

**Fővárosi Bíróság**  
**7.K.31012/2005/3.**

## **A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN!**

A Fővárosi Bíróság a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Rt. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest) alperes ellen (Hiv.sz.: Vj-115/2004.) verseny ügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indult perében meghozta az alábbi

### **Í t é l e t e t:**

A bíróság a felperes keresetét elutasítja.

A bíróság kötelezi a felperest, hogy az Illetékhivatal külön felhívására - az ott megjelölt időben és módon - fizessen meg 16.500 (tizenhatezeröttszáz) forint le nem rótt kereseti illetéket.

A bíróság kötelezi a felperest, hogy fizessen meg alperesnek 15 napon belül 10.000 (tízezer) forint perköltséget.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított 15 napon belül fellebbezésnek van helye a Fővárosi Ítéltáblához, melyet a Fővárosi Bíróságon lehet 3 példányban benyújtani.

### **I N D O K O L Á S**

A felperesi társaság 2004. március 10-e és május 17. napja között honlapjának a „prog.vodafone.hu/keszulekek/keszulek.asp” címen elérhető oldalán közzétett telefonkészülékekkel kapcsolatos tájékoztatóban, a telefonkészülékek kedvezményes árait akként tüntette fel, hogy annak alkalmazási feltételeként - a szóban forgó oldalon - csak a három éves előfizetői hűségnyilatkozatot jelölte meg, elmulasztotta azonban közölni, hogy a kedvezményes ár csak egy meghatározott tarifacsomag egyidejű választásával együtt

érvényes. Ezek a készülékek alkalmasak voltak az úgynevezett „Live” tartalomszolgáltatás elérésére, melyeket kizárólag felperesi társaság biztosít az előfizetőinek.

Az alperesi versenyhatóság Vj-115/2004/17-es számú 2004. november 25. napján kelt határozatával megállapította, hogy a fenti magatartás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas volt (fogyasztói döntés szempontjából lényeges feltételt nem közölt).

A határozat kifejtette, hogy a fenti nem közölt feltétel lényegesnek minősült, mert az ár nagyságával volt kapcsolatos, az ár pedig a fogyasztói döntést befolyásoló legfontosabb tényező. A megtévesztés hatása nem feltétlenül önmagában az, hogy annak hatására hányan vásárolják meg az adott készüléket, hanem az hatást gyakorolhat a felperes más termékeinek forgalmára, mivel az értékesítési pontokra „becsalogathatja” a vevőt. Mindezért a felperes megsértette a Tpvt. 8. § (1) bekezdés és (2) bekezdés c.) pontját, figyelemmel a Tpvt. 9. §-ára is. A határozat ismertette a vizsgálói állásponton és a felperes védekezésén túl a Vj-6/2004 számú eljárásban lefolytatott piackutatás jelen ügyre vonatkozatható eredményeit is, így azt, hogy mobil telefonvásárlás előtt a fogyasztók 83% tájékozódik az adott szolgáltató internetes honlapján, 88%-a pedig más internetes forrást is felhasznál.

A felperes keresetében kérte a határozat akkénti megváltoztatását, hogy a bíróság mellőzze a jogsértés megállapítását. Előadta, hogy a hiányolt feltétel az internetes honlap más oldalán elérhető volt, még pedig olyan oldalon, melyet a fogyasztó nem kerülhetett el. Megítélése szerint túlmutat, mind a bírói gyakorlaton, mind alperes előzetes álláspontján az az alperesi értelmezés, hogy minden információt összesűrítve meg kell jeleníteni. Az alperes érvelése már csak azért is okszerűtlen, és a reklámozási gyakorlatot elbizonytalanítja, mert lényegében az ár nagyságával kapcsolatos minden adott termékre vonatkozó paraméter (formája, illata, vonatkozó jogszabályok, általános szerződési feltételek stb.), így minden feltétel árbefolyásolónak minősül, így ahhoz az abszurd következtetéshez juthatunk, hogy minden feltétel lényeges és ekként megtévesztő lehet. Amellett, hogy más reklámanyagokban helyesen szerepelt a kedvezményes árra vonatkozó információk, a magatartás rövid időtartama mellett azért sem torzíthatta érdemben a piaci viszonyokat, mert olyan szolgáltatáshoz kapcsolódó termékről van szó, melyet a magyar távközlési piacon egyedül felperes nyújt (Vodafone Live), egy olyan termékkel összekapcsoltan (Sharp GX10i készülék), amely terméket kizárólagosan forgalmaz, és így ahhoz hasonló szolgáltatása más

