



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/009-024/2010.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. S. Zs. jogi és szabályozási igazgató és dr. P. J. jogtanácsos által képviselt **Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. 2009 őszén megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor

- internetes honlapján és egyes televíziós reklámjaiban valótlanul állította, hogy az "Egymás közt 0 Ft" opció bármely Vodafone Plus, Multimédia, Internet, illetve netbook előfizetés esetén igénybe vehető,
- egyik szórólapján elhallgatta, hogy a Vodafone Családi Kedvezmény mely tarifacsomaggal nem vehető igénybe.

A Versenytanács kötelezi a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt.-t 5.000.000 Ft (Ötmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 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.

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal azt követően indított eljárást a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseinek feltételezett megsértése miatt, hogy észlelte, az eljárás alá vont a „Családi Kedvezmény” promóciós ajánlata keretében megjelenő „Egymás közt 0 Ft” opcióval összefüggésben, az ahhoz kapcsolódó integrált kommunikációs kampányaiban (a 2009. szeptember 1. és 2009. október 1. közötti Family kampány és a 2009. október 1. és 2009. november 15. közötti, 10 éves kampány során) alkalmazott egyes kommunikációs eszközökön a szolgáltatás

igénybevételének lényeges feltételeiről nem, vagy csak nehezen észlelhető módon nyújtott tájékoztatást arról, hogy

- az „Egymás közt 0 Ft” opció nem igényelhető minden előfizetés mellé, mivel vannak kizárt csomagok (pl. a Vodafone 50 Plus csomag),
- a családtagok közül hányan vehetik igénybe az opciót,
- a 0 Ft-os beszélgetési lehetőség milyen feltételekhez kötött,
- a „Családi Kedvezmény” promóció keretén belül az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybevétele kétéves hűségnyilatkozathoz kötött.

I.

Az eljárás alá vont

2. Az eljárás alá vont 1999. július 7-én nyert koncessziót a magyarországi GSM 900 és DCS 1800 rendszerű mobil rádiótelefon hálózat kiépítésére, illetve annak üzemeltetésére. Emellett internet-hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is kínál, továbbá jelen van a híradás- és számítástechnikai termékek nagy- és kiskereskedelme, karbantartása és javítása, valamint a távközlési és műszaki kutatás, kísérleti fejlesztés piacán is. Az eljárás alá vont 2008. évi nettó árbevétele közel 144 milliárd Ft volt.

3. Az elmúlt években több alkalommal került megállapításra, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, illetve fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, megsértve ezzel a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.), illetőleg az Fttv. rendelkezéseit (Vj-6/2004., Vj-150/2004., Vj-75/2005., Vj-188/2005., Vj-142/2006., Vj-169/2006., Vj-176/2007., Vj-6/2009., Vj-117/2009.).

II.

Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

4. Az eljárás alá vont többféle díjtarifát, szolgáltatást kínál a fogyasztóknak.

5. Az eljárás alá vont által 2009. szeptember 1-jétől az ún. „Családi Kedvezmény” promóció keretein belül választható elemként az ún. „Egymás közt 0 Ft” opciót is igénybe vehették azok a magánszemélyek, akik

- az akció időtartama alatt új utólag fizető előfizetői szerződést kötöttek a „Családi Kedvezmény” promóció keretében,
- az eljárás alá vont azon ügyfelei, akik a „Családi Kedvezmény” promóció keretében a „Családi Kedvezmény” promócióba bevont tarifákat használták, illetve váltottak.

6. Az „Egymás közt 0 Ft” opció választása esetén 790 Ft/hó/SIM kártya díj ellenében

- az opciót kérő, azt aktiváló előfizetők (az adott korlátok között) díjmentesen beszélhetnek egymással, azzal, hogy az eljárás alá vont kártyánként havonta 1.000 perc díjmentes beszélgetést biztosít az opciót kérő családtagok között,
- az eljárás alá vont előfizetésenként 1.000 Ft kedvezményt biztosít 24 hónapig (a megkövetelt hűségi szerződés időtartama alatt) a tarifacsomagok mindenkori alapidijából.

7. Figyelemmel a „Családi Kedvezmény” promóció és az „Egymás közt 0 Ft” opció kapcsán alkalmazott részvételi feltételekre, az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybevételének egyebek között az alábbi feltételei érvényesültek:

- az „Egymás közt 0 Ft” opciót azok igényelhetik, akik a „Családi kedvezmény”-be bevont hang előfizetéseket használják (Vodafone 100 Plus, Vodafone 200 Plus, Vodafone 400 Plus, Vodafone Silver Plus, Vodafone Gold Plus, Multimédia 5000, Multimédia 5000 onnet, Multimédia 7900, Multimédia 10500, Multimédia 15900, Multimédia 15900 onnet),
- az „Egymás közt 0 Ft” opció nem vehető igénybe
 - azokhoz a csomagokhoz, amelyekhez nem érhető el a „Családi Kedvezmény” promóció, mivel az „Egymás közt 0 Ft” opció igénybe vételének feltétele a „Családi Kedvezmény” promóció elérhetősége. A „Családi Kedvezmény” promóció részvételi feltételei meghatározzák a promócióban résztvevő tarifákat, rögzítve, hogy a „Családi Kedvezmény” (és így az „Egymás közt 0 Ft” opció) nem érhető el
 - a Vodafone 50 Plus tarifával és
 - a Vodafone Internet 1G, 5G tarifacsomagokra,
 - a Fix Osztható tarifacsaládhoz, mivel a Fix Osztható tarifákhoz jár az egymás közötti ingyenes beszélgetést lehetővé tevő csoportos opció (ezt a portfoliót 2010. január 15-től az eljárás alá vont kivezette a kereskedelmi forgalomban elérhető tarifák közül),
- az „Egymás közt 0 Ft” opció 2-6 előfizetés vonatkozásában igényelhető,
- a részvételi feltételek szerint 1.000 perc felett az eljárás alá vont a tarifákban érvényes percdíjakkal számláz, ugyanakkor az eljárás alá vont előadása szerint az 1.000 perc feletti forgalomért sem számlázott gyakorlatilag semmit az ügyfeleknek, a limit csak biztonsági okokból, a hálózat védelme érdekében került meghatározásra,
- az előfizetőnek 2 éves hűségidőszakot kell vállalnia az „Egymás közt 0 Ft” opció vonatkozásában.

