



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Telefon: (06-1) 472-8865

Ügyszám: VJ/1/2021.

Iktatószám: VJ/1-87/2021.

Betekinthető

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Dentons Réczicza Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrassy út 11.) által képviselt **Vodafone Magyarország Zrt.** (1096 Budapest, Lechner Ödönfasor 6.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – tárgyalás tartását követően – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

- I. A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa megállapítja, hogy a Vodafone megtévesztette a fogyasztókat, amikor 2017 júniusától kezdődően a tematikus Vodafone Pass szolgáltatásait korlátlanként népszerűsítette, azaz azt üzenve, hogy azok révén meghatározott alkalmazások használata nem fogyasztja a felhasználó adatkeretét, miközben egyes funkciók, adatforgalmi irányok használata csökkentette a fogyasztók adatforgalmi keretét.
- II. Az eljáró versenytanács a jövőre nézve megtiltja a Vodafone Magyarország Zrt. számára a fenti magatartás folytatását, akként, hogy a honlapi tájékoztatások átalakítására a jelen határozat közzétételétől számított 30 napon belül kerüljön sor. Ennek megtörténtét képernyőmentésekkel igazolja a kompenzációs vállalás igazolásának benyújtásakor.
- III. Az eljáró versenytanács egyidejűleg kötelezi a Vodafone Magyarország Zrt.-t az általa vállalt, a jelen határozat mellékletét képező kötelezettségek végrehajtására.
- IV. Az eljáró versenytanács a fentiekre tekintettel az eljárás alá vonttal szemben 60.000.000 Ft (azaz Hatvanmillió forint) versenyfelügyeleti bírságot szab ki, amely összeget a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni a határozat közzétételétől számított 30 napon belül. Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló

törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság és az esetleges késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap¹ használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

¹ http://www.gvh.hu//data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

INDOKOLÁS

I.

A vizsgálat indítása és iránya

1. A 2021. január 22-én kelt, VJ/1/2021. számú vizsgálatot elrendelő, a versenyfelügyeleti eljárást megindító végzés indokolása szerint: „A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy a Vodafone Magyarország Zrt. (a továbbiakban: eljárás alá vont vállalkozás) 2017 júniusától kezdődően egyes mobilinternet díjcsomagjai mellé egyes alkalmazások korlátlan igénybevételét népszerűsíti (például „Korlátlan chat és közösségi élmény”, „Korlátlan érzelmek, szabad videózás a RED-del. Hiszen a népszerű videós appok nem fogyasztják a meglévő adatod”). Az érintett kereskedelmi kommunikációk valószínűsíthetően azt a benyomást keltik a fogyasztóban, hogy a mobilinternet díjcsomagban foglalt adatmennyiségen felül korlátlanul használhat egyes mobil eszközre (is) telepíthető alkalmazásokat.

Ugyanakkor a rendelkezésre álló adatok alapján valószínűsíthető, hogy egyes érintett mobil alkalmazások használata során bizonyos adatforgalmak mégis csökkentik a fogyasztó rendelkezésére álló adatkeretet, ezért azok használata ténylegesen nem korlátlan.

Az előbbiekre tekintettel az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.”.

2. Az eljáró versenytanács 2022. június 16-án közölte az eljárás alá vonttal előzetes álláspontját,² amelyre a Vodafone részletes észrevételeket tett.
3. Az eljárás alá vont kérelmére az eljáró versenytanács 2022. július 27-én tárgyalást³ tartott.

II.

Az eljárás alá vont

4. A Vodafone fő tevékenysége vezeték nélküli távközlési szolgáltatás, 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. A Vodafone egyszemélyes részvénytársaságként működik, tulajdonosa a Vodafone Europe B.V (2909 Capelle ann den IJssel, Rivium Quadrant 173., Hollandia).
5. Az eljárás alá vont 2020. április 1. és 2021. március 31. közötti üzleti évre vonatkozó árbevétele: 284.011.000.000 Ft volt.⁴
6. Az eljárás alá vonttal szemben az elmúlt 10 évben az alábbi ügyekben állapított meg a Versenytanács jogsértést:

² 76. alszámú irat

³ 83. alszámú irat

⁴ VJ/1-27/2021. 1. sz. melléklet

Döntés száma	Döntés ideje	A jogsértő magatartás	A jogsértés jogalapja	A bírság mértéke (HUF)
VJ/37-24/2012.	2013. február 21.	2012. február 13. és március 31. között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen, megtévesztésre alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor egyes kereskedelmi kommunikációiban valótlanul azt állította, hogy korszerűsített, nagy sebességű mobilinternet hálózata bárhol – egyes tájékoztatások szerint „országszerte”, más közlések szerint „mindenhol” - elérhető, illetve jogszerűtlen, megtévesztésre alkalmas összehasonlító reklámot alkalmazott, amikor televíziós reklámjában azt állította, hogy mobilinternet hálózata országszerte mindenhol elérhető, míg a két versenytárs hálózata nem.	Fttv. 6. § (1) b)	30.000.000
VJ/67-27/2012.	2013. július 5.	a Feltöltés jutalompercekkel kampány keretében 2012 májusában óriásplakátjain, city light plakátjain és ún. digitális tornyainak reklámjaiban elrejtette, továbbá 2012 májusában és júniusában (2012. június 21-ig) honlapján elhallgatta a Jutalom Percek szolgáltatás igénybe vétele esetén meghatározott összegű feltöltésért kapott meghatározott összegű beszélgetés felhasználhatóságának feltételeit, továbbá a BlackBerry kampány során 2012. május 21. és június 10. között közzétett többféle online hirdetésében és a 2012 májusában és júniusában alkalmazott vásárláshelyi szórólapon elhallgatta az 500 „bónusz perc” felhasználhatóságának feltételeit.	Fttv. 7. § (1)	25.000.000
VJ/25-27/2013.	2013. november 26.	2012. szeptember 24. és 2012. szeptember 30. közötti időszakban a „Töltsd fel és nyerj!” elnevezésű promócióhoz kapcsolódó „Autós Játék 1”, „Autós Játék 2”, „Autós Játék 3” és „Autós Játék 4” promóciókról adott SMS üzenetek a nyerési esély tekintetében megtévesztésre alkalmas üzenetet hordoztak	Fttv. 6. § (1) b)	50.000.000
VJ/77-38/2013.	2014. október 22.	2013. július 1. és 2013. november 3. között jogsértő összehasonlító reklámokat alkalmazott egyes kommunikációs eszközökön a „Legek Hálózata” kampány népszerűsítése során, amely kampány egyes elemeivel egyben a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot is megvalósított.	Fttv. 6. § (1) b)	125.000.000
VJ/132-36/2015.	2016. november 30.	2015. november 2. és 2015. december 23. között televízióban, illetve Tesco áruházakban látható, „Négy előfizetés csak 6 880 Ft havonta” szlogent is tartalmazó reklámfilmben a Vodafone Family csomagban belül elérhető 6.880 Ft-os árajánlat kapcsán elhallgatta, hogy a kedvező csomagdíj a személyi kör és az	Fttv. 7. § (1)	90.000.000

		igénybevétel egyéb feltétele tekintetében is tartalmaz korlátot, kötöttséget.		
VJ/12-105/2016.	2017. december 21.	Egyes, havi díjas előfizetésekkel elérhető készülékek népszerűsítésére alkalmazott reklámjaiban megtévesztette a fogyasztókat a készülékek árával, ellenértékével kapcsolatban, mivel pusztán az ún. készülékárat jelenítette meg, de – bár ezen tétel is szükségszerűen a készülékek ellenértékének, árának a része – nem utalt arra, hogy a fizetendő havidíj készülékdíj részt is tartalmaz, illetve arra, hogy az mekkora.	Fttv. 6. § (1) c)	200.000.000
VJ/76-142/2016.	2019. december 14.	A Vodafone Magyarország Zrt. a 2015. szeptember 1. és 2016. augusztus 31. közötti időszakban közzétett „Európa legnagyobb 4G partnerhálózata!” és az „Európa legnagyobb 4G hálózata” piacelsőséget tartalmazó jogsértő reklámjaival a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat valósított meg.	Fttv. 6. § (1) b)	1.176.000.000 a jogsértés jogerősen megállapításra került a Kúrián

III.

Az érintett szolgáltatás

- Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett szolgáltatás a mobilinternet szolgáltatás, azon belül is elsősorban az egyes kiemelt, közkedvelt alkalmazások (úgy mint közösségi média alkalmazások, csevegő alkalmazások, illetve video streaming szolgáltatások) kedvezményes, nullás díjszabással történő használatát lehetővé tevő opciók.
- Az NMHH meghatározása szerint⁵ „[n]ullás díjszabásról” (zero-rating) beszélünk, ha egy internetszolgáltató bizonyos alkalmazásokkal vagy alkalmazások csoportjával kapcsolatos adatforgalomra nullás árat számít fel (és az adatok nem számítanak bele az internet-hozzáférési szolgáltatásra érvényes semmilyen adatkorlátba). Például ha az internet-hozzáférési szolgáltatás nem számít fel díjat a felhasználónak egy adott zeneközvetítő (music streaming) alkalmazáshoz vagy valamennyi zeneközvetítő alkalmazáshoz való hozzáféréshez felhasznált adatok után, akkor az internetszolgáltató az adott alkalmazásokra nullás díjszabást alkalmaz.”

III.1. Vodafone által nyújtott opció, a Vodafone Pass

- Az egyes közösségi alkalmazások korlátlan használata az ún. tematikus Vodafone Pass igénybevételével lehetséges. Ez a szolgáltatás-elem az összefoglaló neve a különböző tematikus Pass-oknak (Social, Connect, Video, Music, Navigate), melyek keretében meghatározott alkalmazások korlátlanként hirdetett használata lehetséges, és melyeket a fogyasztók vagy a hangot és adatot is tartalmazó, „rendes” díjsomagba beépítve, külön

⁵ VJ/1-27/2021. 4. sz. melléklet

díjfizetés nélkül, vagy meghatározott díjsomagok mellé külön havidíj fizetése ellenében kiegészítő opcióként vehetnek igénybe.⁶

10. A Vodafone előadta, hogy az adott megjelölt alkalmazásokon belül elhelyezett olyan tartalmak, amelyek az adott weboldalon vagy alkalmazásban férhetők hozzá, egyáltalán nem fogyasztják az adatkeretet. Ugyanakkor a díjmentes adatforgalom nem foglalja magába az adott tematikus tartalmon kívüli egyéb tartalmakat, pl. a Vodafone Pass szolgáltatásból hivatkozott, harmadik felek által publikált, tárolt vagy üzemeltetett tartalmakra és funkciókra (pl. regisztráció, alkalmazás-letöltés, frissítés, beágyazott videó stb.) felhasznált adatmennyiséget. A Vodafone nyilatkozata szerint az ún. beágyazott tartalmakra, amelyek a fogyasztót lényegében átirányítják egy másik weboldalra vagy alkalmazásba, a korlátlanság nem vonatkozik, azok megtekintése fogyasztja az adatkeretet. A Vodafone egy másik nyilatkozatában ezt akként fogalmazta meg, hogy az adatkeret fogyasztása szempontjából pontosan annak van jelentősége, hogy a videó beágyazott tartalom-e. Ha nem az, vagyis az alkalmazáson belül kerül lejátszásra, akkor nem fogyasztja az adatkeretet. Ha beágyazott, és nem az alkalmazáson belül kerül lejátszásra, hanem egy másik alkalmazás által vagy másik weboldalról, akkor fogyasztja az adatkeretet.⁷
11. A fentiek általánosan igazak valamennyi Vodafone Pass szolgáltatásra azzal, hogy a beágyazott tartalmak alapvetően a Social Pass és a Connect Pass esetében relevánsak, míg a Video Pass és a Music Pass esetében nem, mivel utóbbiak a Vodafone nyilatkozata szerint zárt rendszerként működnek.⁸ „Zárt rendszer” alatt a Vodafone a tartalomszolgáltatók által működtetett azon platformokat érti, melyek az általuk szolgáltatott tartalmakat teszik hozzáférhetővé, és ezeken belül a felhasználók nem osztanak meg olyan tartalmakat, amelyeket más forrásokból ágyaznak be úgy, hogy más felhasználók a beágyazott tartalomra kattintva egy másik platformra, alkalmazásba jutnának. Ezeken a platformokon tehát bárhová is kattint a felhasználó, az adott platformon marad.⁹
12. A Vodafone előadta¹⁰, hogy a fogyasztóknak mindaddig nem csökkent az adatkerete a Pass csomagok alkalmazása során, ameddig az adott csomagban szereplő alkalmazáson belüli tartalmakat fogyasztottak. Amennyiben azonban olyan tartalmat fogyasztottak, ami az adott alkalmazáson belül nem, hanem más alkalmazásban volt megtekinthető (tehát ha a fogyasztó kilépett az alkalmazás kereteiből), akkor a tartalomfogyasztás fogyasztotta a fogyasztó adatkeretét.
13. A Vodafone az eljáró versenytanács kérdésére előadta¹¹, hogy „a Connect Pass csomaggal érintett applikáción keresztül történő kép- és videó küldése, fogadása, letöltése és megtekintése (a továbbiakban együtt: „Felhasználás”) háromféleképpen történhet. Amennyiben azt az adott alkalmazás lehetővé teszi, az alkalmazáson belüli felületen megnyitható a kép- és videofelvétel készítését lehetővé tevő funkció. A funkció használatával készített kép- és videofelvételek Felhasználása nem csökkentette a

⁶ VJ/1-8/2021., VJ/1-20/2021. (P/1002-4/2020.)

⁷ VJ/1-4/2021., VJ/1-8/2021.

⁸ VJ/1-4/2021.

⁹ VJ/1-8/2021.

¹⁰ 70. alszámú beadvány.

¹¹ 70. alszámú beadvány

fogyasztók adatkeretét. Szintén nem csökken a fogyasztó adatkerete akkor, ha a fogyasztó a saját, vagy a beszélgetőpartnere által offline tárolt képeinek vagy videóinak Felhasználását végzi az alkalmazás keretein belül. Az adatkeret csak akkor csökken, amikor a fogyasztó az alkalmazás kereteiből kilépve, pl. böngészőből vagy más alkalmazásból származó, ott elérhető tartalmat fogyaszt.”

14. A Vodafone szerint¹² a Music Pass csomagban elérhető applikációk esetében a dalszövegek nem az adott alkalmazáson belül találhatóak. Tipikusan az adott applikációk egy másik applikáción vagy szolgáltatón (tehát harmadik fél által működtetett applikációkon) keresztül teszik elérhetővé a dalszövegeket¹³, ezért azok megjelenítése az adatkeret csökkenésével jár. A Spotify alkalmazáson belül elinduló és megtekinthető videók és az albumok borítóinak megjelenítése nem csökkenti az adatkeretet. A Vodafone adatszolgáltatásában¹⁴ előadta, hogy a Music Pass-ban szereplő alkalmazások nem tartoznak a Vodafone-hoz, azokra nincsen ráhatása, ezért nem tudja pontosan megválaszolni, hogy a Music Pass-ba tartozó alkalmazások használata során a zeneszámokhoz kapcsolódó videók, animációk, klipek az adott alkalmazásokon belül (adatkeretet nem fogyasztva) jelentek meg, vagy pedig beágyazottan más applikáción keresztül kerültek lejátszásra (így fogyasztva az adatkeretet).
15. Nincs arra vonatkozó információja, hogy a Spotify tájékoztatta-e a fogyasztókat a dalszövegek harmadik fél szolgáltató (Genius) általi biztosításáról, e körben utalt a sárga védjegy általi megkülönböztetésre. Beadványában utalt az ÁSZF-ben található, a lenti 34. pontban ismertetett tájékoztatásra. Előadta továbbá, hogy számításai szerint egy átlagos dalszöveg 1-2 kilobyte adatmennyiséget használhat fel.
16. A Navigate Pass csomaggal érintett applikációkban a térképek letöltése, frissítése szintén nem csökkenti az adatkeretet¹⁵.
17. A Vodafone szerint¹⁶ a Music Pass-ba tartozó applikációkban „nem kizárható, hogy volt olyan lehetőség, hogy a fogyasztó az alkalmazásból elnavigáló linkre kattinthatott – ha valamely tartalom így volt elérhető az applikációból (de nem az applikáción belül), akkor a linkre kattintás és elnavigálás folytán a tartalom fogyasztása csökkentette az adatkeretet.”
18. A Vodafone ugyanezen beadványában előadta, hogy a Video Pass csomaggal érintett applikációk használata során harmadik fél által működtetett, a streaming forgalmat ellenőrző applikációk fogyasztották az adatkeretet. Ezek az ellenőrző applikációk nem képezték a Video Pass részét.
19. Bár 2017 júniusától kezdődően az Általános Szerződési Feltételek (a továbbiakban: ÁSZF) 1. számú mellékletének 3.10 pontja a Social Pass esetén a korlátlan használatot a közösségi oldalak szöveges és képi megjelenítésű tartalmaira korlátozza, a Vodafone nyilatkozata

¹² 70. alszámú beadvány.

¹³ A 72. beadványban előadta a Vodafone, hogy „A Spotify egy ideig (tudomásunk szerint 2016-tól 2021-ig) a Genius applikációból (*Genius behind the Lyrics*) vette át a dalszövegeket.” „Az utóbbi időben a Spotify már saját maga biztosítja a dalszövegeket,¹³ így az elnavigálás ezért nem is merülhetne fel (ez applikáción belül tartalomként érhető el a Music Match vállalkozással együttműködésben).”

¹⁴ 77. alszámú irat

¹⁵ 70. alszámú beadvány

¹⁶ 72. alszámú beadvány

szerint a nem-beágyazott videókra is vonatkozik a nullás díjszabás, tehát azok lejátszása sem csökkenti a fogyasztó adatkeretét.¹⁷

20. A fent bemutatott nullás díjszabású konstrukció 2017 júniusától kezdődően nem változott.¹⁸
21. A Vodafone Pass szolgáltatás-elem alakulását a vizsgált időszakban a vizsgálati jelentés 4. számú melléklete tartalmazza, mely az ÁSZF 1. számú melléklet 3.10. pontjával azonos bontásban kerül bemutatásra; az eljárás szempontjából releváns rendelkezések az ÁSZF-ben a vizsgált időszak során lényegesen nem változtak.¹⁹
22. A Vodafone Pass-sal igénybevehető díjsomagok értékesítéséből származó bevételt 2017 áprilisától kezdődően havi bontásban a VJ/1-4/2021. számú beadvány 6. számú melléklete, az egyes díjsomaggal rendelkező előfizetők számát és az előfizetés díját a vizsgálati jelentés 3. számú melléklete, illetve a VJ/1-16/2021. számú beadvány 1. számú melléklete tartalmazza.
23. Az alábbi táblázat tartalmazza az előfizetők számát féléves bontásban az alábbiak szerint.²⁰

1. oszlop: a félév utolsó napján érvényes adatok alapján azoknak az előfizetők száma, amelyek olyan „rendes” díjsomaggal rendelkeztek, amelynek valamelyik Vodafone Pass külön díjfizetés nélkül a része volt,

2. oszlop: azoknak az előfizetőknek a száma, akik az adott időintervallumban „rendes” díjsomagjuk mellé kiegészítő szolgáltatásként vették igénybe a Pass-t,

3. oszlop: a félév utolsó napján érvényes adatok alapján a valamelyik Vodafone Pass-t igénybe vevő előfizetők (ld. 1. oszlop) aránya az összes mobilelőfizetőhöz képest.

	Előfizetők száma	Előfizetők száma - kiegészítő Pass	Előfizetők aránya
2017.06-2017.11	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2017.12-2018.05	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018.06-2018.11	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2018.12-2019.05	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019.06-2019.11	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2019.12-2020.05	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2020.06-2020.11	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2020.12-2021.05	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

III.2. A nullás díjszabású opciók technikai és szerződéses háttere

¹⁷ VJ/1-8/2021.

¹⁸ VJ/1-8/2021.

¹⁹ VJ/1-4/2021. 4. sz. melléklet, VJ/1-13/2021.

²⁰ VJ/1-16/2021.

24. Az eljárás alá vont nyilatkozata alapján a nullás díjszabás alkalmazása az alábbi módon történik.²¹
25. A Vodafone nem a tartalomszolgáltató partnerekkel kötött szerződést alapján nyújtja az érintett szolgáltatást, hanem saját alkalmazás segítségével követi nyomon, hogy az előfizető a mobiladat-használat során milyen platformot használ, és mindaddig, amíg az előfizető az adott alkalmazáson kívül más honlapot vagy alkalmazást nem indít el, nem történik adat-csökkenés. Amikor a fogyasztó elhagyja a közösségi alkalmazást, például megnyit egy oda beágyazott más oldalon található videót, akkor az adatkeretét a videó megtekintésével csökkenti.²²
26. Az „saját alkalmazás” kapcsán a Vodafone előadta, hogy [üzleti titok] a Pass-szal kapcsolatos adatforgalom beazonosítására és nyomon követésére a Vodafone Pass szolgáltatásainak bevezetése óta (Magyarországon 2017 júniusától) működik.²³
27. [üzleti titok]²⁴, továbbá a szerződés nem áll az eljárás alá vont vállalkozás rendelkezésre, az a cégcsoporton belül is csak szűk körben hozzáférhető, tekintettel az abban vállalt szigorú titoktartási kötelezettségekre.²⁵
28. A nullás díjszabás technikai oldala a következő módon valósul meg. Azon fogyasztók esetében, akiknek van Pass-uk, a Vodafone alapvetően azt állítja be, hogy az adatforgalom „nullás”, vagyis az adatfelhasználás nem fogyasztja az adatkeretet. Az ilyen csomagok estében [üzleti titok].²⁶
29. A Vodafone a fentieket az alábbi példával szemléltette: a fogyasztónak olyan csomagja van (Go Next), amely tartalmaz 3 GB adatforgalmat, és a Social Pass opció jár hozzá, vagyis ezt a 3 GB adatkeretet (jelenleg) a Facebook, az Instagram, a Twitter, a Pinterest és a Snapchat használata nem csökkenti, ha a fogyasztó ezeken az alkalmazásokon belül marad. A felhasználó által használt adatmennyiséget a Vodafone monitorozza, láthatja azt, hogy a fogyasztó 4,2 GB adatot fogyasztott, de [üzleti titok], hogy ebből 1,8 GB a fent felsorolt alkalmazásokban történt, és a többi 2,4 GB azokon kívül, vagyis a 2,4 GB használat csökkentette csak az adatkeretet.²⁷
30. [üzleti titok] A Vodafone – tekintettel az adatvédelmi szabályokra – azt sem monitorozza és tarthatja nyilván, hogy az egyes fogyasztók vagy fogyasztói csoportok milyen tartalom fogyasztásával csökkentik az adatkeretüket; ezek az adatok személyes adatnak minősülnek, és ez már profilozási célú adatkezelés lenne, amelyhez a Vodafone nem rendelkezik az előfizetők kifejezett hozzájárulásával.²⁸
31. Összefoglalva tehát a Vodafone csak a felhasználó által használt teljes adatmennyiséget, valamint a „kinullázott” és nem „kinullázott”, tehát az adatkeret csökkenésével járó adatmennyiséget illetően rendelkezik aktuálisan információval, de arra vonatkozóan már nem rendelkezik adattal, hogy kifejezetten a Vodafone Pass-hoz kapcsolódóan (tehát a

²¹ VJ/1-4/2021.

