

Fővárosi Bíróság

3.K.31.986/2005/4.

A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN !

A Fővárosi Bíróság a Pannon GSM Távközlési Rt. felperesnek (Budaörs) a Gazdasági Versenyhivatal alperes (Budapest) ellen közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indított perében meghozta az alábbi

ÍTÉLETET:

A bíróság alperes Vj-170/2004. sz. határozatát **részben megváltoztatja** az alábbiak szerint:
A határozat indokolásának 46. pontjában foglaltakat mellőzi.

Fentieket meghaladó részében a bíróság a keresetet **elutasítja**.

Kötelezi a bíróság felperest, hogy az Illetékhivatal külön felhívása alapján utólag fizessen meg 16.500,-Ft (azaz Tizenhatezer-ötszáz forint) eljárási illetéket.

Kötelezi a bíróság felperest, hogy 15 napon fizessen meg alperesnek 50.000,-Ft (azaz Ötvenezer forint) perköltséget.

Az ítélet ellen a kézhezvételtől számított 15 napon belül ennél a bíróságnál 3 példányban előterjesztett, a Fővárosi Ítéletáblához címzett fellebbezéssel lehet élni.

INDOKOLÁS:

A perben a bíróság az alábbi tényállást állapította meg.

Felperes 2004. július 19-én vezette be a Pannon 50, 100, 150, 250, 500 és 1000 elnevezésű díjcsomagokat, amelyekhez kapcsolódóan 2004. július 19-étől augusztus 15-ig reklámkampányt is folytatott. A reklámokban általánosan elhangzott a „Tud ennél jobbat?” kérdés, egyes reklámok esetében kiegészítve a „nem tudok” válasszal.

A nyomtatott sajtóban az alábbi reklám jelent meg a Pannon-50-1000 díjcsomagokra vonatkozóan: „*Tud ennél jobbat?* ” *Új Pannon számlás tarifacsomagok, Pannon 1000: 18 Ft/perc.*

Kisebb betűmérettel tartalmazta a reklám a következőt:

„*Csak nálunk nem növekszik a percdíj a csomagokban foglalt percek lebeszélése után.* „

Majd még kisebb méretben közlésre kerül, hogy

„*A Pannon GSM új számlás tarifacsomagjaival mindenki megtalálja a számításait.* ”

A Pannon 50-től a Pannon 1000-ig többféle csomag van, a bennük foglalt percek kifizetésén túl egyéb havi költség nincs. Hívjon bármikor bármilyen számot, igazán kedvező percdíjakkal telefonálhat! Akár 18,-Ft-ért. ”

Még ennél is kisebb betűmérettel került közlésre, hogy

„*A hívások számlázása egy perces egységekben történik. A csomagba foglalt percek csak belföldi hívásokra használhatók fel. A tárgyhó során fel nem használt percek nem vihetők át a következő hónapra, Az árak az ÁFÁ-t tartalmazzák. A tarifacsomagok 2004. július 19-től érvényesek Pannon GSM nonstop információs vonala 173.* ”

A nyomtatott sajtóban fizetett hirdetésként „Tud ennél jobbat?” Vakmerő húzással élre tört a Pannon. „A percdíj 18.-Ft” címmel megjelent egész oldalas reklám a Pannon-50-1000 díjcsomagokkal kapcsolatban közölte, hogy

„*Szinte minden csomagban a versenytársakénál alacsonyabbak a lebeszélhető percek díjai.*

Erre a legjobb példa a Pannon 1000 bruttó 18.-Ft-os percdíja és a kizárólag a Pannon által nyújtott előnyöknek még koránt sincs vége, hiszen csak ezekben a csomagokban nem növekszik a percdíj az előre kifizetett percek lebeszélése után sem. „

A számlás díjcsomagokat reklámozó óriásplakát kiemelten szerepeltette a „Tud ennél jobbat?” szlogent és annak közlését, hogy „Pannon 1000 18 Ft/perc.”