8. A „Családi Kedvezmény” promóció és az „Egymás közt 0 Ft” opció kapcsán 2009. szeptember 1-jétől október 1-jéig bonyolította le az eljárás alá vont az ún. Family kommunikációs kampányt, annak elsődleges üzeneteként az előfizetésenkénti 1.000 Ft havidíj-kedvezmény határozva mely, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikációkban megjelenítésre került az „Egymás közt 0 Ft” opció is.

9. Az eljárás alá vont 2009. október 1. és november 15. között folytatta le 10 éves születésnapjait kampányát, amelyen belül a „Családi kedvezmény” ajánlat fő hangsúlya az „Egymás közt 0 Ft” opcióra helyeződött, amely ekkor már úgy is elérhető volt, hogy az opció igénybe vétele az igényléstől számított 10 hónapig díjmentes a fogyasztók számára, majd ezt követően válik fizetőssé. Az előfizetőnek tehát az első 10 hónapban nem kellett megfizetnie a 790 Ft/hó/SIM kártya díjat, azonban vállalnia kellett, hogy az előfizetés megkötésétől számított 2 éven belül nem mondja fel az „Egymás közt 0 Ft” opciót, annak havi díját a 10 hónap díjmentes időszak lejártá után az akkor hatályos díjszabás szerint fizeti. Az „Egymás közt 0 Ft” opció 2 éves hűségidőszakon belüli felmondása esetén az előfizető bruttó 7.900 Ft kötbér megfizetésére köteles.

10. A kommunikációs kampányokban alkalmazott kereskedelmi kommunikációk részletes leírását a vizsgálati jelentés (Vj-9-016/2010.) 3. számú melléklete tartalmazza.

III. Az eljárás alá vont előadása

11. Az eljárás alá vont előadta,

- nem vitatja, hogy televíziós reklámjai, illetve internetes oldala tartalmazták a hivatkozott „bármely Plus, Multimedia, Internet, illetve Vodafone Plus, Multimedia Internet, illetve netbook előfizetés esetén igénybe vehető” szöveget, ugyanakkor jogsértés ennek ellenére nem állapítható meg, hiszen a fogyasztó hozzájuthatott döntésének megszületése előtt a szükséges információhoz, például az interneten egy kattintás révén,
- nem mellőzhető ugyanakkor, hogy az internetes oldal nem tekinthető fő kommunikációs csatornának reklám szempontból, illetve az internetes honlapon szereplő reklám nem minden fogyasztó számára elérhető a jelenlegi felhasználói szokások és az internet használat elterjedtségének foka miatt. Magyarországon az emberek többsége nem az internetről tájékozódik, aki azonban igen, az pontosan tudja, hogy egy interneten megjelenő reklámra hol kell rákattintani, illetőleg miként szerezhet további információkat. Az internetes oldal egyfajta kiegészítő eleme a kampánynak mint reklám. E körben szétválasztandó a tájékozódás és a reklám célja, kérdésköre,
- a fogyasztók előtt ismert, hogy az internetes oldalon milyen módon lehet további információt szerezni. A kifogásolt szöveg alatt szereplő linkre kattintva pedig teljes körű információ volt szerezhető könnyen elérhetően és a döntési folyamat azonos szakaszában,
- a kifogásolt szórólap a terjedelmi korlátokhoz mérten kifejezetten bőséges információt tartalmazott, emellett felhívta a figyelmet a korlátokra és további információ elérhetőségére. A lehetőséghez mérten a lehető legtöbb információ közlésére törekedett az eljárás alá vont,
- a kifogásolt szöveg csak rövid ideig, mindössze egy hónapig szerepelt az internetes oldalon, illetve a televíziós reklámokban, s a szórólap szintén rövid ideig került terjesztésre,
- a 2009. szeptember 1-jén indult „Családi Kedvezmény” promóció kapcsán szeptemberben egyértelműen az előfizetésenként nyújtott 1.000 Ft havidíj-kedvezmény szerepelt a kommunikációs anyagokon elsődleges üzenetként, az „Egymás közt 0 Ft” opció másodlagos üzenet volt a kampány ezen időszakában,
- nem állt fenn az előfizetők megtévesztésének lehetősége, összességében kellő tájékoztatást kaptak az ügyfelek,
- az ügyfelek a rendelkezésükre álló számos csatornán keresztül, valamint a részvételi feltételekből a szükséges információk birtokába jutottak a „Családi Kedvezmény”-re és az opcióra vonatkozóan. Az eljárás alá vont a Részvételi Feltételekben az ügyfelek részére megadott minden szükséges tájékoztatást, s ez a honlapon az ügyfelek számára mindvégig elérhető volt,
- az akció során alkalmazott kereskedelmi kommunikációs eszközök tartalmazták a további információ elérhetőségére történő hivatkozást. Az Fttv 7. §-a (2) bekezdésének megfelelően mindent megtett azért, hogy a kommunikációs eszközök nyújtotta terjedelmi korlátok és egyéb lehetőségek keretein belül valamennyi lényeges információt eljuttasson a fogyasztóhoz, lehetőség szerint az adott eszközben, ennek hiányában a további információszerezés helyét megjelölve, egyéb eszközben. Ezen túlmenően ha a fogyasztó bizonytalan volt a közlés tartalmának a megítélésében, akkor a honlapon és egyéb módokon megismerhette a részletes szabályokat. A fogyasztótól ésszerűen elvárható volt, hogy meggyőződjön a részletekről, s az is hogy

