



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Nem mindenkinek adott 3000 percet ajándékba a Magyar Telekom

Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a Magyar Telekom Nyrt. amikor egyes kommunikációs eszközökön nem közölte, hogy a „3000 perc ajándékba” szlogennel népszerűsített ajánlata csak bizonyos feltételekkel érvényes. Emiatt a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 20 millió forint bírságot szabott ki a vállalkozásra.

A Magyar Telekom reklámkampányának főüzenete az „Összehozunk Benneteket - 3000 perc ajándékba” szlogen volt. A kedvezményt azonban csak az alábbi feltételekkel vehették igénybe a fogyasztók:

- a kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe,
- 2008. november 17. és december 31. között vásárolt új előfizetésre vonatkozik,
- az akció 2008. november 17. és december 31. közötti első SIM kártya aktiválás esetén érvényes,
- az ajándék percek belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon, 2009. január 31-ig használhatók fel.

A Mobilinternet díjcsomagok és a DominoNet díjcsomag akcióból történő kizárását a GVH nem ítélte meg olyan gyakorlatnak, amely torzítja vagy alkalmas a fogyasztói magatartás torzítására. Az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó ugyanis - a lebeszélhetőség szó miatt - a kedvezmény igénybevételét és magát az előfizetési feltételt is a hangszolgáltatáshoz köti. A GVH megítélése szerint a MobilOtthon Prémium díjcsomag tekintetében sem tud a fogyasztói magatartás torzulni. Olyan kiegészítő szolgáltatásról van ugyanis szó, melynek igénybe vétele mindenképpen feltételez egy meglévő vagy újonnan vásárolt mobil előfizetést.

A Domino Quick esetében értelmezhető az üzleti döntés (szolgáltató kiválasztása, új mobiltelefon előfizetés), a kommunikáció üzenete is egyértelmű (3000 perc ajándékba). A Domino Quick díjcsomagot választó ügyfelek esetében az üzleti döntés nem feltétlenül született volna meg az előfizetői körre irányuló korlátozás ismeretében. Megjegyzendő továbbá, hogy a Domino Quick csomag esetében elválik a vásárlás a szerződéskötéstől, így gyakorlatilag csak utólagosan, a vásárlást követően szembesülhetett egy-egy fogyasztó azzal, hogy rá nem vonatkozott az akció.

A GVH nem azt vizsgálja, hogy az akcióból egyes csomagok miért maradtak ki, az eljárás alá vont milyen szakmai érvek alapján szűkíti az akcióban résztvevők körét. Az akció hatókörének feltételeit az eljárás alá vont szabadon alakítja ki, azt neki indokolnia,

megvédenie nem kell. A versenyfelügyeleti eljárás ugyanis arra irányul, hogy az eljárás alá vont szabad döntésén alapuló akcióról megfelelő formában tájékoztatta-e a fogyasztókat.

A GVH álláspontja szerint, a televíziós reklámokban elhangzó azon állítás: „év végéig minden új T-Mobile előfizetés mellé 3000 percnyi beszélgetést ajándékba adunk” valótlan, ugyanis a „minden” kifejezés pozitív tartalma mögé az ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételez megszorítást, és nem is várható el tőle, hogy ezen állítást megkérdőjelezze és utánanézzon az esetleges – adott esetben a Domino Quick mobiltelefon szolgáltatási csomag tekintetében egyértelműen megszorító – korlátozásoknak.

A többi tájékoztatási eszközön „új Domino- és általános előfizetőknek” szól az akció, tehát ezen körben azt kellett értékelni, hogy a tájékoztatási eszköz jelzi-e a főüzenet értelmezéséhez szükséges korlátozást, azaz azt, hogy az eljárás alá vont a meghirdetett széles kört a Domino Quick szolgáltatási csomag (az érintett akciós fogyasztói körhöz képest egyáltalán nem jelentéktelen fogyasztói kört jelentő) igénybe vevői tekintetében korlátozta. Azon eszközöket tehát ahol az előfizetői körre vonatkozó megszorítás nem vagy nem észlelhető módon jelent meg, a GVH a társaság megtévesztő mulasztásos gyakorlatának részeként értékelte.

A rádióreklám a „Ha új T-Mobile havidíjas vagy Dominó előfizetést vásárolsz, 3000 percnyi beszélgetést ajándékba kapsz, amit 2009. január 31-ig használhatsz fel belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.” üzenetet tartalmazta. A Magyar Telekom a reklámüzenet végén, a főüzenettel azonos módon megjelenítette, hogy „Az akció további feltételei az üzletekben”. Ez az üzenet az ésszerűen eljáró fogyasztót legfeljebb a megismert feltételen túli, további feltételek utáni tájékozódásra hívja fel. Arra azonban nem alkalmas, hogy jelezze, egyes csomagokat a hirdető kizár az akcióból, mert azokat nem tekinti előfizetésnek.

Más hirdetésekben (járműreklám, óriásplakát) a Magyar Telekom jelezte ugyan valamilyen módon, hogy ajánlata csak bizonyos korlátozásokkal érvényes, de annak tartalma a fogyasztók számára nem szükségszerűen volt észlelhető. Ráadásul a hirdetések a formai kivitelezése olyan volt, hogy a főüzenetben semmi sem utalt arra, hogy az apróbetűs részben a főüzenethez kapcsolódó információ lenne, és az adott reklámmal történő kapcsolatba kerülés körülményei folytán a fogyasztónak nem volt reális lehetősége az apróbetűs rész megismerésére. A formailag háttérbe szorított közlés pedig nem volt képes kiegészíteni a reklám által kiemelten közölt üzenetet.

A GVH megállapította, hogy a Magyar Telekom Nyrt. a 2008. november 17-től 2008. december 31-ig tartó időszakban, „3000 perc ajándékba” elnevezésű akciójában tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, így 20 millió forint bírságot szabott ki a vállalkozásra. A versenyhatóság súlyosbító körülményként értékelte, hogy korábban hasonló ok miatt többször marasztalta el a Magyar Telekomot. Ráadásul a meghatározó piaci szereplőként számon tartott vállalkozás széles körben terjesztett megtévesztő hirdetéseivel jelentős számú fogyasztót ért el. Súlyosító körülménynek bizonyult továbbá, hogy a Domino Quick kártya az akciós időszakban meglehetősen népszerű termék volt, az új értékesítések nem elhanyagolható részét jelentette, a reklámkampány pedig olyan időszakban (karácsony táján) volt intenzív, amikor is évek óta tendenciaszerűen az egyik legnépszerűbb ajándék a mobiltelefon.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-47/2009**.

Budapest, 2010. január 12.

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>