RYANAIR

Alatta kisbetűvel zárójelben: Az árak adókkal és illetékekkel együtt.

HELYKIÁRUSÍTÁS

Középen kisbetűvel: Egyirányú repülőjegyek

A középpontban kiemelten nagy méretben: 3 Ft-tól

Utána kisbetűvel: Adók és repülőtéri illetékek: mindössze 3795 Ft

A hirdetés alján nyomtatott betűvel keretben:

FRANKFURT

(Hahn)

LONDON

(Stansted)

Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel: A szabad helyek számától, az időponttól és a feltételektől függően. További részletekért látogasson el a ryanair.com honlapra. Valamennyi jegyár sármelléki indulással egy útra érvényes, valamint adókkal, illetékekkel együtt értendő.

- 26) A 3 Ft plusz 3795 Ft összegű jegyekhez kapcsolódó utazási időszak 2007. május 19. és október 27. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

27) A Népszabadságban 2007. május 14-én és 29-én a következő, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés jelent meg.

GARANTÁLTAN A

LEGALACSONYABB ÁRAK

Találjon kedvezményesebb ajánlatot

és kétszeresen megtérítjük a különbséget* (csillagozva)

Egyirányú repülőjegyek

Különösen nagy betűméretben: 3 Ft-tól

Közvetlenül alatta, lényegesen kisebb betűméretben: Adók és illetékek mindössze 4880 Ft

A hirdetés alján nyomtatott betűvel keretben:

FRANKFURT (Hahn)

LONDON (Stansted)

*(csillagozva) Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel: A fenti árakról és pontos feltételekről bővebben tájékozódhat a ryanair.com weboldalon. 635 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként. Minden fent említett ár FlyBalaton Airport induló járatokra értendő és egy útra.

28) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. június 16. és október 27. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

29) A Népszabadság 2007. augusztus 21-i és 27-i számában az alábbi, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés jelent meg.

ISKOLAKEZDÉSI

AKCIÓ

A hirdetés középpontjában egy iskolai tábla található.

Felső részére apró betűvel felírva: egyirányú.

Alatta nagyobb betűkkel a választható utazási célpontok, indulási idővel. Áruk egységesen 2500 Ft.

A tábla legalján, világos háttérrel kiemelve: adókkal és illetékekkel felírás található.

A hirdetés legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűkkel: Foglалás 2007. augusztus 23-a éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 745 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

- 30) A Népszabadság 2007. október 1-i és 7-i számában a következő, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés szerepelt.

SALE

TAVEL OCT '07 – MAR '08

Alatta balról a hirdetés közepéig nyúló világos sávban:

Flights direct from Budapest

Középen 7 különböző utazási célpont, indulási idővel. Áruk egységesen 3 Ft.

Az árak felett feltüntetve kisbetűvel, hogy: One way fares from

Alatta közvetlenül: All fares quoted are excluding taxes and charges of no more than 5610 Ft

SUMMER SCHEDULE NOW ON SALE!

A hirdetés legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűkkel: Book until midnight 04.10.07. Subject to availability, terms & conditions. Credit Card payments are subject to a fee of 745 Ft per person per flight.

- 31) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. december 7. és 2008. március 12. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

- 32) A 2007. november 5-i, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés (Népszabadság) szövege az alábbi.

Nagy betűkkel a tetején: 10.000 REPÜLŐJEGY.

Kisebб betűkkel: Egyirányú repülőjegyek.

Középen, különösen nagy betűkkel: 3 Ft-tól.

Közvetlenül alatta, lényegesen kisebb betűkkel: Adók és repülőtéri illetékek: mindössze 2546 Ft.

Alatta két oszlopban nyomtatott betűvel 3-3 lehetséges utazási célpont.

A hirdetés legalján , a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűkkel: Foglalás 2007. november 22-e éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 745 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

- 33) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. november 24. és 2008. március 12. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).
- 34) A Népszabadság 2007. november 26-i, december 3-i és 10-i számában jelent meg az alábbi, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés.

RYANAIR FOR ALL YOUR
CHRISTMAS SHOPPING

A „Christmas shopping felirat világos karácsonyi szalagon található
Középen 7 különböző utazási célpont, indulási idővel. Áruk egységesen 3 Ft.
Az árak felett feltüntetve kisbetűvel, hogy: One way fares from
Közvetlenül alatta, kisebb betűméretben: All fares quoted are excluding taxes
and charges of no more than 5604 Ft
A hirdetés legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró
betűkkel: Book until midnight 13.12.07. Subject to availability, terms &
conditions. Credit Card payments are subject to a fee of 745 Ft per person per
flight

- 35) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. december 7. és 2008. március 12. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).
- 36) A Népszabadság 2007. február 12-i, 19-i és 26-i számában az alábbi, sötét keretben világos betűkkel írt reklámot tették közzé.

50% ENGEDMÉNY
LEGALACSONYABB ÁRAINKBÓL

Középen jobb oldalon világos alapon: Foglalás 2007. február 15-e éjfélig.

Keretben nagy nyomtatott betűvel:
FRANKFURT (Hahn)
LONDON(Stansted)

A hirdetés alján:
Közvetlen járat a Flybalaton repülőtérrel.

Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel: Foglалás 2007 január 11-e éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 635 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

A 19-én megjelent hirdetés bal felső sarkában: „Akció meghosszabbítva”, illetve a határidő február 22.