amennyiben valamely közlés tartalmában bizonytalan, úgy a számára megadott információk lehetőségekkel éljen és a megadott elérhetőségen kiegészítse ismereteit,

- a fentiekén túlmenően a szerződéskötést megelőzően utólagos tájékoztatást is adott a fogyasztók részére. A fogyasztók részére mindvégig rendelkezésre állt az utólagos tájékoztatás, amelynek során még a szerződés megkötése előtt minden lényeges információ átadásra került, illetve a fogyasztók meggyőződhetnek a részletekről. A fogyasztó csak oly módon tudott szerződést kötni, ha bement egy eladási pontba, helyre, s ott nyilvánvalóan tájékoztatták arról a körülményről, hogy milyen tarifacsomagokhoz választhatja az adott opciót,
- a racionális fogyasztókra nem jellemző, hogy egyetlen szórólap vagy televíziós reklám alapján döntenek egy 2 éves hűség szerződés megkötéséről, s szerződéskötéskor a helyszínen elutasítanak minden további tájékoztatást. Az eljárás alá vont kérte, hogy a Versenytanács az eljárás alá vont által alkalmazott marketing kommunikációs eszközöket összességükben bírálja el, és vegye figyelembe, hogy a fogyasztó (ide értve az utólagos tájékoztatás esetét is) a szerződéskötés előtt a szükséges információkhoz hozzájuthatott,
- nincs tudomása a „Családi Kedvezmény”-nyel, illetve az „Egymás közt 0 Ft” opcióval kapcsolatos jelentős számú panaszról,
- a Plus tarifák közül kizárólag a legkisebb csomag (az 50 Plus) volt kizárva a „Családi Kedvezmény” promócióból (az erre vonatkozó ügyféltájékoztatás is egyértelműen megjelent a Részvételi Feltételekben), és így, mivel „Családi Kedvezmény”-t nem lehet hozzá kérni, az „Egymás közt 0 Ft” opciót sem lehet. Az előfizetési adatokból megállapíthatóan elenyésző számban lehettek olyan ügyfelek, akik éltek volna a kedvezmény, illetve az opció adta lehetőséggel, ha arra egyébként lehetőségük lett volna,
- folyamatosan törekszik arra, hogy valamennyi kommunikációs eszközön az annak megfelelő módon és mennyiségű információt tegye elérhetővé. A jövőben fokozottan figyelembe kívánja venni a fogyasztói tájékoztatásról kialakított versenyhivatali gyakorlatot,
- a fogyasztókat sérelem nem érte, az akció rövid időszakot ölelt fel, tehát a jogsérelem (esetleges megállapítása esetén is) csak rövid ideig állt fenn, az eljárás alá vont (feltételezve a jogsértés megállapítását) előnyhöz nem jutott, jóhiszeműen járt, a gazdasági verseny veszélyeztetettsége nem állt fenn.

Az eljárás alá vont az esetleges bírság körében kérte figyelembe venni továbbá, hogy

- az eljárás tárgyát képező kampányai során különös hangsúlyt fektet az ügyfél-elégedettség növelésére, hiszen jelentős brand sérelmet okozhat egy születésnap kampány során alkalmazott negatív megítélés és ügyfél-elégedetlenség,
- az eljárás során fokozottan együttműködő magatartást tanúsított.

12. Az eljárás alá vont kérte

- elsődlegesen az eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését,
- másodlagosan a bírság kiszabásának mellőzését, tekintettel egyebek között a jogsértés csekély voltára, illetőleg az esetlegesen kiszabott bírság összegének alacsony mértékben történő megállapítását.

IV. Jogi háttér

13. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, míg a c) pont rögzíti, hogy áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog (ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelvének megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. A (2) bekezdés szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja rögzíti, megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

b) az áru lényeges jellemzői.

Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás). A (2) bekezdés rögzíti, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése értelmében a törvény mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek, így a melléklet a 20. pontjának megfelelően tisztességtelen az áru „ingyenes”, „díjtalán”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.

14. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. 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 fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

V.