²² VJ/1-4/2021.

²³ VJ/1-8/2021.

²⁴ VJ/1-8/2021.

²⁵ VJ/1-13/2021.

²⁶ VJ/1-13/2021., VJ/1-19/2021.

²⁷ VJ/1-13/2021.

²⁸ VJ/1-13/2021.

Vodafone Pass-ba tartozó alkalmazásokban, és az alkalmazásokból elérhető beágyazott tartalmak megnyitásával) a fogyasztó mennyi adatot forgalmazott.

32. [üzleti titok] ²⁹

33. [üzleti titok] ³⁰

34. Erre vonatkozóan a Vodafone az ÁSZF-ben akként tájékoztatta az előfizetőket, hogy „[A]z adatforgalom opciók által meghatározott forgalomtípusok szerinti szétválasztása megközelítőleg, de nem garantáltan 100% pontosságú. Előfordulhat, hogy a felhasznált adatforgalmat nem lehetséges egyértelműen beazonosítani minden esetben, illetve az alkalmazások tartalomszolgáltató általi frissítése esetén eltelhet rövidebb-hosszabb átfutási idő az alkalmazás legfrissebb verziójának eléréséig, mely esetek a tarifacsomagban foglalt adatforgalmi keretet fogyasztják.”³¹

IV.

Érintett piac

IV.1. Kínálati oldal

35. A mobilinternet-szolgáltatás piacon az internetforgalmat bonyolított SIM-kártyák száma alapján számított piaci részesedések tekintetében 2015 vége és 2020 közepe között a Magyar Telekom Nyrt. (a továbbiakban: Telekom) volt a piacvezető szolgáltató, részesedése 43 százalék körül alakult. A második és harmadik helyen álló Telenor Magyarország Zrt. (a továbbiakban: Telenor) és Vodafone között hullámzóan alakult a verseny, többször is helyet cserélt a két szolgáltató. A további szolgáltatók együttes piaci részesedése 2020 közepén sem érte el a 2 százalékot.³²

36. A 2020. évi Infokommunikációs jelentés alapján az alábbi táblázat szemlélteti az előfizetések megoszlását a 2020. évben.³³ [az ábra ÜZLETI TITOK]

[üzleti titok]

37. A legjelentősebb versenytársak által kínált korlátlan tematikus opciók, díjcsomagok egyes feltételeit a VJ/1-43/2021. számú irat 4. számú melléklete tartalmazza, melyből az eljáró versenytanács az alábbiakat emeli ki.

38. A Telenor kínálatában 2016 áprilisától érhető el a közösségi oldalak korlátlan használata MyChat néven, melynek az ÁSZF vonatkozó rendelkezései szerint csak 2021 márciusától vannak korlátai, de kizárólag roaming esetén, ekkor ugyanis a szolgáltatásokban (illetve az azok igénybevételét lehetővé tevő alkalmazásokban) megjelenő vagy a beágyazott video- és hangfájlok lejátszására és letöltésére, az alkalmazások letöltésére és frissítésére, a harmadik felek által biztosított, alkalmazáson kívüli tartalmakra és funkciókra (pl. regisztráció, alkalmazás-letöltés, frissítés, beágyazott videó stb.) felhasznált

²⁹ VJ/1-13/2021.

³⁰ VJ/1-8/2021., VJ/1-13/2021.

³¹ VJ/1-4/2021.

³² VJ/1-27/2021. 5. sz. melléklet, NMHH – Mobilpiaci jelentés (2015. IV – 2020. II. negyedév), https://nmhh.hu/dokumentum/216281/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2015Q42020Q2.pdf

³³ VJ/1-4/2021.

adatmennyiségre nem terjed ki a korlátlan használati lehetőség. Hasonló megállapítások tehetők a HelloChat csomag kapcsán.

39. A Telekom kínálatában elérhető korlátlan közösségi opció szintén egyes alkalmazások korlátlan használatát ígéri, azonban nem használható korlátlanul a közösségi média és navigáció, a csevegő, valamint a streaming alkalmazásokban megjelenített, beágyazott videók és hangok lejátszására, az alkalmazáson keresztül internet alapú hang- és videóhívások indítására és fogadására, a közösségi média és navigáció alkalmazások letöltésére és frissítésére, valamint külső oldalakon lévő tartalmak forgalmára, különösen hang és videó állományok letöltésére vagy megtekintésére.
40. A GVH a Telekom fenti szolgáltatását a 2021. december 9-én született, VJ/32-68/2020. számú jogerős határozatában jogsértőnek tekintette. A döntés szerint a Telekom megtévesztette a fogyasztókat, amikor 2017 novemberétől kezdődően a mobilinternet szolgáltatása keretében kínált nullás díjcsomagú tematikus opciókat és díjcsomagokat korlátlanként népszerűsítette, miközben egyes funkciók, adatforgalmi irányok használata csökkentette a fogyasztók adatforgalmi keretét, ami révén az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, hiszen a korlátlanosság valótlan állítása alkalmas volt a fogyasztók üzleti döntésének befolyásolására, illetve azt egyes esetekben ténylegesen is befolyásolta. A Telekomot bírságfizetésre kötelezte az adott ügyben eljáró versenytanács, eltiltotta a magatartás folytatásától és Telekom által vállalt kötelezettségek teljesítésére kötelezte.

IV.2. Keresleti oldal, fogyasztói szokások

41. A 2017. évi Infokommunikációs jelentés³⁴ megállapításai közül az eljáró versenytanács az alábbiakat emeli ki a fogyasztói szokásokkal kapcsolatban.
- [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
42. A Vodafone a keresleti oldal kapcsán - a 2020. évi Infokommunikációs jelentésre³⁵ is hivatkozással - az alábbiakat emelte ki.³⁶
- [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]

³⁴ VJ/1-8/2021. 3. sz. melléklet

³⁵ VJ/1-8/2021. 3. sz. melléklet

³⁶ VJ/1-4/2021.

- Ezt alátámasztja az NMHH által közétett internetes piackutatás³⁷ is, amely szerint a 15 év feletti lakosságot tekintve az aktív internet használók aránya 72% fölött van (a 25-40 évesek közel 97%-a, és a 41-56 évesek majdnem 81%-a aktív internethasználó), és az aktívan internetezők több mint 78%-a használja internetezésre a telefonját.
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
43. A Vodafone álláspontja szerint ugyancsak fontos a kereslet szempontjából, hogy a fogyasztók, amennyiben szolgáltatót szeretnének váltani, ezt csak úgy tudják megtenni, hogy kapcsolatba lépnek az ügyfélszolgálattal (azaz elmennek az ügyfélszolgálatra, a telefonos ügyfélszolgálaton keresztül vagy regisztrálnak az internetes ügyfélszolgálatra, és ennek keretében minden esetben kimerítő tájékoztatást kapnak a megrendelni kívánt szolgáltatásról. Ez azzal jár, hogy minden reklámnak korlátozott a kereslet-generáló képessége, mivel ma már a fogyasztók először az interneten tájékozódnak az ajánlatokról, azonnal összehasonlítva legalább a saját meglévő szolgáltatásokat a hirdetett másik szolgáltatással, de valószínűleg a legtöbb esetben valamennyi hasonló szolgáltatás összehasonlításával. Különösen igaz ez azokra a fogyasztókra, akik az intenzív internet-használatukra tekintettel érdeklődnek egy szolgáltatás iránt.³⁸
44. [üzleti titok].³⁹ Ez alapján a Vodafone következtetése, hogy a közösségi oldalak használatát, video- vagy zenetartalmakat kínáló szolgáltatáscsomagok vagy kiegészítő szolgáltatások önmagukban nem befolyásolják a fogyasztók szolgáltató-választását. Ugyanakkor, a szolgáltatók mindegyike kínálja ezeket a szolgáltatásokat, vagy ezek valamelyikét (a Telenor nem kínál közösségi média csomagot, de van kifejezetten TV szolgáltatásra alkalmas csomagja).⁴⁰
45. Az eljáró versenytanács a 2020. évi Infokommunikációs jelentés további megállapításai közül az alábbiakat emeli ki.
- [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
 - [üzleti titok]
46. A Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság – Lakossági internethasználat – Online piackutatás (2018) című kutatási anyagából az alábbiak emelendők ki:⁴¹
- Az internetezők 89%-a használ legalább egy közösségi alkalmazást heti rendszerességgel. A legnépszerűbbek a Facebook és a YouTube, 89%-os és 86%-os arányban.

³⁷ https://nmhh.hu/cikk/218350/Internetes_kozonsegeresi_adatok_2020_IV_negyedev

³⁸ VJ/1-4/2021.

³⁹ VJ/1-4/2021. Az adatok nyilatkozatban megjelölt forrása a NRC - ACBC Conjoint 2019 című kutatás, melyet a VJ/1-8/2021. számú beadvány 4. számú melléklete tartalmaz.

⁴⁰ VJ/1-4/2021.

⁴¹ VJ/1-27/2021. 2. sz. melléklet

- Főként a közösségi médián nézegetnek fotókat, videókat az internetezők. 88% néz fotót közösségi médián, 86% néz videót közösségi médián.
47. A Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság – Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata – Háztartási felmérés (2020) című kutatási anyagából az alábbiak emelendők ki:⁴²
- A 14 éven felüli lakosság 67%-a rendelkezik SmallScreen mobilinternetes előfizetéssel (2019-ben 63%, az emelkedés szignifikáns). A jó anyagi helyzetben élő fiatalok körében ez az arány 91%. Az igénybe vett mobilinternet-csomag az esetek nagy részében még korlátos, és többnyire 1-5 GB közötti adatforgalmat tesz lehetővé. A korlátlan csomagot használók aránya azonban jelentősen emelkedett az utóbbi egy évben 8%-ról 14%-ra.
 - A 14 éven felüli lakosság 70%-a használ a mobiltelefonján valamilyen internetkapcsolatot (2019-ben 68%, a változás nem szignifikáns). 92%-uk használ ehhez mobilinternet-előfizetést, 8% csak wifin keresztül netezik. Összességében a mobilinternetező 55%-ánál a wifi, 48%-ánál a mobil szélessávú kapcsolat mindig be van kapcsolva. A wifit 36% szokta ki-be kapcsolgatni, a mobiladat-kezelést többen: 41%. Ezek a használati szokások nem változtak az elmúlt egy évben.
 - A válaszadók átlagosan 3,3 tevékenységet végeznek a megadott hatból⁴³ vezeték nélküli neten, míg 1,7-et mobilneten. Sokkal jellemzőbb a vezeték nélküli net a filmnézés és a nagy fájlok mozgatása esetén, míg a mobilnetet leginkább az online telefonálásra, videótelefonálásra és zenehallgatásra használják.
48. Az európai hírközlési szabályozó hatóságok testülete, a Body of European Regulators for Electronic Communications (a továbbiakban: BEREC) hálózatszemléletű fogyasztói megítélésével kapcsolatos tanulmányából az eljáró versenytanács az alábbiakat emeli ki.⁴⁴
- A legtöbb mobilhálózat esetén a csúcsidei forgalom 33%-át kitevő videó/audió streaming a vezető használati cél. A közösségi kapcsolattartás és a webböngészés a második és harmadik legnépszerűbb kategória, mindkettő 20%-os részesedéssel.
 - Az adatforgalmi korlátok (nullás díjazású forgalommal vagy anélkül) a fogyasztói választás releváns mozgatórugóját képezik, mivel a fogyasztók vásárlási döntéseit 12%-ban befolyásolják. Ezáltal a fogyasztói döntéseket befolyásoló tényezők közül a második helyet foglalják el, és kb. fele olyan fontosnak minősülnek, mint a legkiemelkedőbb jellemző (azaz az ár).
 - A felhasználók nagyon magasra értékelik az adatforgalmi korlát nélküli vezeték nélküli internet szolgáltatásokat az adatforgalmi korlátot tartalmazó (akár nullás díjszabású tartalommal kiegészített, akár anélküli) szolgáltatásokkal összevetésben.
 - Más oldalról viszont, ha az adatforgalmi korlátos csomag az egyetlen választási lehetőség, a fogyasztók a nullás díjszabású opciókkal kiegészített ajánlatokat preferálják. Ez összhangban van az előzetes várakozásokkal, hiszen a nullás díjszabású alkalmazások léte növeli a felhasználható adatmennyiséget.

⁴² VJ/1-27/2021. 3. sz. melléklet

⁴³ A hat kategória a következő: videótelefonálás, online telefonálás, online filmnézés, online zenehallgatás, nagy méretű fájlok mozgatása, távoli hozzáférés

⁴⁴ VJ/1-27/2021. 4 sz. melléklet

- Ez különösen igaz a videó streaming alkalmazásokat is magába foglaló nullás díjszabású opciók esetén, ami szintén összhangban van az előzetes várakozásokkal, hiszen ezek az alkalmazások fogyasztják a legtöbb adatot, és a kutatás értelmében ezek számítanak a legnépszerűbb alkalmazásoknak.

V.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

V.1. A kereskedelmi kommunikációk tartalma

49. A korlátlan közösségi opcióval (ún. Vodafone Pass-sal) igénybe vehető mobilinternet díjsomagokat népszerűsítő kereskedelmi kommunikációk három kampány részeként jelentek meg: az első kampány 2017. július-augusztus, a második kampány (Manhattan) 2019. május – július, a harmadik kampány (Xmas) 2019. december - 2020. január hónapokban futott. Továbbá egyes kereskedelmi kommunikációk (eDM, SMS) a vizsgált időszak teljes tartama alatt kiküldésre kerültek. Az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi kommunikációkat a vizsgálati jelentés 6. számú melléklete tartalmazza.
50. Az első kampány hangsúlyos eleme a korlátlan közösségi élmény és a Vodafone Pass által nyújtott előnyök voltak, míg a második és harmadik kampányok a videós alkalmazások korlátlan használatára fókuszáltak.
51. A Vodafone előadta, hogy a Pass-ok népszerűsítése, illetve fogyasztók ezen szolgáltatásról való tájékoztatása a Vodafone honlapján, a szolgáltatás 2017 júniusi piaci bevezetésétől kezdve a termékoldalakon, valamint a fogyasztók által gyakran látogatott, információszerzésre alkalmas aloldalakon mindvégig megtalálható volt és jelenleg is az⁴⁵, ugyanakkor 2017 júniusában a vizsgált kommunikációkkal nem folyt kampány.⁴⁶

V.1.1. Vodafone honlap

52. A Vodafone a vizsgált időszakban az alábbi weboldalakon népszerűsítette a korlátlan közösségi média alkalmazások használatával elérhető díjsomagjait.⁴⁷
- www.vodafone.hu/lakossagi/telefonok-tarifak (ezen az oldalon együtt kerültek bemutatásra a RED és Go tarifacsomagok; ez a link már eredeti formában nem él, rákattintva átirányít egy másik oldalra, a <https://www.vodafone.hu/mobiltarifak> oldalra),
 - <https://www.vodafone.hu/mobil-szolgáltatások/elfizeteses-tarifak> (ezen az oldalon külön oldalon jelent meg a RED és a Go tarifacsomag),
 - <https://www.vodafone.hu/mobiltarifak/go> (valamilyest változott struktúrában, de továbbra is külön oldalon volt a RED és a Go tarifacsomag; jelenleg a RED tarifacsomagnál nincs Pass, ezért ez a link jelenleg a Go tarifacsomagot mutatja be),
 - <https://www.vodafone.hu/mobiltarifak/you>,
<https://www.vodafone.hu/mobiltarifak/elfizeteses#> (egy új portfólió megjelenésével az előző portfólió adatai nem érhetőek el ezen a honlapon),

⁴⁵ VJ/1-20/2021. (P/1002-4/2020.)

⁴⁶ VJ/1-44/2021.

⁴⁷ VJ/1-4/2021. 5. sz. melléklet, VJ/1-8/2021. A Vodafone nyilatkozata szerint a vizsgáló kérdése egyes weboldalakon történő „népszerűsítésre” vonatkozik, amelyet félrevezetőnek tart. A „népszerűsítés” aktív reklámozást jelent – ezzel szemben ezek az oldalak - álláspontja szerint - pusztán tájékoztatást tartalmaznak.

- <https://www.vodafone.hu/go-easy> (kizárólag online elérhető tarifacsomag, 2020. szeptember 16-tól; a Pass-ra vonatkozó információk úgy jelennek meg, mint a többi weboldalon),
- <https://shop.vodafone.hu/lakossagi/tarifak/elfizeteses> (ez a portálon elérhető tarifa oldal webshopos megfelelője, előbbi látogatószámának töredékével, de azonos információkkal)
- <https://www.vodafone.hu/family-tarifacsomagok>, <https://www.vodafone.hu/kiemelt-ajanlatok/havidijasravaltok>, <https://shop.vodafone.hu/elfizeteseim>, <https://www.vodafone.hu/mobil-szolgáltatások/mobil-tv-internet-egyutt>, <https://www.vodafone.hu/mobil-szolgáltatások/mobil-tv-internet-egyutt#otthoni-elfizetes> (az előbbi weboldalakon is a Pass-ra vonatkozó tájékoztatás ugyanazzal a tartalommal volt elérhető, mint minden más oldalon – és ugyanabban az időtartamban; ezeken az oldalakon a mindig aktuálisan elérhető olyan tarifacsomagokról volt tájékoztatás, amelyben elérhető volt a Pass).

53. A Vodafone előadta, hogy a különböző időszakokra nem állnak rendelkezésre eltérő honlaptartalmak (ilyenek nem kerülnek archiválásra), de megerősítette, hogy bármelyik díjcsomagban volt is elérhető a Social Pass és/vagy a Connect Pass, arról mindvégig ugyanaz a tájékoztatás volt elérhető a díjcsomagok rövid bemutatásánál.⁴⁸

54. A vizsgálat által 2020. október 22-én és 2021. január 21-én készített képernyővideók az alábbi oldalak tartalmát mutatják meg:⁴⁹

- „Vodafone díjcsomagok”: a www.vodafone.hu/mobiltarifak/go és onnan tovább kattintva a www.vodafone.hu/go-easy oldalakon elérhető tájékoztatások,
- „Vodafone Pass”: a www.vodafone.hu/mobiltarifak/you és onnan tovább kattintva www.vodafone.hu/extrak-kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok oldalakon elérhető tájékoztatások,
- „GYIK”: a www.vodafone.hu/go-easy és onnan tovább kattintva a www.vodafone.hu/extrak-kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok oldalon, majd tovább kattintva a www.vodafone.hu/segithetunk oldalon elérhető tájékoztatások.

55. A 2017-2021. között kiküldött eDM levelekben szereplő banner-ek érkezési oldalai (landing page) az alábbiak voltak; az ügy szempontjából releváns, a „nullás” forgalomra vonatkozó tájékoztatás ezeken az oldalakon sem változott.⁵⁰

Hűségidő lejárt előtti kötelező tájékoztató (OOC)	www.vodafone.hu/mobiltarifak/go
Hűségidő lejárt utáni eDM szerződés hosszabbítás (OOC lockin)	www.vodafone.hu/mobiltarifak/go
Welcome (új akvizíció)	www.vodafone.hu/extrak- kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok www.vodafone.hu/mobiltarifak/go
Thank you for staying (új hosszabbítás)	www.vodafone.hu/extrak- kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok www.vodafone.hu/mobiltarifak/go

⁴⁸ VJ/1-4/2021.

⁴⁹ VJ/1-43/2021. 1. sz. melléklet

⁵⁰ VJ/1-19/2021.

Feltöltőkártyásból Havidíjas előfizetővé válás (P2P)	www.shop.vodafone.hu/bejelentkezes
VF Family bővítés (Family)	www.vodafone.hu/csaladi-kedvezmenyek-go

56. A 2019. május – július között futó kampányban (Manhattan) közzétett banner-ek érkezési oldala (landing page) a Vodafone legjobb tudomása szerint a RED díjsomagok oldala (<https://www.vodafone.hu/shop/tarifak/mobil/red>) volt, melynek tartalmát a VJ/1-41/2021. számú beadvány 3. számú melléklete tartalmazza.
57. A 2019. december - 2020. január között futó kampányban (Xmas) közzétett e-DM-ek és banner-ek érkezési oldalai (landing page) az alábbiak voltak.⁵¹ Az érkezési oldalak vizsgált időszakban elérhető tartalmára vonatkozóan nem áll rendelkezésre adat.⁵²
- eDM-ben található banner-en szereplő tájékoztatás:
 - o „Korlátlan érzelmek. Szabad videózás a RED-del”, érkezési oldal: <https://www.vodafone.hu/shop/tarifak/mobil/red>⁵³
 - o „UPC-s vagy? Videózz szabadon te is a RED-del!”, érkezési oldal: <https://www.vodafone.hu/vodafoneupcneked/>
 - banner-ek érkezési oldalai (az előbb felsoroltakon kívül):
 - o <https://www.vodafone.hu/vodafoneupcneked/kiemelt-ajanlatok>
 - o https://shop.vodafone.hu/lakossagi/keszulek_kereso/elofizeteses
 - o <https://www.vodafone.hu/hulladekkezeles>
 - o <https://www.vodafone.hu/vodafoneupcneked>
 - o <https://www.vodafone.hu/lefedettsegi-terkep>
 - o <https://www.vodafone.hu/elofizeteses>
 - o <https://www.vodafone.hu/osszehasonlitas>
58. A 2017. július-augusztus hónapokban futó kampányban közzétett online kommunikációk érkezési oldala (landing page) a www.vodafone.hu/mobiltarifak/go oldal volt. A Vodafone nyilatkozata szerint az aloldal már nem abban a formában él, ahogyan a kampány idején, és a díjsomag sem ugyanaz már, azonban a Pass-okra vonatkozó tájékoztatás tartalma lényegében nem változott.⁵⁴
59. A www.vodafone.hu/mobiltarifak/go oldal az egyes közösségi alkalmazások korlátlan használatának lehetőségét az alábbi módon tartalmazza.

⁵¹ VJ/1-32/2021. 2.b. sz. melléklet

⁵² VJ/1-41/2021.

⁵³ VJ/1-41/2021. Mivel az oldalak archiválását nem a Vodafone hanem egy, a Vodafone-nal azóta már nem együttműködő reklámügynökség végezte, és az eltelt hosszabb időre tekintettel, nem állapítható meg teljes bizonyossággal, hogy ebben az esetben is a Manhattan kampánnyal megegyező érkezési oldal volt elérhető.

⁵⁴ VJ/1-19/2021.


