



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-188/2005/13.

Ikt.sz: AM/304/2006/6.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Vodafone Magyarország Rt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma miatt indult eljárás során tartott nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a külföldről kezdeményezett és a fogadott mobiltelefon hívások Passport szolgáltatási díjáról fogyasztómeztévesztésre alkalmas tájékoztatást adott rádióreklámozásában, egyik óriás, valamint épületpárkányon elhelyezett plakátján a 2005. július 14-től augusztus 30-ig folytatott népszerűsítő kampánya során.

Ezért vele szemben 2.000.000.- (azaz Kettőmillió) Ft bírságot szab ki, amelyet a kézhezvételtől számított 30 napon belül köteles megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételei számlájára.

A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozás a kézbesítéstől számított 30 napon belül kérheti a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

I n d o k o l á s

Az eljárás tárgya az eljárás alá vont vállalkozás (a továbbiakban: Vodafone) hálózatában külföldről kezdeményezett és fogadott mobiltelefon hívások Passport díjáról adott piaci tájékoztatásainak fogyasztómeztévesztésre alkalmassága.

I.

A Versenytanács az ügyfél előadása, a beszerzett írásbeli bizonyítékok, a többszörösen módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 71. § alapján készült vizsgálati jelentés nyomán a következő tényállást állapította meg:

A mobil rádiótelefon szolgáltatást három társaság, a T-Mobile Magyarország Rt., a Pannon GSM Távközlési Rt., valamint a Vodafone nyújtja. A kötött koncessziós szerződés mindhárom szolgáltató számára az ország egész területére kiterjedő szolgáltatói jogosultságot biztosít.

A Vodafone koncessziós szerződés alapján végzett főtevékenysége a mobil rádiótelefon szolgáltatás, de emellett internet hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is nyújt, továbbá jelen van a mobiltelefonok és tartozékok értékesítésének piacán.

A jegyzett tőke: 90.958.000 eFt, mérleg szerinti eredménye: 5.004.000 eFt 2004. március 31. és 2005. március 31. között.

A Versenytanács a Vodafone-t többször marasztalta a közelmúltban fogyasztómegetvesztésre alkalmas magatartása miatt.

- Vj-6/2004. – a VitaMax Duo díjcsomag népszerűsítése, 15.000.000.- Ft bírság;
- Vj-115/2004. – kedvezményes ár feltételek, bírságkiszabás nélkül;
- Vj-150/2004. – a „legnépszerűbb” mobilszolgáltató állítása, 5.000.000.- Ft bírság;
- Vj-75/2005. – a „Vitamax Dumabérlet” és a „Vodafone 90-800” tarifacsomag mellé választható csomag feltételei, 10.000.000.- Ft bírság.

A Vodafone csoport 2005. nyarán a mobil rádiótelefon szolgáltatások piacán bevezetett roaming (külföldről kezdeményezett hívások) szolgáltatása a Vodafone Passport, mely lehetővé tette a Vodafone előfizetői részére, hogy a díjmentesen igénybevehető regisztrációt követően egyes Vodafone és Vodafone Partner hálózatokon egyszeri kapcsolási díjjal, a Vodafone Magyarország hálózatán alkalmazott díjszabás szerint, a tarifacsomaghoz tartozó számlázási egység megtartásával hívásokat kezdeményezhessenek. A hívásfogadásért csak a kapcsolási díj fizetendő, mely megegyezik a hívásindításkor alkalmazott kapcsolási díjjal. Külön forgalmi díj az előfizetőket nem terheli.

A kapcsolási díj minden indított, fogadott hívás után fizetendő, összege a havidíjas (post-paid) előfizetők részére bruttó 198,90 Ft, az előre fizető (feltöltőkártyás) ügyfelek részére bruttó 199,- Ft.

Amennyiben valamely Vodafone-os ügyfél nem választja a Passport szolgáltatást, lehetősége van ennél kedvezőtlenebb áron telefonálni, mert a Vodafone World tarifacsomagja a Passportnál kedvezőtlenebb az ügyfelek számára. Míg a Passportnál van kapcsolási díj, a Worldnél nincs, de a Worldnél percenként 250.- Ft a díj, amelyet a hívó és a hívott fél egyaránt visel.

