



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Bírság „fapados” légitársaságoknak

Két úgynevezett „fapados” légitársaságot bírságolt meg 10-10 millió forintra a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). A Sky Europe és a Ryanair azzal tévesztették meg a fogyasztóikat, hogy hirdetésekben elhallgatták, hogy a repülőjegy árán felül még több járulékos költséget is ki kell fizetniük, ha utazni akarnak.

A GVH 2007 szeptemberében indított vizsgálatot a Sky Europe Airlines a. s. ellen. A „fapados” légitársaság 2007-ben megjelent hirdetéseiben rendkívül kedvező árakon (1-3490 forint közötti összegért) kínált repülőjegyeket. A reklámokat vizsgálata során több szempontból is értékelte a GVH. Egyrészt, hogy a reklámok tartalmazznak-e valótlan állítást, másrészt pedig hogy az adott hirdetések elhallgatnak-e valamilyen lényeges információt? A GVH szerint a fogyasztó számára a repülőjegy keresése során az ár a legfontosabb. Márpedig ár alatt az ügyfelek az általuk kifizetendő teljes költséget értik. Számukra nem értelmezhető az az üzenet, hogy a légitársaság milyen díjat kalkulál a saját tevékenységéért, hiszen ezt a szolgáltatást csak akkor vehetik igénybe, ha a járulékos költségeket (repülőtéri illeték, tranzakciós díjak stb.) is megfizetik.

A vizsgálat során a GVH megállapította, hogy a Sky Europe hirdetéseiben szétválasztotta a különböző költségelemeket. A reklámokban a nettó jegyárát tüntették fel, majd külön, általában apró betűs tájékoztatásban utaltak arra, hogy a feltüntetett jegyár nem tartalmazza a repülőtéri illetéket. Kiderült az is, hogy a jegyárban nem volt benne az értékesítési és tranzakciós díj sem, holott ezt a két költségelem a fogyasztók oldalán elengedhetetlenül felmerül. A GVH megállapította még, hogy a Sky Europe egyetlen hirdetésében sem utalt arra, hogy a jegyvásárláshoz értékesítési díj is kötődik. A tranzakciós díjról a légitársaság ugyancsak nem tájékoztatott, pedig bankkártyával történő fizetéshez szokott fogyasztók aligha számolhattak azzal, hogy a repülőjegy vásárlása kapcsán tranzakciós díjat kell fizetniük.

A Sky Europe online hirdetéseiben többször ígért 30-50 százalékos kedvezménnyel repülőjegyeket a fogyasztóknak. A vizsgálat során azonban a légitársaság nem bizonyította, hogy valaha is alkalmazta volna azokat az árakat, amelyekhez képest a reklámokban jelentős mértékű kedvezményeket ígért.

Annak elhallgatása, hogy a fogyasztóknak a hirdetett áron túl még további költségeket is magára kell vállalnia ahhoz, hogy utazhasson a GVH álláspontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül. Ugyancsak alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, hogy a Sky Europe fiktív kedvezményeket ígért egyes hirdetéseiben. Mindezek miatt a versenyhatóság a légitársaságot 10 millió forintra büntette. A bírság összegének meghatározásakor a GVH súlyosbító körülményként értékelte, hogy a megtévesztő hirdetések célzott fogyasztói kört értek el, a jogsértés a vizsgált tájékoztatások többségében megfigyelhetőek voltak, a megtévesztő hirdetések pedig egy éven át elérhetőek voltak. Enyhítő körülménynek bizonyult ugyanakkor, hogy a fogyasztók a vásárlás előtt tájékozódhattak a pontos feltételekről.

Hasonló okok miatt indult versenyfelügyeleti eljárás 2008 márciusában a Ryanair Ltd-el szemben is. A légitársaság ugyancsak kedvezményes áron (3 forint + repülőtéri illeték) kínált 2007-ben repülőjegyeket.

A Ryanair reklámjaiban nem tett említést az úgynevezett extra szolgáltatásokról, illetve azok költségéről, amilyen egyéb 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.

Mivel a légi közlekedés igénybevételével történő utazás jellemzően nagyobb távolságot fed le, a szolgáltatás iránti kereslethez jellemzően kötődik az utazáshoz szükséges csomagok 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. 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.

A vizsgált időszakban és azt megelőzően a légitársaságok által alkalmazott jellemző gyakorlatként az utas meghatározott tömegű poggyászána eljuttatása iránti igény és a repülőtéren történő „check-in” – egyfajta „normál” igényként – kapcsolódott a légi közlekedés alapszolgáltatásához. A normál körbe nem tartozó poggyász esetében merült fel valamely extra díjazás lehetősége a piaci szereplők részéről. Mindezek alapján a vizsgált időszakban, azaz 2007-ben, a normál méretű poggyász feladásának lehetősége és a felszálláskor a check in szolgáltatás a légi közlekedési szolgáltatáshoz szorosan kötődő alapszolgáltatásnak minősült. Éppen ezért adott vállalkozásnak különös nyomatékkal szükséges felhívni reklámozási és egyéb tájékoztatási gyakorlatában arra a figyelmet, hogy a saját üzletpolitikája eltér a szokásos kereskedelmi gyakorlattól. Minderre figyelemmel nem fogadta el a GVH a Ryanair azon előadását, hogy az utasok többsége már kizárólag kézipoggyással utazik, így a csomagdíjra való külön felhívás hiánya nem lehet megtévesztő.

A Ryanair csak a reklámok apró betűs részében adott tájékoztatást arról, hogy az ár nem tartalmazza a repülőtéri illetéket. Egyetlen reklámban sem volt azonban arról szó, hogy a bankkártyával fizető ügyfeleknek hitelkártya kezelési díjat számol fel. A Ryanair több hirdetésében 50-75 százalékos kedvezményt is ígért a nála repülőjegyet vásárlóknak. A kedvezmény alapjául szolgáló árként azonban kizárólag a hirdetés megjelenését közvetlenül megelőzően alkalmazott legalacsonyabb nettó árat vette figyelembe, azaz a valójában kifizetendő repülőjegy árának csak egy része tekintetében alkalmazta az ígért kedvezményt, a további díjelemekre az ugyanis nem vonatkozott.

Mivel a fogyasztók a repülőjegy árként azt az összeget azonosítják, amelyért valóban elérhetik kitűzött úticéljukat, a Ryanair hirdetéseai alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére. Emiatt a versenyhatóság 10 millió forint bírságot szabott ki a légitársaságra. A bírság összegének megállapításakor súlyosító körülménynek bizonyult, hogy a Ryanair kiterjedt, hosszú ideig tartó reklámozási gyakorlatának minden tájékoztatása tartalmazott jogsértő elemeket. Enyhítő körülménynek bizonyult ugyanakkor, hogy a fogyasztók vásárlás előtt tájékozódhattak a pontos feltételekről.

Az ügyek hivatali nyilvántartási száma: **Vj-144/2007**, illetve **Vj-35/2008**.

Budapest, 2009. szeptember 17.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>