Go Mini 2 990 Ft/hó	Go Easy 4 490 Ft/hó	Go Next 5 990 Ft/hó
<p>100 perc beszélgetés belföldön és az EU-ban, magyar és EU-s számokra</p> <p>2 GB belföldi és EU adat</p> <p>Korlátlan közösségi élmény f i s t p</p>	<p>20 Ft perc/SMS belföldön magyar, az EU-ból magyar és EU-s számokra</p> <p>15 GB belföldi és EU adat</p> <p>Korlátlan közösségi élmény f i s t p</p>	<p>Korlátlan perc, SMS hálózaton belül + 200 perc vagy SMS belföldön és az EU-ban, magyar és EU-s számokra</p> <p>3 GB belföldi és EU adat</p> <p>Korlátlan közösségi élmény f i s t p</p>
<p>Perc/SMS díjak A csomaggal összesen 100 percet vagy SMS-t használhatsz fel (1 perc 1 SMS-nek felel meg) itthon és az EU országában.</p> <p>A keret felhasználása utáni díjak: belföldön 40 Ft/perc vagy SMS. Belföldről az EU nemzetközi díjzónába: 76 Ft/perc, 24 Ft/SMS. A perc és SMS díjakról valamint a díjzónákról bővebb információt itt találasz.</p> <p>Korlátlan közösségi élmény A tarifacsomag korlátlan használatot biztosít a fent felsorolt alkalmazásokra, amíg minimális adattal rendelkezel.</p> <p>Elrejt</p>	<p>Részletek</p> <p>Csak tarifacsomagot szeretnék</p> <p>Tudj meg többet</p>	<p>Részletek</p> <p>Csak tarifacsomagot szeretnék</p> <p>Készülékkel kérem</p>

60. Az egyes díjcsomagok közül csak a Go Easy esetében jelenik meg a „Tudj meg többet” call-to-action gomb⁵⁵, melyre kattintva a fogyasztó az alábbi oldalra jut. A „Részletek” melletti „i” gombra navigálva felugró ablak jelenik meg a képen látható tájékoztatással, a felugró ablak mögött az előző oldallal megegyező módon található tájékoztatás a korlátlan közösségi alkalmazásokról.

Sok netezés mellett szeretnél kedvező áron telefonálni?

Válaszd a **kizárólag online elérhető Go Easy** tarifacsomagot, havi 4 490 Ft-ért

Új előfizetői szerződés esetén, készülék nélkül



1 év hűséggel (15GB) Hűség nélkül (10GB)

Go Easy
4 490 Ft /hó

15 GB
belföldi és EU adat

20 Ft
belföldi szám

Korlátlan közösségi élmény: A tarifacsomag korlátlan használatot biztosít a fent felsorolt alkalmazásokra, amíg minimális adattal rendelkezel.

[Részletek](#)

Kosárba

⁵⁵ A <https://www.vodafone.hu/mobiltarifak/elfozeteses> oldalon szintén csak e díjcsomagnál jelenik meg a „Tudj meg többet” gomb, továbbá ilyen call-to-action gomb a You díjcsomagok esetében egyáltalán nem jelenik meg, ld. VJ/1-43/2021. 1. sz. melléklet „Vodafone Pass” videó.

61. A www.vodafone.hu/mobiltarifak/go, <https://www.vodafone.hu/go-easy> és a www.vodafone.hu/mobiltarifak/you oldalak aljára görgetve a „További részletek” (You) vagy „További jogi információk” (Go Easy) legördülő menü alatt az alábbi hivatkozás történik a Vodafone Pass szolgáltatás-elemre.

További részletek



A visszavonásig elérhető Vodafone You akció keretében azon 25. életévét be nem töltött Előfizető, aki Vodafone Red Free vagy Go Mini/Next/Net+/Talk+ tarifacsomagot határozott idejű szerződéssel vásárol, díjmentesen jogosult évente egy alkalommal 30 egybefüggő napig díjmentes Világ Napijegy aktiválására a My Vodafone applikáción keresztül, illetve Percdíj Nullázó Opcióra, melynek keretében a Vodafone You akcióban részt vevő tarifacsomagok valamelyikével vagy aktív Percdíj Nullázó opcióval rendelkező Előfizetők belföldön 0 Ft-os percdíjért beszélhetnek egymással, illetve díjmentesen hívják az Előfizetőt, továbbá Go Mini/Next/Net+/Talk+ tarifacsomag esetén havi 2GB extra adat használatára. Egy jogosult számára egy darab Vodafone You utólag fizető előfizetés vásárolható. Külföldön a mindenkor roaming díjszabás érvényes, a tarifacsomagokban meghatározott feltételek szerint. A határozott idő lejártá után, jogosulatlan igénybevétel esetén, illetve az Előfizető 27. életévének betöltése után Vodafone a kedvezményt törölheti. Részletes feltételek az üzletekben, a belföldi hálózatból díjmentesen hívható 1270-es telefonszámon és a Lakossági Mobil ÁSZF 5. Akciók 2.5 pontjában.

Részletes feltételek: vodafone.hu/mobil-szolgáltatások, Vodafone Red és Go szolgáltatáscsomagok: vodafone.hu/mobil-szolgáltatások/elofizeteses-tarifak és vodafone.hu/mobiltarifak/go, Világ Napijegy: vodafone.hu/szolgáltatások/roaming/vilag-napijegy, Vodafone Pass csomagok: vodafone.hu/vodafone-pass oldalakon.

További jogi információk



Vodafone Go Easy ajánlat kizárólag online csatornán, új előfizetés esetén, visszavonásig érhető el egyéni előfizetők részére. A számlázás egyperces egységekben történik.

A szerződés megkötésével egyidejűleg kérhető a Vodafone EU Roaming szolgáltatás díjmentes aktiválása, mellyel a Szolgáltató által meghatározott roaming-hálózatokon a magyarországi hívószámokra irányuló normál díjas hívások/SMS/MMS-ek az Előfizető által használt szolgáltatáscsomag Vodafone Magyarország hálózatán alkalmazott belföldi normál díján történő elszámolásán túl a tarifacsomagjukban meghatározott adatkeretük erejéig és annak terhére forgalmazhatnak adatot. A partnerhálózatok aktuális listája a www.vodafone.hu/redeu oldalon érhető el. A szolgáltatás a sikeres megrendelést követően annak lemondásáig aktív marad. Részletes leírás a kedvezményes roaming-díjakról Vodafone EU Roaming használata során a Lakossági ÁSZF Díjszabás /5.2 pontjában található. A Vodafone EU Roaming életvitelszerű magyarországi tartózkodás esetén, utazások során vehető igénybe és használata során a külföldi, magyarországi hívószámokra irányuló hívások, SMS-ek és MMS-ek használata, illetve a külföldön felhasznált adatmennyiség mértéke (tarifacsomagban foglalt adatforgalom és kiegészítő adatopciók együttvéve) nem haladhatja meg a belföldi használat négy havi számlázási ciklusonként vett átlagát, valamint a vizsgált időszakban a szabályozás hatálya alá eső ország roaming partnerének hálózatán forgalmazott napok száma nem haladhatja meg a Vodafone Magyarország hálózatán forgalmazott napok számát (méltányos használat). Amennyiben a méltányos használat feltételei nem teljesülnek, illetve amennyiben a figyelmeztetést követő két héten belül az Előfizető tényleges fogyasztásra vagy jelenlétre vonatkozó használati mintázatát nem változtatja meg, a Szolgáltató az 531/2012/EU rendelet szerinti többletdíj alkalmazására jogosult a figyelmeztetés napjától kezdve. A többletdíj mértéke az 1-es roaming díjzóna országaiba történő hívásindítás esetén: 12,56 Ft/perc; SMS küldés esetén: 3,92 Ft/SMS; MMS küldés esetén: 3,02 Ft/MMS; adatforgalom az 1-es roaming díjzóna országaiban: 2,50 Ft/MB. Svájcra, Törökországra és Monacóra a méltányossági feltételeket elkülönítetten vizsgáljuk a 1-es roaming díjzóna országaitól. Nem rendeltetésszerű használat esetén a Vodafone fenntartja a jogot, hogy előzetes értesítést követően a Vodafone EU Roaming szolgáltatást adott előfizetés tekintetében törölje, mely esetben az érintett Előfizetők a mindenkor forgalmi díjas roaming díjazás, illetve Európai Gazdasági Térség területén Szabályozott Európai Roaming díjszabás feltételei alapján használhatják készüléküket külföldön.

Havidíjas Előfizetői Szerződés esetén az Előfizető előzetes hitelképesség-vizsgálaton esik át. Az eredmény függvényében a Vodafone jogosult a szolgáltatás igénybevételét előleg vagy egyéb, más biztosíték (pl. bankgarancia, kezesség stb.) adásához kötni. Ha az Előfizetői Szerződés hatálya lépését követő határozott időn belül az Előfizető érdekkörében felmerülő okból az Előfizetői Szerződés megszüntetésére kerül sor, a Lakossági Mobil ÁSZF 12.6.12 pontjában, illetve az Adásvételi szerződésben meghatározott mértékű kötbér fizetendő. Új tarifacsomagjaink elektronikus számlával vehetők igénybe, ami azt jelenti, hogy az esedékes számlák és az egyéb értesítések az e-mail vagy SMS értesítést követően elektronikus úton lesznek elérhetők, és az e-számla felületre történő bejelentkezés után megtekinthetők, illetve letölthetők. Sárga csekken történő befizetési igény esetén további részletek a 1270-es telefonszámon.

Részletes feltételek a belföldi hálózatból díjmentesen hívható 1270-es telefonszámon és a Lakossági Mobil ÁSZF 5. Akciók 3.13 pontjában.

A Vodafone Pass csomagok kapcsán részletes információ a www.vodafone.hu/vodafone-pass oldalon.

62. A www.vodafone.hu/vodafone-pass oldalon az alábbi tájékoztatás érhető el.

„Viszlát Gigabyte-ok, hello Vodafone Pass!

Ismerd meg a korlátlan szórakozást tematikus csomagjainkkal!

Népszerű applikációk egy csomagban

Minden új Go tarifacsomagodban díjmentes Social Pass

Go Talk+ tarifacsomagodban díjmentes Connect Pass

A pass-ban foglalt applikációk nem fogyasztják az adatkereted! Használatukhoz csak minimális adattal kell rendelkezned. Ha elfogyott az adatod, válassz kiegészítő adatopcióink közül, hogy tovább élvezhesd a Passok előnyeit.

Válaszd a hozzád illő korlátlan csomagot!

Használd korlátlanul kedvenc applikációid a Vodafone Pass csomagokkal, hisz azok nem fogyasztják az adatkereted!

[Pass-ok és az azokba tartozó alkalmazások bemutatása]

[...]

A legfontosabb tudnivalók!

A Vodafone Pass adatforgalmad mi álljuk

A Vodafone Pass-okba foglalt applikációk minden közvetlen forgalmát mi álljuk. Így ha feltöltesz egy képet Instagramra, video telefonálsz Messengeren, vagy videót nézel a Youtube-on, az sem fogyasztja az adatkereted.

Csak egy minimális adat kell a Vodafone Pass használatához

Ez lehet a tarifacsomagodban foglalt normál adatkereted vagy bármely más Plusz Adat opció is, lényeg, hogy rendelkezzen egy minimális adatkerettel. Ha az adatod 100%-a elfogyott, akkor Vodafone Pass csomagokat új tarifacsomagjaink esetén 0/0 Mbit/s sebességre korlátozzuk. Vásárolj a My Vodafone applikációban kiegészítő adatot és a Vodafone Pass csomagodban foglalt applikációk ismét használhatóak lesznek anélkül, hogy fogyasztanák az adatkereted.

Figyelj a beágyazott tartalmakra

Ezek továbbra is adatforgalomnak minősülnek, hiszen azok már nem az alkalmazás saját tartalmi, ezért fogyasztják az adatkereted.

Folyamatosan frissülő tartalom

A Vodafone Pass szolgáltatás egy nyitott platform, bármely tematikus szolgáltató bekerülhet az egyes csomagokba. Szolgáltatóként itt tudsz jelentkezni.

További kérdésed van?

A Pass-okra vonatkozó további információkat és válaszokat megtalálod a "Segíthetünk?" oldalunk Vodafone Pass szekciójában."

63. A fenti tájékoztatás 2018 eleje óta jelenik meg ezen az oldalon (amikor a Pass szolgáltatásnak önálló oldala lett); előtte „A legfontosabb tudnivalók” és a „Figyelj a beágyazott tartalmakra” részek alatt elérhető tájékoztatás a RED tarifa oldalakon jelent meg (amíg a Pass a RED csomagok része volt).⁵⁶

⁵⁶ VJ/1-41/2021. A kért korábbi oldalak képernyőmentéseit a Vodafone nem tudta csatolni, mert 2017 óta a honlapon kétszer történt háttérrendszer-váltás, így ezek az adtok már nem állnak rendelkezésre.

64. A „Segíthetünk (...)” linkre kattintással a Gyakori kérdések aloldal érhető el, melyen a Vodafone Pass-t érintő kérdésekkel külön szekció foglalkozik.⁵⁷ Az eljáró versenytanács az alábbiakban ismertet néhány példát a Gyakori kérdések aloldalról.

„Honnan tudom egy tartalomról, hogy közvetlen Facebook tartalom vagy beágyazott és a megnyitásával el fog navigálni az oldal?”

Beágyazott tartalom esetén a hírfolyamban vagy chat üzenetben látható egy link, ez mutatja, hogy megnyitás esetén hová navigál az oldal, ami már nem számít ingyenes tartalomnak, azaz fogyasztja az adatkeretet. Alkalmazáson belüli oldal esetén jellemzően nincs link.

Az egyes applikációk minden funkcióját korlátlanul lehet használni?

Nem, csak azok a tartalmak nem fogyasztják az adatkeretet, amelyek az egyes applikáció közvetlen tartalmi, tehát megnyitásuk nem navigál egy külső (az applikáción kívüli) oldalra. Azonban minden közvetlen, applikáción belüli tartalom az adatkeret fogyasztása nélkül használható.

Előfordulhat, hogy a tarifákba foglalt applikációk használata közben fogy az adatkeret?

Igen, jellemzően a Facebook (de más applikációknál is) előfordulnak úgynevezett beágyazott vagy belinkelt tartalmak. Ezek megnyitása adatfogyasztással jár, hisz nem Facebook tartalom.

Volt még minimális adatkeretem mégis, amikor a Facebook-ot használtam egyszer csak megjött az SMS értesítő, hogy az adatkeretem 100%-a elfogyott. Ez lehetséges?

Igen, abban az esetben ha Facebook nézegetése közben pl. megnézett egy videót vagy megnyitott egy cikket, ami nem közvetlen Facebook tartalom.

Kép/videó le- és feltöltése is adatforgalom generálása nélkül elérhető?

Igen, a tarifákban elérhető applikációkon belüli megosztás, megtekintés és esetleges letöltés se fogyasztja az adatkeretet.

Az egyes applikációk frissítése fogyasztják az adatkeretet?

Igen, mivel az applikációk frissítése nem az adott a tarifákban foglalt applikációkon belül történik, hanem a Google Play vagy AppStore-on belül, melyek adatforgalma továbbra is terheli az adatkeretet.

Van rá mód, hogy részletes kimutatást kapjak arról, hogy mely applikációt használtam és hány GB adatfogyalmat fogyasztottam az egyes applikációkon belül?

Nincs, ezt jelenleg a Magyar törvények nem teszik lehetővé, pont az előfizetők személyes jogainak védelme miatt.”

65. A fent hivatkozott oldalak látogatottsági adatait a VJ/1-8/2021. 1.b. sz. melléklet tartalmazza. A www.vodafone.hu/vodafone-pass oldal látogatottsági adatait a VJ/1-8/2021. 1.a. sz. melléklet tartalmazza. A Pass-ra vonatkozó tájékoztatások tartalma a teljes érintett időtartam alatt azonos volt.

66. A Vodafone-nak csak 2021 márciusára vonatkozóan áll rendelkezésére adat a tekintetben, hogy a <https://www.vodafone.hu/mobiltarifak/go> weboldalra érkező fogyasztók hány %-a

⁵⁷ VJ/1-20/2021. (P/1002-4/2020.), VJ/1-43/2021. 1. sz. melléklet

kattintott a korlátlan közösségi alkalmazásokkal népszerűsített mobilinternet díjsomagoknál az oldal alján található "További részletek" gombra, illetve a fogyasztók hány %-a kattintott tovább az itt elérhető <https://www.vodafone.hu/extrakiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok> linkekre: a látogatók valamivel [üzleti titok] kattintott tovább ([üzleti titok]). A Vodafone előadta, hogy a részletes webstatisztikai adatok gyűjtése költséges, ugyanakkor számos adat nem hordoz kereskedelmi értéket. [üzleti titok].⁵⁸

V.1.2. Vodafone Pass-szal kapcsolatos tájékoztatás a Vodafone alkalmazásban

67. A Vodafone alkalmazásban jelenleg az „Adatsomagok” menüpont alatt lehetséges kiegészítő adatopció, így a különböző Vodafone Pass-ok vásárlása⁵⁹.
68. A megrendelés folyamata a Connect Pass, a Social Pass és a Video Pass esetén azonos volt (jelenleg csak a Social Pass elérhető a GO tarifacsomagok részeként, így a csatolt képen csak az azzal kapcsolatos tájékoztatás jelenik meg). A megrendelés folyamatában történtek változások, de a Pass-ok esetében a tájékoztatás tartalmát illetően nem történt változás.⁶⁰
69. Mindegyik Pass esetében megállapítható, hogy a tájékoztatások a közösségi alkalmazások valamely korlátlanul elérhető funkciójára (pl. „nézheted kedvenc videódat”, „legyen szó a hírfolyam olvasásáról”, „használhatod üzenetküldésre, hang- és videóhívásra”) vonatkoztak.

V.1.3. Előfizetői szerződés minta

70. A Vodafone csatolta a honlapon is megtalálható Előfizetői Szerződés mintáját, amely az alábbiakat tartalmazza a Vodafone Pass szolgáltatásokra vonatkozóan.
- A Red Live+ tarifacsomaghoz a Szolgáltató nem korlátozott szolgáltatási sebességu opciót biztosít a weboldalon megjelölt harmadik felek által nyújtott video szolgáltatások esetén úgy, hogy az nem fogyasztja a tarifában foglalt adatkeretet, amíg a tarifában minimális adat rendelkezésre áll. Az EU Video Pass belföldön és a Vodafone EU roaming szolgáltatásban meghatározott roaming hálózatokon és feltételekkel használható, meghatározott applikációkra, személyi használatra, utazási célra, a tarifában foglalt adatopció erejéig. Az EU Video Pass csomag a Világ Napijegy szolgáltatás érvényességi területén és a jelen bekezdésben nem meghatározott roaming hálózatokon nem elérhető. Az EU Video Pass minden hónapban automatikusan megújul. Az EU Video Pass a video szolgáltatást nyújtó harmadik fél által havidíj ellenében elérhető prémium funkciók elérését nem tartalmazza, e fizetés tartalmaz igénybevételehez külön előfizetés szükséges a video szolgáltatónál.
 - A Connect Pass csomaggal úgy használható a népszerű online chat-és telefonszolgáltatást biztosító alkalmazásokat üzenetküldésre, hang-és videóhívásra, hogy nem fogyasztod az adatkeretedet, míg rendelkezel minimális adattal. A Connect Pass belföldön és az EU-n belül érhető el, meghatározott applikációkra, személyi használatra, utazási célra, a tarifában foglalt vagy vásárolt kiegészítő adatopció erejéig. A Connect Pass automatikusan megújul minden hónapban, így nem kell havonta újrendelned.
 - A Social Pass csomaggal úgy használható a népszerű közösségi oldalak applikációit, hogy nem fogyasztod az adatkereted, míg rendelkezel minimális adattal. A Social Pass belföldön és az EU-n belül érhető el, meghatározott applikációkra, személyi használatra, utazási célra, a tarifában foglalt vagy vásárolt kiegészítő adatopció erejéig. A Social Pass automatikusan megújul minden hónapban, így nem kell havonta újrendelned.

⁵⁸ VJ/1-8/2021.

⁵⁹ Az egyes Pass-ok megrendelésének folyamatát a VJ/1-41/2021. számú beadvány 1.a. számú melléklete, az egyes Pass-ok esetén elérhető tájékoztatást a VJ/1-41/2021. számú beadvány 1.b. számú melléklete tartalmazza. A vizsgálati jelentés 5. számú melléklete bemutatja a Video, Social és Connect Pass esetén alkalmazott tájékoztatás változását; a Music, Navigate és EU Video Pass esetében a módosítások jellege a bemutatottakhoz hasonlóan alakult.

⁶⁰ VJ/1-41/2021.

V.1.4. Az ÁSZF vonatkozó rendelkezései

71. A vizsgálati jelentés 4. számú mellékletében szereplő információkon kívül a vizsgált időszakban az ÁSZF 1. számú mellékletében az alábbi tájékoztatás volt elérhető a Vodafone Pass kapcsán.⁶¹

„A Vodafone Pass csomagok meghatározott tartalmakra felhasznált adatmennyisége a tarifacsomagban, illetve a kiegészítő adatopció(k)ba foglalt adatforgalmi keretet nem fogyasztja. A tarifacsomagba és a kiegészítő adatopcióba vagy az Automatikus PluszAdat opcióba foglalt adatmennyiség felhasználását követően a Vodafone Pass csomagok a tarifacsomag havi előfizetési díjában foglalt adatforgalom felett irányadó, kínált sávszélességgel lesznek elérhetőek.

Az adatforgalom opciók által meghatározott forgalomtípusok szerinti szétválasztása megközelítőleg, de nem garantáltan 100% pontosságú. Előfordulhat, hogy a felhasznált adatforgalmat nem lehetséges egyértelműen beazonosítani minden esetben, illetve az alkalmazások tartalomszolgáltató általi frissítése esetén eltelhet rövidebb-hosszabb átfutási idő az alkalmazás legfrissebb verziójának eléréséig, mely esetek a tarifacsomagban foglalt adatforgalmi keretet fogyasztják.

A Vodafone Pass csomagok csak egyéni adathasználatra vonatkoznak, az osztott adatra nem.

A Vodafone jogosult előzetes értesítés nélkül módosítani a Vodafone Pass csomagokhoz kapcsolódó, weboldalon szereplő alkalmazások körét. Az itt megjelölt alkalmazások jellemzően harmadik fél szolgáltatók által nyújtott szolgáltatások, azokért a szolgáltatást nyújtó harmadik fél felel. A díjmentes adatforgalom nem foglalja magában az adott tematikus tartalom kívüli egyéb tartalmakat, pl. a Vodafone Pass szolgáltatásból hivatkozott, harmadik felek által publikált, tárolt vagy üzemeltetett tartalmakra és funkciókra (pl. regisztráció, alkalmazás-letöltés, frissítés, beágyazott videó stb.) felhasznált adatmennyiséget.

A Vodafone Pass csomagok használatához szükséges az adott szolgáltató mobil alkalmazásának letöltése vagy a szolgáltatás hivatalos elérési címének használata. Az adott alkalmazásokra az egyes szolgáltatók által definiált felhasználási feltételek érvényesek, a Vodafone kizárólag az internet hozzáférést biztosítja ezekhez és nincs ráhatással a felhasználási feltételekre. Az alkalmazások rendeltetésszerű megjelenítése és használhatósága a telefon készüléktípusától is függhet, ezzel kapcsolatban a Vodafone nem vállal felelősséget. A Vodafone Pass csomagok a szabványos protokolloktól eltérő módon (proxy, vagy egyéb titkosított hálózaton keresztül) vagy virtuális magánhálózaton (VPN) keresztül nem érhetőek el.

A Vodafone Pass csomagok aktív Vodafone EU Roaming opció esetén felhasználhatóak külföldön is, a Vodafone EU Roaming szolgáltatásban meghatározott roaming hálózatokon és feltételekkel. A Video Pass csomag belföldön és a Vodafone EU Roaming szolgáltatásban meghatározott roaming hálózatokon és feltételekkel, valamint a Világ Napijegy szolgáltatás igénybevétele esetén annak érvényességi területén használható. Az EU Video Pass csomag belföldön és a Vodafone EU Roaming szolgáltatásban meghatározott roaming hálózatokon és feltételekkel használható, a Világ Napijegy szolgáltatás érvényességi területén, illetve a jelen bekezdésben nem meghatározott egyéb roaming hálózatokon nem elérhető. Azon Előfizetők számára, akiknek nem aktív a

⁶¹ VJ/1-13/2021.

