



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Ügyszám: **Vj-119/2006/30.**

Iktatási szám: VJ/119/2006/17.

A Gazdasági Versenyhivatal versenytanácsa a **Magyar Telekom Nyrt.** (Budapest) eljáró vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban 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 2006. április 15-e és 2006. május 31-e között a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított a Kaméleon díjcsomag kampánya során, amikor

- „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”
- „Akár 5 Ft-ért beszélhet percenként”
- „Akár mindössze 5 Ft-ért mobilozhat percenként”,
- „ötféle, halmozható kedvezmény”
- „szabadon választható kedvezmények”
- „verhetetlen ár”

kijelentéseket tette.

Ezért a Versenytanács 80.000.000.- Ft (Nyolevanmillió forint) bírság megfizetésére kötelezi, amely összeget e határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül, a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 sz. bírságbevételei számlája javára kell megfizetnie.

E határozat felülvizsgálata a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel kérhető, amelyet a Versenytanácsnál, a kézhezvételtől számított harminc napon belül kell benyújtani vagy ajánlott levélben postára adni.

### **Indokolás**

## I. A vizsgálat indításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 67. § (1) bekezdése és 70. §-a alapján versenyfelügyeleti eljárást indított a Magyar Telekom Nyrt. (a továbbiakban: T-Mobile<sup>1</sup>) ellen.

A GVH észlelte, hogy a T-Mobile a Kaméleon díjcsomag népszerűsítése során valószínűsíthetően megsérti a Tptv. 8. §-ában foglaltakat, miszerint a fogyasztók gazdasági versenyben történő megtevéstése tilos<sup>2</sup>.

## II. Az ügyfél

2. Az eljárás alá vont Magyar Telekom Nyrt. T-Mobile mobil szolgáltatások üzletágának koncessziós szerződés alapján végzett főtevékenysége a mobil rádiótelefon szolgáltatás, amelyet GSM 900 és DCS 1800 digitális technológiával nyújt, illetve 2004 decemberében elnyerte a magyarországi UMTS (harmadik generációs mobil technológia) engedélyek egyikét. Emellett Internet hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is nyújt, továbbá jelen van a mobiltelefonok és tartozékok értékesítésének piacán.

3. A magyarországi vezetékes hangszolgáltatási piacon legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező Magyar Telekom Nyrt. és a T-Mobile Rt. 2006. február 28-án egyesült, így 2006. március 1-jétől a Magyar Telekom a T-Mobile jogutódja. 2005. évi nettó árbevétele 253.878.000.000 Ft.

## III. A reklámozott szolgáltatás

4. Az eljárás tárgya a Kaméleon tarifacsomag kommunikációs kampánya. A Kaméleon a T-Mobile által 2006. április 15-én bevezetett post-paid tarifacsomag. A tarifacsomag főbb jellemzőit az alábbi táblázatok tartalmazzák<sup>3</sup>:

### Kaméleon díjcsomag előfizetési és hívásdíjai

Havidíj (50%-ban lebeszélhető, ill. I/1. és	2000 Ft
---	---------

<sup>1</sup> A T-Mobile a Magyar Telekom Nyrt. Mobil Szolgáltatások Üzletága, 2006. március 1-től jogilag nem önálló személy.

<sup>2</sup> A versenyfelügyeleti eljárást megindító végzést a Vj-114/2006/0. számú irat tartalmazza.

<sup>3</sup> Forrás és a tarifacsomag egyéb jellemzőiről ld.:

<http://t-mobile.hu/egyeni/tarifak/havidijas/kameleon.shtml>

I/2. SMS valamint MMS küldésére felhasználható)	
Alap percdíj (minden időben és minden belföldi előfizető irányban)	40 Ft
SMS, MMS küldése (minden időben és minden belföldi előfizető irányban)	40 Ft/db
Hangposta (9888-444) hívása munkanap 07-16h között	40 Ft/perc
Hangposta (9888-444) hívása minden egyéb időben	Díjmentes
Benne foglalt szolgáltatások	Hangpostás, Hívásátirányítás, Hívásvárakoztatás, Hívástartás, Konferenciabeszélgetés, SMS-küldés, Hívószámküldés-tiltás, -engedélyezés, WAP6, MenüÁsz6, Egyirányú adat- és fax szolgáltatás, Nemzetközi kimenő hívás és Nemzetközi roaming

A tarifacsomaghoz igénybe vehető kiegészítő opciók:

Opció	Havidíj*
Csúcsidőn kívüli kedvezmény: A beszélgetési alap percdíjből 50%-os kedvezmény minden belföldi hálózatba munkanapokon 16-08h között illetve munkaszüneti- és ünnepnapokon, valamint hétvégén.	500 Ft
Hálózaton belüli kedvezmény: A beszélgetési alap percdíjből 50%-os kedvezmény a T-Mobile hálózatán belül (beleértve a Hangposta hívását is), minden időszakban.	500 Ft
ZöldZóna kedvezmény: A beszélgetési alap percdíjből 50%-os kedvezmény a mindenkor érvényes ZöldZóna térkép által meghatározott kedvezményes területen valamennyi belföldi hálózatba, valamennyi időszakban.	500 Ft
Vezetékes kedvezmény: A beszélgetési alap percdíjből 50%-os kedvezmény valamennyi belföldi vezetékes hálózatba minden időszakban.	500 Ft
SMS-MMS kedvezmény: Az SMS/MMS alapdíjből 50%-os kedvezmény valamennyi belföldi hálózatba, a díjszabásban meghatározott I/1.a., I/1.b. kategóriákban, valamennyi időszakban.**	200 Ft

\* Az opciók havidíja nem lebeszélhető, illetve SMS vagy MMS küldésre nem használható fel.

\*\* Ez az opció kizárja az SMS25 és SMS80 csomagok igénybevételét.

5. A ZöldZóna kedvezmény – ilyen opció birtokában – akkor vehető igénybe, ha a hívó fél a beszélgetést kedvezményes területről indítja. Tekintettel arra, hogy az ország területének 94 %-a kedvezményes területnek minősül, az ún. ZöldZóna térképen a kivételeket tüntetik fel.

A ZöldZóna térkép szerint a nem kedvezményes területek a megyeszékhelyek és vonzaskörzeteik.<sup>4</sup> (<http://www.t-mobile.hu/egyeni/ugyfelszolgalat/lefedettseg/zoldzona.shtml>)

#### IV. Az érintett piac

##### Árúpiac

6. Mivel a mobilszolgáltatók kommunikációs kampányai nem csupán saját fogyasztóiknak, hanem a másik két szolgáltató fogyasztóinak is szólnak, és a még el nem kötelezett potenciális fogyasztók meggyőzésére is irányulnak, a vizsgálattal érintett piac a kiskereskedelmi mobil szolgáltatási piac.

7. Az érintett piac jelenleg háromszereplős (2003-ig jelen volt az analóg szolgáltatást nyújtó Westel Rádiótelefon Kft.): digitális GSM szolgáltatást nyújt az eljárás alá vont mellett a Pannon Távközlési Zrt. (a továbbiakban: Pannon) és a Vodafone Magyarország Zrt. (továbbiakban: Vodafone). A Vodafone 1999-től, a PGSM és a T-Mobile (Westel) 1994-től van jelen a piacon.

8. A kiskereskedelmi piaci részesedések alakulása (az NHH Digitális Mobil Gyorsjelentései<sup>5</sup> alapján):

<b>Időpont</b>	<b>Penetráció 100 lakosra jutó szerző-dés- szám</b>	<b>Összes előfizetés száma</b>	<b>T-Mobile</b>	<b>Pannon</b>	<b>Vodafone</b>
<b>2001. január</b>	31,3	3.136.120	53,82%	40,13%	6,05%
<b>2002. január</b>	49,6	5.056.788	50,53%	39,38%	10,08%
<b>2003. január</b>	68,6	6.962.238	49,39%	38,09%	12,53%
<b>2004. január</b>	78,9	7.978.606	47,53%	35,6%	16,87%
<b>2005. január</b>	90	9.074.121	45,13%	33,95%	20,92%
<b>2006. január</b>	92,7	9 349 113	44,93%	33,19%	21,88%

9. Az oligopolisztikus jellegű piacon a fogyasztók irányába történő kommunikáció a vállalatok versenystratégiájának meghatározó része. Az image-kialakításon és megerősítésen

<sup>4</sup> Magyarország 10 097 549 fős lakosságából 3 779 847 fő lakik a ZöldZónán kívül (vö. a Vj-119/2006/29. szám alatt az iratokhoz csatolt vizsgálói tájékoztatás az egyes fővárosi kerületek és a megyeszékhelyek lakosságszámáról). A vonzaskörzetekben élők nem számítva is az ország lakosságának több mint egyharmada (37 %) lakik olyan helyen, ahonnan nem veheti igénybe a ZöldZóna opciót. A megyeszékhelyekről és vonzaskörzeteikből kezdeményezett hívások percdíja akkor sem felelődik, ha a hívó fél rendelkezik ZöldZóna opcióval.

<sup>5</sup> A táblázat a mobilszolgáltatók előfizetős szám szerinti részesedéseit tartalmazza, forrás a [www.nhh.hu](http://www.nhh.hu) oldal.

(ideértve az egy-egy szolgáltatóra jellemző szín, dallam, logó megválasztását) túl a szolgáltatók időről időre az árversenyből adódóan egyre alacsonyabb díjaikat kommunikálják a fogyasztók felé.

### *Földrajzi piac*

10. Magyarországon mobil rádiótelefon szolgáltatást – az állammal kötött koncessziós szerződések, valamint az Eht. alapján – három társaság, a Magyar Telekom (a T-Mobile mobil szolgáltatások üzletág), a Pannon, valamint a Vodafone nyújt. A koncesszió mindhárom szolgáltató számára az ország egész területére kiterjedő szolgáltatói jogosultságot biztosít. A mobilszolgáltatók lényegében teljes országos lefedettséggel rendelkeznek.

Mindezekre tekintettel a földrajzi piac Magyarország egész területe.

## **V. A kifogásolt magatartás**

11. A T-Mobile 2006. április 15-én vezette be a Kaméleon tarifacsomagot.<sup>6</sup> A tarifacsomag bevezetését 2006. április 15-től 2006. május 31-ig tartó kommunikációs kampány kísérte. A kommunikációs kampány egyes elemei az alábbiak<sup>7</sup> voltak.

### *TV-reklámok<sup>8</sup>*

12. A kampány során közzétett TV-reklámok a képsorokon túl vizuálisan megjelenített feliratot és elhangzó szöveget (narráció) is tartalmaznak:

A reklám első felében két, távol-keleti harcművészetekben jártas férfi két sütőtököt vág félbe, majd negyedel fel. A felvezető képek után az alábbi narráció hangzik el:

Aprítsa tarifáit a T-Mobile új Kaméleon csomagjának halmozható kedvezményeivel felére, negyedére, sőt, akár nyolcadára! Így akár 5 Ft-ért beszélhet percenként. T-Mobile. Jobb veled a világ.

A narrátor szövege alatt a képernyő közepén egy magenta négyszögben a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc” felirat, alatta pedig olvashatatlan apró betűs felirat látható. A reklám végén a képernyőn a T-Mobile logója és a „Jobb veled a világ” felirat olvasható.

---

<sup>6</sup> A T-Mobile webshopja kimerítő tájékoztatást adott a Kaméleon díjcsomagról, amit a Vj-119/2006/3. sz. irat 2/8. melléklete tartalmaz.

<sup>7</sup> Az V. fejezetben ismertetett reklámeszközökön túl eljárás alá vont hostess akciókat is szervezett. A kampány minden elemében látható, hallható volt a T-Mobile logója és a „Jobb veled a világ” szlogen.