A plakáton jóval kisebb betűmérettel szerepelt, hogy

„*Ajánlatunk 2004. július 19-től érvényes. Részletek az üzletekben. www.pannongsm.hu.*

Az ún. díjcsökkentő szolgáltatás felperes részéről 2004 augusztus 16-án került bevezetésre. A szolgáltatás megrendelése esetén az egyszeri regisztrációs díj bruttó 790,-Ft, a kiválasztott alap (elsődleges) díjcsomaghoz (Pannon-50-500), a következő, alacsonyabb percdíjakat kínáló, több lebeszélhető percet tartalmazó (másodlagos) tarifacsomag) kapcsolódik. A számlázási időszak végén mindkét tarifacsomag szerint kiszámolják a havi költséget és az előfizető számára kedvezőbb végösszeg kerül kiszámlázásra. Számlázáskor összehasonlításra és figyelembevételre az alábbiak szerint csoportosított tarifacsomagokat határozta meg felperes. Pannon 50 - Pannon 100, Pannon 100 - Pannon 150, Pannon 150 - Pannon 250,

Pannon 250 - Pannon 500, Pannon 500 - Pannon 1000. Az előfizető által igénybe vett szolgáltatásokat (hang, SMS, MMS forgalmak) a használat folyamán például mind a Pannon-100, mind pedig a Pannon-150 tarifacsomag díjaival egyaránt kiszámítják, majd számlázáskor az ügyfél számára a kedvezőbb, tehát kisebb, a számára kevesebb díjfizetést jelentő díjat adó tarifacsomag alapján számlázzák ki a szolgáltatás díját.

Az összehasonlítás alapját a tarifacsomagokba foglalt percek értéke, a belföldi mobil és vezetékes hálózatba kezdeményezett hívások, valamint az elküldött SMS-ek és MMS-ek összege képezi.

A díjcsökkentő szolgáltatást reklámkampány kísérte 2004: augusztus 16. és szeptember 30-a között. A televízióban a 30 másodperc időtartamú reklámban egy kvízműsort idéző környezetben a következő párbeszéd hangzott el:

Műsorvezető: *Itt az utolsó kérdés. A Pannon új tarifacsomagjaival minél többet beszél, annál kevesebbet fizet egy percért. Tud ennél jobbat?*

Játékos: *Azt hiszem kiszállok.*

Műsorvezető: *Biztos ebben ? Inkább segítek. A Pannon kiszámítja havi költségeit, az Ön és az Önéét követő alacsonyabb percdíjú tarifacsomag tekintetében, és a kedvezőbbet számlázza ki. Tud ennél jobbat?*

Játékos: *Nem tudok.* Műsorvezető: *Ön nyert.*

Narrátor: *Legyen Ön is nyertes. Jöjjön el a Pannon GSM üzleteibe.*

A reklámfilm kezdetén feltűnt a „Tud ennél jobbat?” szlogen, amely később is többször megjelent. A szóbeli információk elhangzásával párhuzamosan a következők voltak olvashatók a reklámban: *Kiszámítja költségeit, Több tarifacsomag alapján a kedvezőbbet számlázza ki, Tud ennél jobbat?*

A nyomtatott sajtóban fizetett hirdetésként „*Minél többet beszél, annál kevesebbet fizet egy percért*” *Újból a Pannon ajánlata a legjobb*” címmel megjelent egész oldalas reklám tájékoztatást adott arról, hogy az új tarifacsomagok mellé a Pannon ezúttal kitalált egy díjcsökkentő újdonságot is, amely most is az árak terén teszi vonzóvá a Pannon GSM új díjcsomagjait. Elöljáróban csak annyit, hogy ennyire az ügyfelek érdekeit szem előtt tartó szolgáltatás még nem volt a hazai mobilkommunikációs piacon. A szolgáltatás lényege a következő: a cég nem csak az általunk kiválasztott tarifacsomag alapján számítja ki a költségeinket a hónap végén, hanem a miénket követő kedvezőbb percdíjú csomag szerint is. Majd azt a számlát kapjuk meg, amelyiken a számunkra kedvezőbb végösszeg szerepel.