Vodafone EU Roaming opció, a tematikus csomagok roaming környezetben való használata esetén a mindenkori Szabályozott Európai Roaming díjszabás kerül alkalmazásra. Kérjük ellenőrizze külföldi használat előtt készüléke és előfizetése roaming beállításait az esetleges díjviták elkerülése érdekében.

A Vodafone Pass kizárólag az internet.vodafone.net APN-nel érhető el.

Lemondás esetén minden megkezdett hónap teljes havi díja fizetendő, tört havi díjak számlázása nem lehetséges.”

V.1.5. Reklámügynökségi brief

72. A Vodafone előadta, hogy a Social Pass, illetve Connect Pass vonatkozásában csak a 2017. évi kampány előkészítése során készültek reklámügynökségi brief-ek, továbbá mellékelte a 2019 tavaszán futó kampány (Manhattan) kapcsán készült reklámügynökségi brief-et.⁶² z üzleti titoknak minősülő brief-ek releváns tartalma a vizsgálati jelentésben kerül ismertetésre.

V.1.6. Kampány célja, megcélzott fogyasztói kör, fő üzenete⁶³

73. Az eljárás alá vont előadta, hogy a reklámkampányok célkitűzéseit, a főüzenet kontextusát és az előzetesen várt fogyasztói percepciót a reklámügynökségi brief-ek tartalmazzák.

74. A Vodafone nyilatkozata szerint a fő üzenet arra irányult, hogy a Pass szolgáltatás minden új havidíjas RED csomagnak része, az külön díj megfizetése nélkül az előfizetéssel választott tarifacsomag részeként áll rendelkezésre. A közvetíteni kívánt fogyasztói előny a gondtalan internethasználat a reklámokban feltüntetett tevékenységi körök, applikációk vonatkozásában egy olyan megoldás népszerűsítése, amelynek középpontjában az adatforgalom miatti aggodalom mérséklése áll, amelynek következtében a fogyasztók szabadabban tudnak internetezni a közösségi és videós applikációkon anélkül, hogy a kapcsolattartás és információszerezés elfogyasztaná az összes rendelkezésükre álló adatot. A telefonos adathasználat tehát egy szabadabb élmény lehet, a le- és kimaradás érzetének csökkentésével úgy, hogy az az alap szolgáltatáscsomag része (vagyis nem külön díj ellenében lehet választani). Emellett a RED Extra tarifacsomag kifejezetten mint az akkor elérhető legkedvezőbb ár-érték arányú tarifacsomag került bevezetésre.

75. A jelen vizsgálat a Vodafone álláspontja szerint csak a közösségi médiához kötődő Social Pass esetében alkalmazott reklámüzenetet érintheti, mivel a vizsgált kereskedelmi kommunikáció csak erre irányult. A zenehallgatási applikációkra bevezetett Music Pass és a video tartalmak fogyasztására ideális Video Pass népszerűsítésére külön kampányok nem indultak. A Vodafone nyilatkozata szerint a fogyasztói kommunikáció ezek esetében is arra irányult, hogy a fogyasztó a kedvenc alkalmazásait úgy tudja használni, hogy közben ne kelljen aggódnia az adatkerete kimerítésén. A tájékoztatások ezekben az esetekben is felhívták a figyelmet arra, hogy a Vodafone Pass csak akkor működik, ha van adatkerete a fogyasztónak (más szóval, ha ténylegesen tudja használni az internetet). A Vodafone szerint a Music Pass és a Video Pass esetében a beágyazott tartalom kérdése nem releváns, ezeket a platformokat a tartalomszolgáltatók zárt rendszerekként működtetik.

76. A Vodafone előadta, hogy a Pass-ra vonatkozóan televíziós reklámok kifejezetten a saját élmények megosztására koncentráltak, azt próbálták közvetíteni, hogy a fogyasztó spontán

⁶² VJ/1-4/2021.

⁶³ VJ/1-4/2021.

módon, az adott pillanatban megörökített élményt a népszerű közösségi oldalakon azonnal megoszthatja. A reklámok a korlátlan közösségi élmény ígéretével arra utaltak, hogy a közösségi média használatával a csomagban foglalt felhasználható adatmennyiség nem csökken. Azokra a közösségi alkalmazásokra, amelyek az adatmennyiség fogyasztása nélkül használhatók, azok márkajelzése utalt. A Vodafone álláspontja szerint a reklámokból egyértelműen kiderült, hogy csak az abban megjelölt népszerű alkalmazások használata nem csökkenti a csomagban foglalt adatmennyiséget.

77. A korlátlanság fogyasztói percepciója kapcsán a Vodafone utalt a Fővárosi Ítéltábla Pannon ügyben hozott ítéletének⁶⁴ megállapításaira. A Fővárosi Ítéltábla értelmezése szerint a forgalomnak „nemcsak az idő- és mennyiségi kerete a lényeges tulajdonsága, hanem ugyanilyen jelentőségű az is, hogy ezt a keretet a fogyasztó milyen forgalmi sebesség mellett használhatja fel”. A Vodafone álláspontja szerint a korlátlan közösségi élményről, korlátlan forgalomról szóló állítást tehát (i) az idő- és mennyiségi keret, és (ii) a forgalmi sebesség szempontjából szükséges vizsgálni a joggyakorlat alapján.
78. A Vodafone álláspontja szerint a reklámállítás ennek és a tényleges fogyasztói felhasználásnak megfelelően utal a korlátlanság fogalmára, hiszen a fogyasztók a feltüntetett közösségi alkalmazások használata során sem időben, sem a használat mennyiségében nem szembesülnek korlátozással, és ugyanolyan forgalmi sebesség mellett használhatják a feltüntetett alkalmazásokat addig, amíg – a reklámban feltüntetettek szerint – minimális adatkerettel rendelkeznek. A Vodafone utalt továbbá arra, hogy a közösségi alkalmazások használatát a fogyasztók alapvető felhasználói ismereteik miatt kifejezetten az adott alkalmazás platformján való időtöltésként értelmezhetnék.
79. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy álláspontja szerint a használat mennyiségének korlátozását jelenti, hogy ha az ígéret ellenére az adott applikáció használata csökkenti, akár el is fogyasztja az adatkeretet, hiszen adatkeret hiányában nem használható a Passzokkal érintett applikációk sem és az egyéb internet alapú programok sem. Ennél fogva tehát a használat mennyiségében szembesül korlátozással a fogyasztó, amennyiben az adatkeretet nem fogyasztó használatot ígérő applikáció adatkeretet fogyaszt.
80. A Vodafone utalt továbbá a VJ/43/2009. számú versenyfelügyeleti eljárásra, melynek során a GVH a korlátlanság fogalmát a reklámkampányban feltüntetett „normál”, és ott fel nem tüntetett (de egyéb tájékoztató anyagok által tartalmazott) „nem normál” internethasználattal összefüggésben vizsgálta. A GVH azzal szüntette meg a Magyar Telekom Nyrt.-vel szemben indított eljárást, hogy „a fogyasztó arra a következtetésre jutott, hogy nem kell valamilyen (közelebbről nem ismertett) korlátozással számolnia, ha normál mobilinternet használatot tanúsít”. A Vodafone álláspontja szerint a reklámállítás kapcsán analógiaként alkalmazható a GVH korábbi megállapítása: azzal, hogy a reklámok egyértelműen feltüntetik a kedvezményes csomagba foglalt közösségi alkalmazásokat, a fogyasztó tisztában van azzal, hogy ezek használata esetén nem szembesül korlátozásokkal (a minimális adatkerettel való rendelkezés szükségszerű, a reklámokban feltüntetett kivételével). Ha azonban a fogyasztó nem a feltüntetett alkalmazásokat használja, hanem azokról elnavigálva más alkalmazásokat, egyéb tartalmakat nyit meg, az adatmennyiségre vonatkozó üzenet arra a használatra már nem értelmezhető, és a Vodafone álláspontja szerint a fogyasztók által sem érthető úgy, hogy erre is kiterjed a korlátlanság üzenete.

⁶⁴ 2. Kf. 27. 441/2010/5. sz. ítélet

81. A Vodafone előadta, hogy a reklámok minden esetben olvasható, észlelhető formában felhívták a figyelmet arra, hogy a Vodafone Pass csak akkor működik, ha van adatkerete a fogyasztónak (más szóval, ha ténylegesen tudja használni az internetet).
82. A Vodafone szerint azt, hogy a fogyasztóknak nem voltak értelmezési nehézségeik, és nem értették félre a reklám üzenetét, jelzi, hogy a Vodafone nem tapasztalta, hogy erre vonatkozóan tömegesen érkeztek volna fogyasztói panaszok. A Vodafone ügyfélszolgálat a kategorizálja a panaszokat, és a Pass-ra vonatkozó panaszok olyan csekély számban jelentek meg, hogy ilyen kategória nem is került kialakításra.

V.1.7. A reklámkampányok hatásossága⁶⁵

83. A Vodafone nyilatkozata szerint a hatékonysági kutatásának adatai szerint a 2017. évi kampány nem tudta maradéktalanul teljesíteni az elvárásokat.

V.2. A közösségi opcióval érintett alkalmazások használata felhasználói szempontból

84. Az Instagram (Social Pass), Facebook (Social Pass), Youtube (Video Pass), Pinterest (Social Pass) és Messenger (Connect Pass) alkalmazások használatát felhasználói szempontból bemutató képernyővideókat a VJ/1-43/2020. számú feljegyzés 3. számú mellékletében szereplő fájlok tartalmazzák. A vizsgálat a videóknak és a képernyőmentéseknek olyan helyzeteket mutat be, ahol az adatkeretet csökkentő és nem csökkentő tartalmak egymással szoros összefüggésben jelennek meg az alábbiak szerint.
- Az Instagram használata során hirdetések az Instagram Story-ban és a Feed-ben (Hírfolyam) is megjelenhetnek. Mindkét helyen megjelenő hirdetésben az ún call-to-action („További információ”) gombra kattintva egy ablak ugrik fel, melynek felső részében az adott weboldal URL címe látható az alábbi módon: jobs.teleperformance.pt. A jobb felső sarokban a menügombra kattintással megjelenik annak lehetősége, hogy a felhasználó az internet böngészőben nyissa meg az alkalmazást. Ezt a lehetőséget kiválasztva egy újabb ablak ugrik fel, a felső részben található URL-cím továbbra is azonos. A készüléken az Alkalmazáskezelő gombra kattintva a készüléken megnyitott összes alkalmazás egyidejűleg látható. A videón látható, hogy a hirdetésre érkezett első kattintással megnyíló oldal az Instagram alkalmazás részeként kerül megjelenítésre, míg a böngészőben megnyitott tartalom már a külön lapon, az alkalmazáson kívül megnyitott tartalomként azonosítható.
 - A Facebook használata során készült videók két esetet mutatnak be: az első videó a hirdetés leírásában elhelyezett, weboldalra mutató linke történő kattintás során, a második videó pedig a hirdetésre, mint banner-re érkezett kattintás során látható folyamatot mutatja be. Mindkét esetben a hirdetésre kattintás után megjelenő folyamat megegyezik az Instagram kapcsán bemutatottakkal.
 - A Youtube használata során készült videó az alkalmazásban a videó leírásában szereplő, más weboldalakra mutató linkekre történő kattintás során látható folyamatot mutatja be, mely megegyezik a fentiekkel.
 - A Pinterest használata során készült videó a képi- és videós tartalmak között megjelenő hirdetésre, a Messenger használata során készült videó pedig az alkalmazásban a

⁶⁵ VJ/1-4/2021.

beszélgetések között megjelenő hirdetésekre érkezett kattintás során látható folyamatot mutatja be, mely szintén megegyezik az Instagram kapcsán bemutatottakkal.

VI.

Eljárás alá vont álláspontja⁶⁶

VI. 1. A Vodafone álláspontja a vizsgálat során

85. A Vodafone álláspontja szerint a Vodafone Pass-okra vonatkozóan az adott tarifánál is elérhető tájékoztatás a fogyasztók részére, valamint ezen szolgáltatás külön oldallal is rendelkezik, ahol a releváns információk „A legfontosabb tudnivalók!” jelzéssel feltüntetésre kerültek. Továbbá erre irányuló tájékoztatás eDM üzenetben, az előfizetői szerződésben, a szolgáltatást népszerűsítő szóróanyagokon, illetve a panaszban említett ÁSZF-ben is található. A Vodafone álláspontja szerint az előfizető megismerhette volna a szerződéskötés előtt is a szolgáltatásra vonatkozó feltételeket, hiszen azok számos felületen, kiemelten és részletekbe menően kommunikálásra kerültek. Ugyanakkor a tájékoztatás ellenére, amennyiben az előfizető a beágyazott tartalom kapcsán nem rendelkezik ismerettel, hogy az nem az adott alkalmazáshoz tartozik, azért - álláspontja szerint - a Vodafone nem tartozik felelősséggel.⁶⁷
86. A Vodafone álláspontja szerint a Vodafone Pass szolgáltatás elérhető volt különböző hang- és adatforgalmat tartalmazó csomag részeként, de meg lehetett vásárolni más hangalapú szolgáltatáscsomagokhoz is, ugyanakkor nem volt elérhető csak internet-szolgáltatás mellé, ezért a jelen vizsgálat szempontjából csak a hangalapú szolgáltatáscsomagok részeként értékesített Pass szolgáltatásnak van relevanciája.
87. A Vodafone szerint a jelen eljárásban vizsgált reklámok és egyéb kereskedelmi kommunikációk nem voltak alkalmasak arra, hogy megtévesszék a fogyasztókat, különösen pedig arra nem, hogy érdemben befolyásolják a versenyt, és nem voltak alkalmasak arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
88. A Vodafone kiemelte továbbá, hogy a fogyasztók szélesebb köre felé irányuló kereskedelmi kommunikáció kifejezetten csak a Social Pass-ra vonatkozott, és azon belül is a díjcsomagokba foglalt, vagyis nem külön díj ellenében elérhető kiegészítő szolgáltatásra.
89. A Vodafone álláspontja szerint a díjcsomagokat kifejezetten a Vodafone Pass szolgáltatással népszerűsítő reklámok egyértelműen utaltak arra, hogy mely alkalmazások, platformok használata nem fogyasztja az adatkeretet, hiszen a reklámok azok logóit központi helyen, az egyéb vizuális elemekhez képest aránylag nagy méretben feltüntetve (értelemszerűen az adott alkalmazások népszerűségét felhasználva) promotálták az ajánlatot. Ezek a reklámok jellegükből adódóan, a reklámhordozó sajátosságaira tekintettel nem voltak alkalmasak arra, hogy valamennyi részletet feltüntessenek. Ugyanakkor – tekintettel arra is, hogy nem önállóan, hanem az előfizetés részeként hirdették e reklámok a Pass szolgáltatást – a fogyasztó minden esetben megkapta a szolgáltatás jellemzőiről a teljes tájékoztatást, akár közvetlenül a Vodafone honlapján kereste a szolgáltatást, akár az ügyfélszolgálaton bármilyen módon.

⁶⁶ VJ/1-4/2021.

⁶⁷ VJ/1-20/2021. (P/1002-4/2020.)

90. A Vodafone utalt a honlapján elhelyezett tájékoztatásra a Pass szolgáltatásokról⁶⁸, melyben álláspontja szerint kifejezetten felhívja a fogyasztók figyelmét: „*Figyelj a beágyazott tartalmakra Ezek továbbra is adatforgalomnak minősülnek, hiszen azok már nem az alkalmazás saját tartalmai, ezért fogyasztják az adatkereted.*”
91. A Vodafone álláspontja szerint figyelembe veendő a megcélzott fogyasztói kör tudatossága, amely mind az első, mind az azt követő reklámkampány esetében átlag feletti volt; a reklámügynökségi brief-ek alapján a tágabb fogyasztói kör is magasabb tudatosságú volt: az internetet a mobiltelefonjával rutinszerűen használók. Ez a tágabb fogyasztói kör abban különbözött az eredeti szűkebb megcélzott körtől, hogy utóbbinak kisebb volt a tipikus adatfelhasználása.
92. A Vodafone álláspontja szerint továbbá figyelembe veendő, hogy mennyiben befolyásolhatta a vizsgált kereskedelmi kommunikáció az üzleti döntést. A fogyasztói kutatások azt mutatják, hogy az ilyen kiegészítő szolgáltatások, tarifacsomag-elemek csak nagyon kismértékben befolyásolják a fogyasztó választását. A Vodafone szerint ennek feltehetően éppen az az oka, hogy a reprezentatív kutatások nem csak a szűkebb megcélzott fogyasztói kör magatartását írják le, hanem a teljes fogyasztói kört; a fogyasztók többségének azonban a vizsgált kommunikáció nem is volt releváns.
93. A Vodafone szerint nem hagyható figyelmen kívül az, hogy a fogyasztók számára már nem ismeretlenek a digitális szolgáltatások. Álláspontja szerint a jelen eljárás is azt mutatja, hogy a fogyasztók folyamatosan elérhetőek kívánnak lenni a közösségi oldalakon, fontos számukra a megosztás stb., és nyilvánvalóan tudják azt is, hogy ezt hogyan kell csinálni. A Vodafone szerint nem hihető az, hogy a mobiltelefonon internetező, közösségi portálokat látogató fogyasztó számára újdonságot jelentene, hogy a különböző oldalakon beágyazott tartalmakra kattintva más oldalakra lépnek át.
94. A Vodafone hangsúlyozta, hogy a Vodafone Pass-ok nem járultak érdemben hozzá ahhoz, hogy a Vodafone előfizetőket szerezzon – a piackutatásokból kitűnően a fogyasztók számára nagyon kis súllyal bír az előfizetésről való döntéskor, hogy van ilyen szolgáltatás, és a reklámkampányok sem tudtak ezen érdemben változtatni, nem tekinthetők sikeresnek.
95. A Vodafone szerint alapvetően fogyasztói sérelem nem azonosítható, hiszen a fogyasztó nagy valószínűséggel egyrészt nem a Vodafone Pass szolgáltatás miatt választotta az adott díjcsomagot, másrészt, ha azért is választotta volna, azért külön díjat nem fizetett, hanem az adott díjcsomag adatkeretének csökkentése nélkül tudott a közösségi platformokon, illetve az üzenetküldő alkalmazásokon kommunikálni, megosztani stb.
- A Vodafone álláspontja a megcélzott fogyasztók tudatosságával kapcsolatban, külön tekintettel a beágyazott tartalmakra⁶⁹
96. [üzleti titok]
97. A Vodafone nyilatkozata szerint ezt a fogyasztói kört a nagyfokú tudatosság jellemzi a digitális szolgáltatásokkal kapcsolatban, praktikusán tisztában van a beágyazott tartalom fogalmával, figyelembe véve annak pusztán nyelvtani értelmezését és az okoseszköz mindennapi használatát.

⁶⁸ <https://www.vodafone.hu/extrak-kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok>

⁶⁹ VJ/1-4/2021.

98. A Vodafone előadta, hogy a közösségi alkalmazások használata során a beágyazott tartalmakat csak az applikáció tartományából kilépve lehet elérni. Amellett, hogy adott esetben önmagában egy újságcikk megnyitása is másképp (jellemzően lassabban) történik mint pl. egy, a Facebookon megjelenő, hosszabb blogbejegyzés teljes tartalmának megnyitása, a fogyasztó a megnyitást követően a közösségi alkalmazástól teljesen eltérő kezelési felülettel, dizájnnal, funkciókkal, stb. találkozik. Továbbá, egy beágyazott tartalom megnyitása esetén felugrik az adott honlap – akár külön logójával ellátott – tájékoztató ablaka, amely a cookie-k használatát tisztázza, és azok elfogadását ajánlja a fogyasztónak. Ez is azt tudatosítja a fogyasztóban, hogy már nem a közösségi alkalmazást használja, hanem a közösségi alkalmazástól független platform tartalmát fogyasztja, hiszen pont ennek érdekében érdemes hozzájárulását adnia ahhoz, hogy a beágyazott tartalmat kínáló oldal személyre szabottan biztosítsa tartalmait.
99. A Vodafone előadta továbbá, hogy a fenti, általánosnak tekinthető eset mellett az is előfordulhat, hogy a fogyasztó olyan tartalmat kíván elérni a közösségi alkalmazáson keresztül, amely egyébként egy, az okostelefonján már telepített alkalmazásban szintén elérhető. Ekkor a közösségi alkalmazás felajánlja, hogy a tartalmat ne azon, hanem a már telepített másik alkalmazáson keresztül nyissa meg a fogyasztó. A Vodafone úgy véli, hogy a fogyasztó ekkor még erőteljesebben szembesül a beágyazottság jelenségével, és azzal, hogy az adott időszakban nem a közösségi alkalmazást, hanem egy másik platformot (ez esetben másik alkalmazást is) használ.
100. A Vodafone álláspontja szerint az összkép már a beágyazott tartalom megnyitásakor, illetve közvetlenül a megnyitás után is arra utal, hogy a fogyasztó a közösségi alkalmazásból kilépve egy másik felületre lépett be – a tartalom tehát nem a közösségi alkalmazás „saját” tartalma, hiszen annak eléréséhez a közösségi alkalmazás individualizált teréből szükségszerűen ki kellett lépni.
101. A Vodafone előadta továbbá, hogy a beágyazott tartalmat annak megtekintése, elolvasása stb. után kifejezett interakcióval kell bezárni, csak így lehet visszatérni az adott közösségi alkalmazás platformjára. A bezáráskor legalább a megnyitáshoz hasonlóan tudatosul a fogyasztóban, hogy két, egymással párhuzamosan futó platformról van szó. Abban az esetben pedig, ha a fogyasztó nem a közösségi alkalmazásban folytatta a böngészést, hanem egy, már korábban telepített másik alkalmazásban, utóbbi háttérben futó applikációként megjelenve a közösségi oldalra való visszalépéskor is világosan mutatja, hogy itt két eltérő platformról van szó.
102. A Vodafone álláspontja szerint, amennyiben a fogyasztó nemcsak passzív, hanem aktív használója is egy közösségi alkalmazásnak, így olyan tartalmakat is megoszt pl. a Facebookon, amelyekkel nem a közösségi alkalmazásban találkozott először, egészen valószínűleg nemcsak a beágyazott tartalom fogalmát, hanem a beágyazás menetét is ismeri, hiszen ebben az esetben az adott tartalmat egy másik honlapot, alkalmazást megnyitva, onnan „kimásolva” ágyazza be a közösségi alkalmazás hírfolyamába – a beágyazást a megosztás opcióra kattintva a legtöbb tartalomszolgáltató kifejezetten felajánlja.
103. A Vodafone előadta, hogy az előbbiekre tekintettel a fogyasztó számára világos, hogy ha egy másik platformot nyit meg, akkor az a megnyitott platform terheli az adatkeretet, amely a közösségi alkalmazás tartományán kívül esik. Különösen így lehet ez a megcélzott fogyasztói kör esetén, hiszen ahogyan azt a brief-ek is tartalmazzák, az ide sorolható

fogyasztók kimondottan aggódnak az adatkeretük kimerítése miatt, így feltehetően azt is figyelemmel követik, hogy pontosan melyik alkalmazás, platform van használatban, valamint az épp használatban levő alkalmazás mellett mennyi, és milyen alkalmazás fut a háttérben.