<sup>8</sup> A TV-reklámok a Vj-119/2006/3. számú irathoz csatolt 1. számú mellékletben találhatóak. A TV-reklámok a kampány teljes időszaka alatt láthatóak voltak különböző országos kereskedelmi, országos közszolgálati és különböző kábelcsatornákon. A Kaméleon kampány TV-reklámjainak pontos megjelenési helyét a Vj-119/2006/3. számú irat 3. számú melléklete tartalmazza.

## Rádióreklámok

13. A rádióreklámok<sup>9</sup> az alábbi tartalommal hangzottak el:

Mester, mit tanácsolsz? – Fiam, mindig hozd ki magadból a legtöbbet. Figyelj saját igényeidre, és alakítsd úgy a dolgokat, ahogy Neked jó! – Igen, mester. – Mi tudunk ebben segíteni. A T-Mobile új Kaméleon díjcsomagjának szabadon választható és halmozható havidíjas kedvezményeivel felére, negyedére, sőt, akár nyolcadára is csökkentheti tarifáit, így akár 5 Ft-ért beszélhet percenként! T-Mobile. Jobb veled a világ.

## Nyomtatott média

14. A megjelentetett sajtóhirdetésekből<sup>10</sup> a TV-reklámból ismert fiú és a felaprított sütőtök képe, valamint a magenta négyzetben a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”, illetve az „Aprítsa tarifáit!” felhívás volt látható.

A kiemelt szöveg alatt ez a további tájékoztatás volt olvasható:

Az új Kaméleon díjcsomag ötféle, halmozható kedvezményével felére, negyedére, sőt akár nyolcadára csökkentheti a 40 forintos alap percdíjat! Így verhetetlen áron, akár mindössze 5 forintért mobilozhat percenként. Vágjon bele, és hozza ki belőle a legjobbat!

Az egyes kedvezmények havidíja 500 forint, az SMS- és MMS-kedvezményé pedig 200 forint.

50%-os csúcsidőn kívüli tarifakedvezmény

50% hálózaton belüli kedvezmény

50% kedvezmény ZöldZónában

50% kedvezmény vezetékes irányba

50% SMS- és MMS-kedvezmény

A felhívások alatti apróbetűs szöveg tartalma: A díjcsomag havidíja 2000 Ft, amely 2006. augusztus 31.-éig 100%-ban, utána pedig 50%-ban lebeszélhető. Az egyes kedvezmények havidíja nem lebeszélhető. A ZöldZóna területekről és a további feltételekről a 1230-as (a T-Mobile magyarországi hálózathoz hívható) hívószámán és a [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) oldalon, illetve az üzletekben tájékozódhat.

## Óriásplakát

15. A háromféle méretben kihelyezett óriásplakát<sup>11</sup> tartalmilag teljesen azonos volt.

---

<sup>9</sup> A rádióreklámok a Vj-119/2006/3. számú irathoz csatolt 1. számú mellékletben találhatóak. A Kaméleon kampány rádióreklámjai 2006. április 20. és 30., valamint 2006. május 15. és 18. között voltak hallhatóak egyes országos és regionális rádióadókon, a pontos megjelenési helyeket a Vj-119/2006/3. számú irat 3. számú melléklete tartalmazza.

<sup>10</sup> A sajtóhirdetéseket a Vj-119/2006/3. számú irat 2/2. számú melléklete tartalmazza. A sajtóhirdetések 2006. április 21. és május 25. között jelentek meg számos országos napi-, heti- és havilapban. A pontos megjelenési helyeket és időket a Vj-119/2006/3. számú irat 3. számú melléklete tartalmazza.

Mindhárom plakáton a TV-reklámból ismert fiú és a felaprított sütőtök képe, valamint a magenta négyszögben a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”, illetve az „Aprítsa tarifáit!” felhívás volt látható.

A kiemelt szöveg alatt a további apróbetűs tájékoztatás szövege:

A díjcsomag havidíja 2000 Ft, amely 2006. augusztus 31-ig 100%-ban lebeszélhető. Az egyes kedvezmények havidíja nem lebeszélhető. További feltételek az üzletekben.

Információ: 1230 (a T-Mobile magyarországi hálózathoz díjmentesen hívható), 06-1/265-9210.

### *Egyéb kültéri plakát*

16. A Duna Plazán, a Lurdy Házon és a Móricz Zsigmond körtér egy épületén kihelyezett további kültéri eszközökön<sup>12</sup> a TV-reklám percdíjakat aprító figuráin túl a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc” és az „Aprítsa tarifáit!” felhívás volt olvasható.

### *Buszmatrica*

17. A buszmatrica<sup>13</sup> bal oldalán a TV-reklámból ismert „aprítós” jelenet mellett magenta négyszög, a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”, jobb oldalán az „Aprítsa tarifáit!” felhívás volt látható.

Az „Aprítsa tarifáit!” felhívás alatti apróbetűs szöveg tartalma:

A díjcsomag havidíja 2000 Ft, amely 2006. augusztus 31-ig 100%-ban lebeszélhető. Az egyes kedvezmények havidíja nem lebeszélhető. További feltételek az üzletekben. Információ: 1230 (a T-Mobile magyarországi hálózathoz díjmentesen hívható), 06-1/265-9210.

### *Kirakati és üzletéri plakátok<sup>14</sup>*

18. A T-Pontok kirakatába és üzletterébe kihelyezett plakátok majdnem teljesen azonos kivitelezéssel készültek.

a) A plakátok egyik válfaja a TV-reklámból ismert fiút, valamint a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”, illetve „Aprítsa tarifáit!” felhívásokat tartalmazta.

b) Egy másik plakát a fentiekén túl alatt kisebb betűtípussal a következőket tartalmazta:

---

<sup>11</sup> Az óriásplakátok a Vj-119/2006/3. számú irathoz csatolt 2/3. számú mellékletben találhatóak. A Kaméleon kampány óriásplakátjai a kampány egész időszaka alatt láthatóak voltak, azok pontos megjelenési idejét és helyét a Vj-119/2006/3. számú irat 3. számú melléklete tartalmazza.

<sup>12</sup> A kommunikációs eszközöket a Vj-119/2006/3. számú irat 2/4. számú melléklete tartalmazza.

<sup>13</sup> A buszmatrica a kampány egész időszaka alatt látható volt, azt a Vj-119/2006/3. számú irathoz csatolt 2/5. számú melléklet tartalmazza.

<sup>14</sup> A beltéri plakátok három fajtája a Vj-119/2006/3. számú irathoz csatolt 2/6. számú mellékletben található.

Az új Kaméleon díjcsomag ötfféle, halmozható kedvezményével felére, negyedére, sőt, akár nyolcadára csökkentheti a 40 forintos alap percdíjat!

A kisebb betűs felirat alatt az apróbetűs szöveg tartalma:

A díjcsomag havidíja 2000 Ft, amely 2006. augusztus 31-ig 100%-ban lebeszélhető. Az egyes kedvezmények havidíja nem lebeszélhető. További feltételek az üzletekben. Információ: 1230 (a T-Mobile magyarországi hálózathoz díjmentesen hívható), 06-1/265-9210.

c) A plakátok harmadik fajtája kivitelezésében megegyezett a nyomtatott sajtóbeli hirdetésekkel.

### *Internet – banner kampány*

19. A banneren<sup>15</sup> egy szamuráj kard és a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc” felhívás mellett az alábbiak voltak olvashatóak:

Aprítsa tarifáit az új Kaméleon díjcsomaggal halmozható, havidíjas kedvezményeivel!

Az apróbetűs felhívás tartalma az alábbi volt:

A díjcsomag havidíja 2000 Ft, amely 100 %-ban lebeszélhető 2006. augusztus 31-éig. Az egyes kedvezmények havidíja nem lebeszélhető. További feltételek az üzletekben. Információ: 1230 (a T-Mobile magyarországi hálózathoz díjmentesen hívható), 06-1/265-9210.

### *Szórólapok*

20. A kampányban a T-Mobile három fajta szórólapot<sup>16</sup> alkalmazott.

a) Az első szórólap tartalma:

A közleményen túl megjelentetett sajtóhirdetéseken a TV-reklámból ismert fiú és a felaprított sütőtök képe, valamint a magenta négyzetben a „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”, illetve az „Aprítsa tarifáit!” felhívás volt látható.

A kiemelt szöveg alatt a további tájékoztatás szövege volt látható:

Az új Kaméleon díjcsomag ötfféle, halmozható kedvezményével felére, negyedére, sőt akár nyolcadára csökkentheti a 40 forintos alap percdíjat! Így verhetetlen áron, akár mindössze 5 forintért mobilozhat percenként. Vágjon bele, és hozza ki belőle a legjobbat!

---

<sup>15</sup> Az online kampány 2006. május 2-a és 23-a között volt elérhető számos internetes portálon, azokat nyomtatott formában a Vj-119/2006/3. számú irat 2/7. számú melléklete tartalmazza. A pontos megjelenési helyeket a Vj-119/2006/3. számú irat 3. számú melléklete tartalmazza.

<sup>16</sup> A szórólapokat a Vj-119/2006/3. számú irat 2/9. számú melléklete sorrendben tartalmazza.



Az egyes kedvezmények havidíja 500 forint, az SMS- és MMS-kedvezményé pedig 200 forint.

50%-os csúcsidőn kívüli tarifakedvezmény

50% hálózaton belüli kedvezmény

50% kedvezmény ZöldZónában

50% kedvezmény vezetékes irányba

50% SMS- és MMS-kedvezmény

A felhívások alatti apróbetűs szöveg tartalma:

A díjcsomag havidíja 2000 Ft, amely 2006. augusztus 31.-éig 100%-ban, utána pedig 50%-ban lebeszélhető. Az egyes kedvezmények havidíja nem lebeszélhető. A ZöldZóna területekről és a további feltételekről a 1230-as (a T-Mobile magyarországi hálózathoz) díjmentesen hívható) hívószámon és a [www.t-mobile.hu](http://www.t-mobile.hu) oldalon, illetve az üzletekben tájékozódhat.

b) A kampányban használt következő típusú szórólap egyik oldalán egy szamuráj kard, a másik oldalán pedig az 5 Ft-os percdíjra utalás mellett egy halmazábra látható, amely a tarifacsomaggal elérhető kedvezményeket ábrázolja. A szórólapon az a) pontban bemutatott szórólappal azonos szövegű apróbetűs rész található.

c) A szórólapok harmadik válfaja az „Aprítsa tarifáit!” felhívás mellett az alábbiakat tartalmazza:

Az új Kaméleon díjcsomag ötféle, halmozható kedvezményével felére, negyedére, sőt akár nyolcadára csökkentheti a 40 forintos alap percdíjat! Így verhetetlen áron, akár mindössze 5 forintért mobilozhat percenként. Vágjon bele, és hozza ki belőle a legjobbat!

Az egyes kedvezmények havidíja 500 forint, az SMS- és MMS-kedvezményé pedig 200 forint.

50%-os csúcsidőn kívüli tarifakedvezmény

50% hálózaton belüli kedvezmény

50% kedvezmény ZöldZónában

50% kedvezmény vezetékes irányba

50% SMS- és MMS-kedvezmény

## **A kommunikációs kampány költségei**

21. A kommunikációs kampány költségeit a Vj-114/2006/3. számú irathoz csatolt 3. számú melléklet tartalmazza.

## **VI. Az eljárás alá vont álláspontja<sup>17</sup>**

---

<sup>17</sup> Az eljárás alá vont a GVH által kért adatszolgáltatás teljesítésén túl a vizsgálati szakban nem tett további észrevételeket, kivéve a - külön felhívásra benyújtott, a későbbiekben ismertetésre kerülő - nyilatkozatot a „verhetetlen” kifejezés jelentésével kapcsolatban. Az eljárás alá vont a versenytanácsi ügyszakban több előkészítő iratot is előterjesztett. Az ezekben foglalt főbb érveket nem időrendi sorrendben, hanem a határozatban megállapított jogsértő kijelentések szerint (tematikusan) idézzük.