A Vodafone Passport roaming szolgáltatás a versenytársi roaming szolgáltatásokhoz képest árban is előnyös.

A Vodafone a Vodafone Passport elnevezésű kiegészítő tarifacsomagot 2005. július 14-én vezette be, az ajánlat népszerűsítésére szolgáló kommunikációs kampányát 2005. július 14-től 2005. augusztus 31-ig folytatta. Az elsődleges célcsoport a Vodafone előfizetői voltak, de célozhatta a két másik szolgáltató ügyfeleinek megszerzését is.

A reklámkampány vezérmotívuma, hogy a Vodafone hálózatban külföldről kezdeményezett telefonbeszélgetéseket az egyes előfizetőknek túlságosan drága díjazás nem terheli. A szituációs játékokban szövegesen kifejtett mondanivaló számszakilag is megjelent:

Vodafone Passport tarifa

Magyarországra indított hívások: **hazai tarifád + 199 Ft kapcsolási díj**

Fogadott hívások: **0 Ft/perc + 199 Ft kapcsolási díj**

Csak Vodafone hálózatokon

A Passport tarifa piaci bevezetését széleskörű reklámkampány kísérte a TV-ben, a rádióban, a sajtóban, óriásplakátokon, egyéb reklámeszközökön.

TV reklámból négyféle változat készült, amelyek közös vonása, hogy feliratozva megjelent a beszélgetést folytató Vodafone ügyfeleket terhelő tarifa költség.

Vodafone Passport tarifa

Magyarországra indított hívások: **hazai tarifád + 199 Ft kapcsolási díj**

Fogadott hívások: **0 Ft/perc + 199 Ft kapcsolási díj**

Csak Vodafone hálózatokon

A sajtóhirdetéseket egyöntetűen ugyanez jellemezte, hozzátéve, hogy apróbetűs részletes tájékoztatást is tartalmaztak.

A rádiósugárzásra szánt reklámból egy változat készült. Szövege:

„Férfi: a nagy mobilvállalatok globális kedvezményeikről beszélnek. De a külföldi telefonálást csak a kiváltságosok engedhetik meg maguknak. Kibékíthetetlen ellentmondás!

Narrátor: Csak a Vodafone-osok beszélhetnek külföldön is itthoni tarifájukkal. Regisztrálj a Vodafone Passport szolgáltatásra a 1270-es számon. Részletek a boltokban”.

Az óriásplakátok négyféle változatban készültek.

Közös jellemzőjük a rövid főszöveg:

- 1) – Vodafone. Világra szóló tarifák.
- 2) – Vedd fel nyugodtan! a Vodafone Passport-tól.
- 3) – Vidd nyaralni a Vodafone tarifádat is, ...
- 4) – Beszélj külföldön is hazai tarifával!, valamint az a figyelmeztetés, hogy „olvasd el a Részvételi feltételeket és regisztrálj az 1270-en!

Mind a négy változatot többé-kevésbé észlelhető, olvasható, azonos szövegű apróbetűs figyelmeztetés zárta:

„A Vodafone Passport tarifa meghatározott országokban, a Vodafone saját és egyes partnerhálózatain érvényes (kivéve Egyiptom és Fidzsi) beszédhívásokra, regisztrációt követően. A Magyarországra irányuló hívások az előfizető hazai tarifájának megfelelő percdíj+kapcsolási díj, a tartózkodási hely hálózataiba irányuló hívások a belföldi hálózaton kívüli díj+kapcsolási díj, a harmadik országba irányuló hívások a nemzetközi díjszabás+kapcsolási díj szerint számlázódnak. Az ország- és hálózatlista, valamint a teljes Részvételi feltételek megtalálhatók a www.vodafone.hu-n és az értékesítési pontokon. A Vodafone Passport tarifát minden előfizető a Részvételi feltételeknek megfelelően aktiválhatja. Az ajánlat 2005. július 14-től 2005. szeptember 30-ig érvényes. A feltételek, díjak módosításának, visszavonásának jogát fenntartjuk”.

A nagyfokú egyöntetűséget megtörte, hogy amíg az 1., 2., 3. változat tartalmazta számszaki adatokkal a szolgáltatás leírását:

Vodafone Passport tarifa

Magyarországra indított hívások:

hazai tarifád + 199 Ft kapcsolási díj

Fogadott hívások:

0 Ft/perc + 199 Ft kapcsolási díj

addig a 4. változat nem.