A Versenytanács döntése

15. A Versenytanácsnak – figyelemmel az eljárást megindító végzésben és a rendelkezésre álló iratokban foglaltakra – a jelen eljárásban azon kérdésekkel kapcsolatban kellett kialakítania álláspontját, hogy az eljárás alá vont a „Családi Kedvezmény” promóciós ajánlata keretében megjelenő „Egymás közt 0 Ft” opcióval összefüggésben, az ahhoz kapcsolódó kommunikációs kampányaiban (a 2009. szeptember 1. és 2009. október 1. közötti Family kampány és a 2009. október 1. és 2009. november 15. közötti, 10 éves kampány során) alkalmazott egyes kommunikációs eszközök kapcsán az Fttv.-be ütköző kereskedelmi gyakorlatot valósított-e meg, amikor egyes kommunikációs eszközökben nem, vagy csak nehezen észlelhető módon nyújtott tájékoztatást arról, hogy

- az „Egymás közt 0 Ft” opció nem igényelhető minden előfizetés mellé, mivel vannak kizárt csomagok (pl. Vodafone 50 Plus),
- a családtagok közül hányan vehetik igénybe az opciót,
- a 0 Ft-os beszélgetési lehetőség milyen feltételekhez kötött,
- a „Családi Kedvezmény” promóció keretén belül az „Egymást közt 0 Ft” opció igénybevétele kétéves hűségnyilatkozathoz kötött.

16. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:

- ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek, vagy
- ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket, vagy
- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).

Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e,

- mindenképp azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül,
- ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió a törvényben megadott kritériumait,
- csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése.

Az Fttv. mellékletének 20. pontja

17. A jelen eljárásban a Versenytanácsnak (figyelemmel a 16. pontban foglaltakra) először abban kellett állást foglalnia, hogy az eljárás alá vont 15. pontban rögzített kereskedelmi gyakorlata értékelhető-e az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján.

18. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének 20. pontja értelmében tisztességtelen az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.

Az Fttv. mellékletének 20. pontja alapján tisztességtelennek minősül minden olyan kereskedelmi gyakorlatot, amely esetében

- a vállalkozás által nyújtott tájékoztatás a fogyasztóban az ellenszolgáltatás nélküliség képzetet kelti, azt, hogy a fogyasztónak az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlete, igénybevétele stb. kapcsán a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel (pl. a vállalkozásnak címzett küldemény postára adásával összefüggésben felmerült költség) és az áru birtokbavételével (pl. a birtokbavétel helyére történő utazással), illetve

fuvarozásával (az áru fogyasztóhoz való eljuttatásával) összefüggő elkerülhetetlen költségeken (pl. a postai kézbesítés költségén) felül semmit sem kell fizetnie,

- ugyanakkor a fogyasztót az áru (szolgáltatás) megvásárlása, bérlése, igénybevétele stb. kapcsán a melléklet 20. pontjában meghatározott költségeken kívül ténylegesen bármilyen jogcímen, bármilyen elnevezéssel illetett fizetési kötelezettség terhelheti, illetve a fogyasztó oldalán költség, anyagi teher keletkezhet.

19. A Versenytanács megállapította, hogy a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációk esetében a vizsgálat által meghatározott körben nem valósultak meg az Fttv. melléklete 20. pontja szerinti, előzőekben jelzett feltételek, az eljárás alá vont által nyújtott tájékoztatások nem keltették a fogyasztóban az ellenszolgáltatás nélküliség képzetet, az alkalmazott kereskedelmi kommunikációk révén a fogyasztókban nem alakult ki olyan kép, hogy eljárás alá vont szolgáltatásához ellenszolgáltatás nélkül juthatnak hozzá.

20. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatát az Fttv. 6. és 7. §-át szem előtt tartva értékelte.

Az Fttv. 6. és 7. §-a

21. Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

22. A rendelkezésére álló adatok alapján nem volt egyértelműen beazonosítható a fogyasztók olyan meghatározott, az Fttv. alkalmazása körében relevanciával bíró csoportja, amelyre kifejezetten irányult volna a vizsgált kereskedelmi gyakorlat.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

23. Az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó vonatkozásában figyelembe veendő az alábbiak:

- a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.222/2008/7. számú jogerős ítéletében (Vj-188/2006.) kifejtette, a reklám terjedelmi korlátai között a tájékoztatást úgy kell meghatározni, hogy az átlagfogyasztó számára követhető, értelmezhető legyen, és nem abból kell kiindulni, hogy a hírközlési piacon tájékozott, racionális és tudatos fogyasztó döntésének meghozatalakor a szolgáltatók gyakorlatának ismeretében van, így csak minimális információ közlésére van szükség. A reklámozó vállalkozásnak ugyanis mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszonmaximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára a lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra, ugyanis a reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak módja van a teljeskörű valós információ megismerésére,
- amint azt a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.170/2007/6. számú ítéletében (Vj-133/2005.). leszögezte, nem várható el a fogyasztótól, hogy egy intenzív, akár több hónapig tartó reklámkampány során az innen-onnan részletekben csöpögtetett információ-mozaikokat fejben összerakja, maga kutasson azután, hogy esetlegesen milyen

csatornán keresztül juttathat el hozzá még reklámüzenetet a reklámozó. Még kevésbé várható el az ésszerűen eljáró fogyasztótól, hogy a reklámok szavahihetőségét kétségbe vonja, vagyis eleve számoljon azzal, hogy a reklámban úgy sem mondanak igazat, és nyomozni kezdjen a valós tények után,

- a Fővárosi Bíróság 2.K. 33.639/2007/9. számú, a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.350/2008/8. számú ítéletével helybenhagyott ítélete (Vj-30/2007.) szerint a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatói folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően – a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjen az bármilyen formában, így például reklám által.

