



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

## Megtévesztő Pannon GSM reklámok

**A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) Versenytanácsa megállapította, hogy a Pannon GSM Távközlési Zrt. 2006. évi kommunikációs kampányaival több ízben is megtévesztette a fogyasztókat. A mobilszolgáltató vállalkozás ugyanis több alkalommal nem, vagy nem megfelelő módon adott tájékoztatást arról, hogy a reklámokban szereplő árakon történő vásárlás feltétele a hűségnyilatkozat aláírása. A fogyasztók megtévesztésének minősült az is, hogy a Pannon GSM a részletre vásárolható készülékeknél nem közölte, hogy a hirdetett ár, csak kezdőrészlet, így a vevőnek azon felül további kifizetéseket is vállalnia kell. A jogsértés miatt a távközlési társaság 20 millió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére köteles.**

A Pannon GSM Zrt. távközlési szolgáltatóként egyebek mellett mobiltelefonok és adatkártyák értékesítésével is foglalkozik. 2006-ban többféle gyártó, többféle termékét reklámozta számos kommunikációs kampány keretében. A GVH vizsgálata feltárta, hogy ezen reklámok egy része megtévesztő volt a fogyasztók számára, ugyanis az áru egyik lényeges tulajdonságáról, a hűségnyilatkozat vállalásáról, nem vagy nem megfelelően tájékoztattak. A hűségnyilatkozat a GVH szerint azért számít lényeges tulajdonságnak, mert alkalmas a fogyasztó „fogvatartására”, ezáltal jelentős piaci hatása van.

Mindazonáltal a versenyhatóság nem valamennyi reklámeszköz, hanem csak a kampányban alkalmazott egyes reklámokkal szemben emelt kifogást. A marketingkommunikációs eszközök között ugyanis különbség van abban a tekintetben, hogy azok milyen típusú és terjedelmű információk közlésére alkalmasak. A GVH szerint a televíziós reklámokban, az óriásplakátokon a fogyasztókhöz eljutó fő üzenethez képest kisebb betűvel szereplő, a figyelem felhívására nem alkalmas módon elhelyezett közlések nem válnak a tájékoztatás részévé, azokat a fogyasztók nem minden esetben érzékelték.

A GVH álláspontja szerint a fogyasztók megtévesztésére alkalmas az olyan tájékoztatás is, amelyből a fogyasztók számára nem derül ki, hogy a hirdetésben szereplő ár nem azonos a készülék teljes árával, hanem még további kifizetésekre is szükség van. Ezt eredményezheti például, ha az információ szerepel ugyan a hirdetésben, de nem válik a fogyasztóhoz eljuttatandó üzenet részévé. A GVH hangsúlyozza: az apró betűs közlések önmagukban nem jelentenek problémát, csak akkor, ha azok a betűméret miatt nem olvashatóak, vagy ha a hirdetés kivitelezése miatt nem válik a fogyasztók által ténylegesen észlelt tájékoztatás részévé.

A mobilpiacon különösen fontos, hogy a szolgáltatók pontos tájékoztatásokat tegyenek közzé, hiszen a fogyasztók jelentős része az ár alapján választ a szolgáltatók közül, miközben az ügyfelek tudatossági szintje alacsony. A fogyasztói döntések meghozatalát nehezíti, hogy több piaci szereplő kínálja, folyamatosan változó feltételekkel, különböző

konstrukciókban a termékeit. A vevők eligazodását nem könnyítik meg a rendszeres reklámkampányok sem, amelyek szinte átláthatatlanná teszik a szolgáltatásokat, megnehezítve azok összehasonlítását.

A fogyasztókat megtévesztő reklámok közzététele miatt a Pannon GSM Zrt. 20 millió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére köteles.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-188/2006**.

Budapest, 2007. június 7.

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

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

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>