A televíziós reklámokban szereplő műsorvezető fotóját tartalmazó óriásplakáton hangsúlyozottan szerepelt a „Tud ennél jobbat?” szlogen, illetőleg annak közlése, hogy „*Több tarifacsomag alapján a legalacsonyabb végösszeget számlázzuk*”.

Jóval kisebb betűméretben szerepelt, hogy az ajánlat a díjcsökkentő szolgáltatás és a Pannon-50-Pannon-1000 tarifacsomagok egyikének egyidejű igénybevétele esetén érvényes. Díjcsökkentő szolgáltatásunk 2004. augusztus 16-án lép életbe, részletek az üzletekben, www.pannongsm.hu. A fogyasztók figyelmét a díjcsökkentő szolgáltatásra felhívó (számos készülékajánlatot tartalmazó) négyoldalas szórólap első oldalán kiemelten szerepel, hogy több tarifacsomag alapján a legalacsonyabb végösszeget számlázzák.

Egy másik, a figyelmet a felezőakcióra, illetőleg a Pannon-50, illetőleg Pannon-1000 díjcsomagokra, valamint egyes készülékekre is felhívó szórólapban figyelemfelhívásra alkalmas módon szerepelt, hogy „*minél többet beszél, annál kevesebbet fizet egy percért*” Ezzel kapcsolatban a szórólap közölte egyebek között, hogy a díjcsökkentés nálunk automatikus. A piacon egyedülálló szolgáltatás lényege, hogy kiszámítjuk havi költségeit, az Ön és az Önét követő alacsonyabb percdíjú tarifacsomag alapján is, és a kedvezőbbet számlázzuk ki.

Ugyanez a tájékoztatás volt olvasható a Pannon-50-1000 díjcsomagokat, illetve a díjcsökkentő szolgáltatást reklámozó konkrét készülékajánlatokat is tartalmazó szórólapban, amelynek első oldalán a televíziós reklámból ismert műsorvezető fotójával szerepelt a következő közlés:

Minél többet beszél, annál kevesebbet fizet.

A nyomtatott sajtóban megjelent, a televíziós reklámokban szereplő műsorvezető fotóját és a „Tud ennél jobbat?” szlogent, illetve egy telefonkészülék képét, és egyes rá vonatkozó információkat is tartalmazó reklám szerint:

„ Segítünk: felezünk. Pannon-50-1000: SMS MMS 50 %-os áron ”

A jóval kisebb betűvel írott tájékoztatás szerint a Pannon ezúttal azt találta ki, hogy az új Pannon50-1000 számlás tarifacsomagok mindegyikében az SMS és MMS küldés költségét 50 %-kal csökkentti. Így Pannon-1000-essel például már 9,-Ft-ért küldhet SMS-t bármikor, bárkinek.

Még kisebb betűmérettel közölték, hogy az SMS, MMS akció 2004. szeptember 13-tól 2004. november 13-ig tart, és kizárólag a Pannon 50-1000 számlás tarifacsomagokra érvényes.

A készülékajánlat igénybevételéhez a kedvezményes készülékvásárláshoz kapcsolódó 24 hónapos nyilatkozaton belül 12 hónapos tarifahűség nyilatkozatot is kérünk. A készülékajánlat csak a Pannon 500- és 1000 számlás tarifacsomagokra érvényes.

A reklám ezen apró betűs részében közölte, hogy a részletek az üzletekben, Pannon GSM nonstop információs vonal: 173. www.pannongsm.hu.

Ezt követően alperes a Vj-170/2004/35. sz. határozatában megállapította, hogy felperes 2004-ben a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor reklámjaiban a Pannon 50-1000 díjcsomagok kapcsán arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy csak ezen díjcsomagok esetében nem növekszik a percdíj a csomagokba foglalt percek lebeszélése után.

Felperes reklámjaiban a Pannon-1000 díjcsomag vonatkozásában megtévesztésre alkalmas módon használta a percdíj és az azzal azonos tartalmú kifejezéseket.