24. A Versenytanács a jelen eljárásban vizsgált egyes kereskedelmi kommunikációk értékelése során egyebek között figyelemmel volt arra, hogy ugyanazon döntési szakaszban a fogyasztó szükségszerűen további, a kereskedelmi kommunikációban közölteket korrigáló információ(k)hoz jutott-e vagy sem, illetőleg hogy a jelentős információt elhallgató kereskedelmi kommunikáció esetén a kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli korlátot támaszt-e vagy sem, s ha igen, akkor a kereskedelmi kommunikációban közölt információ a teljeskörűség látszatát keltette-e.

25. E körben a Versenytanács a következőket emeli ki:

A fogyasztói döntési folyamat szakaszai

26. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy több szakaszból álló folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, már kifogásolható, hiszen ennek során a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat.

27. Amint azt a Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott Vj-117/2009. számú eljárásban hozott határozatában is kiemelte, a kommunikációs eszközöknek önmagukban is eleget kell tenniük a tisztesség követelményének, annak az elvárásnak, hogy minden kommunikációs eszköz igaz, valós tájékoztatást, reális képet adjanak a vállalkozásról, illetve annak árujáról. Nem minősül megalapozottnak az a vélekedés, hogy egy kereskedelmi gyakorlat megítélése során a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszközöket minden esetben összességükben kell vizsgálat tárgyává tenni.

*A valótlan információk korrigálása
egy későbbi döntési szakaszban*

28. Főszabály szerint jogsértőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat, ha annak eredményeként a fogyasztó valótlan információhoz jut az áru, illetve a vállalkozás valamely lényeges tulajdonságával összefüggésben.

29. A valótlan információk közlése esetén (ideértve a valós információ megtévesztésre alkalmas módon való közlését is) figyelembe veendő, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában lehetővé teszi-e további információk fogyasztók általi szükségszerű (a fogyasztó saját döntésétől függetlenül megvalósuló) megismerhetőségét,
- a fogyasztó ugyanazon döntési szakaszban – figyelemmel az adott kommunikációs eszköz (így különösen egy internetes honlap vagy egy szórólap) sajátosságaira is – nem jelentős anyagi és egyéb ráfordítás ellenében, saját döntése szerint további információ(k)hoz juthat-e.

Ha a fogyasztó a fentiek szerint a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában valótlan információ korrigálására alkalmas további információ birtokába jut, illetőleg juthat, az alkalmas lehet a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének a megszüntetésére.

30. Kiemelendő ugyanakkor, hogy nem szükségszerűen eredményezi a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének megszüntetését, ha a vállalkozás integrált, több kereskedelmi kommunikációs eszközt és csatornát alkalmazó kommunikációs kampányt folytat. Ez marketing szempontból indokolt döntés lehet, ugyanakkor az integrált kommunikációs kampány során a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában megvalósuló párhuzamos tájékoztatások nem szükségszerűen eredményezik azt, hogy a fogyasztó a különböző kereskedelmi kommunikációkból szerzett információkat elemzi, összeveti, s a valótlan információkat közlő kereskedelmi kommunikáció üzenetét maga korrigálja, ilyen kötelezettség nem is telepíthető a fogyasztóra.

31. Nem eredményezi a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének megszüntetését, ha a vállalkozás a fogyasztói döntési folyamat későbbi szakaszában további, adott esetben a korábbi valótlan közléseket korrigáló információk fogyasztók általi elérését teszi lehetővé. A többletinformációk későbbi (a korábbi fogyasztói döntések által már befolyásolt) szakaszban (pl. a szerződés megkötésekor) való elérhetővé tétele nem teszi meg nem történné a korábbi szakaszban megvalósult jogsértést. Egy ettől eltérő álláspont elfogadása azt eredményezné, hogy a vállalkozások (pl. reklámjaikban) minden következmény nélkül bármilyen valótlan információt közölhetnének, arra történő hivatkozással, hogy a valós információt a fogyasztó a döntési folyamat későbbi szakaszában, a szerződéskötésig megkapja.

32. A Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott Vj-6/2009. és Vj-117/2009. számú eljárásokban hozott határozataiban is aláhúzta, az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében rögzített tilalom megsértése nemcsak aktív tényállítással (azaz jellemzően valótlán állítással), hanem megtévesztő mulasztással is megvalósulhat. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, s ezáltal
- a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Annak elbírálása során, hogy az első feltétel teljesül-e, figyelembe veendő valamennyi tényszerű körülmény és a kommunikációs eszköz korlátai. Ez utóbbi vonatkozásában alkalmazandó az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése is, amely szerint ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás. E rendelkezés kapcsán kiemelendő,