A 4. változat teljes szövege az 1., 2., 3. változatban is szereplő azonos apróbetűs tájékoztatással:

Beszélg külföldön is
hazai tarifával!

VilágraszólóVodafone tarifák

Csak Vodafone hálózatokon.

Olvasd el a Részvételi feltételeket és regisztrálj a 1270-en!

www.vodafone.hu

Apróbetűs figyelmeztetés:

A Vodafone Passport tarifa meghatározott országokban, a Vodafone saját és egyes partnerhálózatain érvényes (kivéve Egyiptom és Fidzsi) beszédhívásokra, regisztrációt követően. A Magyarországra irányuló hívások az előfizető hazai tarifájának megfelelő percdíj+kapcsolási díj, a tartózkodási hely hálózataiba irányuló hívások a belföldi hálózaton kívüli díj+kapcsolási díj, a harmadik országba irányuló hívások a nemzetközi díjszabás+kapcsolási díj szerint számlázódnak. Az ország- és hálózatlista, valamint a teljes Részvételi feltételek megtalálhatók a www.vodafone.hu-n és az értékesítési pontokon. A Vodafone Passport tarifát minden előfizető a Részvételi feltételeknek megfelelően aktiválhatja. Az ajánlat 2005. július 14-től 2005. szeptember 30-ig érvényes. A feltételek, díjak módosításának, visszavonásának jogát fenntartjuk.

Az egyéb reklámeszközökön megjelenített tájékoztatások a Passport szolgáltatás díjának közlése szempontjából vegyes képet mutatnak.

A citylight, ami közlekedési megállók üveg oldalfalába épített világító reklámtábla, teljeskörű, jól értelmezhető tájékoztatást adott, mert a bevezető szlogen után közölte a költségeket, majd apróbetűvel a részleteket.

A midilight kültéri kommunikációs eszköz, amely 243 x 115 cm nagyságú, a rajta lévő információ teljes terjedelmében jól észlelhető. A fríz olyan kültéri kommunikációs eszköz, ami az épület párkányán végigfutó plakát. Önmagában elhelyezéséből adódóan, csak a nagybetűs feliratok észlelhetők rajta.

A midilighton és a MOL töltőállomásokon látható frízen elmaradt a költségek számszaki megjelenítése, de rákerült a már ismertett apróbetűs tájékoztatás, s a „Beszélg külföldön is hazai tarifával! Csak Vodafone hálózaton.” jelmondat.

A padlómatrica, a belogó molinó, a szórólapok, stb. teljeskörű tájékoztatást adott, ami alól a Versenytanács bannert sem tartotta kivételnek. A banner az internetes honlapi tájékoztatás oldalán csíkban végigfutó reklámtájékoztatás, amelynek szövege nemcsak a Vodafone saját honlapján, hanem más honlapján is látható.

A banner úgy tartalmazta számszakilag is a szolgáltatás díját, hogy négy egymás utáni állókép észlelésével tudta meg a fogyasztó, hogy külföldön is hazai tarifával beszélhet, amelyhez kapcsolási díj társul.

Az előzetes álláspont nem betekinhető 1. számú melléklete a reklámozás kiterjedtségét mutatja, s üzleti titok a reklámozás költsége is.

II.

A Gazdasági Versenyhivatal a Tpv. 70. § (1) bekezdés szerint a jelen eljárást indította, mert vélelmezte, hogy a Vodafone kampánybeli tájékoztatásának fogyasztómeztévesztésre alkalmas elemei vannak. Úgy vélte, hogy a rádió, a banner tájékoztatása jogsértő.

Az óriásplakátot és a többi reklámhordozót figyelmen kívül hagyta, mert az apróbetűs tájékoztatás az eszköz rendeltetésére figyelemmel nem észlelhető, amelynek hiányában viszont a plakátnak versenyjogilag értékelhető tartalma nincs.

III.

A Vodafone jogsértés hiányában az eljárás megszüntetését, másodlagosan csekély súlyú, a gazdasági versenyt ezáltal nem sértő kifogásolt magatartása miatt a bírságkiszabás mellőzését kérte.