versenyhátrának nincs. Ezért megítélése szerint a közérdek jelen eljárás megindítására nem áll fenn, már pedig a közérdek fennállta a versenyfelügyeleti eljárás egyik feltétele, annak hiányában az nem folytatható le. Előadta azt is a tárgyaláson, hogy a tárgybani honlap a készülékspecifikációkat tartalmazta, tehát azt, hogy a készülékek mint tudnak. Itt az árinformáció már csak másodlagos információ, az meg különösen, hogy akciós csomagban is megszerezhetők.

Az alperes kérte a felperes keresetének elutasítását és felperes perköltségben történő marasztalását, a határozatában foglaltakat mindenben fenntartotta.

A bíróság megállapította, hogy a felperes keresete nem alapos.

A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban Tpv.) 8.§ (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének c.) pontja értelmében megtévesztésnek minősül különösen, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A bíróság osztotta azon alperesi határozatban kifejtett álláspontot, hogy egy adott készülék kedvezményes áron való értékesítése körében az értékesítés lényeges feltétele az, hogy a kedvezményes ár kizárólag egy meghatározott szolgáltatás (tarifacsomag) igénybevételével együtt érvényes. A felperes érvelése ebben a körben azért nem volt elfogadható, mert az alperes nem azt állapította meg határozatában - tartalma szerint-, hogy általában az ár nagyságával kapcsolatos minden paraméter lényeges feltétel lenne, hanem azt, hogy egy kedvezményes, tehát a normál ártól való lényeges eltérés, milyen ezt „kompenzáló” lényeges kötelezettségekkel (hűségnyilatkozat, meghatározott tarifacsomag választás) jár.

A bíróság a kereseti érvelésre figyelemmel és egyben arra reagálva - a határozati megállapításokon túl - rámutat arra, hogy az internetes oldalakon megjelenített tájékoztatásnak, a megjelenítés módjára, jellegére tekintettel fokozottan pontosnak kell lennie. A felhasznált közvélemény-kutatási adatoktól függetlenül is, mint köztudomású tény leszögezhető (és ezt felperes személyes véleménye is alátámasztotta 3. jkv. 2. old utolsó két bek.), hogy egy termék megvásárlásának igénye esetén felmerülő információk megszerzése-

amennyiben azt nem valamely konkrét reklámanyag váltja ki - a fogyasztói szokásoktól és a termék jellegétől függően gyakorta az interneten keresztül történik első körben. Különösen így van ez olyan termékek esetén, amelyek egymást lényegében helyettesítik, de az oligopol piacon működő termékdifferenciálást célzó piaci technikák folytán azok nehezen egybevezethetők (pl. mobilszolgáltatások), mivel az internet, az egyéb kommunikációs eszközöktől eltérő jellegéből adódóan más eszköznél alkalmasabb arra, hogy az információk teljes körűen - akár összehasonlíthatóan - gyorsan és kényelmesen megismerhetők legyenek, az információk teljes körű rendelkezésre bocsátásnak sincs technikai akadály. Ebből is következik az a szintén nyilvánvaló tény, hogy a korábbi lehetőségekhez képest, amikor is az információ megszerzésének lehetőségei korlátozták a fogyasztó döntését, az internet esetében az információk nagy mennyiségének szelektálása, a releváns információk kiválasztása nehezíti meg fogyasztó döntését, az információk feldolgozását (és nem az információk részleges hiánya). Megjegyezhető, hogy ezt a nyilvánvaló tényt fejezi ki az internetes nyelvhasználat „szörfölés” fogalma is, az internet használó (jelen esetben fogyasztó), információk tömegének „felszínén siklik” egészen addig, amíg a releváns információkat, a releváns oldalt ki nem választja.