VI/1. „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”, „Akar 5 Ft-os percdíjjal telefonálhat”, „Akar mindössze 5 Ft-ért mobilozhat”,

Az 5 Ft-os percdíj elérhetőségének a feltételei

22. Szemben az előzetes álláspontban szereplő azon kijelentéssel, hogy „nem élhet az 5 Ft-os percdíj lehetőségével az alábbiakban felsorolt egyik csoport sem: ZöldZónán kívüliek, más hálózatba tartozó számot hívó telefonálók, csúcsidőben telefonálók”, 2006. január 3-i beadványában állította, hogy „ezek nem előfizetői csoportok, hanem hívásirányok. Márpedig ha ezek nem előfizetői csoportok, akkor nem lehet azt állítani, hogy valamely előfizetői csoport számára a kedvezmény nem elérhető.” Állította, hogy nem léteznek olyan előfizetői csoportok, akik nem vehetik igénybe a kedvezményes percdíjat. Hívásirányokra lehet kedvezményt igénybe venni, illetőleg a ZöldZóna kedvezményes területéről indított hívásra lehet kedvezményt igénybe venni. A Kaméleon díjcsomag kedvezményes opciói bármely előfizető számára elérhetőek.

23. Szemben az előzetes álláspontban szereplő azon kijelentéssel, hogy az 5 Ft/perc nem minden fogyasztó számára érhető el, eljárás alá vont állította, hogy noha az 5 Ft/ percdíj csak bizonyos esetekben, csak bizonyos feltételek mellett érhető el, de bármely Előfizető számára elérhető. Felhívta a figyelmet az ügyfélszolgálati IVR tájékoztató 1230-on elhangzó, teljeskörű tájékoztatást adó, valóság-hű szövegére, a Kaméleon kedvezmények menüpont szövegére, és az internetes honlapon található Kaméleon-kalkulátorra, amelynek segítségével ki lehet számolni a percdíjat.

24. A ZöldZóna kedvezmény kapcsán állította, hogy semmilyen jelentőséggel nem bír, hogy az adott Előfizető hol él, hiszen a mobiltelefont a lefedettségi területen bárhol használhatja. Az ország területének mindössze 6 %-a esik kívül a ZöldZóna kedvezményes területen. Ezzel kapcsolatban felhívta a figyelmet arra, hogy a ZöldZóna térkép nem lakóhelyhez kötött térkép. Az a kérdés, hogy honnan indul a hívás, nem pedig az, hogy hol lakik az előfizető. A vezetékessé telefonálás esetén helyhez kötött az előfizető, a mobil szolgáltatás esetén a területnek van jelentősége, hogy az ország területének hány százalékáról indítható kedvezményes hívás, illetőleg hány százalékáról nem.

25. Az eljárás alá vont szerint téves az az értelmezés, hogy a lakosság 1/3-a kizárt lenne ebből a kedvezményből. Helyesen úgy kell megközelíteni, hogy mindössze az ország területének 6 százalékáról nem indíthatók kedvezményes hívások. Állította, hogy elvben mind a 10 millió magyar igénybe vehetné ezt a kedvezményt, legfeljebb aki tudja, hogy zömmel Budapestről, vagy megyeszékhelyről kíván telefonálni, az nem akarja igénybe venni ezt a kedvezményt, hiszen nem fizet arra elő.

26. Nem tudott eljárás alá vont adatot szolgáltatni arra nézve, hogy a telefonálással töltött idejük mekkora részét töltik a fogyasztók a ZöldZónában, illetőleg azon kívül.

A Kaméleon Díjcsomagot a Kaméleon ZöldZóna kedvezményes opcióval veszi igénybe jelenleg a Kaméleon Díjcsomag összes előfizetőjének 61,3 százaléka. A reklám időszakában a 2006/3. számú csomag 5. sz. mellékletében csatolt adatok szerint 2006. április 30-án 4943 előfizetője volt a Kaméleon Díjcsomagnak és ekkor még nem voltak olyanok, akik az ún.

Kaméleon Zöld Zóna Technikai Csomag ügyfelei lettek volna. 2006. május 31-én azonban már az összes előfizetőnek több mint 50 százaléka a Kaméleon Zöld Zóna Technikai Csomag ügyfele volt.

27. Elvileg egyetlen fogyasztó sincs kizárva az opciókból. Ténylegesen sokan választják a Zöld Zóna Technikai Díjcsomagot. Vagy azért, mert hitték, vagy azért, mert tudják, hogy számukra ez lehetővé teszi más opciókkal együtt az 5 Ft/perc elérését.

28. Eljárás alá vont bizonyítottan tekintette azt, hogy az 5 Ft-os percdíj elérhető a Kaméleon Díjcsomag előfizetők többsége számára.

„Akár”

29. Eljárás alá vont hivatkozott a Vj-56/2006. határozatnak azon kitételére, mely szerint az „akár szócska szokásosan valamely maximális lehetőséget fejez ki”, továbbá a Vj-202/2005 határozatra, ahol - a verhetetlen árak kijelentéssel együtt – az „akár 30 %” megtakarítás reklám szlogent jogszerűnek minősítették („a telefonköltség és a percdíjak tekintetében el lehetett érni”).

30. „Az „akár” nem jelenti azt, hogy mindig, minden esetben és mindenki számára, hanem azt jelenti, hogy meghatározott körülmények teljesülése esetén.” Eljárás alá vont állítása szerint ha van olyan eset, ahol elérhető a kedvezmény, vagy van néhány ügyfél, akik számára elérhető a kedvezmény, az már önmagában elegendő a jogsértés hiányának megállapításához. Felhívta azonban arra a figyelmet a vizsgált esetben a Kaméleon tarifacsomag ügyfeleinek többsége számára elérhető a kedvezmény – álláspontja szerint fontos tény, hogy az ügyfelek között többségben vannak, akik a ZöldZóna kedvezményt is igénybe tudják venni. Kiemelte, hogy a kedvezmény bármely előfizető részére elérhető.

31. Egyetértve az előzetes álláspontban kifejtettekkel eljárás alá vont rögzítette, hogy ha az ügyfél felére csökkenti a díját, akkor az alap 40 Ft-os percdíj 20 Ft-os lesz, ha a negyedére, akkor 10 Ft-os, és ha a nyolcadára, akkor 5 Ft-os. Az 5 Ft-os percdíj csak a nyolcadolással érhető el, amelyhez a meghatározott kedvezménykombinációval kell rendelkeznie az ügyfélnek.

32. Felhívta a figyelmet arra, hogy „Az egyes kommunikációs eszközök funkciója eltérő, nem minden eszköz alkalmas arra, hogy egy ilyen összetett kedvezménystruktúrával rendelkező díjcsomagot az összes elérhető kedvezményes percdíjjal és annak összes feltételével együtt kommunikáljon”. Az e-poszteren, az A5 szórólapon, az extra szórólapon, a sajtóhirdetésen, az internetes bannereken, az óriásplakátokon, a buszmatricán, az üzletéri és a kirakati plakátokon feltüntetésre került a kedvezmények havidíja, a TV reklám szövegében szerepelt a kedvezmény havidíjas jellege.

*VI/2. „Ötféle halmozható kedvezmény”, „szabadon választható kedvezmények”*

33. Az előzetes álláspontban foglalt azon megjegyzésre, hogy „van két nem kombinálható kedvezmény: a hívás nem lehet hálózaton belüli és vezetékes hálózatba irányuló egyidejűleg”, az eljárás alá vont 2007. január 3-án az alábbi nyilatkozatot tette. „Maga a hívás természetesen nem, de a két kedvezmény (az 50 % hálózaton belüli kedvezmény és az 50 % kedvezmény vezetékes irányba) igénybe vehető egyidejűleg, az ügyfél rendelkezhet mindkét kedvezményes opcióval, és mindkét irányba felére csökkentheti tarifáit (Vj-119/2006/16).

34. „Csak meghatározott kombináció esetén teljesül – de ezen kombinációk esetében minden azt igénybe vevő ügyfélre és minden esetben maradéktalanul – az akár 5.- Ft/perc díj, amely a kedvezmények legoptimálisabb kombinációja esetén állhat elő.”

35. Állította, hogy a kedvezmények, amelyeket halmozhatóként hirdetett, valóban halmozhatóak (2007. január 9-i kiegészítés).

*„Verhetetlen ár”*

36. Eljárás alá vont már a vizsgálati szakban hivatkozott arra, hogy a Magyar Értelmező Kéziszótár szerint a „verhetetlen” szó jelentése: akit, amit nem lehet küzdelemben megverni, legyőzni”. Verhetetlen ár alatt értették – a 2007. január 4-i tárgyaláson adott válasz szerint -, hogy „a Kaméleon Csomag feltételeinek megfelelően nincs a piacon más, ennél alacsonyabb percdíjjal megvalósítható telefonálási lehetőség, tehát percdíjat, az adott feltételek mellett értettek verhetetlen áron. Szerepel a reklámszövegben, hogy felére, negyedére, akár nyolcadára is csökkentheti, így verhetetlen áron”.

37. A 2007. január 3-i beadványban előadta, hogy a „verhetetlen” kifejezéssel nem piacelsőségükre kívántak utalni, hanem az ajánlat újszerűségére, egyediségére.

38. A „verhetetlen” kifejezéssel kapcsolatban 2007. január 9-i kiegészítésében hangsúlyozta, hogy az csak két kommunikációs eszközön szerepelt, ezekben is a főüzenethez képest kisebb betűmérettel. Álláspontja szerint a „verhetetlen” szlogen nem képezte a központi üzenet részét.

39. A 2007. január 8-i beadványához csatolt – üzleti titkot képező – közvélemény kutatás adatai szerint a Kaméleon díjcsomag szimpatikusabbnak és versenyképesebbnek mutatkozott mint a versenytársak csomagjai.

40. Eljárás alá vont állította, hogy „a kampány teljes időtartamára elmondható, hogy kizárólag a T-Mobile Kaméleon díjcsomagja kínált olyan lehetőséget, ahol az ügyfélnek az opciós kedvezmények halmozásával a díjcsomag alap-percdíjának ilyen mértékű csökkentésére van lehetősége”. A 2007. január 4-i tárgyaláson átadta egyrészt a Vodafone által meghirdetett kampányok összefoglalóját, másrészt a Pannon által meghirdetett kampányok összefoglalóját azzal a szóbeli állítással, hogy egyetlenegy feltüntetett kampány sem eredményezett a

fogyasztó számára kedvezőbb percdíjú telefonálási lehetőséget, mint a Kaméleon Díjcsomag.<sup>18</sup>

41. Állította, hogy az általa csatolt iratokban felsorolt kampányokkal népszerűsített konkurensi szolgáltatások egyike sem hasonlít a jelen eljárás tárgyát képező Kaméleon Díjcsomagra olyan értelemben, hogy a versenytársak egyik ajánlata sem teszi lehetővé a beszélgetés percdíjainak a többszöri csökkentését, nem ad lehetőséget halmozható kedvezmények révén többféle, egyre alacsonyabb percdíjak elérésére.

42. Eljárás alá vont állította, hogy mielőtt a reklámkampányt kezdték, az illetékes szakemberek megnézték a konkurencia valamennyi csomagját. A saját Kaméleon Díjcsomagot ezeknél, beleértve a Vodafone Select program opcióit is, jobbnak minősítették. Bizonyítást ajánlott fel ezzel kapcsolatban. Azt kijelentette, hogy a Kaméleon Díjcsomag kevesebb korlátozást tartalmaz, hiszen nincs 1000 perces maximum. Bármennyi beszélgetésre, bármilyen tartamú beszélgetésre igazak a díjak, és a lehetséges hívások időtartama és iránya tekintetében is jobb a Kaméleon, mint a Vodafone Select ajánlata.