104. A Vodafone előadta, hogy [üzleti titok]. A Vodafone álláspontja szerint e fogyasztói kör tudatossága is magas fokú, melyre utalnak az NMHH-nak az elektronikus hírközlési fogyasztók magatartására vonatkozó kutatásában⁷⁰ közzétett következtetések is. [üzleti titok] [az ábra ÜZLETI TITOK]

[üzleti titok]

105. A Vodafone kifejezetten a vizsgált szolgáltatásokkal kapcsolatos tudatosságra vonatkozó kutatással nem rendelkezik, de [üzleti titok] [az ábra ÜZLETI TITOK]

[üzleti titok]

106. A Vodafone továbbá kiemelte, hogy mivel kedvező árú, gyakorlatilag akciós csomagokról van szó (hiszen magukban foglalják azt a kiegészítő szolgáltatást is, amelynek egyébként külön havidíja van), egy észszerűen eljáró, átlagos fogyasztó nem gondolhatta azt, hogy gyakorlatilag korlátozásmentesen internetezhet a megjelölt alkalmazásokon kívül is; ha volt is kétsége a beágyazott tartalmak kapcsán, az ilyenkor észszerűen irányadó megszorító értelmezés szerint nem hihette azt, hogy az adott közösségi alkalmazás felületén túli tartalmakat az adatkeretének csökkentése nélkül nézheti meg.

107. A Vodafone szerint⁷¹ az az állítás, hogy a megjelölt alkalmazások használata nem csökkenti az adatkeretet, teljes mértékben igaz volt: amennyiben, például, egy Vodafone Social Pass felhasználó a Facebookot meglátogatta, mindaddig nem csökkent az adatkerete, amíg olyan tartalomra nem kattintott, amely más alkalmazásban volt megtekinthető, vagyis amikor már nem a Facebookot használta. A reklámokban és egyéb tájékoztatásokban egyértelműen megjelölésre került, hogy mely alkalmazások használata nem csökkenti az adatkeretet – önmagában tehát az, hogy más, így meg nem jelölt alkalmazások fogyasztották az adatkeretet, egyértelmű volt a fogyasztó számára, az ezzel kapcsolatos kifejezett külön tájékoztatás hiánya nem tekinthető a korlátlanságot relativizáló információnak.

VI.2. A Vodafone észrevételei⁷² a vizsgálati jelentéssel kapcsolatban

108. A Vodafone elsősorban az eljárás kötelezettségvállalás elfogadásával történő lezárását kérte, mely kötelezettségvállalási javaslat a következő fejezetben kerül bemutatásra.

109. A Vodafone a vizsgálati jelentést megkapta észrevételezésre és azzal kapcsolatban – egyebek mellett - előadta, hogy vitatja, hogy a Vodafone kereskedelmi kommunikációja megtévesztő lett volna. Nem vitatja, hogy a Vodafone reklámüzenet az adott alkalmazások korlátlan használatának lehetőségét hirdette, de határozottan állítja, hogy ez nem volt kiterjesztően értelmezhető a fogyasztó számára. Bár maguk a kereskedelmi kommunikációk nem tartalmaztak utalást arra, hogy az alkalmazásból kilépve, onnan

⁷⁰ NMHH – Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata – Háztartási felmérés (2020). Forrás: https://nmhh.hu/dokumentum/212534/internet_2019_tanulmany.pdf

⁷¹ 56. alszámú irat

⁷² 56. alszámú irat

elnavigálva már csökken az adatkeret, ez egyértelműen következik abból, hogy a korlátlanúság ígérete csak az adott alkalmazásokra vonatkozott.

110. Álláspontja szerint a jelen ügy tényállása lényegesen eltér a Telekom hasonló szolgáltatásával kapcsolatban született döntés alapjául szolgáló ügy tényállásától, mert a Vodafone a teljes vizsgált időszak alatt ténylegesen nem alkalmazott korlátozást – egyik Pass esetén sem – az adott Pass-ban foglalt alkalmazásokon belüli felhasználásokra (így, például, a Connect Pass esetén a hang- és videohívások sem csökkentették a forgalmat, a Social Pass esetében az ott megtekintett, a közösségi média alkalmazáson belül megnyíló videotartalmak nem csökkentették az adatforgalmat).
111. Előadta, hogy a 2019-es Video Pass-t érintő kommunikációban nem a korlátlanúság ígérete, hanem a szabad videozás üzenet jelent meg, amely álláspontja szerint nem bír olyan kategorikus jelentéssel, mint a korlátlanúság.
112. Álláspontja szerint a vizsgálati jelentés kifejezetten a Social Pass kapcsán tesz megállapításokat, a többi Pass esetében nem tud érdemi kifogásokat megfogalmazni.
113. A fogyasztói tudatossággal kapcsolatban egyebek mellett előadta, hogy a fogyasztói tudatosság szintje időben nem állandó. A Vodafone a Pass szolgáltatásokat 2017-ben kezdte nyújtani és hirdetni, akkor az Internet használata széles körben elterjedt, a fogyasztók a mobilinternet használatot is megszokták, a digitális készségek ezzel párhuzamosan minden bizonnyal fejlődtek. Ha azt feltételezzük, hogy a fogyasztók képesek arra, hogy a közösségi alkalmazásokban tartalmat hozzanak létre és osszanak meg, akkor azt is feltételeznünk kell, hogy az ilyen tartalmak fogyasztásához, megtekintéséhez kapcsolódóan is rendelkeznek ismeretekkel, tapasztalatokkal – életszerűtlen az a feltételezés, hogy a közösségi alkalmazásokat aktívan használók ne ismernék a tartalmakhoz való hozzáférés mikéntjét. Az pedig kizárható, hogy a többség nem oszt meg tartalmakat, csak nézegeti azokat, és így nem tudja, mi történik, ha az alkalmazásból elnavigáló tartalomra kattint, vagy nem tudja, hogy ilyen tartalom kerülhetett az alkalmazásba – ha a felhasználók többsége nem töltene fel tartalmakat, nem lennének hírfolyamok, amelyeket nézegetni lehetne.
114. A Vodafone nem monitorozhatja azt, hogy a fogyasztó milyen tartalmakat fogyaszt. Ez azonban nem specifikus a Pass szolgáltatásra vonatkozóan. Bármilyen adatkerete van a fogyasztónak, és az elfogy, a fogyasztó nem tudja azt kérni a Vodafone-tól, hogy a Vodafone mutassa be, hogy milyen tartalmak miatt fogyott el a kerete. Ez az adatvédelmi jogszabályokba ütközne.
115. A Vodafone kiemeli, hogy a vizsgálati jelentés szerint a Vodafone jogsértésének része, hogy nem rendelkezett a nullás díjszabás alkalmazásához szükséges szerződéses és technikai feltételekről megfelelő ismeretekkel. Ezt az értelmezést határozottan vitatjuk. Álláspontja szerint a szakmai gondosságnak megfelel az a magatartás, hogy a Vodafone a forgalommérésre és menedzsmentre szakosodott szolgáltatóval szerződést kötve vásárol olyan szolgáltatásokat, amelyek lehetővé teszik a forgalmak nyomon követését.
116. A Vodafone nem monitorozhatja azt, hogy a fogyasztó milyen tartalmakat fogyaszt – ennek érdekében éppen olyan technikai megoldásra van szükség, amely a forgalmat képes úgy nyomon követni, hogy szétválasztja az adott (a Pass szolgáltatás keretében adatkeret csökkenés nélkül használható) alkalmazásokon generált forgalmat az ilyen alkalmazásokon kívül generált forgalmaktól. Ezt a harmadik fél szolgáltató az adott alkalmazásokhoz való

kapcsolódással, tipikusan az erre is szolgáló API-n keresztül rögzíti, és így megbízhatóan képes elkülöníteni az adott alkalmazásokon belüli azokon kívüli forgalmat.

VI. 3. A Vodafone által felajánlott kötelezettségvállalás

117. Az eljárás alá vont az eljáró versenytanács további kérdései, észrevételei nyomán több ízben is módosított, pontosított⁷³ kötelezettségvállalási indítványt tett.
118. Előadta, hogy a kötelezettségeket a 64. alszámú beadványban foglalt tartalommal akkor is kész vállalni, ha azok nem a Tpvt. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásként kerülnek figyelembe vételre, hanem csak bírságcsökkentő tényezőként.
119. Előadta, hogy [üzleti titok], a kötelezettségvállalás az ilyen előfizetők tekintetében orvosolja azokat az aggályokat, amelyeket a vizsgálati jelentés megfogalmazott.
120. A kötelezettségvállalási indítvány a következőket tartalmazza:

A tájékoztatáshoz kapcsolódó változások

121. A Vodafone a következő változásokat vezeti be a fogyasztói tájékoztatásokban a Vodafone Pass kapcsán (ezek megvalósítása folyamatban van):
- a honlapon a mindenkor érintett tarifacsomagok esetén a „korlátlan közösségi élmény” mint tarifacsomag-jellemző úgy változik, hogy a „korlátlan” kifejezés abból kikerül, és azt valamilyen más, korlátlanságra nem utaló kifejezés fogja helyettesíteni (szabad vagy szabadabb);
 - az új, a fentiek szerint kidolgozott termékjellemző mellett megjelenik egy link („Részletek” vagy valamilyen hasonló értelmű kifejezés), amely közvetlenül a Pass-ok jellemzőit leíró oldalra vezet;
 - a Pass-ok jellemzőit leíró oldalon egyértelműbb és hangsúlyosabb módon jelenik meg az, hogy az adatkeret csak akkor nem csökken, ha az alkalmazáson belül marad a fogyasztó; ezt a könnyebb érthetőség kedvéért példákkal is illusztráljuk;
 - a fentiekkel egyezően módosításra kerül a kérdéseket és válaszokat tartalmazó „Segíthetünk?” aloldal is, és kidolgozásra kerül az, hogy a fogyasztó honnan tud egyszerűen eljutni ide.
122. Az Általános Szerződési Feltételek a szolgáltatások jellemzőit leíró rész tekintetében a fentieknek megfelelő tartalommal szintén módosításra kerülnek, amelyről a fogyasztókat a rendes tájékoztatási kötelezettségeknek megfelelően értesíti a Vodafone.

Fogyasztói kompenzáció

123. A Vodafone felajánl a jelenleg azonosítható, érintett fogyasztóknak, akik jelenleg nem korlátlan adatkeretet tartalmazó csomagra fizetnek elő, egy egyszeri plusz 3 gigabyte adatkeretet a következők szerint: a plusz adatkeret kb. [üzleti titok] előfizetőnek kerül rendelkezésre bocsátásra (minden olyan előfizetőnek, akinek a kötelezettségvállalás megvalósításakor a Pass-ot tartalmazó díjcsomagja vagy kiegészítő Pass szolgáltatása van).
124. Az előfizetők az erről szóló értesítéstől számított 30 napon belül tudják aktiválni (ez a rendes folyamatokkal megegyezően történik, vagyis bármilyen kiegészítő, extra adatkeret

⁷³ 56., 59., majd 64. alszámú iratokban

igénylése esetén így történik az aktiválás, ez nem jelent komoly erőfeszítést az előfizetők számára), és az aktiválástól számított 30 napon belül tudják felhasználni.

Tájékoztatás

125. A honlap változásairól és a fenti adatkeret biztosításáról a Vodafone sms-ben és e-mail üzenetben értesíti az érintett előfizetőket a kötelezettségvállalás eljáró versenytanács általi elfogadását követően (a honlap változásairól valamennyi előfizető értesítést kap, akiknek jelenleg olyan előfizetése van, amely tartalmazza valamely Pass-t, illetve akik a Pass-t kiegészítő szolgáltatásként veszik igénybe).
126. A fenti folyamatosan fenntartott változtatások mellett a Vodafone vállalja, hogy valamennyi olyan előfizetőjének, akiknek jelenleg olyan előfizetése van, amely tartalmazza valamely Pass-t, illetve akik a Pass-t kiegészítő szolgáltatásként veszik igénybe, küld egy olyan e-mail üzenetet (eDM), amelyben részletes tájékoztatást ad a Pass feltételeiről, az e-mail üzenetben azt is feltüntetve, hogy a változásokra a GVH vizsgálata következtében került sor.
127. A Vodafone a fentieken túl vállalja, hogy a Facebook-on elhelyez egy olyan információkat tartalmazó, az előfizetőket nagy valószínűséggel elérő posztot, amelyben felhívja a figyelmet a fenti változásokra, illetve tájékoztatást nyújt a beágyazott tartalmakról.
128. A Vodafone a kötelezettségek ellenőrizhetőségével kapcsolatban is tett javaslatokat beadványában.

A kötelezettségvállalás indokolhatósága a Vodafone szerint

129. Álláspontja szerint a kötelezettségvállalás elfogadása mellett jelentős indokok szólnak.
130. Álláspontja szerint a jelen ügyben nem releváns az, hogy a korlátlanként hirdetett, de valójában rejtett korlátokkal bíró ajánlatokkal kapcsolatos versenyhatósági gyakorlat már kikristályosodott-e. A Vodafone ajánlatai – szemben a Telekommal folyamatban volt VJ/32/2020. sz. eljárásban született határozattal érintett ajánlatokkal – ténylegesen korlátlan felhasználási lehetőséget biztosítottak az adott alkalmazásokon belül, függetlenül attól, hogy milyen formátumú tartalmat fogyasztott a felhasználó. A vizsgálati jelentés szerint a GVH a jelen ügyben azt kifogásolja, hogy a Vodafone nem megfelelően tájékoztatta a fogyasztókat annak kapcsán, hogy az adott Vodafone Pass-ban foglalt alkalmazásból elnavigálva, az ott beágyazott tartalmak fogyasztják az adatkeretet – ez abból fakad, hogy a fogyasztók nem érthették meg azt, hogy az alkalmazásba beágyazott, de nem abban elérhető tartalmakra nem vonatkozik a korlátlanság.
131. Véleménye szerint – a fenti 107. pontban kifejtettek szerint - az az állítás, hogy a megjelölt alkalmazások használata nem csökkenti az adatkeretet, teljes mértékben igaz volt.
132. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról szóló, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 6/2014. számú közleményében megfogalmazott egyéb, a kötelezettségvállalás elfogadása ellen szóló körülmények álláspontja szerint egyértelműen nem állnak fenn.

133. Ugyanakkor, a kötelezettségvállalás elfogadása mellett szóló körülmény az, hogy annak részét képezi olyan fogyasztói kompenzáció is, amely az esetleges egyéni érdeksérelmeket is képes orvosolni.

VI.4. A Vodafone előzetes álláspontra tett észrevételei⁷⁴, valamint a tárgyalást követően teljesített adatszolgáltatása⁷⁵

134. Észrevételében a Vodafone előadta, hogy a korábban benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozatnak a fogyasztók tájékoztatásához kapcsolódó változásokról szóló részét a Vodafone az Előzetes Álláspont alapján úgy értelmezi, hogy annak elemeit a határozat meghozatalát követően megfelelően alkalmaznia kell, de azok nem képezik részét a kötelezettségvállalásnak.

135. Előadta, hogy a Go tarifacsomagok (jelenleg csak ezekben a tarifacsomagokban van Vodafone Pass szolgáltatás, illetve az külön igényelhető) oldalán a „korlátlan” kifejezés már nem szerepel, helyette a „közösségi élmény szabadon” kifejezés látható, és a „Részletek” felírra kattintva a „közösségi élmény szabadon” cím alatt egy további kattintással elérhető a Pass-okról szóló tájékoztatás, amely a korábbinál részletesebb, példákat is ismertető tájékoztatást tartalmaz, és amelyben elhelyezésre került a „Segíthetünk?” kérdéseket és válaszokat tartalmazó aloldalra mutató link, amelyre kattintva kifejezetten a Pass szolgáltatással kapcsolatos kérdésekhez és válaszokhoz jut a fogyasztó. Erre tekintettel okafogyottnak véli a magatartás további folytatásától való eltiltást, mivel a Vodafone a kommunikációra vonatkozó kifogásokat már orvosolta.

136. Egyebekben pontosította, kiegészítette a fogyasztói kompenzációval és annak ellenőrzésével kapcsolatos vállalásait az előzetes álláspontra tett észrevételében. A vállalásainak végleges változatát a tárgyalást követő adatszolgáltatásában nyújtotta be, ami (minimális stiláris módosításokkal) a jelen határozat mellékletét képezi.

137. A Vodafone az előzetes álláspontra tett észrevételében előadta, hogy „tudomásul véve a t. Versenytanács álláspontját a Vodafone kész elismerni a jogsértés megtörténtét, és a Vodafone lemond a határozat elleni jogorvoslatról, amennyiben a t. Versenytanács ezt az Előzetes Álláspontnak megfelelően további bírságcökkentési tényezőként veszi figyelembe.”

138. Az előzetes álláspontra tett észrevételében további érveket adott elő, amelyek álláspontja szerint a kötelezettségvállalás elfogadása mellett a bírság kiszabásának mellőzését, de legalább a bírság összegének további csökkentését indokolják. Ennek keretében utalt rá, hogy nem vitatta a hatóság megállapításait a tájékoztatásaival kapcsolatban, valamint tájékoztatási gyakorlatát még az előzetes álláspont kézhezvétele előtt módosította. Utalt rá, hogy az applikációkon belüli tartalmakért nem felelt, azt nem tudta befolyásolni. Kiemelte, hogy míg a Vodafone-tól az elvárható gondosságon túlmenő aktivitást vár el a Versenytanács, addig a fogyasztótól gyakorlatilag a legminimálisabb körültekintést sem, holott a fogyasztói tudatosság folyamatosan nő. Vitatható a 2015-ben készült BEREK tanulmány figyelembevétele. Előadta, hogy a 2017. évi kampány és a 2019. évi kampányok közötti időszak között hosszú idő telt el úgy, hogy a Pass-okkal kapcsolatban nem volt aktív kommunikáció. Álláspontja szerint mindenképpen bírságcökkentési tényezőként értékelendő körülmény, hogy a fogyasztó alapvetően nem

⁷⁴ 81. alszámú irat

⁷⁵ 85. alszámú irat

szenvedett kárt. A fentieket nem a jogsértés megtörténtének körében, hanem az esetleges jogsértés súlyosságának körében kéri figyelembe venni. Kérte továbbá az eljáró versenytanácsot, hogy a vállalt fogyasztói kompenzáció értékét magasabb összegben vegye figyelembe.

139. A tárgyalást követő adatszolgáltatásában úgy nyilatkozott, hogy „írásban is megerősíti azt a Tárgyaláson szóban tett nyilatkozatát, hogy a Vodafone a jogsértést elismeri, és a jogorvoslati jogának gyakorlásáról lemond, függetlenül attól, hogy a t. Versenytanács mennyiben veszi figyelembe vagy figyelembe veszi-e a Vodafone 2022. július 25-én benyújtott és VJ/1-81/2021. számon iktatott nyilatkozatának 13.-27. bekezdéseiben foglalt érveket, valamint az ezen nyilatkozatban előadott érveket.”
140. Adatszolgáltatásában előadta, hogy az érintett fogyasztók két alkalommal történő sms értesítésének nincs akadálya, és módosított vállalásában ennek konkrét módját és tartalmát is megjelölte. Előadta, hogy az applikáción keresztüli aktiválás mellett ingyenes sms válaszüzenet küldéssel és telefonos valamint személyes ügyfélszolgálati ügyintézésel is aktiválható lesz az extra adatkeret. Álláspontja szerint ez jelentősen megkönnyíti az aktiválást, ami azzal jár, hogy növeli a vállalat kereskedelmi értékét. Úgy nyilatkozott továbbá, hogy az érintett fogyasztók által átlagosan felhasznált adatmennyiség is bemutatható lesz a vállalatok teljesülésének igazolása során.

VII.

Jogi értékelés

VII.1. Jogsabályi háttér

141. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.
142. Az Fttv. 1. § (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 szakasz (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya kiterjed arra a kereskedelmi gyakorlatra, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
143. Az Fttv. 2. § értelmében az Fttv. alkalmazásában:
144. a) fogyasztó: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
145. c) áru: minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

146. d) kereskedelmi gyakorlat: a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
147. e) kereskedelmi kommunikáció: a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,
148. h) ügyleti döntés: a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.
149. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen 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. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, 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.
150. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
151. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja alapján 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 áru lényeges jellemzői tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
152. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
153. Az Fttv. 19. § c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tpv. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
154. A Tpv. 76. § (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács határozatában
- f) megállapítja a jogsértés tényét,
 - h) megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását,

i) jogsértés megállapítása esetén kötelezettséget ír elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén szerződéskötésre kötelez,

k) bírságot szab ki.

155. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. § (1) bekezdésének a) pontja értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés értelmében a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.

156. A Tpv. 78. § (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevétel a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni.

157. A Tpv. 78. § (3) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII.2. Hatály, hatáskör, illetékesség

158. A tényállásban ismertetett magatartásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont nullás díjazású csomagokat, opciókat népszerűsítő kereskedelmi gyakorlata Magyarország területén valósult meg, és természetes személy fogyasztóknak szólt.