Az alperesi Versenytanács megállapította továbbá, hogy felperes 2004-ben akkor is a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor díjsökkentő szolgáltatásának reklámjában nem a valóságnak megfelelően tájékoztatta a fogyasztókat a szolgáltatás tartalmáról.

Alperes kötelezte felperest egyúttal 30.000.000,-Ft bírság megfizetésére is.

A határozat indokolása szerint felperes a fenti magatartással megsértette a Tptv. 8. § (1) bekezdésében foglaltakat, mely szerint, tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Alperes álláspontja szerint a „csak nálunk nem növekszik a percdíj a csomagokba foglalt percek lebeszélése után” kijelentés nem felelt meg a valóságnak, miután a csomagokban foglalt percek letelefonálása után a Vodafone 150 és 800 esetében sem növekszik a percdíj, így ez az állítás alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére.

A határozat szerint a Pannon-1000 tarifacsomag 18,-Ft/percdíjáról való tájékoztatás nem teljesül azon fogyasztók esetében, akik a Pannon-1000 díjcsomaggal rendelkeznek és az adott hónapban ezer percnél kevesebbet telefonálnak. Például, ha a fogyasztó csak 500 percet telefonál, akkor az átlagos percdíj 36,-Ft-ra jön ki. Nem változtatott a jogsértésén alperes szerint az sem, hogy az erre vonatkozó reklám adott esetben igen kis betűkkel közölte azon információt, hogy akár 18,-Ft is lehet a percdíj. Az állítás azt az értelmezést erősíti, hogy a percdíj a csomagon belül is irányadó.

A díjsökkentő szolgáltatás reklámjai körében a határozat indokolása szerint a televíziós reklám esetében a szóban elhangzó és az írásban megjelenő tájékoztatás nem volt összhangban egymással. Ugyanis a szóbeli közlés szerint a fogyasztó által fizetendő díj a fogyasztó által választott díjcsomag és az azt követő díjcsomag alapján kerül kiszámításra,

míg az írásbeli a reklámban olvasható tájékoztatás értelmében a költségek több tarifacsomag felhasználásával kerülnek kiszámítására, amely azt az üzenetet közvetíti a fogyasztó számára, hogy a számítás során nemcsak két díjsomagot vesznek majd esetében figyelembe. A két televíziós reklám e vonatkozásban alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, hiszen több tarifacsomagot említ (mint egyébként az egyik óriásplakát is), amely megtévesztheti a fogyasztókat az alkalmazott tarifacsomagok számának vonatkozásában. A határozat szerint a fogyasztók megtévesztésére alkalmas az állítás is, amely szerint „minél többet beszél annál kevesebbet fizet egy percért”. Ugyanis ez nem teljesül azon fogyasztók esetében akik többet beszélnek, mint korábban, az általuk kezdeményezett hívások időtartama hosszabb, de telefonálási szokásaik lényegesen nem változnak meg.

Alperes álláspontja szerint a „Tud ennél jobbat?” szlogen a fogyasztók számára nyilvánvalóan szubjektív értékelést tartalmazó állítás, amelyek a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására nem alkalmasak, így ezen szlogen esetében jogsértést alperes nem állapított meg.

A Versenytanács a Tpv. 78. §-a alapján döntött a bírság kiszabásáról, amelynek összecszerúsége meghatározásánál figyelemmel volt arra, hogy egy igen nagy intenzitással lefolytatott reklámról volt szó, a felhasznált médiumok, a televízió az óriásplakát jellege, hatása a fogyasztók széles körét érintette. Felperes ugyan a szóban forgó piacon nem piacvezető, de jelentős részesedéssel rendelkezik. Figyelembe vette alperes azt is, hogy a bírságnak egyfajta visszatartó erőt is ki kell fejtenie, úgy az eljárás alá vont, mint pedig más vállalkozás irányában. A bírság rendeltetése, hogy a vállalkozás további piaci magatartását befolyásolja, visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól.