Ezért a bíróság teljes mértékben egyetértett azon alperesi állásponttal, hogy különösen fontos érdek fűződik ahhoz, hogy egy kedvezményes ár feltételeihez kapcsolható lényeges információk az adott kedvezményes árat tartalmazó oldalon ( még ha más oldalon is van árközlés) legyenek elérhetők és ne más, akár az elérés során szükségszerűen fogyasztó által megtekintett oldalakon, mivel azokat a fogyasztó a fenti köztudomású és az internét immanens működéséből adódó általános és szükségszerű felhasználási technika következményeként nagy valószínűséggel nem ismeri (ismerheti) meg. A felperesi eljárás lényegében azt használja ki; hogy nagy tömegű információs csatorna esetén, az információk nem felhasználó barát elérhetősége, a lényegi és lényegtelen információk logikailag kevésbé strukturált megjelenítése könnyen válhat a felhasználó (fogyasztó) információs igényei kielégítésének gátjává, elősegítve a releváns információkban való tévedést, mely egyenértékű a termékvásárláshoz kötődő információk esetén a Tpv. III. fejezetében tilalmazott fogyasztók döntésének tisztességtelen befolyásolásával.

Ami felperes azon érvét illeti, hogy a piacon nem létező szolgáltatásról és készüléktípusról van szó ezért a verseny torzításáról sem lehet beszélni, a bíróság rá kíván mutatni arra, hogy egy adott szolgáltatás, vagy termék részleges specifikálására, vagy differenciálására való törekvés még nem jelenti azt, hogy a fogyasztó szempontjából az adott termék vagy

szolgáltatás funkcionálisan eltérő lenne más hasonló jellegű termékektől, ekként nem állítható alappal az, hogy a felperes által felajánlott készülék (és az ahhoz tartozó díjcsomag) ne más szolgáltató szolgáltatásával vagy megajánlott készülékével versenyezne a fogyasztókkal, illetve ne más szolgáltatások és termékek forgalmát, értékesítését befolyásolná.

Ami felperes közérdek fennállta körében való hivatkozását illeti a bíróság a fentiekben túl leszögezi, hogy bár a versenyfelügyeleti eljárás megindításáról történő döntés körében a versenyhatóságnak valóban többek között azt kell vizsgálnia, hogy fennáll-e a közérdek az eljárás megindítására, azonban a versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően az eljárás tényéből következően megdönthetetlen vélelemnek tekinthető a közérdek fennállta, a közérdeket maga a versenyhatóság képviseli. Ezért bár lehet arra hivatkozni az eljárás megindítása esetén, hogy az ügyben a közérdek fennáll a versenyfelügyeleti eljárás lefolytatására, de fordítva ez nem lehet alapos: a közérdek csekély volta esetén a szankcionálás mellőzhető.

Jelen ügyben egyébként a bíróság egyetértett abban a felperessel, hogy a jogsértőnek minősített magatartás, annak esetleges gyakorlattá válása, tömegesen sérthetné a fogyasztók termék- és szolgáltatásválasztáshoz kapcsolódó információk megismeréséhez fűződő jogát, ekként az ilyen magatartások elterjedésének megakadályozása a közérdekében indokolható.

Végül a bíróság megjegyzi, hogy bár a tárgyban honlap lehet, hogy az adott telefonkészülék specifikációnak megismerhetőségét szolgálta alapvetően, azonban nem vitatható, hogy árinformációkat is tartalmazott, melyek célja a fogyasztói figyelem felkeltése, a választás elősegítése. Ehhez viszont a fentiekben kifejtettek szerint a teljes körű lényeges információkat meg kell adni.

A bíróság mindezekre tekintettel a felperes keresetét a Pp.339.§ (1) bek alapján elutasította.

A bíróság a perköltségről a Pp.78.§ (1) bek. és 82.E (2) bekezdése, valamint a 32/2003 IM rendelet 3.§ (3) bekezdése alapján döntött.

Budapest, 2005. év október hó 26. napján

Jogerős: 2005. november 30-án.