43. „Kaméleon – összehasonlítás a piacon lévő ajánlatokkal” c., 2007. január 8-i beadványában további hét kedvezményt sorolt fel, amelyek a Kaméleon díjcsomaghoz igénybe vehetők. A 2007. január 11-i tárgyaláson ehhez hozzátette, hogy ezeknek az opcióknak a felhasználásával akár még az 5 Ft-nál alacsonyabb percdíj is elérhető.

44. Ezek közül a T-Percek opció (kedvezmény) vethető össze a Vodafone Select hétvégi és esti opció együttes igénybevétele esetén optimális esetben elérhető árral, ezek tartalmazzak ugyanis szintén előre megvásárolható perceket. Az összehasonlítás alapján a Kaméleon díjcsomag T-Percek opcióval kombinálva mintegy 10 %-kal több ellenérték fejében 25 %-kal hosszabb időtartamú beszélgetést biztosít, mint a konkurens csomagja a két opcióval. Minden Kaméleon ügyfél részére elérhető a T-Percek opció ill. kedvezmény. Ezzel ugyanúgy elérhető az 1 Ft-os percdíj, melyet a Vodafone is kínál.

45. Állította, hogy „A konstrukciót illetően a Vodafone Select díjcsomagja hasonlít a leginkább a Kaméleon csomagra, mivel ott is több opció közül választhat az ügyfél a csomaghoz. Ezek az opciók azonban nem építhetők egymásra, egymástól függetlenek.

46. Állította, hogy az összecsomagolt perceket tartalmazó (bundle) ajánlatok díja nem vizsgálható, mivel ezeknél az egy percre jutó költség egyéenként más és más szinten, kizárólag a használat után adható meg. „Az 5 Ft/perc díj, amit a kampányban kommunikált opciókkal összefüggésben adtunk meg, ennél fogva azt jelenti, hogy az ügyfél akár egyetlen percet is beszélhet az opciók által adott körülmények között, és az valóban 5 Ft-jába fog kerülni. Így a verhetetlenség abban az értelemben vehető figyelembe, hogy az ügyfél már a használat megkezdése előtt tisztában lehet azzal, hogy minden egyes perc beszélgetés számára mennyibe fog kerülni, és hogy ez a Kaméleon opciós díjcsomagban 5 Ft lesz, függetlenül a tényleges beszélt percek számától, a hívások hosszától és mennyiségétől. Ilyen tarifajánlata a kérdéses időszakban egyik konkurensünknek sem volt, tehát a Kaméleon percdíja bizvást verhetetlennek nevezhető.”

---

<sup>18</sup> A dokumentumok Vj-119/2006/19. ill. Vj-119/2006/20. sorszámával kerültek az iratok közé csatolásra

47. Az előre csomagolt opciós ajánlatok, mint a Vodafone-nál igénybevehető hétféle és esti opciókban megadott kedvező árak csak abban az esetben érhetőek el, ha az ügyfél a bennük foglalt percmennyiséget 100 %-osan felhasználja.

48. Bizonyítékként csatolta a „Kaméleon munkanevű díjcsomag (HB, ZZ és OFF-PEAK opciókkal) és a használatában hozzá illő versenytárs csomagok becsült költségei” című összehasonlító ábrát. Ezen az ábrán az egyes díjcsomagok alapján fizetendő havidíj mértéke (függőleges tengely) az adott hónapban beszélgetéssel töltött percek (vízszintes tengely) számának függvényében kerül ábrázolásra. A lebeszélhető költségekre tekintettel a legtöbb tarifacsomag költségét mutató vonal vízszintes szakasszal indul, majd – a percdíjak mértékétől függő meredekséggel – emelkedni kezd. Az ábrán az opciókkal kiegészülő Kaméleon díjcsomag költségeit szaggatott magenta színű vonal jelöli. A Vodafone Select díjcsomag költségeit – vízszintes szakasz nélküli, folyamatosan emelkedő - piros vonal ábrázolja.

49. Eljárás alá vont bizonyítékkul csatolta azt az – üzleti titoknak minősülő – előterjesztést, amely a Kaméleon csomag bevezetését készítette elő.

50. A 2007. január 17-i tárgyaláson eljárás alá vont képviselője előadta, hogy az ábrán szereplő – „Várható MOU szint” feliratot viselő - függőleges fekete vonal az átlagos elvárt beszélgetési időt jelzi.

### *Egyéb*

51. A Kaméleon Díjcsomag jelenlegi előfizetői közül 68,5 százalék nem új előfizető az eljárás alá vontnál, hanem az eljárás alá vont korábbi előfizetője, aki díjcsomagot váltott. A magas százalék két szempontból is jelentőséggel bír. Egyrészt azért jelentős, mert a díjcsomagot váltók meg kell hogy hallgassák, vagy legalább is saját döntésükön múlik, hogyha nem hallgatják meg azt az IVR ügyfélszolgálati tájékoztatás is, amelynek a pontos szövegét a benyújtott észrevételben rögzítették. Másrészt azért jelentős, mert – eljárás alá vont álláspontja szerint – a reklám nem volt kihatással a kiskereskedelmi mobil szolgáltatási piacra, így versenyjogi relevanciája sincs. Egyetlen panasz sem érkezett a Kaméleon díjcsomaggal kapcsolatban.

52. Eljárás alá vont végig fenntartotta a 2007. január 3-i előkészítő iratában először rögzített azon kérését, hogy a versenytanács tekintsen el bírság kiszabásától. Hivatkozott olyan határozatra, mely szerint a kifogásolt magatartás kis súlya, időben lehatárolt volta miatt nem indokolt bírság kiszabása. A 2007. január 17-i tárgyaláson eljárás alá vont azt is kérte, hogy a Versenytanács azt állapítsa meg, hogy nem történt jogsértés.

53. Eljárás alá vont álláspontja szerint a vizsgált magatartás szankcionálását a verseny védelméhez fűződő közérdek nem indokolja.

## VII. Jogi háttér – jogszabályok és bírói gyakorlat

54. A Tpvt. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A Tpvt. 8. § (2) a) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak.

55. A Tpvt. 9. §-a alapján a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak mérlegelésénél, hogy az adott tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

56. A Tpvt. 78. § (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A kiszabott bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

57. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen – a jogsérelem súlyára, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás felróhatóságára, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

58. A Legfelsőbb Bíróság a Vj-12/1998. számú ügyben hozott Kf. II. 39.624/2000/7. számú ítéletében megállapította, a Tpvt. 8. § (2) bekezdésének a) pontjában foglaltak helyes értelmezése szerint a fogyasztói döntések jogsértő befolyásolása megvalósul a 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 volna [az objektivitás szempontját más esetekben is aláhúzta 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.)].

59. Az alkalmasság elbírálásakor figyelembe veendő továbbá a Tpvt. 9. §-a, amely rendelkezésből következően azt a kérdést, hogy a Tpvt. hatálya alá tartozó vállalkozónak a magatartása a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e, elsődlegesen a Tpvt. rendelkezései szerint kell elbírálni, húzta alá a Fővárosi Ítéltábla a Vj-34/2002. számú ügyben hozott 2. Kf. 27.128/2003/6. számú ítéletében.

60. A fogyasztókhöz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia (a Fővárosi Bíróság Vj-93/1999. számú ügyben hozott 2.K. 41.342/1999/3. és a Vj-49/2001. számú ügyben hozott 3.K. 31.893/2001/7. számú ítélete).

## VIII. A Kaméleon kampány versenyjogi értékelése

VIII/1. „Kaméleon díjcsomaggal akár 5 Ft/perc”, „Akár 5 Ft-ért beszélhet percenként”, „Akár mindössze 5 Ft-ért mobilozhat”,

#### VIII/1.1. A kiegészítő opciók és a percdíj-csökkentés végső eredménye

61. A percdíj csökkentése akkor érhető el a fogyasztó számára, ha kiegészítő opciókat vásárol a Kaméleon tarifacsomagon felül. A tarifacsomagok „aprítására” vonatkozó felhívás minden kommunikációs eszközön szerepelt, mind verbálisan, mind pedig vizuálisan: a kard és a felaprított sütőtök segítségével. Az eljáró versenytanács elsőként azt elemezte, hogy vajon a reklámot nézők ill. olvasók milyen hányadának van reális lehetősége az alap percdíj nyolcadolására. Ezt követően az eljáró versenytanács azt vizsgálta, hogy a mindhárom opciót megvásároló előfizetők vajon beszélgetésük milyen hányadánál tudják ténylegesen elérni a reklámozott 5 Ft/perc díjat.

##### VIII/1.1.1. A nyolcadolás lehetőségének a hiánya a ZöldZóna kedvezmény esetén

62. Az „akár” szó és a percdíjak csökkentésére vonatkozó felhívás azt az üzenetet közvetítette a fogyasztók felé, hogy amennyiben élnek a percdíj-csökkentésre vonatkozó lehetőséggel, úgy ennek eredményeképp elérhetik az 5 Ft-os percdíjat. A reklámok alapján még egy kellően gondos és figyelmes fogyasztó is joggal gondolhatja azt, hogy csak rajta áll, hogy 5 Ft-ért beszélgethessen percenként, mivel ha megvásárol három felező-csomagot, akkor az eredetileg 40 Ft-os percdíjat előbb 20 Ft-ra, majd 10-re, végül 5 Ft-ra csökkentheti.

63. A három kedvezmény egyike a ZöldZóna kedvezmény. ZöldZóna kedvezménnyel csak az élhet, aki a kedvezményre jogosító területről indítja a hívást. Ennyiben, de csak ennyiben, az eljáró versenytanács elfogadta az eljárás alá vont ZöldZónával kapcsolatos észrevételeit. Azt viszont már nem fogadta el, hogy a Zóna kapcsán csak annak lenne jelentősége, hogy az ország területének 94 %-a a ZöldZónához tartozik. Azok, akik a ZöldZónán kívüli lakóhellyel rendelkeznek és a zónán kívül dolgoznak felmérik, hogy gyakorlatilag nem tudnának 5 Ft-os percdíjjal telefonálni, valamennyi opció megvásárlása esetén sem, mivel életvitelük folytán csak ritkán tartózkodnak kedvezményes területen. Ezért döntő többségük nem vásárol ZöldZóna kedvezményt. A ZöldZóna kedvezmény 500 Ft-ért való megvásárlása az ilyen személyek számára nem lenne gazdaságos, mert lakóhelyük, munkahelyük miatt túl sok időt töltenek olyan helyen, ahonnan indított hívások percdíját a ZöldZóna kedvezménnyel nem tudnák felezni. Ezért a Kaméleon tarifacsomaghoz kapcsolódó négyféle kedvezményből számukra csak háromféle opció megszerzése minősül racionális döntésnek, A ZöldZóna kedvezmény megvásárlása nem. A három ésszerűen megvásárolható kedvezményből egy híváshoz egyszerre csak két kedvezményt vehetnek igénybe, kétféle kombinációban („hálózaton belüli + csúcsidőn kívüli”, vagy „csúcsidőn kívüli + vezetékes”). Ezzel a ZöldZónán kívüli lakó és dolgozó telefonálók hívásaik döntő többségénél - 5 Ft-os percdíj helyett – legjobb esetben 10 Ft-os percdíjra csökkenthetik az általuk fizetendő összegnek a beszélgetés hosszától függő elemét.