159. A vizsgált magatartásokkal kapcsolatban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, mivel az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat részben országos televíziós csatornákon valósult meg. Az előbbiekre tekintettel az Fttv. 11. § (2) bekezdés a) pontja alapján az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

160. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

VII.3. Az eljárás alá vont felelőssége

161. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

162. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy a vizsgálattal érintett szolgáltatást az eljárás alá vont értékesíti közvetlenül a fogyasztók részére, a kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat is a vállalkozás hozta létre és tette közzé, és ezzel

összefüggésben a szolgáltatás igénybevételének ösztönzése az eljárás alá vontnak közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

VII.4. A vizsgált magatartás értékelése

VII.4.1. A kereskedelmi gyakorlat üzenete

163. A korlátlan közösségi opciót népszerűsítő kereskedelmi kommunikációkban hangsúlyosan megjelenik a Vodafone Pass-okba tartozó alkalmazások korlátlan igénybevételének lehetősége („korlátlan közösségi élmény”, „Korlátlan érzelmek, szabad videózás a RED-del. Hiszen a népszerű videós appok nem fogyasztják a meglévő adatod”), mely alapján az észszerűen eljáró fogyasztó azt gondolhatja, hogy a közösségi és videós alkalmazások valamennyi funkciójának használata nem csökkenti a rendelkezésére álló adatkeretét. A Vodafone gyakorlatilag a reklámban maga meg is határozza, hogy mit ért a korlátlanság alatt: azt, hogy az érintett appok nem fogyasztják az adatkeretet. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a „korlátlan használat” és a „korlátlan közösségi élmény”, „korlátlan érzelmek” kifejezések által közvetített üzenetek, és azok alapján a fogyasztóban kialakuló kép kapcsán nincs különbség. Sőt, utóbbi, a Vodafone által alkalmazott kifejezés még hangsúlyosabban utal az alkalmazások használatával kapcsolatos fogyasztói élmény zavartalanságára, mellyel semmiféle korlátozás nem fér meg. Az eljáró versenytanács utal továbbá a Vodafone 56. alszámú iratban tett előadására, miszerint „Nem vitatjuk, hogy a Vodafone reklámüzenet az adott alkalmazások korlátlan használatának lehetőségét hirdette, de határozottan állítjuk, hogy ez nem volt kiterjesztően értelmezhető a fogyasztó számára. Bár maguk a kereskedelmi kommunikációk nem tartalmaztak utalást arra, hogy az alkalmazásból kilépve, onnan elnavigálva már csökken az adatkeret, ez egyértelműen következik abból, hogy a korlátlanság ígérete csak az adott alkalmazásokra vonatkozott.” A briefekben is ez a korlátlanság, az adatkeret szabad, korlátok közé nem kötött felhasználása jelenik meg.
164. Ezt erősíti a Vodafone honlapon alkalmazott tájékoztatási gyakorlata is: a közösségi alkalmazások korlátlan használatát népszerűsítő díjsomagok oldalától (<https://www.vodafone.hu/mobiltarifak/go>) a www.vodafone.hu/vodafone-pass oldalon található, a beágyazott tartalmakat érintő tájékoztatásig a fogyasztó összesen 10 alkalommal olvassa el a közösségi alkalmazások használatával összefüggésben a „korlátlan” kifejezést.
165. Az átlagfogyasztó értelmezését alátámasztja a magyar értelmező kéziszótár vonatkozó magyarázata is, miszerint a „korlátlan” jelző az alábbi tartalommal (is) bír: „cselekvésében, tevékenységében v. működésében semmitől v. senkitől nem korlátozott.” A „szabad” jelző pedig az alábbi tartalommal (is) bír: „Nem gátolt, nem korlátozott <cselekvés, tevékenység, magatartás, folyamat>”.
166. A Vodafone nyilatkozata szerint a kampányokban közvetíteni kívánt fogyasztói előny a gondtalan internethasználat a reklámokban feltüntetett tevékenységi körök, applikációk vonatkozásában; egy olyan megoldás népszerűsítése, amelynek középpontjában az adatforgalom miatti aggodalom mérséklése áll, amelynek következtében a fogyasztók szabadabban tudnak internetezni a közösségi és videós applikációkon anélkül, hogy a kapcsolattartás és információszerzés elfogyasztaná az összes rendelkezésükre álló adatot. A telefonos adathasználat tehát egy szabadabb élmény lehet, a le- és kimaradás érzetének csökkentésével úgy, hogy az az alap szolgáltatás csomag része. A Vodafone előadta

továbbá, hogy a Pass-ra vonatkozóan televíziós reklámok kifejezetten a saját élmények megosztására koncentráltak, azt próbálták közvetíteni, hogy a fogyasztó spontán módon, az adott pillanatban megörökített élményt a népszerű közösségi oldalakon azonnal megoszthatja. A reklámok a korlátlan közösségi élmény ígéretével arra utaltak, hogy a közösségi média használatával a csomagban foglalt felhasználható adatmennyiség nem csökken. Azokra a közösségi alkalmazásokra, amelyek az adatmennyiség fogyasztása nélkül használhatók, azok márkajelzése utalt.

167. A televízió reklámok kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a reklámban zajló cselekmény valóban egy konkrét tevékenységet mutat be (élő közvetítés készítése), ugyanakkor a reklám semmilyen módon nem utal arra (márkajelzéssel sem), hogy ez mely alkalmazás funkciója, sőt, a reklámban elhangzó állítások („Viszlát Gigabyte-ok, hello Vodafone Pass! A Vodafone új havidíjas tarifáiban a népszerű közösségi applikációk nem fogyasztják az adatkeretedet.”), valamint a reklámban szereplő írásos tájékoztatások („Vodafone Pass ON, Korlátlan közösségi média”) kategorikus üzenete valamennyi közösségi opcióba tartozó alkalmazás esetén elérhető korlátlan használatra utalnak.

168. Az eljáró versenytanács továbbá rámutat arra, hogy a reklámok egyáltalán nem tartalmaztak utalást arra vonatkozóan, hogy az egyes alkalmazások használata, különösen a Vodafone által közvetíteni kívánt információszerzés, az alkalmazáson belül elérhető beágyazott tartalmakra, az alkalmazásból megnyitott linkekre nem vonatkozik, továbbá ez az információ az egyes online kommunikációs eszközök érkezési oldalaként megadott, illetve tájékoztatási célt szolgáló weboldalakon szintén nem volt egy kattintással elérhető a fogyasztó számára. Ilyen kommunikációs célt a brief-ek sem fogalmaztak meg, azok középpontjában egyértelműen a korlátok nélküli, közösségi médiával összefüggő adathasználat állt, melyet az alábbi idézetek támasztanak alá a brief-ekből:

- [üzleti titok]
- [üzleti titok]
- [üzleti titok]
- [üzleti titok]

169. Végül az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a reklámokban hangsúlyosan megjelent a minimális adatkeret meglétére mint egyfajta feltételre, korlátra történő utalás, így a fogyasztók alappal hihették, hogy a korlátlan közösségi opciók (Vodafone Pass) használatával összefüggésben - a megnevezetten túl - további korlátra nem kell számítaniuk.

170. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy a fogyasztók számára a kereskedelmi gyakorlat azt üzenete, hogy az adott Pass-szal érintett applikációkat, azok valamennyi funkcióját korlátozásmentesen vehetik igénybe.

VII.4.2. Érintett fogyasztók, fogyasztói tudatosság

171. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint jelen ügyben a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók között nem azonosítható koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott csoport, illetve speciális tudás vagy magasabb tudatossági szint sem várható el a fogyasztóktól, így a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint az olyan fogyasztó

magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

172. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem zárható ki, hogy a fogyasztók között – különösen a 2019-es kampány elsődleges célcsoportját képező, [üzleti titok] – lehetnek olyanok, akik tisztában voltak azzal, hogy a közösségi média alkalmazásokban elhelyezett, más platformokról belinkelt videók, egyéb tartalmak nem minősülnek az adott alkalmazás használatának, így az adatkeretüket csökkentheti. Ugyanakkor a Vodafone [üzleti titok], továbbá a 2019-es kampány kapcsán is elmondható, hogy a kommunikációk ezen elsődleges célcsoporton kívül számos más fogyasztót is elértek, elérhettek, akikkel kapcsolatban a digitális ismeretek ilyen szintje nem valószínűsíthető. A legnépszerűbb alkalmazások (közösségi média, chat alkalmazások) használata a mobilkészüléken netezők (akik nagyságrendileg a lakosság 50-60%-át tették ki a vizsgált időszakban) 80%-ot jóval meghaladó arányára jellemző, ami arra enged következtetni, hogy körükben nyilvánvalóan nagy számban előfordulhattak digitálisan kevésbé képzett, gyakorlott fogyasztók is. A fentieket nem cáfolja meg a Vodafone vizsgálati jelentésre tette azon észrevétele, ami szerint kattintáskor a beágyazott tartalom webcíme eleve megjelenik, vagyis a fogyasztó már a kattintáskor látja, hogy egy másik weboldalra fog jutni, és ez olyan módon is nyilvánvaló, hogy a telefon új oldalt nyit – megnyitja azt a weboldalt, amelyre a fogyasztó kattintott. A korlátlanság ígérete – annak egyértelmű és hangsúlyos üzenete nélkül, hogy a beágyazott, elnavigálást jelentő műveletek adatforgalmat generálnak – ugyanis még a tudatosabb fogyasztók tudatossági szintjét is csökkentheti, hiszen a korlátlanság ígéréteiben bízva nem szükséges éberrel figyelnie, hogy éppen mire kattint az adott applikáció használata során.

173. A Vodafone a fogyasztói tudatosság körében hivatkozott a beágyazott tartalmak megnyitása esetén megjelenő eltérő felületre, valamint a betöltés lassúságára. Az eltérő felület kapcsán az eljáró versenytanács hivatkozik az egyes Vodafone Pass-ok körébe tartozó alkalmazások használatát bemutató képernyőfelvételekre, melyeken látható, hogy a beágyazott tartalomra történő kattintással megjelenő felületen megjelenő URL-cím valóban utalhat a külső tartalomra, ugyanakkor a böngészőben (tehát más alkalmazásban) történő megnyitás lehetősége, valamint az alkalmazáskezelőben az adott közösségi alkalmazás részeként történő megjelenítés alapján a fogyasztó alappal gondolhatja, hogy a megnyitott oldal továbbra is az alkalmazás része, és annak tartalmaként korlátlanul böngészhet rajta. A különösen népszerű Facebook alkalmazás kapcsán az eljáró versenytanács utal az alkalmazásból megnyitott oldalon megjelenő, a hirdető Facebook névjegyadatait tartalmazó felíratra, mely szintén azt erősíti a fogyasztóban, hogy még mindig a Facebook alkalmazás részeként fogyaszt tartalmat. Az eljáró versenytanács utal továbbá a Spotify alkalmazásban a dalszövegek Genius applikáción keresztül történő megtekintésére, amiből az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók részére nem lehetett felismerhető pusztán a sárga színű logó és Genius felirat alapján, hogy a dalszöveg egy harmadik fél alkalmazásból kerül betöltésre, és így mint ilyen, a Spotify alkalmazáson kívüli alkalmazás használatának és így, adatkorlát csökkentő tevékenységnek minősül. Szükséges hangsúlyozni, hogy attól, hogy a Vodafone olyan technikai szolgáltatást vesz igénybe, amely szétválasztja az adott (a Pass szolgáltatás keretében adatkeret csökkenés nélkül használható) alkalmazásokon generált forgalmat az ilyen alkalmazásokon kívül generált forgalmaktól az adott alkalmazásokhoz való kapcsolódással, tipikusan az erre is szolgáló

API-n keresztül rögzítve, még nem jelenti, hogy ilyen szétválasztást a fogyasztó is meg tud tenni.

174. Az eljáró versenytanács szerint valóban előfordulhat, hogy a fogyasztó mobilkészüléke a beágyazott tartalomra történő kattintással egy, már telepített alkalmazásban történő megnyitás lehetőségét ajánlja fel, és ez egyértelműen elhatárolható az előbb említett esetektől, ugyanakkor a beágyazható tartalmak - így különösen a hirdetések - változatosságára tekintettel ennek előfordulási gyakorisága és jelentősége a beágyazott tartalmak megnyitásával járó adatmennyiség-csökkenésének megítélésében megkérdőjelezhető.
175. A betöltési sebesség kapcsán az eljáró versenytanács egyrészt megjegyzi, hogy az több körülmény függvénye, így például az internetkapcsolat stabilitása, tárhelyszolgáltatás minősége, képek mennyisége a weboldalon mind befolyásolhatja a weboldal betöltésének sebességét. Továbbá, a tárgybeli közösségi média alkalmazásokban jellemző beágyazott tartalomnak tekinthetők a hirdetések. Ezek esetében a hirdetőnek alapvető érdeke, hogy a weboldal betöltési ideje gyors legyen, hiszen az javíthatja a hirdetési teljesítményt, illetve növelheti a weboldalon mutatott aktivitást. E célból számos közösségi alkalmazás⁷⁶ biztosít lehetőséget a céloldalak előzetes lehívására/betöltésére a felhasználói élmény javítása és a konverzió érdekében, melynek következtében a megnyitott tartalom az alkalmazás részének érezhető, és csökkenti a betöltés előtti távozás esélyét.
176. Az eljáró versenytanács emellett emlékeztetni kíván arra, hogy a zenei alkalmazások esetén a dalszövegek is az alap funkciók részét képezik, ekként ugyanazon tartalomszolgáltatótól vehetők igénybe, így azoknak a korlátlanság alóli kivételére vonatkozóan a fogyasztóknak a fenti jellegű háttérismereteik sem lehettek.⁷⁷
177. A Vodafone további érveire hivatkozással az eljáró versenytanács álláspontja szerint észszerűtlen feltételezés, hogy az adatkeretükért aggódó fogyasztók folyamatos ellenőriznék, hogy az általuk megnyitott tartalom mely alkalmazás használatát jelenti. Ahogy korábban is kifejtésre került, a korlátlanság ígérete éppenséggel „elaltatja” a felhasználó éberségét is, hiszen bízva a reklámüzenetben úgy véli, hogy a korlátlanság egyfajta böngészési, kattintási nyugalmat biztosít számára és nem kell folyton nyomoznia, vizsgálnia, hogy éppen mit nyit meg adott applikációban. Ha még így is volna, a képernyőfelvételek alapján látható, hogy az alkalmazásokból megnyitott tartalmak - az adott alkalmazás külső jellemzői alapján - egyes fogyasztók számára az adott alkalmazás részeként azonosíthatók, sőt a böngészőben történő megnyitás lehetősége is az adathasználat kontrollálásának lehetőségeként mutatkozik.
178. Az eljáró versenytanács továbbá utal a Vodafone azon felvetésére, hogy a célzott fogyasztói kör tudatosságát a mobilinternet használatot megelőző, jelentős mértékű nagyképernyős használat támasztja alá. Az eljáró versenytanács szerint a nagyképernyős internethasználat más internetezési és tartalomfogyasztási szokásokat tükröz, tekintettel arra, hogy nagyképernyős eszközzel (asztali gép, laptop) a fogyasztók többnyire vezetékes vagy vezeték nélküli, de korlátlan internetet használnak. Az adatforgalmi keret hiányából

⁷⁶ Facebook: <https://www.facebook.com/business/help/1514372351922333>, TikTok: <https://ads.tiktok.com/help/article?aid=14056>, Snapchat: <https://businesshelp.snapchat.com/s/article/mobile-optimization-playbook>

⁷⁷ Ennek feltérképezésével kapcsolatban az eljáró versenytanács adatkérő végzést bocsátott ki, melynek teljesítési határideje a jelen előzetes álláspont kiadásáig nem járt le.

az következik, hogy a beágyazott tartalmak vonatkozásában az átlagfogyasztó számára nincs annak jelentősége, hogy az adott tartalomnak mi az adatforgalmi iránya, ezért a nagyképernyős internethasználatot követően a fogyasztók épphogy intuitívan kezelhetik a beágyazott tartalmakat.

179. A versenytársak vizsgált időszakban folytatott gyakorlata az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem járulhatott hozzá érdemben a fogyasztói tudatosság növekedéséhez, tekintettel arra, hogy a beágyazott tartalmakra történő utalás vélhetően nem képezte a fogyasztók felé irányuló kommunikáció hangsúlyos részét, sőt, mintegy adottnak véve annak ismeretét, ki sem fejtették, hogy mi minősülhet ilyen tartalomnak. A szolgáltatók az ÁSZF-ben általánosságban utalnak a „beágyazott videó- és hangfájlokra”, holott azok formátuma nem csak ez lehet (pl. sajtócikk).
180. Továbbá nem ismert, hogy a fogyasztók az egyes alkalmazások ingyenes változataiban szereplő hirdetéseket feltétlenül és kivétel nélkül az applikáció tulajdonosának kompetenciáján kívül eső funkcióknak tekintenék, figyelemmel különösen arra, hogy a fizetős, prémium verziókban ugyanezen hirdetéseket az applikációk tulajdonosai „tiltják le” az előfizetők számára. Ugyancsak nehézséget okozhat a fogyasztók számára például az adatkeretet csökkentő és nem csökkentő podcastok elkülönítése, hiszen ezeket az applikációk nem feltétlenül jelzik számukra.
181. Emlékeztet rá az eljáró versenytanács, hogy az olyan kereskedelmi gyakorlat is megtévesztő, amely elmulasztja a fogyasztó számára szükséges és lényeges azon információk közlését, amelyre az átlagos fogyasztónak szüksége lenne ahhoz, hogy tájékozott üzleti döntést hozhasson.⁷⁸ A Nagykommentár az ésszerű fogyasztó fogalmának magyar jogban való értelmezése kapcsán kiemeli, hogy „a Fővárosi Ítéltábla a 2.Kf.27.171/2012/4. számú ítéletében (3/2010 VJ) megállapította, hogy az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró átlagfogyasztó azonban – a bevett túlzások kivételével – nem kételkedik a tájékoztatások szavahihetőségében, azokat nem fogadja fenntartással, hanem jóhiszeműen bízik valóságtartalmukban. Az ésszerűen eljáró fogyasztó nem gyanakszik, bízik az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében, abban, hogy a számára adott tájékoztatás igaz, pontos. Az ésszerűen eljáró fogyasztó nem köteles további kutakodást folytatni annak érdekében, hogy a hozzá eljuttatott üzenet valóságnak megfelelő, teljes tartalmát megismerje, kivéve, ha erre az üzenet küldője nyomtatékkal felhívja vagy a szöveg tartalmából e kötelességre erős utalás van. Az ezzel ellentétes felperesi érvelés nem helytálló, mert minden jogi alap nélkül vár el a fogyasztótól gyanakvást és információkeresést.”⁷⁹ A jelen eljárásban vizsgált kommunikációk alapján a fogyasztókban nem alakulhatott ki olyan képzet, hogy a korlátokról tájékozódniuk kellene, hiszen a korlátlanság kategorikus üzenete épp azt sugallta számukra, hogy korlátokra nem kell számítaniuk.
182. A fentiek összegzéseként az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók tudatosságával kapcsolatban az állapítható meg, hogy az átlagfogyasztók egy jelentős része külön tájékoztatás hiányában nem lehetett tisztában a korlátlanként hirdetett opciók korlátaival, azok nem minősültek köztudomásúnak.

⁷⁸ VJ/32/2016; Fővárosi Törvényszék mint elsőfokú bíróság; 104.K.700.626/2018/47.

⁷⁹ Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvényhez, Budapest, 2013, Wolters Kluwer Kft., 115. o.

VII.4.3. Valótlan információ, megtévesztésre való alkalmasság

183. A rendelkezésre álló adatok alapján megállapítható, hogy a Vodafone Pass egyes típusai (Social, Connect, Video) körébe tartozó alkalmazások esetén a beágyazott tartalmak megnyitása csökkenti a fogyasztó rendelkezésére álló adatkeretet. A beágyazott tartalmak változatos formában jelenhetnek meg [pl. hirdetések esetében videó- vagy képformátum, vagy lehetnek más weboldalak tartalmi (pl. sajtócikk)], de a közös bennük, hogy minden esetben szoros összefüggésben jelennek meg az adatkeretet nem csökkentő, ténylegesen kinullázott tartalmakkal, részben tartalmilag - az adott alkalmazás algoritmusának köszönhetően -, részben vizuálisan. Például a Pinterest alkalmazásban elérhető képek és videók nem csak közvetlenül a platformra feltöltött tartalmak, hanem más weboldalakon elérhető fájlok is lehetnek, melyre kattintva nyílik meg a forrása⁸⁰, és ilyen esetben ez beágyazott tartalomnak minősül.
184. A beágyazott tartalmak jellegéről, felismerhetőségéről, továbbá arról, hogy azok megnyitása csökkenti a felhasználó adatkeretét, a Vodafone a kereskedelmi kommunikációk jelentős részében nem adott tájékoztatást. A vizsgált online kommunikációs eszközök kapcsán is elmondható, hogy a Vodafone által megnevezett oldalak⁸¹, amelyeken a beágyazott tartalmakra vonatkozó tájékoztatás szerepelt, csak egy eDM levél esetében szolgált érkezési oldalként, így ezen kommunikációs eszközök esetében sem volt biztosított, hogy a fogyasztó egy kattintással a releváns információkhoz jusson, és ezáltal reális kép alakuljon ki benne az érintett szolgáltatásról.
185. A kereskedelmi kommunikációk a teljesség látszatát keltették, és nem utaltak észlelhető módon arra, hogy további információ megszerzése szükséges. A közösségi alkalmazások korlátlan használatát „korlátlan közösségi élmény” szlogenel népszerűsítő díjcsomagok oldalától (<https://www.vodafone.hu/mobiltarifak/go>) a www.vodafone.hu/vodafone-pass oldalon található, a beágyazott tartalmakat érintő tájékoztatásig vezető „fogyasztói út”-tal kapcsolatban a vizsgálat az alábbiakat tapasztalta:
- Kizárólag egy díjcsomag esetében (Go Easy) található egy hiperlink („Tudj meg többet”), amely a díjcsomag részleteit tartalmazó oldalra irányít. Itt sem a „Részletek” mellett felugró tájékoztatás, sem a weboldal közvetlenül elérhető tartalma nem ad tájékoztatást a nullás díjszabással nem érintett forgalmakat illetően. Az oldal alján a „További jogi információk” linkre kattintva, egy A/4-es oldalnak megfelelő terjedelmű szöveg végén szereplő www.vodafone.hu/vodafone-pass linkre kattintva ér el a fogyasztó az egyes Pass-okat ismertető oldalig. Ezt követően a beágyazott tartalmakra vonatkozó tájékoztatás a korlátlan közösségi alkalmazáshasználatra utaló szlogenek után a lap alján került elhelyezésre.
 - A Go Easy-n kívüli többi díjcsomag esetében (ahol nem szerepel a „Tudj meg többet” hiperlink) a fogyasztó „korlátlan közösségi élmény” szlogentől a weboldal teljes tartalmának megismerését követően, a lap aljára görgetve, a „További részletek”-re kattintva, a 2 db A/4-es oldalnak megfelelő terjedelmű szöveg végén szereplő www.vodafone.hu/vodafone-pass linkre kattintva ér el a Pass-okat ismertető oldalig. Ezt követően a beágyazott tartalmakra vonatkozó tájékoztatás a

⁸⁰ VJ/1-43/2021. 3. sz. melléklet, <https://www.hello-life.eu/bejegyzesek/technologia/miert-hasznos-a-pinterest/>

⁸¹ VJ/1-41/2021.

korlátlan közösségi alkalmazáshasználatra utaló szlogenek után a lap alján került elhelyezésre.

- A fent bemutatott „fogyasztói út” során sehol sem került elhelyezésre a Vodafone „Gyakori kérdések”-hez vezető link, vagy egyéb olyan tájékoztatás, amely egyértelműen bemutatná, hogy az egyes közösségi alkalmazások esetében mely adatforgalmak járnak az adatkeret csökkenésével és melyek nem.

186. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Gyakori kérdések aloldalon elhelyezett tájékoztatás - mind strukturális, mind tartalmi értelemben - alkalmas lehetett volna arra, hogy annak ismeretében a fogyasztókban reális kép alakuljon ki a népszerűsített szolgáltatásról, azonban az még az egyes díjsomagokat bemutató oldalról is csak több kattintással volt elérhető, egyéb kommunikációk esetében pedig szintén nem történt utalás az elérhetőségére.