Vitatta, hogy többszörös visszaeső, amit arra alapított, hogy bírói felülvizsgálat alatt állnak korábbi marasztalásai, ezért bírságösszeget hozzájuk igazítani helytelen, amellet, hogy a jogsértő magatartás eltérően valósult meg mindegyik ügyben és bírság kiszabása esetén a verseny veszélyeztetettség magasabb foka szükséges.

Állította, hogy a versenyjogi tilalmakat igyekszik betartani, ami az ellene indult eljárások csökkenő számából is látható.

Kiemelte, hogy Passport szolgáltatása az előfizetők számára rendkívül kedvező.

Bár a mobilszolgáltatás közismert, megrendelése nem számít mindennaposnak, így elvárható a fogyasztó körültekintő magatartása. A hiányzó információ ekként sem önmagában, sem a kampány összhatásában nem korlátozta a fogyasztók döntési szabadságát.

A jogsértéssel érintett rádió- és óriásplakátbeli tájékoztatással kapcsolatban előadta, hogy szándékosan nem vezette félre a fogyasztót, hanem felhívta, hogy tájékozódjon, ezért a fogyasztó maga is tudta, hogy a döntéséhez kapott információ nem teljeskörű.

A banner-beli tájékoztatást sem tartotta jogsértőnek, mert a négy állókép mozgásával lefutó filmszerű megjelenítés külön keresés nélkül tartalmazza a szolgáltatás díjfeltételeit. A mérlegelés tárgyává tett fríz vélt jogszerűtlenségére pedig külön nem nyilatkozott, amelyből a Versenytanács arra következtetett, hogy arra is ismert álláspontja vonatkozik.

IV.

A Tpv. 1. §-a szerint a törvény hatálya kiterjed az ország területén tanúsított piaci magatartásra, nem említve a kivételeket és a törvény személyi hatályát.

A Tpv. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a fogyasztók megtévesztése a gazdasági versenyben. A (2) bekezdés a fogyasztómegtévesztésre alkalmas magatartások példalódzó felsorolását tartalmazza. Ezen belül az a) pont tiltja az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas állítását, megtévesztésre alkalmas árjelzővel való ellátását, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatás adását.

A használt kifejezések értelmezéséről szóló 9. § előírja, hogy a mindennapi életben, illetve a szakmában elfogadott általános jelentés az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

A Tpv. 77. §-a az eljárás során hozható érdemi határozatokat tartalmazza, míg a 78. § a bírságkiszabásról rendelkezik, taglalva a bírságkiszabásnál irányadó szempontokat. Ennek megfelelően a kiszabható bírság összege legfeljebb az előző üzleti évben (2005.) elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

A módosított 1997. évi LVIII. törvény (Grtv.) 2. § g) pontja értelmében a gazdasági reklám olyan tájékoztatás, amely termék, stb. igénybevételét, a vállalkozás népszerűsítését, továbbá áru, árjelző megismertetését mozdítja elő.

A p) pont szerint reklámozó az, akinek érdekében a reklám közzétételre kerül, illetve, aki a saját érdekében a reklám közzétételét megrendeli.

A 7. § tiltja a megtévesztő reklámot, ami az áru általános jellemzőire, egyebek mellett a reklámozó megítélésére vonatkozhat a Tpv. 8. §-ával hasonló tartalommal.

A 14. § (3) bekezdés alapján a 7. §-ban foglalt rendelkezések megsértéséért a reklámozó a felelős.

A 15. § (2) bekezdése szerint megtévesztő reklám esetén a jogsértés megállapítása részben a hivatal hatáskörébe tartozik, azonban eljárására a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni (17. § (2) bekezdése).

A 17. § (3) bekezdés szerint a reklámozó indokolt esetben a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

V.

A Tpv. III. fejezetének, és azon belül is a fogyasztómegtévesztésre alkalmas magatartás tilalmára vonatkozó előírásoknak az a rendeltetése, hogy annak a fogyasztói döntésnek a szabadságát védje, amely szükségképpen kíséri a fogyasztók áruválasztását. Ez a döntés piaci léptékben is befolyásolható, nem tilalmazott magatartás, de versenyjogellenessé válik, ha tisztességtelensége megállapítható, mert a vásárlói kedvet fogyasztómegtévesztésre alkalmas magatartással kelti vagy fokozza, s így a fogyasztói érdeksérelem a fogyasztók versenytársaktól való jogellenes elvonásának lehetősége miatt a versenytársak jogszerűtlen hátrányát is okozhatja.