64. Az eljáró versenytanács a magatartás jogsértő vagy jogszerű jellegének megítélése során nem tulajdonított jelentőséget annak a ténynek, hogy a Kaméleon tarifacsomag ügyfelei között a határozat meghozatala idején többségben vannak azok a fogyasztók, akik a ZöldZóna kedvezményt is igénybe tudják venni és annak sem, hogy az árbevétel nagyobb részét a ZöldZóna kedvezményt igénybe venni képes fogyasztók adják<sup>19</sup>. A reklámkampány kezdetekor még egyáltalán nem voltak olyan fogyasztói az eljárás alá vontnak, akik a ZöldZóna kedvezményt igénybe vehették volna. Az eljárás alá vont által hivatkozott számadat mai adat, a reklámkampány lezárulása idején sem rendelkeztek ennyi ZöldZóna előfizetővel. Az eljárás alá vont által előre nem látható, későbbi számadatokkal visszamenőlegesen nem lehet igazolni a reklámkampány állításait, különösen nem akkor, ha az adat nem arra vonatkozik, hogy milyen gyakran beszélgetnek 5 Ft-os percdíjjal az ügyfelek, hanem csak arra, hogy a saját előfizetők hány százaléka lehet erre elvben jogosult.

65. A reklám a potenciális felező-csomagválasztókhoz szólt. A fővárosban és a megyeszékhelyeken és ezek vonzáskörzeteiben élők számára – életvitelükből adódóan – általában nem célszerű a ZöldZóna kedvezményes opció megvásárlása. Az emberek közel 40 %-a számára gyakorlatilag nem érhető el a kiemelten reklámozott „akár 5 Ft-os percdíj”.

#### VIII/1.1.2. A nyolcadolás esélye az elegendő számú opcióval rendelkezők számára

66. Az előző pontban kifejtettekből nem következik az, hogy a potenciális előfizetők 60 %-a – aki elvben igénybe veheti a három opciót - 5 Ft-os percdíjjal telefonál. A valamennyi szükséges opcióval rendelkezők sem tudják minden hívásukhoz igénybe venni a legkedvezőbb percdíjat. Az eljárás alá vont nem tudott adatot szolgáltatni arra nézve, hogy a beszélgetések hány %-a zajlik 5 Ft-os percdíjjal?

67. A kommunikációs eszközök tartalma nem utalt arra a tényre, hogy az 5 Ft a beszélgetések nem minden fajtája esetén elérhető percdíj. Nem élhet az 5 Ft-os percdíj lehetőségével az a telefonáló aki, noha rendelkezik mindhárom opcióval, egy adott beszélgetés során:

- ZöldZónán kívül kezdeményez hívást, vagy
- más hálózatba tartozó számot hív, vagy
- csúcsidőben telefonál.

Az eljáró versenytanács nem azt kifogásolja, hogy az ilyen hívások számára nem biztosít lehetőséget a kedvezményes percdíj igénybe vételére az eljárás alá vont, hanem azt, hogy úgy kommunikálja szolgáltatását, mintha nem is léteznének ezek a korlátok.

68. Az „akár” kifejezés alkalmazása ebben az esetben nem elfogadható védekezés. A Versenytanács több határozatban kifejtette álláspontját, miszerint az „akár” szó használata önmagában nem jelent automatikus felmentést a vállalatok számára a jogsértés alól. Az „akár” kifejezés utal arra, hogy nem mindenki, és nem mindenkor

---

<sup>19</sup> A pontos adatokat a Vj-119/2006/3. számú irat 5. számú melléklete tartalmazza.

beszélhet 5 Ft-os percdíjjal. Nem is azt kell számon kérni, hogy ez a lehetőség nem áll mindenkor a fogyasztó rendelkezésére, hanem azt, hogy meglehetősen tág az az esetkör, amikor nem érhető el az alacsony percdíj.

69. Eljárás alá vont védekezése arra irányult, hogy a tarifacsökkentési lehetőségek (kedvezmények) bármely előfizető részére elérhetőek. A versenyfelügyeleti eljárás során azonban nem a tarifacsökkentés elvi lehetőségének hiányát kifogásolta a GVH. A percenként 5 Ft-ért való telefonálásnak számos feltétele volt, ami rejtve maradt a nagyközönség számára, miközben az „akár 5 Ft” szlogen a reklámok egyik központi üzenete volt. A GVH-nak az volt az aggálya, hogy az összes hívást figyelembe véve a beszélgetett perceknek csak kis hányada történhetett 5 Ft-os percdíjért. A 40 Ft-os percdíj csökkentésének elvi lehetősége ellenére jellemzően még az eljárás alá vont ügyfelei sem 5 Ft-os percdíjért telefonálnak. Azok a potenciális ügyfelek, akiknek a reklám szólt, még kisebb arányban érhetnék el az „álm-tarifát”.

Ennek több oka is van.

- Egyrészt csökkenti a percenként 5 Ft-ért folytatott beszélgetések számát a ZöldZónán kívülre ingázók köre. A ZöldZóna kedvezményt megvásárlók közül sokan túl sok időt töltenek olyan helyen, ahonnan indított hívásokra nem vonatkozik a ZöldZóna kedvezmény, így nem tudják az opció által kínált felezési lehetőséget teljes mértékben kihasználni. A Magyarországon tipikus munkavállalási, ügyintézési szokások szerint sok ZöldZónában lakó személy jár dolgozni, hivatalos ügyeit intézni, szórakozni a fővárosba ill. a megyeszékhelyekre. Tehát még, aki rendelkezik is ZöldZóna kedvezménnyel, az sem veheti azt igénybe, ha a beszélgetés kezdeményezésekor éppen nem tartózkodik a ZöldZónában. Ez gyakrabban fordul elő, mint az ellenkező irányú ingázás, ráadásul a fővárosban, megyeszékhelyen élők vélhetően nem vásárolnak havi ZöldZóna opciót, ezért, ha vidékre mennek, akkor nincs mit kihasználni.
- A mindhárom opcióval rendelkezők is rendszeresen hívnak más hálózatba tartozókat. Az eljáró versenytanács a más hálózathoz tartozó előfizetők számát tekintetbe véve alappal feltételezi, hogy a hívások egy számottevő része e körülményre tekintettel nem a legkisebb percdíjjal kerül leszámlázásra.
- Az 5 Ft-os percdíj eléréséhez az is kellene, hogy a beszélgetésre csúcsidőn kívül kerüljön sor. A csúcsidő és a csúcsidőn kívüli időszak arányán túl, a csúcsidőben folytatott beszélgetések időarányosnál magasabb számát figyelembe véve - pontos adatok nélkül is - megállapíthatónak tartja azt eljáró versenytanács azt, hogy a csúcsidőn kívüliség követelménye jelentősen csökkenti a legkedvezőbb tarifával folytatható beszélgetések számát.

70. Az eljárás alá vont által csatolt, a Kaméleon tarifacsomag bevezetése előtt készült ábráról az olvasható le, hogy az eljárás alá vont maga is úgy számolt, hogy a három opcióval rendelkező ügyfelek átlagosan 40 Ft-ról 16,66 Ft-ra csökkentik percdíjaikat. Ezt a következtetést három körülmény is megalapozza:

- az ábrán a vízszintes szaggatott vonal a 120. percnél törik meg és kezd el emelkedni, ami azt jelenti, hogy az ábra készítői úgy számoltak, hogy a 2000 Ft-os havidíjat 120 perc alatt beszéli le az átlagos ügyfél ( $2000:120=16,66$ ),

- az ábrán a szaggatott vonal a 155. percnél keresztezi a 4000 Ft-os vonalat és a 275. percnél a 6000 Ft-os vonalat, azaz 120 perc beszélgetéstöbblet 2000 Ft-tal növeli a havi költségeket ( $2000:120=16,66$ ),
- az ábrán a szaggatott vonal a 275. percnél keresztezi a 6000 Ft-os vonalat és a 395. percnél a 8000 Ft-os vonalat, azaz 120 perc beszélgetéstöbblet 2000 Ft-tal növeli a havi költségeket ( $2000:120=16,66$ ).

71. Mindebből megállapítható, hogy az eljárás alá vont az új tarifacsomag bevezetésekor úgy kalkulált, hogy a percdíjak alig több mint a felével, 16,66 Ft-ra csökkennek majd átlagosan, noha a három opció elvben az alap-percdíj nyolcadolását, azaz 40 Ft helyett az 5 Ft-os percdíj elérését is lehetővé tenné. Mivel eljárás alá vont más adatot nem szolgáltatott, így az eljáró versenytanács ezt az előzetes kalkulációt tekintette irányadónak, annál is inkább, mivel a kommunikációs kampány megtervezésekor ezekből a belső számításokból indulhattak ki, ekkor nem is állhattak eljárás alá vont rendelkezésére tényleges adatok. A 16,66 Ft-osra tervezett átlagos percdíjhoz képest eljárás alá vont a háromszoros felezés lehetőségét és az akár 5 Ft/perc szlogent állította a reklám középpontjába, noha maga is elismerte, hogy az csak „a kedvezmények legoptimálisabb kombinációja esetén állhat elő” (34. pont). Az eljáró versenytanács a percdíj mértéke tekintetében a fogyasztók megtévesztésére alkalmasnak tekintette a reklám fő üzenetét.

72. Az eljárás alá vont egy olyan kedvező ellenértéket helyezett a reklámkampány középpontjába, amely az összes hívásnak csak kis részében érvényesül. A ZöldZónán kívül lakók és dolgozók számára nem racionális a ZöldZóna kedvezmény megvásárlása, tehát ők gyakorlatilag nem tudnak 5 Ft-ért beszélgetni percenként. A reklámot nézők, olvasók egy másik jelentős része sem vásárol meg annyi opciót, hogy azok révén lehetősége legyen a reklámozott kedvező percdíj elérésére, mert a kivételek miatt nem tudná azt kihasználni. Még azok körében sem az 5 Ft-os percdíj a jellemző tarifa, akik az ennek eléréséhez szükséges mindegyik opciót meg szerezték.

#### VIII/1.2. Lehet-e 5 Ft-ért mobilozni percenként?

73. Az előző pontokban azt láttuk, hogy az 5 Ft-os percdíj csak a mobilhívások kis részénél érvényesül. A továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy vajon, az 5 Ft-os percdíjjal folytatott hívások során, vajon hány forintért mobiloznak percenként. A percdíj csak az egyik összetevője a telefonálás költségének. Egy perc időtartamú beszélgetés költségeinek számbavétele során nem szabad megfeledkezni arról, hogy a havidíj és az opciók ellenértékének egy időarányos része is terheli még a telefonáló számláját.

74. Az „Akár mindössze 5 Ft-ért mobilozhat” vagy „Akár 5 Ft-ért beszélhet percenként”, vagy „Akár 5 Ft/perc” szövegek úgy hangsúlyozzák a tarifarendszer kedvező elemét, hogy az ajánlat valós megítéléséhez szükséges további információk, a tarifa kevésbé előnyös részei a fogyasztók előtt „homályban maradnak”:

- a díjcsomag 2000 Ft-os havi alapdíja a néző számára érzékelhetetlenül apró betűvel, ill. olyan mennyiségű adattal együtt kerül feltüntetésre, hogy felfogása gyakorlatilag lehetetlen,
- a legalább három felezőcsomag egyenként 500 Ft-os havidíja pedig a reklámok jelentős részéről teljesen hiányzik.