187. A kategorikus korlátlanság állítással szemben a korlátlanság korlátaival kapcsolatos tájékoztatás, üzenet átvitelének képességét különösen is kétségessé teszi az a körülmény, hogy a kommunikációk üzenete kategorikus volt, egyértelműen (tematikus) korlátlanságot ígért, ezáltal bármilyen, a korlátlanság korlátairól szóló kiegészítő tájékoztatás egyébként is a korlátlanság mint ígéret valóságát kérdőjelezi meg. A versenytanács következetes gyakorlata szerint „[...] elvárás [...], hogy a főüzenet tartalmát kiegészítő vagy pontosító apró betűs tájékoztatás ne legyen ellentétes értelmű a főüzenettel vagy ne zavarja egyéb módon a főüzenet értelmezését, ugyanis egy szlogen vagy kifejezés [kategorikusan] pozitív tartalma mögé az ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételez megszorítást, és nem is várható el tőle, hogy ezen állítást megkérdőjelezze és utánanézzon az esetleges korlátozásoknak.” Továbbá, „(a)mennyiben egy kategorikus, pozitív üzenetet egy olyan kiegészítő információ kísér, amely azzal ellentétes, illetve azzal nincs összhangban, akkor a kiegészítő tájékoztatásnak nem lehet korrigáló szerepe.”⁸²

188. A fentiek alapján az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Vodafone weboldalán a beágyazott tartalmakra vonatkozó tájékoztatása nem válhatott a fogyasztói észlelés részévé, így nem módosíthatta érdemben a korlátlanság fő üzenetét, tekintettel arra is, hogy kifejezetten aktivitást vár el a fogyasztótól a szükséges információk megismerését illetően és mobilinternet díjsomagoknál az oldal alján található "További részletek" gombra, illetve az itt elérhető <https://www.vodafone.hu/extrak-kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok> linkre csak a látogatók valamivel több, mint [üzleti titok] %-a kattintott tovább, így az ott írtak jellemzően nem válhattak a fogyasztói észlelés részévé, így nem módosíthatták érdemben a korlátlanság fő üzenetét

189. A 2019. évben zajlott reklámkampányok középpontjában a népszerű videós alkalmazások korlátlan használata állt, melyek esetében - a Vodafone nyilatkozata szerint - nem merül fel a beágyazott tartalmak kérdésköre azok zárt rendszerű működése miatt. Itt is felmerül azonban, hogy a regisztráció, alkalmazás letöltés, frissítés, beágyazott reklámok csökkenti az adatkeretet.

⁸² A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv-vel, Grt-vel és a Tpv III. fejezetével, a Gyftv.-vel, Éltv-vel és az 1169/2011/EU rendelettel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2020) (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések), I.6.50. (VJ/127/2015.) és I.6.54. (VJ/49/2016.)

190. A fentiek alapján megállapítható, hogy a Vodafone korlátlan közösségi opcióval népszerűsített kereskedelmi kommunikációi azt a benyomást keltik a fogyasztóban, hogy az opció körébe eső alkalmazások használatával az adatkerete nem fog csökkenni, holott

- a nullás díjszabás nem érvényesül a beágyazott tartalmak esetén, melyek észlelhetősége - külön figyelemfelhívás hiányában - kétséges lehet, továbbá nem érvényesült az érintett applikációk során a regisztráció, az alkalmazás-letöltése, az alkalmazás frissítése kapcsán sem.

191. A fentebb részletesen kifejtettek alapján az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a kereskedelmi kommunikációk korlátlanságot tartalmazó üzenete valótlanok, ekként megtévesztőnek bizonyult, mivel az egyes tematikus opciók vonatkozásában korlátlanságot ígért, miközben a korlátlanság nem vonatkozott minden adatforgalmi irányra, funkcióra. Megjegyzi azonban az eljáró versenytanács, hogy nem azonosított az adott alkalmazások átlagos fogyasztói használata során bevett és kedvelt funkcióval kapcsolatos generális korlátozást (azaz pl. a Facebook alkalmazásban a Facebookra feltöltött videók megtekintése, vagy a chat során a videó- vagy hanghívás nem csökkentette az adatkeretet), ez a jogsértés megállapíthatóságát azonban nem befolyásolja, ezt a jogkövetkezmények keretében értékeli az eljáró versenytanács az eljárás alá vont javára.

VII.4.4. Ügyleti döntés, befolyásolásra való alkalmasság

192. A fogyasztói döntés meghozatala egy 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. 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.

193. A vizsgált magatartás tekintetében ügyleti döntésnek tekinthető például a fogyasztó azon választása, hogy a „korlátlan” opciókat, díjsomagokat népszerűsítő kommunikációk hatására

- további információkat keres a Vodafone honlapján, üzletében, vagy telefonon;
- előfizet a kiválasztott díjsomagra, vagy amennyiben volt korábban más előfizetése, úgy díjsomagot (esetleg szolgáltatót) vált, vagy épp ellenkezőleg, a Vodafone előfizetője marad, és nem megy át más szolgáltatóhoz;
- használja az adott díjsomagban elérhető alkalmazásokat, ezen belül az is, hogy milyen körülmények között és milyen mértékben használja azokat;
- az adott díjsomagban elérhető valamely alkalmazást, illetve az alkalmazások valamely funkcióját használja mobilinterneten vagy otthoni interneten keresztül (WIFI-re csatlakozva);
- az adatkeret esetleges kimerülését követően kiegészítő adatcsomagot vásárol vagy magasabb adatkeretet biztosító csomagra vált.

194. A Vodafone által kínált opciók korlátlan jellege a szolgáltatás lényeges jellemzője, mivel érdemben befolyásolja az előfizető mobil internet szolgáltatásának értékét, azáltal, hogy ugyanazon díj vagy egy kiegészítő átalánydíj ellenében nagyobb mennyiségű adathasználatot tesz lehetővé. Ezt a BEREC 48. pontban hivatkozott tanulmánya is alátámasztja, kiemelve, hogy a korlátosság az ár után a második legfontosabb döntési

szempont. Az eljáró versenytanács nem osztja a Vodafone azon észrevételét⁸³, ami szerint a BEREC kutatás irreleváns lenne (és fenntartja ezen álláspontját az előzetes álláspontra tett eljárás alá vonti ezzel kapcsolatos érvelés ellenére is), bizonyítékként figyelembe nem vehető és a Vodafone által a 44. pontban ismertetett kutatás az irányadó annak megítélésekor, hogy a fogyasztó számára a szolgáltatás jellemző tulajdonságának minősül-e a korlátlanság. A Vodafone álláspontja szerint az általa hivatkozott kutatás frissebb és fókuszáltabb, kifejezetten a mobil internethasználattal foglalkozik, míg a BEREC tanulmány az otthoni internethasználatot vizsgálja. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a Vodafone által relevánsabbnak minősülő kutatás is kiemeli, hogy [üzleti titok]. A csomagba foglalt adatmennyiség pedig a felhasználó által internetezésre használható adatmennyiség, aminek ki nem merítésében érdekelt minden fogyasztó, hogy internetezni tudjon. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a a Vodafone által hivatkozott kutatás is arra a következtetésre jut – összhangban a BEREC tanulmánnyal -, hogy a szolgáltatás lényeges jellemzője, hogy mekkora az az adatkeret, amellyel egy felhasználó gazdálkodhat, azaz mennyi lehetősége van internetezni. Emellett a Vodafone kifogásaira reagálva az eljáró versenytanács elismeri, hogy az eltérő időszak, a részben különböző technológia és az eltérő érintett fogyasztói kör okán a BEREC tanulmánya nem alkalmas arra, hogy egyetlen vagy fő bizonyítékként szolgáljon a jelen ügyben, az eljáró versenytanács azonban nem is ilyen minőségében utal a BEREC tanulmány azon megállapítására, miszerint a korlátosság az ár után a második legfontosabb döntési szempont, hanem csak mint a fenti – egyébként köztudomású, az internet csomagokban foglalt adatmennyiség jelentőségére vonatkozó – logikai levezetés megerősítésére. Az eljáró versenytanács tehát fenntartja, hogy az eljárás tárgyát képező opciók korlátlanága a szolgáltatás lényeges jellemzője.

195. Ebből kifolyólag a korlátlanság valótlan állítása alkalmas arra, hogy a fogyasztók fenti ügyleti döntéseit befolyásolja, mivel a nagyobb mennyiségű adathasználat lehetőségének tudatában vagy reményében a fogyasztókat jelentősebb mobil internethasználatra ösztönzi az érintett applikációk tekintetében. Ugyanakkor, mivel a korlátlanság nem teljeskörű, az intenzívebb használat az adatkeret gyorsabb kimerülésének kockázatát is magában hordozza, amivel a fogyasztók utóbb sem feltétlenül szembesülnek, hiszen arról magától a Vodafone-tól sem tudnak utólag információhoz jutni, hogy mi okozta adatkeretük kimerülését. Ez pedig a korlátlan opciók további használatát eredményezheti, az adatkeret „megóvása” érdekében esetlegesen más internetforgalmak rovására, vagy adott esetben magasabb adatforgalmi keretet biztosító díjcsomagra való váltásra is ösztönözhet, illetve befolyásolhatja a mobilinternet és a WiFi használatának arányát. Kiemeli az eljáró versenytanács a Vodafone vizsgálati jelentésre tett észrevételére reagálva, hogy azt, hogy az adatkeret kimerülés okáról nem tudnak a felhasználók a Vodafone-tól információt szerezni nem egyfajta önálló jogsértés felrovása a Vodafone számára, sem annak állítása, hogy ez okozná önmagában a jogsértést, hanem ez egy ténymegállapítás ami a magatartás korrekciójával lehet összefüggésben.

196. A vizsgált időszakban a nullás díjzabású opcióval igénybe vehető mobilinternet díjcsomagokban kínált alkalmazások népszerűsége jelentős mértékben nőtt, használatuk mindennaposá vált. (Ez a Vodafone előfizetőinek megoszlásából is látható – vö. 16. pont.) Másrészt, a rendelkezésre álló adatok alapján arra is következtethetünk, hogy a vizsgált

⁸³ 56. alszámú beadvány

időszakban magasnak tekinthető és folyamatosan növekvő internethasználati igényt elsősorban ugyanazon használati célok irányították: a legnépszerűbb kimagaslóan a közösségi oldalak látogatása és az egyes kommunikációs, chat alkalmazások használata. Az előbbieken túl a videómegosztó online TV-k, valamint a navigáció használata is növekvő tendenciát mutat; ezeket a használati célokat a fogyasztók fele, illetve több mint fele előnyben részesíti.

197. A kínálati oldal adataiból az is látható, hogy a fogyasztók számára kiemelt fontosságú az ismerősök üzenőfalának követése, melynek színtere az ún. „hírfolyam” (Feed), ahol a fogyasztók ismerőseik által megosztott, kedvelt tartalmakat - így akár a beágyazott tartalmakat - is nyomon követhetik, megtekinthetik. A tájékozódáshoz, információszerzéshez az is hozzátartozik, hogy amennyiben a fogyasztó figyelmét a beágyazott tartalom (legyen az egy hirdetés, videó vagy sajtócikk) felkelti, a tartalomra rákattint, hogy annak részleteit megismerje. Ez a cselekmény azonban az adatkeret csökkenésével jár együtt, melyről, ha a fogyasztó információval rendelkezne, vélhetően másképp „gazdálkodikna” a rendelkezésére álló adatkerettel (pl. a tartalmat WIFI hálózatról nyitná meg).
198. A fentiek alapján az a következtetés vonható le, hogy a korlátlan valótlan állítása alkalmas a fogyasztók ügyleti döntéseinek befolyásolására, s a befolyásolásra való alkalmasság nem elhanyagolható mértékű, hanem érdemi, és e körben nem releváns az a körülmény, hogy a kampány marketing szempontból hatásosnak minősült-e vagy sem.
199. Megjegyzendő továbbá, hogy a Versenytanács következetes gyakorlata szerint az Fttv. alkalmazásában a jogsértés megállapíthatóságához nem szükséges a megtévesztés tényleges megtörténte, elegendő az arra való alkalmasság⁸⁴.
200. Mindezek alapján az eljáró versenytanács szerint megállapítható, hogy a legnépszerűbb internetes alkalmazások korlátlanságának ígérete alkalmas arra, hogy olyan döntés meghozatalára készítse a fogyasztókat, amelyet egyébként nem hoztak volna meg.

VII.4.5. Összegzés

201. A fentebb részletesen kifejtettek tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Vodafone megtévesztette a fogyasztókat, amikor 2017 júniusától kezdődően a mobilinternet szolgáltatása keretében kínált nullás díjszabású tematikus opciókat és díjcsomagokat korlátlanként népszerűsített miközben nem valamennyi, a fogyasztó által megtekinteni kívánt tartalomra érvényes a korlátlan adathasználat, ugyanis egyes adatforgalmi irányok használata (beágyazott tartalmak megnyitása, alkalmazások letöltése, frissítése, regisztráció, dalszövegek megtekintése) csökkentette a fogyasztók adatforgalmi keretét amely magatartása révén a Vodafone az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

⁸⁴ „Az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésének az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerinti magatartás megvalósítása révén történő megsértéséhez elegendő az arra való alkalmasság, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, a jogsértéshez nem szükséges, hogy akárcsak egy fogyasztó ténylegesen meghozzon egy olyan ügyleti döntést a jogsértő kereskedelmi gyakorlat hatására, amelyet egyébként nem hozott volna meg.” A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv-vel, Grt-vel és a Tptv III. fejezetével, a Gyftv.-vel, Éltv-vel és az 1169/2011/EU rendelettel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2020) (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések), I.6.31. (Vj/78/2011.)

VIII.

A kötelezettségvállalás értékelése

202. Az eljárás alá vont a vizsgálói szakban jelezte már kötelezettségvállalási igényét, kötelezettségvállalási indítványát pedig – többször módosítva, pontosítva – az előzetes álláspont előtt megtette. Az eljáró versenytanács értékelése szerint azonban a jelen eljárásban nincs lehetőség ezen kötelezettségvállalás elfogadására.
203. A jelen ügyben ugyanis – a Vodafone érvelésével ellentétben – több körülmény is a kötelezettségvállalás elfogadása ellen szól. Így különösen kiemelendő, hogy a vizsgált magatartás kapcsán a GVH kikristályosodott joggyakorlattal rendelkezik, mind a valótlan kategorikus üzenetek, mind az azzal ellentétes tartalmú esetleges kiegészítő tájékoztatások vonatkozásában, általánosságban.⁸⁵ Emellett a GVH már több ízben vizsgálta és marasztalta el konkrétan a korlátlanság megtévesztő ígérését, ráadásul éppen a telekommunikációs piacokat érintően.⁸⁶ Ennek okán a Vodafone megfelelő ismeretekkel rendelkezhetett a jogszerű magatartással szembeni elvárásokról, különös figyelemmel arra is, hogy az egyik elmarasztalt vállalkozás a Vodafone maga volt. (Vö. Kötelezettségvállalási közlemény 14. d) pont.)
204. A Vodafone a kötelezettségvállalásának indokolhatósága kapcsán maga sem vitatta, hogy a korlátlanként hirdetett, de valójában rejtett korlátokkal bíró ajánlatokkal kapcsolatos versenyhatósági gyakorlat már kikristályosodott. Álláspontja szerint ugyanis ajánlatai – szemben a VJ/32/2020. sz. ügyben hozott határozattal érintett ajánlatokkal – ténylegesen korlátlan felhasználási lehetőséget biztosítottak az adott alkalmazásokon belül, függetlenül attól, hogy milyen formátumú tartalmat fogyasztott a felhasználó. A Vodafone tehát akként érvel, hogy a korlátlansággal kapcsolatos kialakult joggyakorlat nem releváns öt illetően, mivel az az állítás, hogy a megjelölt alkalmazások használata nem csökkenti az adatkeretet, teljes mértékben igaz volt. Az eljáró versenytanács a korábban kifejtettek szerint nem osztja a Vodafone álláspontját és megállapíthatónak látja, hogy a Vodafone korlátlanként hirdetett olyan szolgáltatást, amely nem minősült korlátlannak, és a kialakult joggyakorlat igenis releváns a jelen ügyben.
205. A fentieken túl szintén az eljárás kötelezettségvállalással történő lezárása ellen szóló érvként hozható fel, hogy a Vodafone-nal szemben az elmúlt 10 évben számos alkalommal került sor tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmára vonatkozó előírások megsértésének megállapítására, melyek között kategorikus állításokat vizsgáló eljárások is megtalálhatóak voltak.⁸⁷ (Vö. Kötelezettségvállalási közlemény 14. f) pont.)
206. Mindezekre tekintettel a benyújtott/módosított kötelezettségvállalási indítvány egyes elemeinek részletes értékelésétől az eljáró versenytanács e helyütt eltekint, azok megalapozottságának, kidolgozottságának vizsgálatára a szankció meghatározása körében, a bírságcsökkentést megalapozó együttműködéssel összefüggésben kerül sor.

⁸⁵ Ld. pl. a fenti 82. lábjegyzetben hivatkozott Elvi jelentőségű döntéseket, illetve az alapjául szolgáló versenyfelügyeleti eljárásokat.

⁸⁶ Ld. VJ/30/2019. DIGI / Invitel; Vj/73/2013. Telenor; Vj/12/2009. Pannon; VJ/6/2009. Vodafone; Vj/144/2005. T-Online

⁸⁷ Vö. 6. pont, azon belül is elsősorban a VJ/104/2015. („akár 105 Mbit/s sebességgel”) és VJ/24/2018. („maximális sebességű hálózat”) eljárásokat.

207. A Vodafone utalt arra, hogy [üzleti titok]. Ezt a [üzleti titok] az eljáró versenytanács nem tudja a kötelezettségvállalás értékelése során figyelembe venni. Ezt ugyan a Vodafone sem a kötelezettségvállalás elfogadhatósága melletti érvként adta elő, megjegyzi azonban az eljáró versenytanács, hogy ez a [üzleti titok] a következőkben ismertetett bírósági fejlemény [üzleti titok] is lehet. Az Európai Bíróság a 2021. szeptember 2-án született, C-854/19. sz. előzetes döntéshozatali eljárásban született ítéletre, amely kimondta, hogy

„28 Márpedig az olyan „nullás díjszabású” tarifaopció, mint amelyről az alapügyben is szó van, az internetes forgalmon belül kereskedelmi megfontolások alapján tesz különbséget azáltal, hogy nem számítja be az alapidíjsomagba a partnerek által nyújtott alkalmazások felé irányuló forgalmat. Következésképpen az ilyen kereskedelmi gyakorlat nem felel meg a 2015/2120 rendelet 3. cikke (3) bekezdésének első albekezdésében előírt, a forgalom tekintetében hátrányos megkülönböztetéstől vagy beavatkozástól mentes egyenlő bánásmódra vonatkozó általános kötelezettségnek.

29 Hangsúlyozni kell, hogy e kötelezettségszegés, amely magából az ilyen tarifaopció ösztönző jellegéből következik, attól függetlenül fennáll, hogy az alapidíjsomag kimerítését követően továbbra is szabadon hozzáférhetnek-e az internet-hozzáférési szolgáltató partnerei által szolgáltatott tartalomhoz, vagy sem.

30 Egyébiránt nincs jelentősége annak, hogy az ilyen opció a 2015/2120 rendelet 3. cikkének (2) bekezdése értelmében vett megállapodás hatálya alá tartozik-e, amint arra a jelen ítélet 24. pontja emlékeztetett, vagy hogy az az ügyfél vagy tartalomszolgáltató tényleges kérésének kielégítésére irányul.

31 Végül a szabályozási intézkedések tekintetében előírt kivételek nem vehetők figyelembe, mivel a 2015/2120 rendelet 3. cikke (3) bekezdése második albekezdésének megfelelően az ilyen intézkedések nem alapulhatnak az internet-hozzáférési szolgáltató által folytatott kereskedelmi stratégián.”

208. Ezzel kapcsolatban utal még az eljáró versenytanács egy friss tanulmányra,⁸⁸ aminek konklúziója szerint: „[a]z EUB kimondta, hogy minden kereskedelmi megfontoláson alapuló megkülönböztetés összeegyeztethetetlen a 2015/2120 rendelet 3. cikk (3) bekezdésével, függetlenül attól, hogy a kiemelt partneralkalmazások tartalmát a szolgáltató az általános adatkeret kimerülése előtt vagy után részesíti előnyben. E szigorúbb értelmezés az EUB német ügyekben hozott, 2021. szeptemberi ítéleteiben jelenik meg egyértelműen, így ennek fényében a jelenlegi piaci gyakorlat – újabb – átgondolása, felülvizsgálata is indokolt lehet.”

209. A BEREC az ítélet hatására a vonatkozó iránymutatását is frissíteni fogja⁸⁹.

⁸⁸ Bartóki-Gönczy Balázs – Remes Gábor: Qua vadis, zero rating?, In Medias Res, Folyóirat a sajtószabadságról és a társadalmi nyilvánosság szabályairól, 2021., X. évfolyam, 2. szám

⁸⁹ https://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/press_releases/10047-press-release-berec-will-update-guidelines-following-the-court-of-justice-rulings-on-zero-rating-publishes-recently-adopted-reports-and-calls-for-stakeholders-input

IX.

Jogkövetkezmény

IX.1. Eltiltás a jogsértő magatartás további folytatásától

210. Bár a Vodafone a kötelezettségvállalási javaslatában a kereskedelmi gyakorlatának átalakítására is vonatkozott, kidolgozva és bemutatva a módosított honlapi tájékoztatások tervezett tartalmát (és ezen módosításokat el is végezte a lenti, adminisztratív hiányosságnak tűnő kivételektől eltekintve), az eljáró versenytanács ezt a vállalási elemet bírságcsökkentésre sem találta alkalmasnak, hiszen – bár a javasolt intézkedések irányát, terjedelmét megfelelőnek ítélte – úgy értékelte, hogy azok alapvetően nem mutatnak túl a jogsértés esetén a jogszabályokból egyébként is következő módosítási kötelezettségeken. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra tett észrevételében úgy érvelt, hogy álláspontja szerint okafogyott az eltiltás alkalmazása (lásd e körben a 135. pontban írtakat). Az eljáró versenytanács úgy látja, hogy a Vodafone ténylegesen megváltoztatta kereskedelmi kommunikációját, ennek ellenére a honlap áttekintése során két helyen⁹⁰ is találkozott a Vodafone Pass kapcsán a korlátlanág kifejezéssel, amelyek módosítása szükséges. Erre tekintettel az eljáró versenytanács a Tpvt. 76. § (1) bekezdés h) pontja szerint eltiltja az eljárás alá vontat a jogsértő magatartás további folytatásától és kötelezi, hogy módosítsa a honlapi tájékoztatásait 30 napon belül, amennyiben azt még nem tette meg. Ennek megtörténtét képernyőmentésekkel igazolja a kompenzációs vállalás igazolásának benyújtásakor.

IX.2. Bírság

211. Figyelemmel továbbá a jogsértés jellegére, súlyára és az érintett piacra, a vizsgált gyakorlatok elterjedtségére, valamint a kikristályosodott joggyakorlatra, az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpvt. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tpvt. 78. § (1) bekezdés a) pontja alapján bírság kiszabását is indokoltnak látta az eljárás alá vont vállalkozással szemben, a speciális és generális prevenció biztosítása érdekében.

212. A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, az 1/2021. számú közleménnyel módosított 12/2017. számú közleménye⁹¹ (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a Gazdasági Versenyhivatal meghatározza az Fttv. és a Tpvt. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

213. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért

⁹⁰ <https://www.vodafone.hu/extrak-kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok> , ezen a weboldalon az szerepel (2022.08.03-ai állapot), hogy „Válaszd a hozzád illő korlátlan csomagot!”

https://www.vodafone.hu/segithetunk/szolgaltatasok/vodafone_pass/q-0 , ezen a weboldalon az szerepel (2022.08.03-ai állapot), hogy „[...] az applikációk használata belföldön teljesen korlátlan mindaddig, amíg [...]”