A 26-án megjelent hirdetésben az 50% áthúzva, helyette 75%. Utazás 2007. február-június között. Illetve a határidő: utoljára meghosszabbítva március 01-je éjfélig.

37) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. március 2. és június 30. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

38) A 2007. október 15, 22, és 29-én a Népszabadságban megjelent, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetések szövege a következő volt.

UP TO

50% OFF

OUR LOWEST FARES

TRAVEL NOV '07-MAR '08

Book until midnight 18.10.07

A hirdetés alján: Discount hotels from €17on www.ryanairhotels.com

Legalján apró, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel: Subject to availability, terms & conditions. Credit Card payments are subject to a fee of 745Ft per person per flight. Flights from Budapest.

39) A 22-én és 29-én megjelent hirdetések legelejéről hiányzik az „UP TO” kitétel, illetve a foglalási határidők is különböznek 1-1 héttel elcsúszva. A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. február 19. és június 30. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

40) A Ryanair a 36., illetve 38. pontokban szereplő, százalékos formában meghirdetett kedvezmények érvényesítésének módszerével kapcsolatban előadta, hogy az 50%, illetve 75%-os árcsökkenés a hirdetést megelőző időszakban érvényesülő legalacsonyabb nettó jegyárhoz képest valósult meg (lásd Vj-35/2008/20., illetve 22.)

- 41) 2007. szeptember 5-én, 17-én és 24-én jelent meg a Népszabadságban az alábbi, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés.

A hirdetés bal felső sarkában, világos ferde sávban: ÓRIÁSI AKCIÓ

15.000 REPÜLŐJEGY

CSAK ADÓK ÉS ILLETÉKEK FIZETENDŐK

A hirdetés közepén egy táblázat található.

A táblázat fejlécére írva: „Közvetlen járatok FERIHEGYRŐL.”

A fejléc jobb sarkán fehér alapon: „Járatok hétfőtől vasárnapig”

A táblázatban közepén 7 különböző utazási célpont, indulási idővel.

A táblázat alatt: „2007. szept./októb. és 2008. márc/febr. között”

Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel Foglалás 2007. szeptember 13-a éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. A hitelkártya kezelési költsége utasonként és utazási szegmensenként 745 forint.

- 42) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. október 1. és 2008. március 12. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

- 43) 2007. november 5-én jelent meg a Népszabadságban az alábbi, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés.

10.000 REPÜLŐJEGY

Egyirányú repülőjegyek

3 Ft-tól

Adók és repülőtéri illetékek: mindössze 2546 Ft.

Alatta két oszlopban nyomtatott betűvel 3-3 lehetséges utazási célpont.

A hirdetés legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűkkel: Foglалás 2007. november 22-e éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 745 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

- 44) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak 2007. november 24. és 2008. március 12. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

- 45) A Népszabadságban szintén 2007. november 5-én jelent meg a következő, sötét keretben világos betűkkel írt hirdetés.

VÁSÁROLJON EGY JEGYET

A MÁSODIKAT TELJESEN

INGYEN KAPJA

Középen világos alapon ferdén felírva:

NEM KELL FIZESSEN SEMMILYEN DÍJAT, ADÓT VAGY ILLETÉKET

A hirdetés alján: „Közvetlen járat a Flybalaton repülőtérrel”

Legalján, a fenti szövegrészekről elkülönítve, kereten kívül, apró betűvel:

Foglalás 2007. január 18-a éjfélig. A rendelkezésre álló keret erejéig és a feltételeknek megfelelően. 635 forint hitelkártya kezelési költség utasonként és utazási szegmensenként.

- 46) A fenti hirdetéshez kapcsolódó utazási időszak január 15. és február 8. közötti időtartam volt (lásd Vj-35/2008/7. és 11.).

Az eljárás alá vont jegyértékesítési gyakorlata

- 47) Az eljárás alá vont előadása szerint repülőjegyet a fogyasztók a www.ryanair.com honlapon, a Ryanair által működtetett call centeren keresztül és a Ryanair egyes repülőtereken lévő jegyárúsító pultjainál vásárolhatnak.
- 48) A Ryanair nyilatkozata szerint (Vj-35/2008/17. sz. irat 10 pontját) a jegyeladások közel 100%-a on-line módon, az internetes honlapon keresztül történt, a fennmaradó elenyésző hányad megoszlik a call center és repülőtéri értékesítés között. Ezen adatokból eredően a fogyasztók a kifizetés módjai közül leggyakrabban a bankkártyával, illetve hitelkártyával történő fizetési lehetőséget választják. A vizsgált időszakban az eljárás alá vont a hitelkártyával történő fizetésért 4 EUR, míg a betéti kártyával történő fizetésért 1,5 EUR díjat számolt fel (lásd Vj-35/2008/11/10.).
- 49) A Ryanair díjpolitikája alapján egyes extra szolgáltatásokért az utasnak külön kell fizetnie, amelyeket a reklámjaiban nem tüntet fel, azokra utalást sem lehet találni. Ezek közé tartozik a poggyászdíj (ún. checked baggage fee), és a repülőtéri „check-in” díj (airport Check-In fee) is.⁴ A honlapján található, „Terms and conditions” elnevezésű fület választva, a „Terms and conditions of travel” megjelölés alatt - a <http://www.ryanair.com/site/EN/conditions.php> linken, a honlapon belül nehezen elérhető

⁴ Ld. a 011 sz. irat 10. mellékletét.

módon – részletesebben kerül ismertetésre az „airport check-in” díja. Eszerint, ha a repülőtéren fizetik ki az összeget, akkor fejenként és útirányonként 40 EUR az összege.