75. A reklámok nem adnak valós tájékoztatást az ellenszolgáltatásról. Nem minden reklámból derülnek ki a telefonálás 5 Ft-os percdíjat meghaladó költségei. A reklám kizárólag a „csomag” legkedvezőbb elemére irányítja a figyelmet. Ez a kiemelés valótlan összképet fest a szolgáltatásról, mivel annak bizonyos elemeiről szóló tájékoztatás nem jut el a fogyasztóhoz. A reklámok jelentős részéből nem derült ki, hogy 2000 + 500 + 500 + 500, azaz összesen 3.500 Ft havidíjat kell fizetni, ha valaki 5 Ft-os percdíjjal akar telefonálni. (A 2000 Ft-os alap havidíj fele – sőt bizonyos időszakban<sup>20</sup> egésze – elhasználható volt telefonhívásokra, de csak azt követően, hogy azt megfizették.) Az eljáró versenytanács nem önmagában a reklám hiányos tartalmát kifogásolja, hanem azt, hogy az ellenszolgáltatásra vonatkozó, összetartozó információk egy részének kiemelésével, más részének elhallgatásával, az ellenszolgáltatásra vonatkozóan a valóságnál kedvezőbb színben tüntetik fel a reklámok az eljárás alá vont termékét.

#### *VIII/2. „Ötféle „halmazható kedvezmény”, „szabadon választható kedvezmények”*

76. A reklámok „ötféle halmazható kedvezmény” elérését helyezik kilátásba, ezzel szemben a valóság az, hogy az SMS kedvezmény eleve nem jöhet szóba a reklámban megcsillantott kedvező mobiltelefonálási percdíj eléréséhez. Az SMS kedvezménynek nincs köze az 5 Ft-os hívásdíjakhoz – erre tekintettel az „ötféle ... kedvezmény” állítás megtévesztésre alkalmas az 5 Ft-os percdíj tekintetében

77. A reklámok „szabadon választható kedvezmények”-ről szólnak

A valóság azonban az, hogy a percdíj csökkentésére fogalmilag alkalmas négy kedvezmény közül kell hármát igénybe venni ahhoz, hogy az ígért percdíjjal lehessen telefonálni. Erőteljesen megnehezíti azonban a kívánt cél elérését az a körülmény, hogy van két nem kombinálható kedvezmény: a hívás nem lehet hálózaton belüli és vezetékes hálózatba irányuló egyidejűleg. Az elvben szabadon választható kedvezmények közül az egyidejűleg alkalmazhatóakat mindenképpen fel kell használni, etekintetben nincs szabad mozgástér, és az egyidejűleg nem alkalmazható kedvezmények valamelyikét is igénybe kell venni az 5 Ft/perc reklámozott hívásdíj eléréséhez.

5 Ft-os percdíjjal csak az alábbi helyzetekben lehet telefonálni:

- csak a ZöldZónából indított hívás esetén,
- csak csúcsidőn kívül,
- feltéve, hogy az alábbi két lehetőség közül valamelyik még kapcsolódik az első két konjunktív feltételhez:
  - = hálózaton belüli a hívás, vagy
  - = vezetékes hálózatba irányul.

---

<sup>20</sup> A reklámkampány teljes időszakában, sőt azt követően augusztus 31-ig.

Minderre tekintettel az 5 Ft-os percdíj eléréséhez a kedvezmények – a reklámban szereplő állítással szemben – nem választhatóak szabadon.

78. Az eljáró versenytanács nem fogadta el azt a védekezést, mely szerint a nem kombinálható kedvezmények is igénybe vehetőek egyidejűleg, az ügyfél rendelkezhet mindkét kedvezményes opcióval. Az ötféle halmozható kedvezmény a nyomtatott médiában (14. pont), a kirakati és üzletéri plakátokon (18. pont) és a szórólapokon (20. pont) mindig az alap percdíj csökkentésének eszközeként került megjelenítésre. A rádióreklámokban a szabadon választható és halmozható kedvezmények szintén a tarifacsökkentést célozzák (13. pont). A percdíj csökkentése a cél, az ötféle kedvezmény az eszköz. Ehhez képest hiába rendelkezhet az ügyfél ötféle kedvezménnyel, ha azok mindegyikét nem tudja a reklámban ígért módon felhasználni.

### VIII/3. „Verhetetlen ár”

#### VIII/3.1. A verhetetlenség fogalma

79. A Magyar Értelmező Kéziszótár szerint a „verhetetlen” szó jelentése: akit, amit nem lehet küzdelemben megverni, legyőzni”. Az eljárás alá vont által hivatkozott értelmezést az eljáró versenytanács sem vitatta.

80. A Versenytanács számos határozatában foglalkozott a „verhetetlen” szó jelentésével, piacelsőségi állításként azonosítva azt<sup>21</sup>. A piacelsőségi állítások tekintetében a Versenytanács következetes álláspontja szerint az eljárás alá vont által bizonyítandó az állítás minden piaci szereplővel szembeni valódisága<sup>22</sup>.

81. Az eljárás alá vont a reklámkampány megkezdése előtt olyan összehasonlítás birtokában kellett, hogy legyen, amely kimutatta, hogy árajánlata jobb valamennyi, a piacon lévő ajánlatnál. Az eljárás alá vont által csatolt, a 49. pontban említett – üzleti titoknak minősülő – dokumentum azonban egyetlen szóval sem említi azt, hogy a Kaméleon díjsomag opciós tarifái kedvezőbbek lennének a konkurens ajánlatoknál. Az eljáró versenytanács ezért bizonyítékul nem fogadta el az említett dokumentumot, amely inkább a konkurens ajánlatokhoz való felzárkózás szándékát sugallja.

#### VIII/3.2. Az összehasonlítás tárgya

82. A sajtóhirdetésekből szerepel a „verhetetlen áron ... mobilozhat” kijelentés. Ugyanez a szöveg a szórólapok két fajtáján is olvasható. A „verhetetlen ár” fogalom mibenlétével kapcsolatban az eljárás alá vont többféle értelmezést is adott. Az eljáró versenytanács

---

<sup>21</sup> Ld. a Vj-45/2006. számú ügyben hozott versenytanácsi határozatot.

<sup>22</sup> Ld. pl. a Vj-32/2005. és Vj-80/2005. számú ügyekben hozott versenytanácsi határozatokat.

egyenként vizsgálta és – egy kivételével - sorra elvetette ezeket, miközben egy nagyon egyszerű értelmezés, a következőkben elsőként említett percdíj, alapján is megvizsgálta a reklám kijelentést. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a percdíj az eljárás alá vont védekezésében is megjelent, de nem önállóan, hanem egy – közelebbről nem definiált – összetett feltételrendszer elemeként.<sup>23</sup>

#### VIII/3.2.1. Ár = percdíj

83. A kifogásolt állítás a szórólapon szereplő szöveg<sup>24</sup> második mondatként szerepelt. Abban az esetben, ha a kijelentést tágabb szöveggörnyezetben értelmezi a fogyasztó, akkor az első mondat is fontos adalékot jelent. Az első mondat arról szól, hogy a kedvezményekkel felére, negyedére, sőt akár nyolcadára csökkenthető a 40 forintos alap percdíj. A 40 Ft-os alap percdíjnak a nyolcada 5 Ft. Ennek fényében az „Így verhetetlen áron, akár mindössze 5 forintért mobilozhat percenként” szöveg a percdíjra vonatkozóan állítja a verhetetlenséget.

84. Az ár verhetetlenségét az eljárás alá vont annak bizonyításával igazolhatta volna, hogy az akár 5 Ft/perc hívásdíj alacsonyabb, mint a reklámkampány idején a konkurensok által alkalmazott percdíj.

85. Eljárás alá vont ezt nem tudta bizonyítani. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy nulla forintos percdíjjal is lehet telefonálni bizonyos körülmények között a Vodafone Select díjcsomaggal. Eljárás alá vont T-Percek opcióval kiegészített Kaméleon csomagjáról maga állította, hogy 1 Ft-os percdíjjal lehet vele beszélgetni.

#### VIII/3.2.2. Ár = egy percre jutó költség

86. Bizonyos körülmények között a „verhetetlen ár” a „legolcsóbb” szinonimája is lehet. A reklám második mondatát önállóan olvasva az az értelmezés is kiolvasható a szövegből, hogy egy perc időtartamú telefonálás a megfelelő opciókkal kiegészített Kaméleon tarifacsomaggal kevesebbe kerül, mint más tarifacsomagokkal. Abban az esetben, ha így értelmezzük a szöveget, akkor a reklámállítás valóságának igazolásához azt kell eljárás alá vontnak bizonyítani, hogy a telefonálás egy percre jutó költsége a Kaméleon díjcsomag esetén a legkisebb.

Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy csak abban az esetben tartaná elfogadhatónak ezt az értelmezést, ha a reklám második mondata önállóan állna.

87. A reklámállításban használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott jelentése az irányadó annak mérlegelésénél, hogy az adott tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére

---

<sup>23</sup> A „verhetetlen ár” kifejezésnek az eljárás alá vont a 2007. január 4-i tárgyaláson az alábbi jelentést tulajdonította: „A Kaméleon Csomag feltételeinek megfelelően nincs a piacon más, ennél alacsonyabb percdíjjal megvalósítható telefonálási lehetőség, tehát percdíjat, az adott feltételek mellett értettek verhetetlen áron. Szerepel a reklámszövegben, hogy felére, negyedére, akár nyolcadára is csökkentheti, így verhetetlen áron”.

<sup>24</sup> Az új Kaméleon díjcsomag ötféle, halmozható kedvezményével felére, negyedére, sőt akár nyolcadára csökkentheti a 40 forintos alap percdíjat! Így verhetetlen áron, akár mindössze 5 forintért mobilozhat percenként.

alkalmas-e. A TV reklámban és a szórólapokon a tájékoztatás első mondata a percdíj csökkentéséről szólt. Ezt követte - második mondatként - az alábbi szöveg: „Így verhetetlen áron, akár mindössze 5 forintért mobilozhat percenként.” A „verhetetlen” jelző tehát az ár jelzője. A „verhetetlen ár” kifejezés az 5 Ft-os percdíjat minősíti. A fogyasztók olvasatában ez a kifejezés azt jelenti, hogy más mobilszolgáltatók 5 Ft-ot meghaladó percdíjat kérnek.

88. Az eljáró versenytanács – a magatartás súlyának mérlegelése érdekében – azt is vizsgálta, hogy vajon egy percnyi mobiltelefonálás összes költségét vizsgálva megfelel-e a valóságnak a „verhetetlen” jelző. Ez akkor lett volna megállapítható, ha a beszélgetésnek - az 5 Ft-os percdíjon kívül a 2000 Ft-os alap havidíjból és a háromszor 500 Ft-os havidíjból az egy perc telefonálásra eső költséget is figyelembe vett – teljes költsége kedvezőbb a konkurensok hasonló tarifa-csomagjainak egy perc telefonálásra vetített költségénél.

89. Az eljáró versenytanács a bizonyítékok alapján azt állapította meg, hogy az összes költséget figyelembe véve is vannak olyan helyzetek, ahol a Vodafone Select díjcsomag olcsóbb telefonálást biztosít, mint a Kaméleon.

90. A „Kaméleon munkanevű díjcsomag (HB, ZZ és OFF-PEAK opciókkal) és a használatában hozzá illő versenytárs csomagok becsült költségei” című összehasonlító ábrát (48. pont) az eljáró versenytanács nem fogadta el az eljárás alá vont állításainak bizonyítására az alábbiak miatt.