Az önmagában nem tiltott befolyásolás versenyjogi értékelés alá kerülő szokásos formája a piaci tájékoztatás, mint piaci magatartás, amellyel a vállalkozások a fogyasztók vásárlási szándékát magukra, termékeikre kívánják irányítani.

Versenyjogi szempontból csak az áru, a szolgáltatás lényeges tulajdonságára vonatkozó, piaci hatást kiváltani képes tájékoztatásoknak van jelentősége. Az áruk, a szolgáltatások lényeges tulajdonságait a Tpv. 8. §-a példalódzóan sorolja fel, amelyek köre, meghatározása a konkrét árutól, szolgáltatástól függően változhat. Az a tulajdonság minősül versenyjogilag lényegesnek, amelynek jelentősége lehet a fogyasztók áruválasztása szempontjából.

A Vodafone szolgáltatásának mibenléte, feltételei, ára nyilvánvalóan lényeges tulajdonságok és a rájuk vonatkozó információ nyilvánvalóan döntéshatározó tényező.

Piaci tájékoztatás – pedig egyebek mellett – mindaz az előzetes, széles körben hozzáférhető írásbeli dokumentum, valamint írott és elektronikus tájékoztatás, amelyek közzététele a fogyasztók előzetes tájékozódását költségviselésük nélkül szolgálja.

A Versenytanács a piaci tájékoztatás jogszerűségét vizsgálta, és a reklámok tájékoztatástartalmát vetette össze a Tpv. III. fejezetében foglalt tilalmakkal, amely törvény kiegészülve a Grtv-vel, kizárólag irányadó volt a döntéshozatalnál.

Amint azt a Legfelsőbb Bíróság a Vj-12/1998. számú ügyben hozott Kf. II. 39.624/2000/7. számú ítéletében megállapította, a fogyasztói döntések jogsértő befolyásolása megvalósul valótlan tényállítással, valós tény megtévesztésre alkalmas módon való állításával, illetőleg bármilyen megtévesztésre objektíve alkalmas tájékoztatással. Általában minden olyan magatartás, amely alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására jogellenes, tekintet nélkül arra, hogy a hátrány valóban vagy ténylegesen bekövetkezett. Az objektivitás szempontját más esetekben is hangsúlyozta a Legfelsőbb Bíróság, így pl. a Kf. II. 39.774/2000/6. (Vj-3/1998.), a Kf. II. 39.862/2000/4. (Vj-74/1999.), a Kf. II. 39.312/2001/4. (Vj-3/2000.) és Kf. II. 39.908/2001/5. számú ítéletében (Vj-168/1998.). Továbbá, a Legfelsőbb Bíróság a Kf. II. 39.908/2001/5. számú ítéletében (Vj-168/1998.) megállapította, az adott magatartás versenyjogi megítélése szempontjából konkrét megtévesztés nélkül is megvalósulhat a jogsértés, amennyiben az objektíve is megállapítható.

A versenyjogi sérelem már a jogsértő tájékoztatás közreadásával megvalósul (Fővárosi Bíróság – Vj-96/2003. számú ügyben hozott – 2K.33326/2003/2. számú ítélete), melyből is következően, az eljárás alá vont vállalkozás által hivatkozott, a piacon kimutatható, ott ténylegesen bekövetkezett piactorzító hatás a jogsértés megállapításának nem feltétele, csak bírság kiszabásának körében lehet értékelni.

A megtévesztésre alkalmasság szempontjából a Vodafone figyelembe kérte venni az ésszerűen és tudatosan eljáró fogyasztói magatartást. A Versenytanács hosszú évek óta foglalja el azt az álláspontot, hogy a reklámozás nem alapíthat arra, hogy a fogyasztó ellenőrizze a reklám állítás tartalmát, amelynek következményeit viselik. Ugyanis a jogsértő magatartást nem teszi jogszerűvé önmagában ez az elvárás, amely a fogyasztókra helyezi a vállalkozás jogsértő magatartása elhárításának terhét, illetve azt tételezi fel, hogy a fogyasztóknak eleve kételkedniük kell a megjelenített reklámban.