A határozat ellen felperes 2005. május 27-én keresetlevelet terjesztett elő, amelyben kérte az alperesi határozat megváltoztatását, kérte felperes, hogy a bíróság állapítsa meg, hogy felperes az alperes által kifogásolt magatartásával nem sértette meg a vonatkozó jogszabályokat, kérte egyúttal, hogy a bíróság rendelkezzen a kirótt bírság visszatérítéséről is.

A kereset indokolása szerint az alperesi határozat mind eljárási, mind érdemi jogszabálysértésen alapul. Felperes kifogásolta, hogy a versenyfelügyeleti eljárás során alperes az általa előterjesztett bizonyítási indítványokat mellőzte, ugyanakkor a mellőzés indokait a határozat nem tartalmazta, így a határozat nem felel meg az Áe. 43. § (1) bekezdés c) pontjának.

Érdemben is vitatta a felperes a határozat megalapozottságát, arra hivatkozva, hogy alperes a tényeket nem megfelelő módon értékelte és abból hibás következtetéseket vont le.

Felperes szerint a Pannon GSM és a Vodafone ajánlatai nem hasonlíthatók egymással össze csupán a havi előfizetési díjak és a percdíjak, illetve SMS és MMS díjak alapul vételével, ahogyan ezt alperes tette, ugyanis felperes a vizsgált időszakban az ajánlatát készülékajánlattal együtt nyújtotta a meglévő előfizetők számára is, míg a Vodafone ajánlata, amely látszólag jobb a vizsgálati jelentés szerint, mint felperesé, készüléket nem tartalmazott. Felperes álláspontja szerint nem volt megtévesztő bizonyos reklámoknak azon kijelentése, hogy több díjsomag alapján történik a kedvezőbb díjsomag kiválasztása, hiszen ez egyértelműen két egymás melletti díjsomagra vonatkozott, ezt egyrészt egyes reklámok tartalmazták, másrészt pedig a „több” kifejezés önmagában nem kell, hogy kettőnél többet jelentsen, illetve a fogyasztó, amikor a konkrét szerződést megkötötte, akkor mindenképpen tudomására jutott az, hogy a több díjsomag a gyakorlatban kettőt jelent.

Felperes álláspontja szerint egyik kifogásolt reklám, illetve magatartás sem volt jogsértő, azokat a piac összes körülményei, a fogyasztói szokások alapján jogszerűek voltak, nem tévesztették meg a fogyasztókat, sőt alkalmasak sem voltak a fogyasztók megtévesztésére.

Hivatkozott e körben felperes arra, hogy az alkalmasságot adott esetben az bizonyíthatná, hogy időközben fogyasztói panaszok merültek volna fel, ilyen azonban az eltelt időszakban egyetlen egyszer sem fordult elő, így megkérdőjelezte azon alperesi megállapítást, hogy a felperesi magatartás alkalmas volt, vagy lehetett a fogyasztók megtévesztésére.

Kifogásolta felperes a kiszabott bírság összecszerúségét, melynek mérséklését kérte abban az esetben is, amennyiben az érdemi védekezést nem tartja megalapozottnak a bíróság, ugyanis alperes e körben nem indokolta megfelelően az összecszerúséget, nem vette figyelembe a bírság csökkentése irányába ható körülményeket, így mindenképpen eltúlzott a bírság.

Alperes a kereset elutasítását kérte, fenntartván a határozatban foglaltakat.

A kereset érdemében nem alapos.

Felperes eljárási kifogása.

Felperes keresetlevelében kifogásolta, illetve azon. okból is jogszabálysértőnek tartotta az alperesi határozatot, hogy alperes indokolás nélkül mellőzte a versenyfelügyeleti eljárásban előterjesztett bizonyítási indítványát.

A bíróság megállapította, hogy a határozat 53. pontja érdemében megindokolta a bizonyítási indítvány mellőzését, hiszen azon kérdések tényeit, amelyekre a felperes a bizonyítási indítványát előterjesztette egyrészt alperes nem vitatta, más vonatkozásban pedig szükségtelennek ítélte meg felajánlott bizonyítás lefolytatását.