⁹¹ A közleményt a Gazdasági Versenyhivatal azon eljárásokban alkalmazza, amelyekben a Tpvt. 73. §-a szerinti előzetes álláspont a közlemény közzétételkor, azaz 2021. április 22-én még nem került az eljárás alá vontaknak megküldésre.

előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

214. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.
215. Emellett a bírság összegének ösztönöznie kell azt is, hogy mind az adott vállalkozást, mind pedig a hasonló helyzetben lévő vállalkozásokat visszatartsa a (további) jogsértések elkövetésétől, egyben megerősítse a jogkövető vállalkozásokat abban, hogy a tisztességes üzleti magatartás a helyénvaló. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz.
216. A Bírságközlemény 11. pontja értelmében a GVH fontosnak tekinti a magatartással arányos bírság követelményét is, amely oly módon érvényesül, hogy a Bírságközlemény alapján kiszabott bírság az adott vállalkozás által elkövetett jogsértés súlyához, valamint a feltárt enyhítő és súlyosító körülményekhez igazodik, és nem az adott jogsértésben esetleg résztvevő többi vállalkozásra kiszabott bírsághoz.
217. A Bírságközlemény 13. pontja értelmében a fenti célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.
218. A Bírságközlemény értelmében kereskedelmi gyakorlat esetében jellemzően a jogsértő kommunikációk költségéből indul ki a Versenytanács, mivel ez általában megfelelő kiindulási alapot jelent a kereskedelmi gyakorlat súlyának megítélése során. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jelen ügyben is – ahogy azt a Vodafone is indokoltnak látta beadványában - a kommunikációs költségeket volt célszerű alapul venni, mivel azok kellő pontossággal rendelkezésre állnak, és a kommunikációs eszközök jellegére, alkalmazásának körére tekintettel is relevánsnak tekinthetők. A jogsértő kommunikációs költség: [üzleti titok] Ft (2017. július-augusztus), [üzleti titok] Ft (2019. június-július - Manhattan), [üzleti titok] Ft (2019. december-2020. január - Xmas), azaz összesen [üzleti titok] Ft.
219. A Vodafone álláspontja szerint a 2019-es kampányban a Video Pass-hoz kapcsolódó kampány véleményünk szerint nem ilyen – a Video Pass-ban foglalt népszerű videos alkalmazások, a Netflix és az HBO GO nem is tartalmazzak beágyazott tartalmakat, a

YouTube esetében pedig a fogyasztónak kifejezetten tudatosan kell rákattintani az olyan tartalmakra, amelyekkel elnavigál az adott alkalmazásból. A YouTube-on ugyanis megjelennek olyan hirdetések, amelyek láthatóan felajánlják, hogy a fogyasztó a hirdetésre kattintva látogassa meg a hirdető weboldalát, de a legátlagosabb fogyasztó is tisztán látja, hogy az nem a YouTube oldala, látható honlap címe, és külön kattintani kell ahhoz, hogy a fogyasztó elhagyja a YouTube oldalát.

220. A fentiekre tekintettel a Vodafone álláspontja szerint a 2019. évi Manhattan kampány költsége nem veendő figyelembe, így a vizsgálati jelentés által jogsértőnek tekintett kommunikációs eszköz költsége a Vodafone álláspontja szerint nagyjából [üzleti titok] millió Ft.
221. A fent leírtak szerint nem ért ezen megközelítéssel egyet az eljáró versenytanács, így álláspontja szerint a Manhattan kampány költségét is szükséges figyelembe venni, a figyelembe veendő összköltség, a bírság kiinduló összege tehát [üzleti titok] Ft volt.
222. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően került sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget.
223. A Vodafone szerint⁹² vitatható, hogy valóban indokolt-e az a megközelítés, hogy a 2017-től 2021-ig terjedően azonos intenzitású jogsértést javasol megállapítani a vizsgálati jelentés. A 2017-ben folytatott kampányt követően két évig nem volt aktív kereskedelmi kommunikáció a Pass-ok kapcsán, majd 2019-ben részben eltérő fókuszú kampány folyt, azt a fogyasztók már aligha kapcsolták össze a korábbi kommunikációval, és azt követően sem volt aktív reklámozás a Pass-okhoz kapcsolódóan.
224. A fentiek alapján álláspontja szerint nem indokolt súlyosító körülményként értékelni a jogsértés időtartamát és az üzenet erőteljességét.
225. A Bírságközlemény 34. pontja szerint megállapítható a kereskedelmi gyakorlat intenzitása például ha huzamosabb ideig, az aktív kampányidőszakot meghaladóan is elérhető volt a jogsértő kereskedelmi gyakorlat egy vagy több eleme⁹³, vagy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat üzenete erőteljes⁹⁴.
226. Az eljáró versenytanács a lenti két szempont együttes értékelése alapján közepes súlyosító körülményként értékelte, hogy a kereskedelmi gyakorlat fokozottnak minősült.
227. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint megállapítható, hogy egyes kereskedelmi kommunikációk (eDM, SMS) a vizsgált időszak teljes tartama alatt kiküldésre kerültek, valamint a Pass-ok népszerűsítése, illetve fogyasztók ezen szolgáltatásról való tájékoztatása a Vodafone honlapján, a szolgáltatás 2017 júniusi piaci bevezetésétől kezdve a termékoldalakon, valamint a fogyasztók által gyakran látogatott, információszerezésre alkalmas aloldalakon mindvégig megtalálható volt és jelenleg is az⁹⁵.
228. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat üzenete – a korlátlanúság ígéretének kategorikus volta miatt – erőteljes volt, így különösen alkalmas

⁹² 56. alszámú irat

⁹³ Lásd a VJ/104/2012. számú ügyben hozott határozatot.

⁹⁴ Lásd a VJ/041/2004. számú ügyben hozott határozatot.

⁹⁵ VJ/1-20/2021. (P/1002-4/2020.)

volt a fogyasztói döntések orientálására, mivel egy egyszerű, könnyen érthető, értelmezhető, a fogyasztók számára vonzó üzenetet hordozott.

229. Egyéb súlyosító körülményt az eljáró versenytanács nem azonosított.
230. Közepes fokú enyhítő körülményként vette ugyanakkor figyelembe az eljáró versenytanács, hogy a Gyakori kérdések aloldalon elhelyezett tájékoztatás - mind strukturális, mind tartalmi értelemben - alkalmas lehetett volna arra, hogy annak ismeretében a fogyasztókban reális kép alakuljon ki a népszerűsített szolgáltatásról. Ezt közepes enyhítő körülményként lehet figyelembe venni, mivel - a 185. és 186. bekezdésekben írtaknak megfelelően - a „fogyasztói út” során sehol sem került elhelyezésre a Vodafone „Gyakori kérdések”-hez vezető link, vagy egyéb olyan tájékoztatás, amely egyértelműen bemutatná, hogy az egyes közösségi alkalmazások esetében mely adatforgalmak járnak az adatkeret csökkenésével és melyek nem, valamint, hogy az egyes díjcsomagokat bemutató oldalról is csak több kattintással volt elérhető a tájékoztatás, egyéb kommunikációk esetében pedig szintén nem történt utalás a Gyakori kérdések elérhetőségére. Erre tekintettel az itt szereplő információk nem is váltak a fogyasztói tájékoztatás részévé. Az eljáró versenytanács utal továbbá a 66. bekezdésben foglaltakra, amiből látszik, hogy a korlátlan közösségi alkalmazásokkal népszerűsített mobilinternet díjcsomagoknál az oldal alján található "További részletek" gombra, illetve az itt elérhető <https://www.vodafone.hu/extrak-kiegeszitok/vodafone-pass-adat-opciok> linkre csak a látogatók valamivel több, mint [üzleti titok] %-a kattintott tovább.
231. A Bírságközlemény 51. pontja szerinti, kiemelt, maximálisan adható mértékű enyhítő körülményként tekintett az eljáró versenytanács arra, hogy a feltárt jogsértő magatartás a ténylegesen érintett fogyasztói kört tekintve marginálisabb hatással, sérelemmel járhatott, hiszen alapvetően a beágyazott tartalmakra vonatkozott, valamint az érintett applikációk során a regisztráció, az alkalmazás-letöltése, az alkalmazás frissítése kapcsán merült fel, azaz az eljáró versenytanács nem azonosított az adott alkalmazások átlagos fogyasztói használata során bevett és kedvelt funkcióval kapcsolatos generális korlátozást (azaz pl. a Facebook alkalmazásban a Facebookra feltöltött videók megtekintése, vagy a chat során a videó- vagy hanghívás nem csökkentette az adatkeretet). E körben tehát az eljáró versenytanács figyelembe vette a Vodafone azon előzetes álláspontra adott észrevételét, ami szerint „a fogyasztó alapvetően nem szenvedett kárt”. Egyéb enyhítő körülményt az eljáró versenytanács nem azonosított.
232. Mindezek összegzéséeként, a súlyosító és enyhítő körülményeket egymással összevetve, azok számát és súlyát is mérlegelve, az eljáró versenytanács a kiinduló összeg kiemelt, nagy fokú (az alapösszeg negyedének megfelelő összeget meghaladó) csökkentését látta indokoltnak, amelynek eredményeként [üzleti titok] Ft-os alapösszeg adódott.
233. Az eljáró versenytanács ezt követően megvizsgálta, hogy szükséges-e a fentiek alapján kalkulált bírságösszeg korrekciója. Mivel az eljárás alá vont többszörös visszaesőnek minősül (elmúlt tíz évben 7 jogsértés), így a bírság növelése indokolt, amelynek mértéke a Bírságközlemény 59. pontjában foglaltak szerint ismétlődésenként legfeljebb 100% is lehet, azaz 700%-os növelésre is sor kerülhetne. A bírság emelésének mértéke az ismétlődés fokához (a korábbi és az új magatartás, annak tényállása, valamint az értékelt körülmények közötti azonosság mértékéhez) igazodik, figyelemmel arra is, ha a korábbi és az új ügyben hozott döntés között jelentősebb idő telt el. Az elmúlt 10 évben a Vodafone-nal szemben 7 ügyben került sor jogsértés megállapítására fogyasztóvédelmi típusú

ügyekben. Ezek közül egyesek eltérő jogalapot és/vagy alapjaiban eltérő szolgáltatásokat érintettek, így kisebb súllyal veendő figyelembe, míg mások – a kategorikus állítások használata illetve a mobilinternet szolgáltatás érintettsége folytán – nagyobb hasonlóságot mutatnak a jelen ügygel, így nagyobb súllyal értékelendők. Az ismétlődés miatti bírságkorrekció során az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra is, hogy az ügyek nagyobbik része már régebben zárult, így relatíve kisebb súllyal esnek latba, kettő döntés született az elmúlt 5 évben. A kategorikus állítások kapcsán kiemelendő, hogy korlátlanság hamis ígéretével kapcsolatban nem került sor jogsértés megállapítására az elmúlt tíz évben az eljárás alá vonttal szemben, a Vodafone kategorikus állításokat korábban a hálózatának kiterjedtségével, méretével, minőségével, az elérhető sebességgel kapcsolatban tett.

234. Mindezeket összességében mérlegelve az eljáró versenytanács a fenti összeg másfélszeresétől némileg kisebb, [üzleti titok] Ft bírság figyelembevételét látta indokoltnak.

235. Mivel jogsértéssel elért előny nem került azonosításra, számszerűsítésre, és az elrettentés / arányosság biztosítása érdekében sem volt szükséges a bírságösszeget növelni vagy csökkenteni, az eljáró versenytanács további korrekciót nem látott indokoltnak. A fentiek alapján adódó bírságösszeg nem haladja meg a Vodafone előző évi nettó árbevételének 10%-át, így az eljárás alá vont vállalkozáscsoportjára irányadó törvényi maximumnak is alatta marad.

236. Az eljáró versenytanács ugyanakkor jelentős mértékű bírságcsökkentést látott indokoltnak arra tekintettel, hogy az eljárás alá vont az eljárás során kiemelt fokú együttműködést tanúsított azáltal, hogy a kötelezettségvállalási csomagjának megvalósítását arra az esetre is vállalta, ha az eljáró versenytanács a Tpv. 75. §-a alkalmazására nem lát módot, de a vállalatok megvalósítását bírságcsökkentéssel honorálja. E körben az eljáró versenytanács az alábbiakat vette figyelembe:

- A Vodafone felajánl⁹⁶ a jelenleg azonosítható, érintett fogyasztóknak, akik jelenleg nem korlátlan adatkeretet tartalmazó csomagra fizetnek elő, egy egyszeri plusz 3 gigabyte-os adatkeretet. A plusz adatkeret kb. [üzleti titok] előfizetőnek kerül rendelkezésre bocsátásra (minden olyan előfizetőnek, akinek a vállalat megvalósításakor a Pass-ot tartalmazó díjcsomagja vagy kiegészítő Pass szolgáltatása van). A Vodafone álláspontja szerint amennyiben valamennyi előfizető aktiválja a plusz adatkeretet, a vállalat kereskedelmi értéke [üzleti titok] x 3.000 = [üzleti titok] millió Ft (bruttó).
- A vállalat értékével kapcsolatban a Vodafone előadta, hogy nem valószínű, hogy valamennyi előfizető aktiválni fogja a plusz adatkeretet, konzervatív becsléssel az előfizetők [üzleti titok] %-ának aktivitásával számolva, a vállalat értékét az alábbiak szerint becsüli:
 - kb. [üzleti titok] előfizető aktiválja a bruttó 3.000 Ft, nettó 2.857 Ft értékű adatkeretet – ez [üzleti titok] millió Ft;
 - a kieső bevétel az egyébként vásárló előfizetők folytán [üzleti titok] Ft;

⁹⁶ Lásd 64. alszámú irat

- a hálózati költség kb. [üzleti titok] Ft (az aktiválások számától függ, de az előfizetők kb. harmadával számolva, és a teljes [üzleti titok] Ft-os hálózati költségből kiindulva).
- Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a vállalás valós értékét – a Bírságközlemény VI.I. fejezetében írtakra is figyelemmel – a lentiek szerint szükséges meghatározni:
 - A Vodafone saját becslése szerint az érintett fogyasztók [üzleti titok] %-a fog élni a felajánlott adatkerettel, így a valamennyi fogyasztó által megszorított nettó kereskedelmi érték [üzleti titok] %-át szükséges venni. Tekintettel kell azonban lenni arra, hogy a Vodafone szerint⁹⁷ az átlagos adatfelhasználás [üzleti titok], ami a felajánlott mennyiség [üzleti titok], így a teljes kereskedelmi érték fent kalkulált értékének a [üzleti titok] szükséges venni, ami megközelítőleg [üzleti titok] millió Ft.
 - Az eljáró versenytanács nem ért egyet azzal, hogy a vállalás értékének meghatározásakor figyelembe kellene venni a hálózati költséget, valamint a Vodafone esetleges kieső bevételeit, mivel a vállalások értékének meghatározása során az eljáró versenytanács szerint a vállalások fogyasztói szempontból történő meghatározására kell törekedni, és a hálózati költség, - amelyet az eljáró versenytanács álláspontja szerint a vállalkozás az adatsomag kereskedelmi értékének megállapítása során már különben is figyelembe vett – valamint az esetleges kieső bevétel nem minősül ilyen tételnek. Szintén nem gondolja az eljáró versenytanács, hogy a vállalás értékét növelni lenne szükséges, mivel az sms-ben történő aktiválás könnyebbé teszi az extra adat felhasználását, ugyanis a Vodafone eddig is úgy érvelt, hogy az applikáción keresztüli aktiválás nehézséggel nem jár, így egy újabb aktiválási mód beiktatása érdemben nem módosíthat a Vodafone által becsült felhasználását százalékon. Ettől eltekintve pozitívnak tartja az eljáró versenytanács a Vodafone vállalás fejlesztését, ami az ingyenes válasz sms-ben történő aktiválást és az ügyfélszolgálati aktiválást is lehetővé teszi.
 - A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint a bírság korrigált összegéből a vállalás fent kalkulált összegét szükséges levonni és kötelezni a Vodafone-t ezen vállalások teljesítésére.
- A kereskedelmi gyakorlat módosítását illetően az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy az nem mutat érdemben túl azokon az intézkedéseken, amiket az eljárás alá vontnak a magatartás további folytatásától való eltiltás esetén egyébként is fogantatás kellene, így erre figyelemmel bírságcsökkentés nem indokolt.

237. Tekintettel arra, hogy a Vodafone önkéntesen, feltétel nélkül (lásd e körben a jelen határozat 137. és 139. pontjaiban írtakat) elismerte a jogsértést és lemondott a jogorvoslati jogáról, az eljáró versenytanács ezen vállalást, a Bírságközlemény VI.3. fejezetében található egyéb együttműködésnek minősülő enyhítő körülményként értékelte. A

⁹⁷ 64. alszámú irat

Bírságközlemény 88. pontja szerint a Gazdasági Versenyhivatal a jogsértés beismerésére tekintettel legfeljebb 30%-kal, [...] a jogorvoslatról való önkéntes lemondásra tekintettel összességében legfeljebb 20%-kal mérsékelheti a bírság összegét, azzal, hogy ez utóbbi szempontokra beismeréssel egyidejűleg csak akkor adható bírságcsökkentés, ha azok a beismeréshez képest további hozzáadott értéket képviselnek az eljárás szempontjából.

238. A jelen eljárásban az eljáró versenytanács a Vodafone jogsértés elismerését és jogorvoslatról való lemondását összesen 30%-os bírságcsökkentő tényezőként értékelte, azaz az ezen két tényezőre összesen maximálisan adható csökkentés felénél nagyobb mértékben jutalmazta azokat. Ennek meghatározása során figyelemmel volt arra az eljáró versenytanács, hogy az elismerés és jogorvoslatról lemondás felajánlására az előzetes álláspontra adott észrevételben került sor és a tényállás már teljeskörűen feltárássra került a felajánlás idejére valamint, hogy a magatartás értékelése kapcsán kikristályosodott a joggyakorlat. Szintén figyelembe vette az összesen 30%-os bírságcsökkentés meghatározásakor az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont nagy nemzetközi háttérrel rendelkező, a versenyjogi előírások, elvárások területén tapasztalt, tudatos vállalkozás, aki számára a versenyjogi elvárások a saját korábbi eljárásokból és professzionális jogi tanácshoz történő hozzáférése révén ismertek lehettek.
239. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács az eljárás alá vonttal szemben – lefelé kerekítést követően – 60 millió Forint bírságot szab ki.

X.

Egyebek

240. A Tpv. 62/C. § (1) bekezdése alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (a továbbiakban együtt: fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene. A (3) bekezdés alapján a fizetési kedvezményre vonatkozó szabályokat kell megfelelően alkalmazni meghatározott cselekmény teljesítésére irányuló kötelezettség esetén is. A (4) bekezdés szerint pedig a teljesítési határidő lejárta után az ügyfél - feltéve, hogy a végrehajtást még nem rendelték el - a (2) bekezdésben meghatározott okból igazolási kérelem egyidejű benyújtásával kérhet fizetési kedvezményt. Ha a vizsgáló, illetve az eljáró versenytanács elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is. A fizetési kedvezmény iránti kérelmet a Bírságközlemény III.8. fejezetében foglalt szempontokra figyelemmel indokolni, és adatokkal, okiratokkal megfelelően alátámasztani szükséges.
241. A Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja értelmében a GVH utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg. Ugyanezen szakasz (6) bekezdés d) pontja szerint a vizsgálónak az utóvizsgálatban előterjesztett jelentése alapján az eljáró versenytanács a feltétel teljesülésének, illetve az előírt kötelezettség teljesítésének megállapítása esetén az

utóvizsgálatot végzéssel megszünteti, ennek hiányában elrendeli a kötelezettség végrehajtását vagy bírságot szab ki.

242. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
243. A Tpvt. 84/B. § (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg - ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható - végrehajtási bírságot szab ki. A Tpvt. 84/D. § (2) bekezdés értelmében a meghatározott cselekmény végrehajtását a Gazdasági Versenyhivatal foganatosítja, kivéve, ha az eljáró versenytanács végrehajtási bírság kiszabásáról döntött.
244. A Tpvt. 84/C. §-a értelmében ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
245. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik – a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság foganatosítja.
246. A Tpvt. 80/Q. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
247. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
248. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
249. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.

250. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
251. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
252. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
253. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2022. augusztus 4.

dr. Kuritár Dávid
előadó versenytanács tag

Dudra Attila
versenytanács tag

dr. Szoboszlai Izabella
versenytanács tag

Melléklet

Az eljárás alá vont által vállalt egyes intézkedések kötelezettségkénti előírása

1. A Vodafone felajánl⁹⁸ 3 GB extra adatkeretet a jelenleg azonosítható valamennyi olyan előfizetőnek, akik vagy rendelkeznek olyan előfizetői csomaggal, amelyben a Pass szolgáltatás elérhető, vagy kiegészítő Pass szolgáltatásuk van, függetlenül attól, hogy vásároltak-e kiegészítő adatkeretet.
2. Az érintett fogyasztói kör pontos azonosítása alapján az adatkeretet a Vodafone a Versenytanács döntésének meghozatalát követően 90 napon belül a fogyasztók rendelkezésére bocsátja.
3. A fenti adatkeret növelésről a Vodafone SMS-ben értesíti az érintett előfizetőket, majd emlékeztető SMS-ekkel gondoskodik arról, hogy minél több előfizető aktiválja az extra adatkeretet. Az első SMS tervezett szövege a következő:

„Kedves Ügyfelünk!

A Gazdasági Versenyhivatal döntése alapján díjmentes 3GB extra adatmennyiséget biztosítunk számodra, mely az aktiválástól számított 30 napon belül használható fel belföldön és az EU-ban utazási célra. Az adatkeretet a xxxx telefonszámodra tudod igénybe venni. Aktiváláshoz 30 napon belül látogass el a My Vodafone Applikáció Ajánlataim menüpontba (link: <https://vfhu.page.link/MVA10MyOffers>), vagy válaszolj erre az SMS-re az IGEN szóval.

Üdvözlettel: Vodafone”

4. Az első SMS kiküldését követő 20. napon a Vodafone a következő emlékeztető SMS-t küldi ki a 2. bekezdés szerint azonosított érintett fogyasztói körnek:

„Kedves Ügyfelünk! A Gazdasági Versenyhivatal döntése alapján biztosított díjmentes 3GB extra adatmennyiség aktiválására még [10] nap áll rendelkezésedre. Az adatkeret az aktiválástól számított 30 napon belül használható fel belföldön és az EU-ban utazási célra. Az adatkeretet a xxxx telefonszámodra tudod igénybe venni. Aktiváláshoz látogass el a My Vodafone Applikáció Ajánlataim menüpontba (link: <https://vfhu.page.link/MVA10MyOffers>), vagy válaszolj erre az SMS-re az IGEN szóval.

Üdvözlettel: Vodafone”

5. A felajánlott extra adatkeretet az érintett fogyasztók a 3. bekezdés szerinti értesítés kézhezvételétől számított 30 napon belül a rendes aktiválási folyamatnak megfelelően a My Vodafone Applikációban vagy oly módon is aktiválni tudják, hogy a 3.-4. bekezdésekben említett SMS-ekre válaszul az IGEN szót elküldik díjmentes SMS-ben. A fogyasztók az adatkeretet az aktiválástól számított 30 napig tudják felhasználni.
6. A Vodafone a fenti kötelezettségvállalások végrehajtását köteles megfelelően dokumentálni, és arról a teljes kötelezettségvállalás csomag végrehajtását követően, az extra adatkeret felajánlásáról szóló tájékoztatás 3. bekezdés szerinti kiküldésétől számított 120 napon belül tájékoztatni a Gazdasági Versenyhivatalt, ideértve az extra adatkeretet aktiváló fogyasztók számáról és a fogyasztók által átlagosan felhasznált adatmennyiségről való tájékoztatást is.

⁹⁸ Az Előzetes Álláspontban írtakkal egyezően