- 50) Azoknak az utasoknak, akik az online „check-in”-t választják, nem kell megfizetniük a díjat. Követelmény, hogy legkorábban 15 nappal indulás előtt legkésőbb 4 órával indulás előtt megtörténjen az online „check-in”. Nem adott a lehetőség az egyedül utazó, 14-15 éves gyermekek, a kisgyermekkel utazó felnőtteknek, illetve a jogosítványt személyazonosság céljából használó utasok számára. Az online „check-in”-t választó utasok egy kabinméretű poggyászt vihetnek magukkal, csomagot pedig nem adhatnak fel.
- 51) A poggyászdíj az első csomagra is vonatkozik, ekkor a Ryanair honlapján foglalva összege 10 EUR, Call Centeren keresztüli foglalásnál pedig 20 EUR⁵. A második csomagért viszont már 20 EUR-t kell fizetni minden foglalási forma esetén. Az utas 3 poggyászt vihet magával összesen 15 kg maximális súllyal, ezen felül pótdíjat kell fizetnie a túlsúly miatt, ami Call centeres foglalásnál 15 EUR, a honlapon keresztül történő foglalásnál pedig nem áll rendelkezésre a fizetési lehetőség. A repülőtéri „check-in” díj mértéke mindkét fenti foglalási forma esetén 5 EUR.

II.

Az eljárás alá vont álláspontja

- 52) Az eljárás alá vont álláspontja szerint a hagyományos légitársaságokkal ellentétben a fapados légitársaságok repülőjegy árai nem tartalmazzák az extra, nem szükséges szolgáltatások árát, mint például az étel és ital árait, ezzel ellentétben a hagyományos légitársaságok arra kényszerítik az utasaikat, hogy fizessenek ezekért a szolgáltatásokért, tekintet nélkül arra, hogy igénybe kívánják-e venni ezeket a szolgáltatásokat, vagy sem. A Ryanair nagyon alacsony árakat számít fel, nem foglalva bele az árakba a választható extra szolgáltatások díját. Az extra szolgáltatások díjai, utasonként eltérő igényeknek megfelelően kerülnek felszámításra. Az extra szolgáltatások⁶ költségei megegyeznek a Ryanair oldalán az érintett szolgáltatás nyújtásával felmerülő költséggel.
- 53) A Ryanair álláspontja szerint rendkívüli növekedésének bázisa – amelynek révén kicsi, évente 200.000 utast szállító regionális légitársaságból a világ legnagyobb nemzetközi

⁵ Ld. a 011 sz. irat 10. mellékletét.

⁶ Ld. Vj-35/2008/011. számú irat 10. számú mellékletét.

menetrendű, évente több mint 60 millió utast szállító légitársasággá válhatott – nagyban azon alapul, hogy megfizethető költségű utakat tud biztosítani a fogyasztók számára. A Ryanair folyamatosan alacsonyabb árakat ajánl a fogyasztóknak, mint bármelyik másik versenytársa, és a fogyasztók szerte Európában tudatában vannak most már annak, hogy ha a Ryanairnél foglalják le a repülőjegyeiket, akkor jelentős költségmegtakarítással élhetnek légi utazásaik során. Eljárás alá vont álláspontja szerint a Társaság kedvezményes ajánlatai mindig a fogyasztók érdekeit szolgálják és több millió eurós megtakarítást biztosít a magyar fogyasztók számára. A Ryanair üzletpolitikája azon alapul, hogy nagyon alacsony áraival csábítja magához az utasokat.

- 54) Nyilatkozata szerint a Ryanair reklámjai mindig tartalmazzák a fogyasztó által fizetendő összes kötelező illetéket, díjakat és egyéb költségeket. Ezen túlmenően a releváns díjak és illetékek mindig láthatóan feltüntetésre kerülnek a jegyfoglalási eljárás minden szakaszában a Ryanair honlapján.
- 55) Előadta, hogy ármeghatározási üzletpolitikájának a lényege, hogy minél több ülőhely ki legyen használva egy adott járaton. A Ryanair nagyon magas „töltési mutatóval” dolgozik, azaz nagyon magas azon ülőhelyek száma, amelyet a Ryanair megtölt a teljes járatain. Ez azt jelenti, hogy nagyon nagy számban állnak rendelkezésre kedvezményes jegyek annak érdekében, hogy a Társaság tervezett „töltési mutatóit” biztosítani tudják. Ez ellentétben áll a hagyományos légitársaságok gyakorlatával, amelyek kevésbé koncentrálnak a „töltési mutatókra”. Mindazonáltal eljárás alá vont szerint az is hangsúlyozandó, hogy a Ryanair egész évben biztosítja a kedvezményes jegyárakat a fogyasztók számára. Ennek megfelelően a sajtóban közzétett reklámok ajánlatai a fogyasztók széles köre részére rendelkezésre áll.
- 56) Előadta továbbá, hogy a Ryanair nem végez számottevő marketing tevékenységet Magyarországon, mivel ezek a járatok úgynevezett „beutazó” járatok, azaz fontosabb a Magyarországra érkező utasok száma, mintsem a Magyarországról kiutazó utasok száma. A Ryanair egy viszonylag új szereplő a magyar piacon, és ennek megfelelően a piaci részesedése is nagyon alacsony.
- 57) Megjegyezte továbbá, hogy a Ryanair az egyetlen működő légitársaság a legtöbb olyan útvonalon Magyarországon, amelyen a Ryanair járatokat üzemeltet. Valójában a Ryanair az egyedüli működő légitársaság az általa üzemeltetett járatoknak körülbelül kétharmadán. Álláspontja szerint ennek az az oka, hogy a Ryanair olyan alulhasznosított-, regionális- és másodlagos repülőterekre indít járatokat, ahová a legtöbb hagyományos