- a megtévesztő mulasztás (jellemzően valamely lényeges információ kommunikációs eszközből történő mellőzése vagy a kommunikációs eszköz kivitelezése révén történő elrejtése) esetén önmagában nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli mentesüléséhez, ha a kommunikációs eszköz térbeli vagy időbeli korlátokkal rendelkezik (a kommunikációs eszköz terjedelme nem alkalmas jelentős mennyiségű információ közvetítésére, a kommunikációs eszköz tartalmának észlelésére a fogyasztónak csak időben korlátozott lehetősége van). Ezekre a korlátokra magának a vállalkozásnak kell figyelemmel lennie, amikor a kommunikációs eszköz tartalmát határozza meg. Az üzleti tisztesség keretei között a vállalkozás nem háríthatja át a fogyasztóra annak következményeit, hogy nem volt tekintettel a kommunikációs eszköz korlátaira, s csak a termék kedvező tulajdonságait jelenítette meg, mellőzve a kommunikációs eszközökön tett közlések helyes értelmezéséhez szükséges információk szerepeltetését,
- nem vezet a vállalkozás jogsértés alóli automatikus mentesüléséhez az sem, ha a vállalkozás később biztosítja a kommunikációs eszköz által nem közölt információk megismerését, adott esetben legkésőbb szerződés megkötésekor lehetővé téve a szerződési feltételek részletes megismerését, mivel ez jellemzően teljes egészében már nem tudja meg nem történté tenni a döntési folyamat korábbi szakaszával összefüggésben tanúsított tisztességtelen magatartást. Ettől eltérő a helyzet, ha a vállalkozás a valamely információt elhallgató vagy elrejtő kommunikációs eszköz megismerésével azonos időpontban, illetve még a döntési folyamat azonos szakaszában az információt szükségszerűen eljuttatja a fogyasztók számára.

33. Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése kapcsán hangsúlyozza továbbá a Versenytanács, nem parttalanul veendő figyelembe azok az intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz.

Amint azt már előzőleg aláhúzta a Versenytanács, a jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy több szakaszból álló folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal

kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is.

Az előzőekre tekintettel az Fttv. 7. §-a (2) bekezdésének alkalmazása körében sem mellőzhető azon körülmény figyelembe vétele, hogy a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában teszi-e lehetővé további információk fogyasztók általi megismerhetőségét vagy más szakaszban, azzal, hogy a többletinformációk későbbi (a korábbi fogyasztói döntések által már befolyásolt) szakaszban való elérhetővé tétele nem teszi meg nem törtéنتé a korábbi szakaszban megvalósult jogsértést.

A térbeli vagy időbeli korlátot nem támasztó kereskedelmi kommunikációs eszköz

34. A Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott, Vj-6/2009. számú eljárásban hozott határozatában is rögzítette, ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem vagy nem szűk körben támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, akkor elvárt, hogy a kereskedelmi kommunikáció ne csak az adott termék pozitív, hanem annak negatív tulajdonságait is tartalmazza, lehetővé téve, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson a termékről. Különösen ez a helyzet azon kommunikációs eszközök esetében, amelyekről – a bennük elhelyezett információk milyensége, illetve mennyisége révén – a fogyasztó alappal várhatja el a részletes tájékoztatást (pl. jellemzően a vállalkozás internetes honlapja, több oldalas szórólap).

A teljeskörűség látszatát keltő és az ilyen látszatot nem teremtő, térbeli vagy időbeli korlátot támasztó kereskedelmi kommunikációs eszközök

35. A Versenytanács a Vj-6/2009. számú ügy kapcsán kiemelte, ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, a vállalkozásnak a kommunikációs eszköz tartalmának tárgyában hozott döntése határozza meg a kommunikációs eszközben szerepeltetendő információk körét:

- ha a vállalkozás úgy dönt, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében nem szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az sem elvárt, hogy az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges információkat közölje,
- ha azonban a vállalkozás azt a döntést hozza, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges, adott esetben a termék negatív, a fogyasztó számára nem előnyös tulajdonságait ismertető információkat is közölnie kell, kiegyensúlyozott, a termék adott tulajdonságáról reális képet adó tájékoztatást adva.

36. A jelen ügyben vizsgált kereskedelmi kommunikációk kapcsán a Versenytanács szükségesnek ítélte annak vizsgálatát is, hogy az adott, térbeli vagy időbeli korlátot támasztó kereskedelmi kommunikációs eszköz az adott információ vonatkozásában a teljeskörűség látszatát kelti-e (lásd a 7. pontot) vagy sem (lásd a 38. pontot). Egyes kereskedelmi kommunikációk esetében az azokkal találkozó fogyasztók előtt is ismert, hogy az adott kereskedelmi kommunikáció nem teljes körű, így például a reklámban a vállalkozás részéről tett ígéret teljesüléséhez közelebbről nem ismert feltételek megvalósulása szükséges.

37. Ha a térbeli vagy időbeli korlátot támaztó kereskedelmi kommunikációs eszköz a teljeskörűség látszatát kelti, akkor ez azt eredményezi, hogy a fogyasztó részéről nem mutatkozik szükségesnek további információk megismerése. Ha ez a fogyasztói döntési folyamat torzulásához vezet, illetőleg vezethet, az információ elhallgatásából fakadó jogsértés megszüntetését eredményezheti, amennyiben a fogyasztói döntés szempontjából jelentőséggel bíró információhiány korrigálására még ugyanazon döntési szakaszban sor kerül, azaz a fogyasztó szükségszerűen az információhiányt megszüntető további információk birtokába jut. Nem szűnik azonban meg a jogsértés, ha a fogyasztó nem szükségszerűen jut további, az információhiányt megszüntető információhoz, illetőleg ha az ugyanazon döntési szakaszban a fogyasztók által elért információ nem alkalmas az információhiány korrigálására.