- a) Az ábra nem azonos kategóriákat vet össze, amikor a konkurencia csomagját opciók nélküli alap-percdíjjal veszi számításba, míg saját csomagjában az opciókkal csökkentett percdíjakat szerepelteti. Az Eljárás alá vont állításának bizonyítására tehát nem alkalmas az ábra, cáfolatára azonban igen. Az ábrából ugyanis az derül ki, hogy az opciókkal kiegészülő Kaméleon díjcsomag még az opciók nélküli Vodafone Select díjcsomaghoz képest sem mindig olcsóbb.
- b) Még az eljárásra nézve kedvező összevetés alapján is kimutatja az ábra, hogy a Vodafone Select a havonta csak 73 percet telefonálók számára kevesebb költséggel jár, mint az opciókkal „felszerelt” Kaméleon díjcsomag. Az ábrán a 3500 Ft-os vízszintes szaggatott vonal és az 1000 forintról induló folyamatosan emelkedő piros vonal a 73 perc beszélgetésnél találkozik. Annak a fogyasztónak, aki éppen ennyi időt tölt mobiltelefonálással a két tarifacsomag egyforma költségkihatású (ha eltekintünk attól, hogy egyik esetben figyelembe vettük, másik esetben figyelmen kívül hagytuk az opciókat). Az ábrán a függőleges tengely 1000 Ft-os pontja, a függőleges tengely 3500 Ft-os pontja és a két görbe metszési pontja (az időtengelyen 73 perc magasságában) által kijelölt háromszög jelzi azt a tartományt, ahol a Vodafone Select tarifacsomag – opciók nélkül is – kedvezőbb költségkihatású, mint a Kaméleon díjcsomag. Az ábrán ezt az mutatja, hogy a háromszög a Kaméleon díjcsomagot jelző vízszintes szaggatott vonal alatt helyezkedik el.
- c) A 73 perc a 253 perc átlagos beszélgetési időnek csak valamivel kevesebb, mint harmada. Az eljáró versenytanács azonban már ezt is elégségesnek találja annak megállapítására, hogy a fogyasztók egy nem elhanyagolható hányada számára a Kaméleon nem a legkedvezőbb összköltség-kihatású tarifacsomag. Különösen, ha figyelembe vesszük, hogy a Vodafone Select díjcsomaghoz is lehetett opciókat vásárolni, amelyek révén bővült az az időzóna, amelyben a Kaméleon díjcsomag nem minősül verhetetlennek.
- d) Abban az esetben, ha a Vodafone Select tarifacsomagot a két opciós csomaggal vennénk figyelembe, akkor a Vodafone Select csomagot jelző vonal az ábra teljes hosszában

vízszintesen futna. A függőleges tengelyen a kezdőpontja ugyan magasabban lenne, mint az opciók nélküli tarifát mutató - emelkedő - egyenes kiinduló magassága (1000), de a 3246 Ft/hó költség (1000 + 999 + 1248) még mindig kisebb a három opcióval ellátott Kaméleon tarifacsomag 3500 Ft-os (2000 + 500 + 500 + 500) havi költségénél. A viszonylag keveset telefonálók számára 244 Ft a havi különbség. Azok számára, akik havonta több időt töltenek telefonálással a két tarifacsomag havi költségeinek különbsége egy idő után tovább nő, mivel a Kaméleon - opciók révén csökkentett, de nulla forintot mindenképpen meghaladó - percdíját legkésőbb a 400. perctől fizetni kell<sup>25</sup>, míg az opciós Vodafone Select esetén havi 1000 percig percdíj-mentesen lehet telefonálni. A percdíjak különbségéből fakadóan a két tarifacsomag havi költségkülönbsége havi 1000 perc telefonálás után csökkenni kezd, és az átlagosan havonta beszélgetéssel töltött idő<sup>26</sup> 4.5-5-szörösétől már a Kaméleon díjcsomag kedvezőbb összköltség kihatású lehet, mint a Vodafone Select. Abban az esetben, ha – reálisan – feltételezzük, hogy a Kaméleon ügyfelek nem minden beszélgetését számolják el a legkedvezőbb percdíjjal, akkor a Vodafone még jóval havi 1000 perc beszélgetési időn túl is kedvezőbb költségű, mint az opciókkal ellátott Kaméleon díjcsomag.

91. Nem változtatott az eljáró versenytanács álláspontján a Kaméleon díjcsomaghoz kapcsolódóan is<sup>27</sup> igénybe vehető további opciók<sup>28</sup> léte, és az a körülmény, hogy ezeknek az opcióknak a felhasználásával akár még az 5 Ft-nál is alacsonyabb percdíj is elérhető. Figyelemmel arra, hogy a versenyfelügyeleti eljárás a Kaméleon díjcsomag reklámjai miatt indult, és ezekben az opciók meghatározott köre szerepelt, a verhetetlenség megítélésénél csak ezeket lehet figyelembe venni. A reklám nem azt állította, hogy a Kaméleon díjcsomaghoz nem tartozó, de azokhoz esetlegesen igénybe vehető további kedvezmények által, hanem önmagában verhetetlen a tarifacsomag. Ezért az eljáró versenytanács nem vizsgálta ezeknek a potenciálisan kapcsolódó opcióknak a költségcsökkentő hatását. Megjegyzi azonban az eljáró versenytanács, hogy a T-Percek opció kapcsán eljárás alá vont maga is csak annyit állított, hogy „ezzel ugyanúgy elérhető az 1 Ft-os percdíj, melyet a Vodafone is kínál”, mely állítás – valósága esetén - sem alkalmas a „verhetetlen ár” reklámszlogen igazolására.

### VIII/3.2.3. Ár = a konstrukció újdonsága

---

<sup>25</sup> Eljárás alá vontra kedvezően azt tételeztük fel, hogy az ügyfél minden egyes hívása 5 Ft/perc tarifával történik, így a 2000 Ft-os lebeszélhető havidíj 400 perc időtartamú telefonálást biztosít számára külön percdíj fizetése nélkül. Az ábrán az opciókkal felszerelt Kaméleon tarifacsomagot jelképező kezdetben vízszintes vonal legkésőbb a 400 percnél lassan felfelé emelkedő vonalba megy át. A valóságban a változásra már korábban sor kerül, hiszen hiába rendelkeznek a fogyasztók három opcióval, ettől még nem minden hívásukat számolják 5 Ft/perc tarifával. Az eljárás alá vont által csatolt ábrán a vízszintes vonal már a 120. percnél megtörik. Eljárás alá vont tehát úgy kalkulált, hogy a három opció ellenére az átlagos percdíj 16,66 Ft (2000:120=16,66). Ezzel szemben a Vodafone Select tarifacsomagot jelképező vízszintes vonal 1000 percig vízszintes és csak ezt követően vált át – igaz a 19/Ft/perc ill. 29/Ft/perc díjakra tekintettel a Kaméleon vonalánál meredekebb – emelkedésbe.

<sup>26</sup> Az eljárás alá vont által csatolt ábra szerint a várható MUO szint 253 perc/hó.

<sup>27</sup> Ezek az opciók nem kifejezetten a Kaméleon díjcsomaghoz kapcsolódnak.

<sup>28</sup> A „Kaméleon – összehasonlítás a piacon lévő ajánlatokkal” c., 2007. január 8-i beadványában eljárás alá vont további hét kedvezményt sorolt fel, amelyek a Kaméleon díjcsomaghoz igénybe vehetőek. Ezek közül a T-Percek opció (kedvezmény) vethető össze a Vodafone Select hétvégi és esti opció együttes igénybevétele esetén optimális esetben elérhető árral, ezek tartalmaznak ugyanis szintén előre megvásárolható perceket. Az összehasonlítás alapján a Kaméleon díjcsomag T-Percek opcióval kombinálva mintegy 10 %-kal több ellenérték fejében 25 %-kal hosszabb időtartamú beszélgetést biztosít, mint a konkurens csomagja a két opcióval.



92. Az eljárás alá vont arra is hivatkozott, hogy a „verhetetlen” kifejezéssel az ajánlat újszerűségére, egyediségére kívántak utalni. A „verhetetlen” kifejezés azonban olyan szövegkörnyezetben szerepel a reklámban, amely kizárja az eljárás alá vont által adott értelmezés lehetőségét. „Így verhetetlen áron, akár mindössze 5 Ft-ért mobilozhat percenként” – szól a mondat. A reklám tehát egy jelzős szerkezetet tartalmaz, ahol a jelző a verhetetlen és a jelzett szó az ár, nem pedig az ajánlat, a percdíj csökkentésének lehetősége. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont azt sem bizonyította, hogy a konstrukció egyedi és verhetetlen. Erre vonatkozó – tárgyaláson elhangzott – állításait, a konkurens ajánlatának alaposabb tanulmányozását követően visszavonta.

#### VIII/3.2.4. Ár = kedvezmények halmozhatósága

93. Eljárás alá vont állította, hogy „a kampány teljes időtartamára elmondható, hogy kizárólag a T-Mobile Kaméleon díjcsomagja kínált olyan lehetőséget, ahol az ügyfélnek az opciós kedvezmények halmozásával a díjcsomag alap-percdíjának ilyen mértékű csökkentésére van lehetőség”. Állította, hogy az általa csatolt<sup>29</sup> iratokban felsorolt kampányokkal népszerűsített konkurensi szolgáltatások egyike sem teszi lehetővé a beszélgetés percdíjainak a többszöri csökkentését, nem ad lehetőséget halmozható kedvezmények révén többféle, egyre alacsonyabb percdíjak elérésére.

94. A felhozott érvek egyrészt nem bizonyítják a „verhetetlen ár” kifejezés valóságtartalmát, másrészt ezen állítások tekintetében az eljárás alá vont ellentmondásba is keveredett, előadása valótlanak bizonyult, vagy legalábbis valóságát nem sikerült alátámasztania megfelelő bizonyítékkal. Eljárás alá vont külön felhívásra sem bizonyította, hogy „kizárólag a T-Mobile Kaméleon díjcsomagja kínált olyan lehetőséget, ahol az ügyfélnek az opciós kedvezmények halmozásával a díjcsomag alap-percdíjának ilyen mértékű csökkentésére van lehetőség”. A bizonyíték gyanánt csatolt dokumentumok nem tartalmazták a konkurensok minden díjcsomagját, hanem csak az akciós tarifákat. Az eljáró versenytanács által külön kért dokumentumok alapján éppen az volt megállapítható, hogy – bizonyos telefonálási szokások esetén – a Kaméleon díjcsomag feltételei nem kedvezőbbek.

#### VIII/3.2.5. Ár = kedvező tulajdonság

95. Az eljáró versenytanács bár valóságtartalmukat nem vitatja, de a „verhetetlen ár” szlogen bizonyítására – a Tpv. 9. §-ában foglalt értelmezési szabályra tekintettel - nem fogadta el az eljárás alá vont előadásait az opciós Kaméleon tarifacsomag előnyös vonásairól.

- a) A 2007. január 8-i beadványához csatolt – üzleti titkot képező – közvélemény kutatás adatai szerint a Kaméleon díjcsomag szimpatikusabbnak és versenyképesebbnek mutatkozott mint a versenytársak csomagjai.
- b) A Kaméleon Díjcsomag kevesebb korlátozást tartalmaz, hiszen nincs 1000 perces maximum. Bármennyi beszélgetésre, bármilyen tartamú beszélgetésre igazak a díjak,

---

<sup>29</sup> A 2007. január 4-i tárgyaláson átadta egyrészt a Vodafone által meghirdetett kampányok összefoglalóját, másrészt a Pannon által meghirdetett kampányok összefoglalóját azzal a szóbeli állítással, hogy egyetlenegy feltüntetett kampány sem eredményezett a fogyasztó számára kedvezőbb percdíjú telefonálási lehetőséget, mint a Kaméleon Díjcsomag.

és a lehetséges hívások időtartama és iránya tekintetében is jobb a Kaméleon, mint a Vodafone Select ajánlata.