- légitársaság nem. Az eljárás alá vont szerint ez egy nagy előny a regionális gazdaságnak és az utasoknak egyaránt, mert mostantól olyan, a légi közlekedés szempontjából kevésbé frekvenciált régiókba is közvetlenül el lehet jutni a Ryanair által, mint például a Balaton térsége.
- 58) Összefoglalásképpen előadja, hogy a Ryanair foglalásainak majdnem 40%-a a legalacsonyabb árkategóriába tartozik. Ahogy az egyes járatokon emelkedik a foglalások száma, úgy kerül a jegyek ára is egy magasabb árkategóriába. Nagyon kevés jegyet értékesít a Ryanair a legmagasabb árkategóriában, amelyek még így is jóval alacsonyabb áraknak minősülnek a hagyományos légitársaságok hasonló szolgáltatásaihoz képest. Az előzőekben kifejtett gyakorlat célja álláspontja szerint az, hogy az utas egyéb szolgáltatásokat — pl.: meleg étel, ital, vámmentes vásárlás stb. — is igénybe tudjon venni a Ryanair által üzemeltetett járatokon és ennek megfelelően minél több utas van az adott járaton, annál több kiegészítő szolgáltatást tud a Ryanair nyújtani az utasoknak. Amennyiben sok az üres ülőhely a járatokon, ez a lehetőség elvész.
- 59) A részletezett kommunikációkra vonatkozóan az eljárás alá vont azt nyilatkozta, hogy a Ryanair nem azt állítja, hogy minden egyes utasnak, aki 2007. október és 2008. március között a hivatkozott járatokon utazik, kizárólag az adót és illetéket kell megfizetnie. Mindazonáltal több ezer ülőhely állt a magyar utasok rendelkezésére a kérdéses kedvezményes ajánlat keretein belül. Eljárás alá vont vállalkozás megjegyzi továbbá, hogy nem tudja minden egyes, a kérdéses időszakban utazó fogyasztó igénybe venni a kedvezményes ajánlatot, ebből következően a kedvezményes ajánlatok mindig a „készlet erejéig” érvényesek, amelyre a kérdéses hirdetés is egyértelműen kitért. Előadása szerint több ezer magyar utas volt, aki 2007. október 30. és 2008. február 29. közötti időintervallumban kizárólag adókat és illetékeket fizetett. Eljárás alá vont álláspontja szerint 23.926 utas vette igénybe a kérdéses kedvezményes ajánlatot. (Vj-35/2008/006. számú irat 3. számú melléklete tartalmazza útvonalankénti bontásban az akcióban ténylegesen értékesítésre kerülő repülőjegyek számadatait.) Szintén ugyanezen időtartamra vonatkozóan egy következő adatszolgáltatásban eljárás alá vont azt állítja, hogy 38.166 utas fizetett csak adót és illetéket a kérdéses időszakban (Vj-35/2008/007. számú irat 2. számú melléklete).
- 60) Előadása szerint a vizsgált reklámjai üzenete nem az, hogy a fogyasztó a főüzenetben szereplő kedvezményes áron repülőjegyhez jut, hanem hogy a Ryanair saját légi szolgáltatásának nettó ára az akció elején – amikor a legolcsóbb – X Ft. Előadása szerint nem kifogásolható a gyakorlata, hogy az üzenete tartalmazza a jegyárat és a repülőtéri

illetéket, illetve kisbetűvel a hitelkártya kezelési díjat is, hiszen a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok tekintetében a GVH állandó gyakorlata szerint ez nem tekinthető jogsértésnek (lásd Vj-35/2008/20.).

- 61) Előadta továbbá, hogy a Visa Electron kártya esetében jelenleg nem számít fel a hitelkártya kezelési díjat, így a fogyasztók nem jelentéktelen része számára valójában nem is jelentkezik pluszki költség a fizetéskor (lásd Vj-35/2008/20. és 22.).
- 62) Rámutatott, hogy a „check-in” díjra és a csomagdíjra valóban nem utalt közvetlenül a reklámjaiban, ám minden reklámon szerepelt az a kitétel, hogy az eljárás alá vont feltételeinek megfelelően történik az értékesítés. A csomagdíjjal kapcsolatban előadta azt is, hogy a tapasztalatai szerint az utasok nagy része (a saját felmérése szerint 2008. II. félévében 53 %-a) a gyors ki- és bejelentkezés érdekében kizárólag kézipoggyással utazik (lásd Vj-35/2008/20. és 22.). Ennek következtében az adott díjlelemről való tájékoztatás hiánya nem hathatott megtévesztőleg a fogyasztókra.
- 63) Kifejtette továbbá, hogy a fogyasztók a tényleges vásárlás előtt – figyelemmel az on-line vásárlás túlsúlyára – az interneten teljesszűren tájékozódhatnak a feltételekről, így a reklámok nem alkalmasak megtévesztésükre.
- 64) Álláspontja szerint a Ryanair minden egyes új piacra való belépéskor a jelen eljáráshoz hasonló eljárással szembesül. Ezeket az eljárásokat általában azon nemzeti légitársaságok kezdeményezik, amelyek nem tudnak versenybe szállni a Ryanair alacsony áraival és ezért próbálják megakadályozni a versenyt oly módon, hogy különböző panaszokat nyújtanak be a Ryanair ellen.
- 65) Álláspontja szerint egyértelmű, hogy a Ryanair jelenléte a magyar piacon pozitív fejlődést jelent mind a magyar fogyasztók, mind a magyar gazdaság számára, ebből kifolyólag a Ryanair további terjeszkedést tervez a közeljövőben a magyar piacon, éppen ezért nem lenne következetes a GVH-tól, ha teret engedne a versenytársak azon kísérletének, hogy megakadályozzák a Ryanair növekedését és terjeszkedését Magyarországon.