38. Ha a fogyasztó csak a döntési folyamat egy későbbi szakaszában jut további információhoz a teljeskörűség látszatát nem keltő információ kapcsán, akkor ez jogsértést eredményez, amennyiben a későbbi döntési szakaszban szerzett valós információ lényegesen módosítja a korábbi szakaszban alkalmazott kereskedelmi kommunikáció üzenetét vagy a korábbi szakaszban alkalmazott kereskedelmi kommunikációban közölt információban szereplő lényeges árujellemező csak szélsőséges esetben, atipikus fogyasztói kör számára elérhetően érvényesül.

Az „Egymás közt 0 Ft” opció igénylését lehetővé nem tevő csomagok léte

39. A fogyasztók a „Családi Kedvezmény” promóció keretein belül választhatják az „Egymás közt 0 Ft” opciót, azaz az opciót azok igényelhetik, akik a promócióba bevont hang előfizetéseket használják (Vodafone 100 Plus, Vodafone 200 Plus, Vodafone 400 Plus, Vodafone Silver Plus, Vodafone Gold Plus, Multimédia 5000, Multimédia 5000 onnet, Multimédia 7900, Multimédia 10500, Multimédia 15900, Multimédia 15900 onnet). Az „Egymás közt 0 Ft” opció a vizsgálattal érintett időszakban nem volt igénybe vehető

- azokhoz a csomagokhoz, amelyekhez nem érhető el a „Családi Kedvezmény” promóció (Vodafone 50 Plus tarifa, a Vodafone Internet 1G, 5G tarifacsomagok), továbbá
- a Fix Osztható tarifacsaládhoz, mivel a Fix Osztható tarifákhoz jár az egymás közötti ingyenes beszélgetést lehetővé tevő csoportos opció.

40. Az eljárás alá vont internetes honlapjának nyitóoldalán kifejezetten valótlan közlések jelentek meg az „Egymás közt 0 Ft” opció kapcsán, hiszen az eljárás alá vont azt közölte, az választható „bármely Vodafone Plus, Multimédia, Internet, illetve netbook előfizetés esetén.” A honlap más részeiben ugyan további információk lelhetők fel, mindazonáltal ez nem szükségszerűen szünteti meg a jogsértést egy olyan helyzetben, amikor a kereskedelmi kommunikáció egy kategorikus állítása révén a fogyasztói oldalon nem mutatkozik szükségesnek az információ kiegészítése.

41. Az eskuvo_30, az eskuvo_large, a szinhaz és a szinhaz_30_newcut jelölésű 30 mp-es, több televíziós csatornán sokszor sugárzott televíziós reklámok ugyancsak nem a valóságnak megfelelően közölték a fogyasztókkal, hogy a „Vodafone Családi Kedvezmény”, s így az „Egymás közt 0 Ft” opció bármely Plus, Multimedia, Internet előfizetéshez választható.

42. A POP_014 Family CL cipős nő és a POP_014 Family CL piros nő city light plakátok, illetve a POP_014 Anya Avenir) és a POP_014 Apa Avenir óriásplakátok azt az információt tartalmazták, hogy a kedvezménybe 2-6 db Plus, Multimédia, Internet előfizetés vonható be.

Ezzel összefüggésben ugyanakkor nem mellőzhető, hogy az óriásplakát (és jellemzően más kültéri plakátok, így a city light) befogadására egy autósna maximum 1 másodperce, egy

nem siető járókelőnek maximum 2-3 másodperce van. Ebből következően az óriásplakát maximum 3 motívummal dolgozhat, amennyiben hatásos kíván maradni (fősor, kép és embléma). A kiemelkedően hatásos óriásposztterek két (kép, embléma) vagy csak egy motívummal működnek. Az óriásplakáton a reklám valamely kiemelt fő üzenetéhez kapcsolódó, nehezen felismerhető módon elhelyezett lényeges információk valójában nem is válnak a reklámüzenet részévé. A reklám főüzenetének tehát kiemelkedő szerepe van, s az apró betűs információk tájékoztatásban betöltött szerepe gyakorlatilag elhanyagolható.

A fentiek alapján a Versenytanács nem látott jogsértést megállapíthatónak az óriásplakátok és a city light-ok kapcsán, mivel a valótlán információ nem vált a fogyasztó által ténylegesen észlelt üzenet részévé.

43. A Family_POS_A1_01_v8 jelölésű A/1-es plakát és a Family_POS_belogo_594x1800_v9 jelölésű belógó plakát fő részében ismertette a „Vodafone Családi Kedvezmény” igénybevételének egyes feltételeit, s csak az apró betűs részben közölte, hogy „a Vodafone Családi Kedvezmény nem minden tarifacsomaggal vehető igénybe.”

A rendelkezésre álló adatokból nem állapíthatók meg ezen kommunikációs eszközök alkalmazásának körülményei, amelynek hiányában a Versenytanács érdemben nem bírálhatta el a kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló kereskedelmi gyakorlatot.

44. Ettől eltérő következtetésre jutott a Versenytanács a leaflet_final_0929_2 jelölésű szórólap esetében, amely azt közölte, hogy „a Vodafone Családi Kedvezmény nem minden tarifacsomaggal vehető igénybe.”