A kereset és a határozat érdemi vizsgálata.

A „csak nálunk nem növekszik a percdíj a csomagokban foglalt percek lebeszélése után” állítás megítélése.

A Tpv. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága, így különösen összetétele, használata az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása valamint kezelése, valamint az áru eredete származási helye, beszerzési forrása, vagy módja tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen lényeges megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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

Felperes e körben nem vitatta a határozat azon megállapítását a keresetlevélben, hogy a Vodafone később jött ki a piacra a két tarifacsomaggal, mint felperes. Ezért a versenyfelügyeleti eljárásban nem volt megalapozott felperes azon állítása, hogy a reklámkampány megkezdésekor ez az állítás megfelelt a valóságnak.

Felperes a keresetében arra hivatkozott, hogy az ő ajánlata azért volt kedvezőbb minden más ajánlatnál, mert készülékajánlatot is tartalmazott, ez pedig felperes szerint fontos körülmény a reklám megítélésében.

A bíróság e körben elfogadta a határozatban foglaltakat, miszerint a felperesi reklámok a versenytárs termékeivel kizárólag a díj vonatkozásában tartalmaztak összehasonlítást, illetve két reklámban semmilyen utalás nincs a készülékajánlatra, ezekről legfeljebb később szerezhetett tudomást a fogyasztó.

Felperes azon állítását nem bizonyította, vagy nem valószínűsítette, miszerint a készülék, mint belépési ajánlat, illetve a készülékváltás igénye a fogyasztók döntésének jelentős mozgatója lenne. Ma már mindegyik mobilszolgáltató cég kínálatára jellemző, hogy számlás előfizetések esetén a csúcstechnológiájú készülékeket leszámítva az éves szolgáltatás-igénybevételi díjhoz képest jóval csekélyebb mértékű a megvásárolható készülékek ára.

A fogyasztók döntését sokkal inkább befolyásolhatja adott esetben a rendszeresen, hónapokon, éveken át fizetendő havi díj nagysága, illetve annak másik szolgáltató hasonló ajánlatához viszonyított aránya. Ezek ugyanis azok a kiadások, költségek, amikkel a fogyasztó rendszeresen minden hónapban szembesül. Hosszú távon ezek sokkal inkább

befolyásolhatják a fogyasztót döntésében, mint az egyszeri kiadásnak számító, a reklámkampány idején is már nem túl jelentős összegű készülékárak.

A határozat tárgya nem a komplex szolgáltatói ajánlatok összehasonlítása volt, hanem kizárólag az a felperesi kijelentés, hogy *„csak nálunk nem növekszik a percdíj a csomagokban foglalt percek lebeszélése után”*.

Ez a kijelentés a csomagon belül önállóan is kezelhető és értelmezhető, hiszen a szolgáltatás leglényegesebb elemére vonatkozik.

Maga felperes nyilatkozott a keresetlevélben úgy, hogy a felperes és más szolgáltatók által alkalmazott mutató, a forint/perc az egyedüli alkalmas mutató arra, hogy az adott szolgáltató, vagy másik szolgáltató által forgalmazott tarifacsomagok összehasonlíthatóak legyenek.

Mindezek alapján a bíróság megállapította, hogy e körben az alperesi határozat megalapozott és jogszerű volt.

A Pannon 1000-es tarifacsomag 18,-Ft/percdíjáról való tájékoztatás megítélése.

Elfogadta e körben a bíróság az alperesi határozat megállapítását, miszerint az ún. worry free díjcsomagok esetén legfeljebb átlagos percdíjról lehet beszélni. A megadott percdíj nem állandó, hanem változó nagyságú. Az átlagos percdíj nagysága a díjcsomaghoz tartozó kereten belül a díjcsomag árai a lebeszéltek száma művelettel számítható ki. Minden olyan esetben, amikor a fogyasztó nem beszél le az ezer perccet, egészen bizonyosan magasabb percdíjat fog fizetni, mint a reklámokban hangsúlyozott és hangoztatott 18 Ft/perc.