III.

Jogi értékelés

Jogsabályi háttér

- 66) A Tpv. 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Az idézett szakasz (2) bekezdése szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, 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; b) elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli; 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 tájékoztatást adnak; d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.
- 67) A Tpv. 9. §-a értelmében a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
- 68) A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 7. §-a (1) bekezdése értelmében tilos közzétenni megtévesztő reklámot, míg a (2) bekezdés szerint a reklám megtévesztő jellegének megállapításakor figyelembe kell venni különösen a reklámban foglalt azokat a tájékoztatásokat, amelyek az áru általános jellemzőire, az áru árára vagy az ár megállapításának módjára, valamint a vásárlás egyéb szerződéses feltételeire vonatkoznak.
- 69) A Grtv. 15. § (3) bekezdése alapján a törvény megtévesztő reklámozás tilalmába ütköző reklámokra vonatkozó rendelkezéseivel kapcsolatban a Tpv-ben meghatározottak szerint a bíróság, illetve a Gazdasági Versenyhivatal jár el. A Grtv. 17. § (2) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal eljárására a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni, figyelemmel – többek között – a törvény 17. § (3) bekezdésében foglalt eltérésre, amely szerint a

reklámozó indokolt esetben – az eset körülményeire való tekintettel, figyelemmel a reklámozó és az egyéb érdekelték törvényes érdekeire – a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

- 70) 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.
- 71) 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 vállalkozásnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. 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.

A Versenytanács döntése

- 72) A Tpv. 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 több mozzanatból álló fogyasztói döntési folyamat 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.
- 73) A versenyjogi relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatalának teljes – a vásárlási szándék megjelenésétől legalább az adott termék megvásárlásáig, vagy szolgáltatás igénybevételéig tartó – folyamatát védi a Tpv. a maga eszközeivel, beleértve a folyamat egészét és egyes szakaszait is. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra.

74) Ez a megközelítés tükröződik a Tpv. III. fejezetének a címében is, amely nem a fogyasztói döntések tisztességtelen meghatározásának, hanem a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról beszél. Ilyen magatartásokat nevesít többek között a 8. § (2) bekezdésének a) és d) pontja is.

1. A repülőjegyek árával kapcsolatos tájékoztatás

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

76) Nem várja el ugyanakkor a versenyjog a vállalkozástól, hogy a reklámjaiban teljes körű termékleírást adjon a fogyasztók számára. A reklámozó szabadon dönt, hogy a termék milyen tulajdonságát jeleníti meg a reklámokban. Abban az esetben viszont, ha egy tájékoztatás már megjelenít, kiemel valamely lényeges, jellemzően kedvező körülményt, akkor azzal szemben követelmény, hogy az legyen valós és pontos, s ne legyen alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására.

77) A Versenytanács megítélése szerint valamely információ elhallgatása egy adott reklámeszközön nem eredményezheti azt, hogy ezáltal alapvetően megváltozik a reklámüzenet – azaz nem ígérhet valamit a fő üzenetben a reklámozó akkor, ha az elhallgatott feltételek mentén értelmezve az adott üzenet tartalma alapvetően megváltozik. (Lásd Vj-86/2007.)

78) Valamely feltételtől függő (kedvező) tulajdonság adott reklámhordozón való kiemelése esetén további – az előző pontokban megfogalmazottakkal együttesen érvényesülő – elvárás, hogy a fogyasztó világos, egyértelmű és korlátok nélkül észlelhető tájékoztatást kapjon ugyanazon reklámhordozón arról, hogy a kiemelt kedvező tulajdonság elérése feltétel(ek)től függ. A vállalkozás ennek az elvárásnak megfelelhethet:

- (i) olyan formában, hogy a kiemelt kedvező tulajdonsággal összefüggő – azzal elválaszthatatlanul összekötődő – feltételek tekintetében ugyanazon reklámhordozón biztosít fogyasztóinak teljes körű tájékoztatást annak érdekében, hogy a fogyasztó megfelelően fel tudja mérni adott termék jellemzőit; vagy