Az eljárás alá vont kétségtelenül törekedett valamilyen információt eljuttatni a fogyasztók számára arról, hogy ajánlata nem minden tarifacsomag esetében igényelhető, azonban a térbeli vagy időbeli korlátot nem támasztó kereskedelmi kommunikációs eszköznek minősülő szórólap esetében nem volt akadálya annak, hogy pontos, egyértelmű információkat adjon ezzel kapcsolatban a fogyasztók számára. Ennek a követelménynek az eljárás alá vont nem tett eleget, amely által a promóció, illetve az opció igénybevételét lehetővé nem tevő tarifacsomaggal rendelkező fogyasztókat is befolyásolta (pl. az eljárás alá vont személyes felkeresése tárgyában hozott) ügyleti döntéseikben.

45. Az eljárás alá vont egyes kommunikációs eszközökön nem azt tüntette fel, hogy mely csomagokhoz nem választható az „Egymás közt 0 Ft” opció, hanem azt szerepeltette, hogy az opció mely csomagokhoz igényelhető [posttopost_boritek_lead + posttopost_lejart_lead és Prepost_DM_A4_lead jelölésű direct mail, Fotel magazin (family_explanation_in_Fotel) elnevezésű márkakiadvány, Family_POS_A5_4oldal_v6 szórólap]. A Versenytanács értékelése szerint az eljárás alá vont tájékoztatása nem volt alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

A Versenytanács döntése

46. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009 őszén megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor

- internetes honlapján és egyes (eskuvo_30, az eskuvo_large, a szinhaz és a szinhaz_30_newcut jelölésű 30 mp-es) televíziós reklámjaival fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon tájékoztatta arról a fogyasztókat, hogy az „Egymás közt 0 Ft” opció bármely Vodafone Plus, Multimédia, Internet, illetve netbook előfizetés esetén igénybe vehető (lásd a 40. és a 41. pontot),

- egyik (leaflet_final_0929_2 jelölésű) szórólapján elhallgatta, hogy a Vodafone Családi Kedvezmény mely tarifacsomaggal nem vehető igénybe (lásd a 44. pontot), megsértve ezzel [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére, valamint 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára, illetve 7. §-ának (1) és (2) bekezdésére] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

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

A bírság összegének megállapítása során a Versenytanács tekintettel volt

- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával kapcsolatban felmerült ismert, üzleti titoknak minősülő költségekre (Vj-9-004/2010.), nem mellőzve annak figyelembe vételét sem, hogy a kereskedelmi kommunikációk nemcsak jogsértő tartalommal bírtak,
- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásának időtartamára (a jogsértő televíziós reklámok és internetes oldal a 2009. szeptember 1. és 2009. október 1. közötti Family kampány, a jogsértő szórólap a 2009. október 1. és 2009. november 15. közötti 10 éves kampány során kerültek alkalmazásra).

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- az eljárás alá vonttal szemben korábban már több alkalommal került megállapításra, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított (lásd a 3. pontot),
- az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata a fogyasztók igen széles körét érte el,
- az eljárás alá vont magatartása felróható volt, nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács enyhítő körülményként értékelte, hogy

- a leaflet_final_0929_2 jelölésű szórólap esetében az eljárás alá vont törekedett valamilyen információt eljuttatni a fogyasztók számára arról, hogy ajánlata nem minden tarifacsomag esetében igényelhető,
- a 2009. szeptember 1-jétől október 1-jéig lebonyolított ún. Family kommunikációs kampány elsődleges üzenete az előfizetésenkénti 1.000 Ft havidíj-kedvezmény volt, amely vonatkozásában jogsértés nem került megállapításra,
- a fogyasztók a döntési folyamat egy későbbi szakaszában további információkhoz juthattak az eljárás alá vont szolgáltatásával kapcsolatban.

A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni az eljárás alá vont azon előadását, hogy az eljárás során fokozottan együttműködő magatartást tanúsított. Amint arra a Fővárosi Ítéltábla rámutatott 2.Kf. 27.057/2008/15. számú ítéletében (Vj-45/2006.), enyhítő hatásúnak az eljárás alá vont olyan mértékű közreműködése minősülhetne, amely a jogsértés felderítésének eredményességét szolgálta. A jelen esetben ilyen közreműködés nem valósult meg.

A Versenytanács irrelevánsnak ítélte a bírság körében az eljárás alá vont azon előadását, amely szerint az eljárás tárgyát képező kampányai során különös hangsúlyt fektet az ügyfél-elégedettség növelésére, hiszen jelentős brand sérelmet okozhat egy születésnapi kampány során alkalmazott negatív megítélés és ügyfél-elégedetlenség.

A fentiek mérlegelésével a Versenytanács – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – a bírság összegét 5 millió Ft-ban határozta meg.

48. A bírságot 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. §-a (1) bekezdésének 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 Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138. §-ának (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. §-ának (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.

A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

VI. Egyéb kérdések

49. A Versenytanács a 1.000 perc limit, a 2 évre szóló hűségnyilatkozat megtételének kötelezettsége és az „Egymás közt 0 Ft” opciót igényelhető személyek száma vonatkozásában az eljárást külön végzésében megszüntette.

50. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközeinek jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. Az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat legalább részben országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósult meg,
- a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el,
- a jogsértéssel érintett terület az ország egész területe,
- a nettó árbevétel alapján az eljárás alá vont az Fttv. alkalmazása körében jelentős méretű vállalkozásnak minősül.

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

Budapest, 2010. szeptember 2.

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanács tag

dr. Gadó Gábor sk.
versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanács tag