Egy olyan optimális esetet feltételez ebben az esetben a reklám, amikor a fogyasztó pontosan lebeszéli a díjcsomagban meghatározott időkeretet, hiszen minden olyan esetben, amikor kevesebbet beszél, nyilvánvalóan nem 18,-Ft, hanem annál nagyobb összegű lesz a percdíja.

Az „akár” kijelentést a reklám nem értelmezi (nem lehet tudni, hogy az akár - mikor is értelmezhető ?), így az a fogyasztó számára nem közvetíti a felperes által vélelmezett tudomásszerzést, így megtévesztő lehet.

Gyakorlatilag a reális esélye annak, hogy a fogyasztó pontosan annyit telefonál, mint amennyi a percdíj kerete, igen csekély. Így a gyakorlatban a legtöbbször már nem 18,-Ft, hanem több a percdíj, ezért az összehasonlított előny nem mutatható ki.

A tényleges fogyasztói magatartást figyelmen kívül hagyó összehasonlítás - ti. a díjcsomagok absztrahálása - nem ad reális képet. Ez a veszély egyébként mindegyik worry free típusú szolgáltatás összehasonlítása esetén fennáll.

A „csak nálunk nem növekszik a percdíj a csomagokba foglalt percek lebeszélése után” kijelentés tehát azt az értelmezést erősíti, hogy a megadott percdíjak csomagon belül, tehát

kisebbs felhasználás. esetén is irányadóak. A kategorikus kijelentés, hogy a Pannon 1000 díjcsomag esetében a fogyasztó által fizetendő díj 18,-Ft/perc, a fogyasztók megtévesztésére alkalmas, így erre nézve az alperesi határozat megalapozott és jogszerű volt.

A díjcsökkentő szolgáltatás reklámjainak értékelése.

Az alperesi határozat szerint azon felperesi kijelentés a reklámozás során, hogy több tarifacsomagot is figyelembe vesznek a kedvezőbb díjcsomag megállapítása során, alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, hiszen ebből nem derült ki a fogyasztók számára, hogy csak két díjcsomagról van szó.

A bíróság körben elfogadta azon felperesi álláspontot, hogy a „több” szó önmagában nem jelent automatikusan kettőnél többet. A felperesi konstrukció lényege abban áll, hogy a fogyasztó nincs kötve egy díjcsomaghoz, hanem egy annál kedvezőbb díjszámítási módot (ti. csomagot) is igénybe vehet.

E körben a fogyasztói döntés szempontjából csak másodlagos szerepe volt (lehetett) annak a körülménynek, hogy a kedvezmény alapjául szolgáló díjcsomagok kettőt vagy többet jelentenek.

A lényeg a fogyasztók számára ebben az esetben magának a kedvezménynek a lehetőségén van.

A kampány komplexitásából és intenzitásából következően, miután a kampány egy részében el is hangzott a két szomszédos díjcsomagra utalás, (ld. „a fogyasztó által választott díjcsomag és az azt követő díjcsomag alapján került kiszámításra”), illetve azt a körülményt figyelembe véve és elfogadva, hogy a fogyasztó pusztán a választás lehetőségétől indítatva dönt adott esetben a szolgáltatás igénybevételéről, amelynek során értelemszerűen szembesül, ha eddig nem szerzett volna tudomást róla, azzal, hogy két szomszédos díjcsomagról van szó, a bíróság ezt nem ítélte a fogyasztók megtévesztésére alkalmas közlésnek, hiszen a fogyasztók döntését elsősorban a választás lehetősége, a kedvezmény igénybevételének lehetősége befolyásolta ebben az esetben.