- (ii) akként, hogy világos és egyértelmű formában felhívja a fogyasztó figyelmét az adott reklámhordozón arra, hogy a kiemelt tulajdonság feltételtől függ, amelynek ismerete szükséges a körültekintő fogyasztói döntéshez. Ebben az esetben nem elegendő, hogy a reklámhordozó általánosságban utal a tájékoztatás teljes körűségének hiányára. A reklámhordozó megtekintését követően a fogyasztónak abban a tekintetben kell egyértelműen informálnak lennie, hogy a termék kiemelt kedvező tulajdonsága nem feltétel nélkül érvényesül. Ilyenkor szükséges az is, hogy a fogyasztó a termék igénybevételére vagy megvásárlására vonatkozó döntését megelőzően kellő részletességgel és egyértelmű formában tájékoztatást kapjon a kedvező tulajdonság elérésének feltételeiről és a mennyiségi korlátokról.
- 79) Számos esetben alkalmazzák a reklámozók azt a gyakorlatot, hogy adott termék egyes jellemzőivel kapcsolatos egyes feltételeket a reklám főüzenetében helyeznek el, míg más – ugyanazon jellemzőhöz kapcsolódó – feltételeket apró betűvel, adott esetben a főüzenettől elszakítva tüntetnek fel. Kizárólag a kommunikációs eszköz, illetve az információ jellegének értékelésével dönthető csak el, hogy az apró betű használata alkalmas-e a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására. A Versenytanács gyakorlata szerint az apró betű teljes értékű tájékoztatásnak minősül, amennyiben a megjelenített tájékoztatásokat a fogyasztónak módja van teljes egészében áttanulmányozni és az apró betűs információ lényegesen nem módosítja a tájékoztatásban kiemelt módon közvetített üzenetet (lásd Vj-86/2007.).
- 80) A légi közlekedési szolgáltatás sajátossága alapján az alapszolgáltatás – az igénybe vevő légi úton való eljuttatása A pontból B pontba – összetett, a légitársaságon túli szereplők részvételét is igényli, ezek közül kiemelhető pl. a légikikötő üzemeltetője. Mindezt adott esetben a légi közlekedési szolgáltatást nyújtó vállalkozások a repülőjegyek árában is feltüntetik, így az is több elemből adódik össze. Ezek között csak egyetlen tényezőnek minősül, hogy adott légitársaság a légi közlekedési szolgáltatás igénybevételéért a saját részvétele tekintetében milyen (ún. nettó) árat kalkulál, hiszen a fogyasztó a szolgáltatást csak abban az esetben veheti igénybe, ha a járulékos költségekkel – pl. repülőtéri illeték, foglalási vagy tranzakciós díjak, vagy check in díjak stb. – együttesen összeálló, teljes (bruttó) vételárat kifizeti a légitársaságnak.
- 81) A Ryanair reklámjaiban nem tesz említést az úgynevezett extra szolgáltatásokról, illetve azok költségéről, amilyen egyébek mellett a poggyászdíj, illetve az airport „check-in” díj is. Ezeket üzletpolitikája alapján olyan szolgáltatásokként kezeli, amelyek a fogyasztó számára extra díjakként jelentkeznek, és választási kérdés a fogyasztó számára, hogy

azokat egyáltalán igénybe kívánja-e venni. Ezzel szemben azonban az olyan utas esetében, aki csomagot ad fel, mind az airport „check-in” díjat, mind a poggyászdíjat meg kell fizetni.

- 82) Mivel a légitársaságok igénybevétele történő utazás jellemzően nagyobb távolságot fed le, a szolgáltatás iránti kereslethez jellemzően kötődik az utazáshoz szükséges csomagok, poggyász eljuttatásának fogyasztói igénye is. Az igény az egyes fogyasztói csoportok körében eltérő lehet, az üzleti fogyasztók – akik jellemzően rövidebb időre utaznak – esetében akár minimális méretű csomag igény merülhet fel, míg a turizmus keretében utazó fogyasztóknál jellemzően van igény nagyobb poggyász iránt is, sőt egyéb esetekben akár extrém méretű poggyász iránti igény is felmerülhet.
- 83) A légitársaságok – többek között a repülés biztonsága, illetve a repülés, mint tömegszolgáltatás következtében kialakuló – jellegéhez kötődően különböző speciális előírások érvényesülnek az utasok poggyásza tekintetében. Így többek között megszabott, hogy milyen méretű és jellegű, illetve tartalmú csomagot tarthat az utas a közvetlen környezetében az utazás során – kézipoggyász – milyen méretű és jellegű poggyászt adhat fel, mint normál poggyászt, mely esetekben lehetséges extra – súlyú, méretű, vagy jellegű (pl. élő állat) - poggyászt feladni és melyek a repülésből esetleg kizárt dolgok.
- 84) A repülőtéri „check-in” pedig minden utas számára természetesen része az utazásnak, hiszen amennyiben csomagot ad fel, akkor a „check-in” pultnál azt mérlegre kell tennie, illetve fel is címkézik.
- 85) A vizsgált időszakban és azt megelőzően a légitársaságok által alkalmazott jellemző gyakorlatként az utas meghatározott tömegű poggyászának eljuttatása iránti igény és a repülőtéren történő „check-in” – egyfajta „normál” igényként – kapcsolódott a légitársaságok alapszolgáltatásához. A normál körbe nem tartozó poggyász esetében merült fel valamely extra díjazás lehetősége a piaci szereplők részéről – ennek a rendszere már légitársaságonként eltérő. Mindezek alapján a vizsgált időszakban a Versenytanács értékelése szerint – figyelemmel a Tpv. 9. §-ra is – a normál méretű poggyász feladásának lehetősége és a felszálláskor a check in szolgáltatás a légitársaságok szolgáltatásához szorosan kötődő alapszolgáltatásnak minősült. Mindezek alapján adott vállalkozásnak különös nyomatékkal szükséges felhívni reklámozási és egyéb tájékoztatási gyakorlatában arra a figyelmet, hogy a saját üzletpolitikája eltér a szokásos kereskedelmi gyakorlattól. Ez adott üzletpolitikai váltás időszakában különös felelősséget ró a reklámozóra.