Versenyjogilag nem elvárt, hogy egy vállalkozás árujának, szolgáltatásának összes tulajdonságát közzétegye piaci tájékoztatásaiban, különösen ezek szokványos megnyilvánulási módjában, a reklámozásban, amely tartalmi és terjedelmi korlátait az adott reklámeszköz rendeltetése határoolja be.

A Vodafone teljeskörű reklámozást választott, amelynek terjedelmi korlátai összességében, reklámeszközként pedig különböző mértékben részletekbe menő közlésekre is alkalmasak,

amivel a Vodafone többnyire élt is, mert részletesen közölte szolgáltatásának a Versenytanács által leglényegesebbnek ítélt tulajdonságát, az árát.

Az erre vonatkozó közléseket pedig a fogyasztók a mindennapi életben elfogadott általános jelentése szerint értelmezheték, ami a Versenytanács értelmezésének is jogszabályilag meghatározott alapja (Tpv. 9. §).

A Versenytanács jogalkalmazását az határozta be, hogy az egyes reklámtájékoztatásokat egyenként és összefüggésükben a kampány többi tájékoztatásával és összhatásában is kellett értékelni. A sokféle reklámeszközt felhasználó kampány szempontjából a tv-nek, a rádióknak, a sajtónak, mint reklámeszközöknek kiemelt jelentősége van, mert széles fogyasztói körhöz jutnak el, ugyanakkor részletes tájékoztatásra korlátozottan alkalmasak. A sajtónak a szerepe ugyancsak kiemelt és részletes tájékoztatásra is alkalmas.

A Versenytanács az általában szokásos jogalkalmazási szempontokat a jelen eljárásban is alkalmazta, és azt vizsgálta, hogy megállapítható-e egyes piaci tájékoztatások versenyjogszerűtlensége, s ha igen, annak mi a jelentősége egyenként, kölcsönhatásban és összefüggésben a többi kampányelemmel, valamint a kampány összhatására kihatóan.

A kampány meghatározó elemeinek többsége (tv, sajtó, internet) versenyjogszerű volt, s ugyanez mondható el az ezekhez képest kisebb jelentőségű elemek többségéről is (háromféle óriásplakát, szórólap, matrica, stb.).

Ellenben a megállapított versenyjogszerűtlenség a kampány versenyjogszerűségét rontotta, a reklámeszközök egy része útján közölt tájékoztatások versenyjogszerűtlensége miatt.

A Versenytanács szerint fogyasztómeztévesztésre alkalmas volt a rádióreklámozás, a 4. változatú óriásplakát, valamint a fríz kapcsolási díjjal kapcsolatos tájékoztatása.

A rádióreklámozás

Köztudomású, hogy a csak hangzásra épülő rádióreklám adásideje csekély, ami a jelen esetben 20 másodperc. Ez az idő csak rövid információ, leginkább olyan figyelemfelkeltő információ sugárzására elegendő, amelynek versenyjogilag értékelhető tartalma csekély. Más megközelítésben a rádiós tájékoztatás tartalma úgy összegezhető, hogy ismét feltűnt benne a csak kiváltságosoknak megengedhető díjú telefonálás, mint vezérmotívum, amelynek elhangzása után következett az arra szorítózó árközlés, hogy a Vodafone-osok külföldön is itthoni tarifájukkal beszélhetnek, majd utalás történt a regisztrálás szükségességére és módjára. A „részletek a boltokban” mondat pedig csak arra engedett következtetni, hogy a hallgató olyan információt szerezhet a boltokban, amely a hirdetési közlés jelentését nem változtatja meg, csak tovább részletezi.

A részinformáció közlésével a rádiós tájékoztatás lényeges tulajdonságok (ár, regisztráció) közlésébe bocsátkozott, de az árközlés azt a hamis látszatot keltette, hogy a Passport szolgáltatásnak nincs egyéb ellenértéke, mint az itthoni díjszabásnak megfelelő fizetés. A részletinformációk közlésébe való bocsátkozás viszont megteremtette a Vodafone számára annak a versenyjogi követelménynek a teljesítését, hogy a közlés nem lehet fogyasztómeztévesztésre alkalmas. E követelményből ugyanakkor nem következik, hogy a Vodafone-tól számon kérhető szolgáltatása összes, akár lényeges tulajdonságának közlése, de azok a közlések igen, amelyek a Passport szolgáltatás díjára vonatkoznak.