96. Összefoglalóan megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a Kaméleon díjcsomag most vizsgált előnyös tulajdonságait – a valóságnak megfelelően – kommunikálhatta volna az eljárás alá vont. Ezek azonban nem sorolhatóak a reklámban szereplő „ár” fogalom alá. A reklám arról informált, hogy a Kaméleon tarifacsomaggal csökkentett percdíjjal verhetetlen áron lehet mobilozni. Az ár a konkrét reklámban a percdíjnak felel meg. A Kaméleon tarifacsomag percdíja azonban még az opciók révén elérhető legalacsonyabb szinten sem minősült verhetetlennek a reklám idején, mert nem volt olcsóbb valamennyi más tarifacsomag percdíjánál.

### VIII/3.3. Összehasonlíthatóság

97. Eljárás alá vont állította, hogy nem vethető össze a Kaméleon tarifacsomag percdíja az összecsomagolt percek tartalmazó (bundle) ajánlatok díjával, mivel ezeknél az egy percre jutó költség egyénenként más és más szinten, kizárólag a használat után adható meg. A kampányban kommunikált opciókkal összefüggésben megadott 5 Ft/perc díj viszont azt jelenti, hogy az ügyfél akár egyetlen percet is beszélhet az opciók által adott körülmények között, és az valóban 5 Ft-jába fog kerülni. Így az ügyfél már a használat megkezdése előtt tisztában lehet azzal, hogy minden egyes perc beszélgetés számára mennyibe fog kerülni. Ez a Kaméleon opciós díjcsomagban 5 Ft lesz, függetlenül a tényleges beszélt percek számától, a hívások hosszától és mennyiségétől. Az előre csomagolt opciós ajánlatok, mint a Vodafone-nál igénybe vehető hétfégi és esti opciókban megadott kedvező árak csak abban az esetben érhetőek el, ha az ügyfél a bennük foglalt percmennyiséget 100 %-osan felhasználja.

98. A tarifacsomagok árának összehasonlíthatóságát kétségbe vonó kijelentést az eljáró versenytanács több okból sem tette magáévá.

- Eljárás alá vont reklámja összehasonlítást tartalmazott, még hozzá mindenféle megszorítás nélkül. A reklámokban semmiféle utalás nem található arra vonatkozóan, hogy a becsomagolt (bundle) ajánlatokra nem terjed ki az összehasonlítás. A reklámkampány idején tehát még más volt az eljárás alá vont álláspontja, vagy akkor nem tanúsított kellően gondos magatartást, amikor – mai álláspontja szerint – össze nem hasonlítható árakat is összevetett.
- Eljárás alá vont maga is azt állította, hogy „A konstrukciót illetően a Vodafone Select díjcsomagja hasonlít a leginkább a Kaméleon csomagra, mivel ott is több opció közül választhat az ügyfél a csomaghoz.”<sup>30</sup>
- Ismételten megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a „verhetetlen ár” szlogen valóságtartalmának megítélése szempontjából a percdíjak összehasonlíthatóságának van jelentősége. Eljárás alá vont viszont érvelésében

---

<sup>30</sup> Hozzátette eljárás alá vont, hogy „Ezek az opciók azonban nem építhetők egymásra, egymástól függetlenek.”. Ez az állítás azonban nem fedi a valóságot a Vodafone Select két opciója tekintetében, amelyek kombinálhatóak.

hol percdíjról, hol a telefonálás percenkénti költségéről szolt.<sup>31</sup> Abban az esetben, ha az eljárás alá vont is összehasonlítható mérőszámokat vetne össze, akkor kiderülne, hogy az összehasonlítás lehetséges. A Kaméleon tarifacsomag legkedvezőbb percdíja 5 Ft, a Vodafone Select legkedvezőbb percdíja 0 Ft. Ezek összehasonlíthatók. A Vodafone Select tarifacsomagot opcióval választó fogyasztók is előre tudhatják, hogy maximum havi 1000 perc időtartamú beszélgetésért mennyi percdíjat kell fizetniük, hiszen havonta egy perc - opciónak megfelelő hívásirányú - beszélgetés éppen úgy nulla forintjukba kerül, mint ezer. A konkurens tarifacsomagjánál sem befolyásolja a percdíjat sem a beszélgetések száma, sem az egyes beszélgetések tartama.

- Az 1000 perc az eljárás alá vont által várt átlagos havi beszélgetési idő több mint négyszerese. Elegendően nagy tehát a tartomány, amelybe a keveset telefonálók, az átlaghoz közeli és még az átlagosnál négyszer többet telefonálók is beletartoznak. Ebben a sávban a két tarifacsomag percdíjai összevethetőek.
- A sávon kívül, azaz a havi 1000 percnél többet telefonálókra vonatkozóan igaz az az állítás, hogy nem tudhatják előre, hogy mibe kerül majd számukra egy perc időtartamú beszélgetés. Etekintetben azonban az eljáró versenytanács nem látott érdemi különbséget a kétféle tarifacsomag ügyfeleinek helyzetében. Mind a Kaméleon, mind a Vodafone Select ügyfelei tudhatják a percdíjat<sup>32</sup> és tudhatják a havidíj nagyságát. Azt, hogy a havonta mindenképpen megfizetendő költségekből mennyi esik egy perc időtartamú telefonálásra, azt valóban csak a hónap végén lehet tudni, amikor ismertté válik az adott hónapban telefonálással töltött idő hossza. Ez a körülmény is egyforma a két tarifacsomag esetén. Nem látott tehát összehasonlítási akadályt az eljáró versenytanács az egy perc tartamú beszélgetések költségét tekintve sem, de nem ez az összehasonlítás, hanem a percdíjak összevetése volt a fontos a reklám megtévesztő jellegének megítéléséhez.
- Abban az esetben, ha az egy perc telefonálásra jutó költségeket hasonlítjuk össze, nem fedi a valóságot az eljárás alá vont állítása, mely szerint a „kampányban kommunikált opciókkal összefüggésben megadott 5 Ft/perc díj viszont azt jelenti, hogy az ügyfél akár egyetlen percet is beszélhet az opciók által adott körülmények között, és az valóban 5 Ft-jába fog kerülni” (lásd VIII/1. pont).
- „Az előre csomagolt opciós ajánlatok, mint a Vodafone-nál igénybe vehető hétvégi és esti opciókban megadott kedvező árak csak abban az esetben érhetőek el, ha az ügyfél a bennük foglalt percmennyiséget 100 %-osan felhasználja” – állította az eljárás alá vont. A kijelentés valóságtartalmát egyfelől a percdíjak, másfelől az egy perc időtartamú beszélgetésre eső díjak tekintetében vizsgálta az eljáró versenytanács. Az állítás a percdíj tekintetében – mint láttuk – nem igaz, hiszen az első perc telefonálás percdíja is nulla forint a Vodafone Selectnél. Abban az esetben, ha a kedvező árak kifejezés alatt az egy perc időtartamú telefonálás költségét értjük, akkor a 3,246 Ft/perc költség valóban csak akkor igaz, ha mind az 1000 percet lebeszéli a Vodafone Select

---

<sup>31</sup> Az előző pontban aláhúzással jelöltük az egy mondaton belül olvasható „csúsztatást”. A kiemelt mondat a 46. pontban szerepeltetett védekezésből származik.

<sup>32</sup> A percdíjak tekintetében a Vodafone Select ügyfelei kedvezőbb helyzetben vannak, mivel havi 1000 percig nulla forint az opciós percdíj, ezt követően hálózaton belül 19 Ft, hálózaton kívül 29 Ft. Ebből az következik, hogy általában egyféle – nulla forintos - percdíjat „fizetnek” és az átlagos havi beszélgetés mennyiség négyszeresét meghaladó időszakban is maximum kétféle percdíj közül valamelyiket kell megfizetniük, miközben a Kaméleon díjcsomag ügyfelei vagy 40, vagy 20, vagy 10, vagy 5 Ft-os percdíjat fizetnek a hónap során végig.

ügyfele (a 999 Ft havidíj és az 1248 Ft, valamint a 999 Ft-os opciós díjak együttes összege osztva a lebeszél percek számával). Akkor, ha csak 400 percet (azaz kevesebb, mint a megvásárolt beszélgetési idő felét) tölti beszélgetéssel, akkor 8,11 Ft az egy beszélgetéspercre jutó teljes költsége, miközben a Kaméleon tarifacsomag ügyfelénk 8.7 Ft-ba került egy perc, ha 400 percet beszél egy hónapban. 100 perc beszélgetés esetén az egy percre jutó költség 32,46 Ft-os értékével szemben a Kaméleon csomag 35 Ft-ja áll. Miközben tehát a becsomagolt (bundle) ajánlatok egy percre jutó költsége tekintetében az eljárás alá vont állítása helytálló, az igaz állítás ellenére az összehasonlíthatóság fennáll. Korrekt módon úgy lehet összevetni a két csomagot, hogy mindkét esetben figyelembe vesszük a díjcsomag havidíját és az opciók együttes költségét.

#### VIII/3.4. A „verhetetlen ár” kijelentés súlya a reklámkampányon belül

99. Eljárás alá vont védekezésében azt is hangsúlyozta, hogy a „verhetetlen” szlogen csak két kommunikációs eszközön szerepelt és nem képezte a központi üzenet részét. Az eljáró versenytanács ezeket a körülményeket nem tekintette a magatartás jogellenességét megszüntető körülményeknek.

### IX.

#### A magatartás szankcionálása

100. A Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontja alapján a rendelkező részben idézett reklámállítások közül a kedvezményekkel kapcsolatos állítások és a verhetelen jelző az áru ára tekintetében valótlan tény állításának, az „akár 5 Ft” tartalmú kijelentések az áru ára tekintetében valós tény megtévesztésre alkalmas módon történő állításának minősül.

101. Az eljáró versenytanács a bírság kiszabása során a reklámköltséget tekintette kiindulópontnak.

#### *Súlyosító körülmények*

102. Az eljáró versenytanács a bírság kiszabása során súlyosító körülményként vette figyelembe:

- A kommunikációs kampány kiterjedtségét, az érintett fogyasztók széles körét.
- Az érintett piacon a versenyt sértő reklámozás gyakoriságát. A tanúsított magatartások miatt indított versenyfelügyeleti eljárások száma rendkívül

magas: 2004. szeptember 1-jétől a vizsgálati jelentés leadásának időpontjáig a GVH összesen 18 versenyfelügyeleti eljárást indított a piaci szereplők ellen.

- Az eljárás alá vont visszaesőnek minősül: 2004. szeptember 1. napja óta négy versenyfelügyeleti eljárás fejeződött be vele szemben: egyet megszüntettek, de a másik háromban jogsértést állapítottak meg, és összesen 150 millió Ft bírságot szabtak ki vele szemben.
- Az „akár 5 Ft/perc” kifejezés a reklámkampány egyik központi üzenete. A megtévesztés lehetősége a percdíjjal állt kapcsolatban. A kiskereskedelmi mobil szolgáltatások piacán tájékozódó fogyasztók számára elsődlegesen fontos egy adott tarifacsomag hívásdíja, a fogyasztók döntéseit jelentős mértékben befolyásolja az adott tarifacsomagra vonatkozó kommunikáció.

### *Enyhítő körülmények*

103. Az eljáró versenytanács a bírság kiszabása során enyhítő körülményként vette figyelembe azt, hogy jelen ügyben az eljárás alá vont vállalat üzenetében nem jut központi, kiemelt szerep a piacelsőségi állításnak:

- A „verhetetlen” kifejezés a kommunikációs eszközök fő üzenetét közvetítő képek és felhívások alatt, kisebb betűmérettel - de nem apróbetűvel, tehát még észlelhetően - szerepelt a szórólapokon.
- A „verhetetlen” szó összesen két kommunikációs eszközön, a sajtóhirdetéseken és a szórólapokon volt olvasható, és ezen két eszköz súlya a teljes kampányban meglehetősen alacsony volt.

103. A jogorvoslati jog a Tpvt. 83. § (1) bekezdésén alapul.

Budapest, 2007. január 11.