- 86) Minderre figyelemmel nem fogadta el a Versenytanács az eljárás alá vont azon előadását, hogy az utasok többsége már kizárólag kézipoggyással utazik, így a csomagdíjra való külön felhívás hiánya nem lehet megtévesztő (lásd 62. pont). A hivatkozott arány ugyanis egyrészt nem a vizsgált időszakra vonatkozott, hiszen nagyjából másfél évvel azt követően történt felmérést jelölt meg. Megjegyzi a Versenytanács, hogy még amennyiben releváns lenne az adat, akkor sem lenne elfogadható, hiszen az előadottakat semmilyen formában nem támasztotta alá eljárás alá vont (nevezetesen nem jelölte például meg, hogy a hivatkozott állítást milyen módszerrel számolta ki, milyen adatbázisból nyerte), ráadásul a fogyasztók jelentős része még ekkor is érintett lenne.
- 87) Nem fogadta el a Versenytanács az eljárás alá vont azon hivatkozását sem, hogy a Visa Electron kártyával történő fizetés esetén a társaság nem számol fel tranzakciós díjat. A hivatkozott kedvezmény ugyanis átmeneti és nem vonatkozik a vizsgált időszakra. (Lásd a Vj-35/2008/11/10., illetve Vj-35/2008/21. táblázatokat és az eljárás alá vont előadását a Vj-35/2008/22. számú iratban.)
- 88) A Versenytanács következetes gyakorlata szerint (Vj-72/2005., Vj-74/2006., Vj-147/2006., Vj-4/2007., Vj-43/2007., Vj-75/2007.) a légitársaságok által a repülőjegyek áraival kapcsolatos tájékoztatása során lényeges körülménynek minősül, hogy a feltüntetett ár tartalmazza-e az összes járulékos költséget.
- 89) A Tpv. 9. §-a értelmében az egyes reklámokban, tájékoztatásokban megjelenített tartalom fogyasztók által érzékelhető üzenetét a használt kifejezések mindennapi életben – szakmai fogyasztók esetében a szakmában – elfogadott általános jelentése alapján szükséges értékelni. A Versenytanács megítélése szerint a repülőjegyekkel kapcsolatos hirdetések a repülőjegy árára vonatkozó pusztán utalás a fogyasztók felé azt az üzenetet közvetíti, hogy a reklámozó az adott áron elérhető utazási lehetőséget – azaz a légi közlekedési szolgáltatást – népszerűsíti. Mindez azt jelenti, hogy a Tpv. 9. §-a alapján fogyasztóknak szóló, pusztán a repülőjegyekre – és azok árára – utaló reklámüzenet jelentése – minden további információ hiányában – az, hogy a fogyasztó a feltüntetett áron elrepülhet az általa választott úticélhoz (légi közlekedési szolgáltatást vehet igénybe) a reklámozótól.
- 90) A vizsgált tájékoztatások közül konkrét repülőjegy árat feltüntető hirdetések – lásd 17., 20., 22., 23., 25., 27., 29., 30., 34., 43. és 45. pontokat – kapcsán megállapítható, hogy a fogyasztók a hirdetésben főüzenetként feltüntetett áron valójában nem juthattak hozzá repülőjegyhez, hiszen

- (i) egyes reklámokban főüzenetben az ún. „nettó árat” tüntette fel az eljárás alá vont, ám az apróbetűs tájékoztatás szerint a feltüntetett „jegyár” nem tartalmazza a repülőtéri illetéket. (Kivételt képeznek ez alól a 22., 23., 29. és 45. pontokban rögzített hirdetések, ahol a feltüntetett jegyár a repülőtéri illetékekkel együttesen került be a főüzenetbe.)
 - (ii) ezen túl a főüzenetben feltüntetett jegyár egyetlen fent hivatkozott reklám esetében sem tartalmazza a hitelkártya kezelési díjat, amely a repülőjegy megvásárlásakor a fogyasztó oldaláról elengedhetetlenül felmerülő költségelem. (Ennek a tényére minden esetben csak az apró betűs tájékoztatás hívja fel a figyelmet.)
 - (iii) a vizsgált tájékoztatások továbbá egyetlen alkalommal sem tartalmaztak még apróbetűs üzenetben sem utalást arra vonatkozóan, hogy a jegyvásárláshoz kötődik külön check in díj és poggyászdíj is, a 49-51. pontok szerinti feltételekkel.
- 91) Mindez azt jelenti, hogy az eljárás alá vont vizsgált tájékoztatásaiban a repülőjegy árára vonatkozóan a főüzenetben feltüntetett kedvező tulajdonságról a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott közre. A kedvező tulajdonságot ugyanis egyrészt lényegesen módosította az apróbetűs feltétel – azaz a hitelkártya kezelési díjjal növelte a valójában kifizetendő összeget –, másrészt – a check in díj és a poggyászdíj létére vonatkozó felhívás hiányából fakadóan – az arról szóló tájékoztatás hiányos is volt.
- 92) Az apróbetűs feltételnek a főüzenetre vonatkozó lényeges módosítása jelen esetben azt jelentette, hogy a kiemelt főüzenet nem valós, hiszen a főüzenetben feltüntetett áron repülőjegyet vásárolni nem lehet.
- 93) Megjegyzi a Versenytanács, hogy eljárás alá vont abban az esetben, ahol a feltüntetett „jegyárhoz” kapcsolódott a repülőtéri illeték (azaz a fogyasztó teljesebb tájékoztatásának formáját választotta és a bruttó jegyárat tüntette fel) kiemelt grafikai ábrázolással megjelenítette ezt a feltételt a főüzenethez közvetlenül kötve. Mindez azt mutatja, hogy a reklámozás lehetőségei adottak arra, hogy a fogyasztók figyelmét felhívja egyes tulajdonságokra, ám ezt jellemzően a termék kedvező tulajdonságai esetében alkalmazza a reklámozó.
- 94) A fentiek alapján az eljárás alá vontak által követett gyakorlat – figyelemmel a Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) pontjában foglaltakra – beleütközik a Tpv. 8. §-nak (1) bekezdésében, illetve a Grtv. 7. § (1) bekezdésében foglalt tilalomba.