Nem vitathatóan az adott árközlés önmagában valós közlés volt, de kiegészítésre szorulása miatt mégis fogyasztómeztévesztésre alkalmas volt, mint valós tény fogyasztómeztévesztésre alkalmas állítása (Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pont és Grtv. 7. §).

A 4. változatú óriásplakát

Első megközelítésre a Vodafone 4. számmal jelölt óriásplakátján versenyjogilag értékelhető tájékoztatást nem adott, hiszen a fogyasztó csak a feltűnő közlést volt képes átfogni az adott esetben, és az apróbb betűs információt kevésbé, különösen akkor, ha az olyan nagy terjedelmű, mint ahogy a Versenytanács ismertette. A Versenytanács szerint azonban a Vodafone megfosztotta a tájékoztatás szerkesztési módjával kifogásolt óriásplakátját versenyjogilag értékelhető tartalmától, mert a díjazásra is vonatkozó, egyébként nem kifogásolt közléseit nehezen észlelhetően helyezte el. A közlés illetően módja a Vodafone terhére róható – éppen a kölcsönhatásban, az összefüggésben történő kampányértékelés alapján – hiszen a másik háromféle óriásplakáton a Vodafone a versenyjogi elvárásnak messzemenően eleget tett, mert apró betűvel és feltűnően is közölte a díjfeltételeket. E

körülmény egyúttal bizonyíték is arra, hogy a kifogásolt óriásplakátnak nem lehettek olyan közlési korlátai, amelyek megakadályozták a Vodafone-t abban, hogy a részvételi feltételeket – azok lényegét – is feltűnően közölje. Magatartása ugyancsak mint valós tény megtévesztésre alkalmas állítása (Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pont és Grtv. 7. §) esett kifogás alá.

Egyéb reklámeszközök

A Versenytanács a fríz feliratok észlelési nehézségei miatt úgy mérlegelt, hogy legfeljebb a feltűnő feliratok észlelhetőek, s így a kifogásolt 4. változatú óriásplakáttal azonosan ítélte meg a frízen lévő tájékoztatást is.

Nem vitatta a banner versenyjogszerűségét, mivel elfogadta, hogy a keresés kényszere nélkül általa a fogyasztó jogszerűen értesülhetett a szolgáltatás díjfeltételeiről.

Mindezek alapján a Versenytanács egyes reklámtájékoztatások fogyasztómegtévesztésre alkalmasságát megállapította. A kifogásolt magatartás a reklámkampány nagyságához képest csekély volt, önmagában sem volt jelentős, amelyet azonban bírsággal is sújtani kellett, mivel a Vodafone ismétlődőnek ítélt kifogásolt magatartását a mobil szolgáltatók között folyó éles versenyben tanúsította. A magatartás ismétlődő jellegének megállapításához elegendő volt a Tpv. III. fejezetének újbóli megsértése, s törvényileg az sem volt szükséges, hogy az ismétlődő jelleg megállapíthatósága attól függjön, hogy a bíróság jogerősen befejezte-e a felülvizsgálati eljárásait a Vodafone korábbi marasztalásai folytán keletkezett perekben.

A Tpv. 78. §-ban lefektetett bírsággkiszabási szempontokkal lenne ellentétes a Vodafone marasztalása automatikusan egyre növekvő összegű bírságokkal. Az óriásplakát, a rádióreklám, a fríz önmagában és a teljes kampány egyéb eszközeit tekintve sem kapott olyan fontos szerepet, hogy az általuk közvetített jogszerűtlen tájékoztatás lényegesen rontotta volna az egyébként jogszerű kampány összhatását.

A bírság kiszabása körében súlyosító körülmény volt a Vodafone többszörösen ismétlődő jogellenes magatartása, a reklámozás kiterjedtsége, ami egyúttal enyhítő körülmény is, mert nagy volt az esélye, hogy a fogyasztók a jogsértő reklámhatást gyengítő jogszerű reklámtájékoztatással is találkoztak. Enyhítő körülmény volt a Passport szolgáltatás díjszámítása, amely az alacsonyabb telefonálási árak irányába hat.

A Tpv. szerinti jogorvoslati jogot a 83. § biztosítja a Vodafone számára.

Budapest, 2006. március 30.