A konkrét választási lehetőségről a szerződés megkötésekor, a szolgáltatás igénybevétele előtt szükségszerűen tájékozódnia kellett a fogyasztónak. Természetesen a reklámok minden információt az adott termék vonatkozásában nem tartalmazhatnak, így irreális lenne adott esetben elvárni a piaci szereplőktől, hogy minden esetben minden információt közzé tegyenek.

A „több” kifejezést a szavak köznapi jelentése alapján a bíróság nem találta megtévesztésre alkalmasnak, ezért a határozat indokolásából, illetve a jogsértő magatartások megállapításának köréből ezt a tényállási elemet mellőzte.

Elfogadta ugyanakkor e körben a bíróság azon alperesi megállapítást, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmas azon kijelentés, hogy „minél többet beszél, annál kevesebbet fizet egy percért”, hiszen ebben az esetben a felperesi kijelentés csak egy optimális, nagyon szűk tartományban megvalósuló esetet feltételezve igaz, amin kívül számos olyan beszélgetési időtartam elképzelhető, amire nézve ez a felperesi állítás nem igaz.

A kijelentés azt a képzetet kelti a fogyasztókban, hogy minden körülmények között, bármilyen beszélgetési szokás vagy annak változása esetén részesül a reklámozott kedvezményben.

A határozat erre nézve konkrét példákat is említ, az ezen példákból levonható következtetéseket felperes a per során nem cáfolta.

A kijelentés nem teljesül azon fogyasztók esetében, akik többet beszélnek, mint korábban, de telefonálási szokásaik lényegesen nem változnak meg, a reklám ugyanis nem közli azt a jelentős körülményt, hogy az állítás csak akkor lehet igaz, ha a fogyasztó már előre tudja, hogy a következő időszakban többet fog beszélni és ennek alapján választ megfelelő díjsomagot, majd ezek után ténylegesen sem beszél kevesebbet, mint a díjsomag időkerete. Mindezeket figyelembe véve, a rendelkező részben foglalt változtatással a bíróság e körben az alperesi határozatot megalapozottnak ítélte meg.

A bíróság értékelése.

A Tpv. 77. § (1) bekezdésének d) f) és j) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetőleg megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

A Tpv. 78. § (1) bekezdése szerint a versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének 10 %-a lehet.

A Tpv. 78. § (2) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményére, így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására tekintettel kell meghatározni.

A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók érdekeinek, sérelmének köre, kiterjedése alapozhatja meg.

A bíróság megállapította, hogy e körben a határozat a jogszabályban meghatározott körülményeket megfelelő módon értékelte, különös tekintettel a felperesi kampány intenzitására és komplexitására, arra, hogy felperes jelentős piaci részesedéssel rendelkezik, a fogyasztók igen széles körét érintette, érinthette a felperesi kampány, illetve alperes megfelelő módon vette figyelembe a bíróság generális és speciális prevencióra alapozott céljait és jellegét.

A bíróság elfogadta a határozatban a reklámtevékenység egyes sajátosságai vonatkozásában, a reklámok versenyjogi megítélésének általános szempontjai körében, illetve az érintett piac meghatározása vonatkozásában leírtakat, ezen tényeket, megállapításokat egyébként felperes a keresetében nem vitatta.

Mindezek alapján - miután a perben vitatott pénzbírság (pénzbeli követelés) összege a 30.000.000,-Ft-ot nem haladta meg - a bíróság a Tpv. 83. § (4) bekezdése, illetve a Pp. 321. § (4) bekezdése alapján eljárva megállapította, hogy alperes a tényállást a szükséges mértékben feltárta, annak alapján okszerű következtetések révén - a rendelkező részbe foglalt, a döntést érdemében nem befolyásoló mellőzést kivéve - a jogszabályoknak megfelelő döntést hozott.

Az illetékre és a perköltségre vonatkozó rendelkezés, miután felperes pernyertessége érdemben elenyésző mértékű volt pervesztességéhez képest, a Pp. 78. § (1) bekezdésén, illetve az 1990. évi XCIII. tv. 43. § (3) bekezdésén alapul.

Budapest, 205. november 17.

Jogerős: 2006. január 17-én.