2. A meghirdetett akciókkal, akciós repülőjegyekkel kapcsolatos tájékoztatás

- 95) A Versenytanács következetesen alkalmazott gyakorlata szerint (lásd többek között a Vj-55/2003. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatot) a fogyasztók felé irányuló (reklámként vagy más módon megnyilvánuló) tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról), a vállalkozásról, a tájékoztatás tartalmáról. A valamely vállalkozás által tartott akció esetében ez oly követelmény formájában jelentkezik, hogy a fogyasztó pontos képet tudjon alkotni az akció mibenlétéről, az akcióban való részvétel feltételeiről, az akcióban résztvevő termékekről vagy az újságban egyébként reklámozott termékekről.
- 96) Az ár a fogyasztó számára a versenyző árak közötti választás során az eligazodást jelentő legfontosabb mérce. Ehhez közvetlenül kötődik az is, hogy a fogyasztók orientálódása során nemcsak adott áru tényleges fogyasztói ára, hanem a számukra biztosított megtakarítás mértéke – azaz valamely árkedvezmény feltüntetése – is jelentős befolyásoló tényező lehet.
- 97) A Versenytanács a Vj-22/1998. számú versenyfelügyeleti eljárást lezáró határozatában elvi élel kimondta, hogy ténylegesen nem alkalmazott (fiktív) árhoz képest ígért jelentős mértékű árengedmény alkalmas a különösen előnyös vásárlás hamis látszatának keltésére.
- 98) A százalékos kedvezményt tartalmazó hirdetésekre (lásd 36. és 38. pontok) vonatkozóan bebizonyosodott (lásd 40. pont), hogy az eljárás alá vont a kedvezmények alapjául kizárólag a hirdetés megjelenését közvetlenül megelőzően alkalmazott legalacsonyabb nettó árat (lásd 80. pont) vette figyelembe, azaz a valójában kifizetendő repülőjegy árának csak egy része tekintetében alkalmazta a meghirdetett – ötven vagy hetvenöt – százalékos kedvezményt. Nem vonatkozott ugyanakkor a kedvezmény a további díjelemekre, így a repülőtéri illetékre, a hitelkártya kezelési költségre stb.
- 99) Mindez azt jelenti, hogy a meghirdetett kedvezmények valójában nem érvényesültek, azaz a tájékoztatással az eljárás alá vont különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltette, illetve az áru lényeges tulajdonsága tekintetében megtévesztő tájékoztatást adott, megvalósítva így a Tpv. 8. §-a (2) bekezdése d), illetve a) pont szerinti magatartást, megsértve ezzel a 8. § (1) bekezdésében, továbbá a Grtv. 7. §-ban a fogyasztók megtévesztésére vonatkozó foglalt tilalmakat.

- 100) A Versenytanács a jogsértés megállapításán túl bírságot is kiszabott az eljárás alá vonttal szemben, amelynek során a jogsértés súlyának meghatározása körében figyelemmel volt a jogértéssel érintett reklámozási gyakorlat kiterjedtségére – a tájékoztatási tevékenység a legolvasottabb országos politikai napilapban valósult meg – és időtartamára. Mindezen tényező figyelembevételével értékelte a Versenytanács, hogy a jogsértés fogyasztói érdekeket milyen mértékben sérthette. Megjegyzi ezzel összefüggésben a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont minden vizsgált tájékoztatása tartalmazott jogsértő elemeket.
- 101) Enyhítő körülményként vette figyelembe a Versenytanács, hogy a fogyasztók a reklámok megismerését követően, a vásárlás előtt tájékozódhattak a pontos feltételekről. Mindez azonban kizárólag enyhítő, ám a jogsértést megszüntetni nem képes körülmény, hiszen a valótlan és hiányos tájékoztatások közreadásával a fogyasztói döntési folyamat torzulhatott.
- 102) A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára kell megfizetni függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A bírság befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő a versenyfelügyeleti eljárás száma, a megbírságolt vállalkozás neve, valamint a befizetés jogcíme (bírság).
- 103) A Ket. 138. § (1) bekezdése 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 Tpv. 83. § (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni

IV.

Egyéb kérdések

- 104) A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § biztosítja.

- 105) A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpvt. 45. §-n, illetékessége a Tpvt. 46.§-n alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság (Tpvt. 86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
- 106) A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (Ket.) 110. § (1) bekezdése a) pontja 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 GVH Versenytanácsa nem fogantatosíthatja.

Budapest, 2009. június 18.