



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-125/2005/30.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Hungarotel Távközlési Rt.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, az eljárás alá vont jogsértő magatartást tanúsított, amikor 2005 áprilisától júliusáig reklámtevékenysége során szórólapjain a „Hívogató” elnevezésű díjcsomagjait egyes versenytársainak díjcsomagjaival megtévesztésre alkalmas módon hasonlította össze.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 3.000.000 Ft (Hárommillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számla javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Hungarotel Távközlési Rt. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a jogszabályi rendelkezéseket „Hívogató” elnevezésű díjcsomagjának reklámozása során, amikor azt a Magyar Telekom Rt. (a továbbiakban: Matáv, illetve T-Com) és a Tele2 Magyarország Kft. (a továbbiakban: Tele2) egyes díjcsomagjaival hasonlította össze.

I. Az eljárás alá vont, az érintett piac

1. Az eljárás alá vont 99,996%-os tulajdonosa az 1992-ben Delaware-ben alapított Hungarian Telephone and Cable Corp., míg a részvények 0,004%-a helyi önkormányzatok tulajdonában van.

2. A jelen eljárásban érintett termékpiacnak a vezetékes hangszolgáltatás kiskereskedelmi piaca minősül. Érintett földrajzi piacnak Magyarországnak a jelen eljárásban vizsgált, összehasonlító táblázatot tartalmazó reklámok közzététele által meghatározott területe tekintendő.

A magyar távbeszélő piacon jelen lévő szolgáltatókat alapvetően két csoportba sorolhatjuk: a korábban koncessziós jogokkal rendelkező szolgáltatók és az alternatív szolgáltatók csoportjába. Koncessziós jogokkal rendelkezik a korábbi távközlési monopólium, a T-Com, az Invitel Rt., az Emitel Rt., a Monortel Rt és az eljárás alá vont. Ezek a szolgáltatók rendelkeznek saját hálózattal, bár azok mérete meglehetősen eltérő, és így a szolgáltatók piaci súlya is különbözik. A legnagyobb hálózattal a T-Com rendelkezik, amely Magyarország területének mintegy 70%-át és a lakosság 72%-át fedi le. Az eljárás alá vont Békés, Nógrád, Vas és Veszprém megyében (a 32-es, a 66-os, a 68-as, a 89-es és a 95-ös primer körzetekben) 263 településen kb. 200.000 előfizető részére nyújt teljes körű távközlési szolgáltatást. Nettó árbevétele 2004-ben meghaladta a 13,5 milliárd forintot.

A koncessziós jogokkal rendelkező vállalkozókon kívül más piaci szereplők is nyújtanak telekommunikációs szolgáltatásokat, közöttük a Tele2.

Kiemelendő továbbá, a hívásslolgáltatások egyes irányai esetében lehetőség van a szolgáltató-választás igénybe vételére, amely megvalósulhat hívásonkénti szolgáltató-választás, illetve szolgáltató-előválasztás útján is. Előbbi esetben az előfizető által belföldi távolsági és nemzetközi irányban kezdeményezett hívásokat - amennyiben a fogyasztó azok elé esetleg a megfelelő előtétsszámot tárcsázza - nem az előfizetői hozzáférést biztosító szolgáltató, hanem a választott közvetítő szolgáltató bonyolítja, aki ezért a hálózati szolgáltatónak a híváskezdeményezés nagykereskedelmi (összekapcsolási forgalmi) szolgáltatás megvalósításáért összekapcsolási díjjal tartozik.

3. Az Informatikai és Hírközlési Minisztérium által közzétett 2004. évi országos adatok szerint az átlagos tartási idő a vezetékes szolgáltatók adatai alapján a helyi hívás esetén 2,52 perc, belföldi távolsági hívás esetén 2,1 perc és nemzetközi hívás esetén 3,07 perc.

A Nemzeti Hírközlési Hatóság internetes honlapján közzétett adatok szerint a 2005. év I. negyedévében a kezdeményezett hívások átlagos hossza egyéni hívás esetén 3,8 perc, üzleti hívás esetén 2,3 perc, átlagosan 3,5 perc volt.

II. Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

3. Az eljárás alá vont „Hívogató” elnevezésű termékcsaládja három díjsomagot tartalmaz: a „Hívogató Standard” díjsomagot az egyéni előfizetők részére, a „Hívogató Office” díjsomagot az üzleti előfizetőknek, míg a „Hívogató 1588” díjsomag hívásonkénti közvetítőválasztással (call-by-call preselection) vehető igénybe.

	„Hívogató Standard”	„Hívogató Office”	„Hívogató 1588”
egyszeri díj	nincs	nincs	nincs
havi díj	nincs	nincs	nincs
kapcsolási díj	nincs	nincs	nincs
számlavezetési díj	nincs	nincs	nincs
<i>forgalmi díjak (Ft/perc)</i>			
helyi, helyközi nappali	11,10	9,30	11,10
helyi, helyközi kedvezményes	5,50	9,30	5,50
belföldi távolsági nappali	18,60	16,40	18,60
belföldi távolsági kedvezményes	10,50	16,40	10,50
mobil rádiótelefon nappali	68,00	67,00	68,00
mobil rádiótelefon kedvezményes	39,00	67,00	39,00
GloboNet Open internet nappali	6,10	6,10	-
GloboNet Open internet kedvezményes	3,25	3,25	-
nemzetközi 1. zóna	18,60	16,40	18,60
nemzetközi 2. zóna	38,00	30,00	38,00
nemzetközi 3. zóna	50,00	39,00	50,00
nemzetközi 4. zóna	90,00	72,00	90,00
nemzetközi 5. zóna	175,00	135,00	175,00
nemzetközi 6. zóna	300,00	235,00	300,00
nemzetközi 7. zóna	400,00	315,00	400,00

4. A „Hívogató” díjsomagok 2005. április 18-án kerültek bevezetésre. Az eljárás alá vont 2005. áprilisától reklámkampányt folytatott. A reklámkampány keretében az eljárás alá vont reklámokat jelentetett meg két rádióadón és a nyomtatott sajtóban, plakátokat és posztereket tett közzé, illetőleg más reklámeszközöket alkalmazott. Ezekre a reklámokra nem terjed ki a jelen eljárás, mivel nem tartalmazták a „Hívogató” díjsomag más vállalkozások díjsomagjaival történő összehasonlítását.

A reklámkampány részeként az eljárás alá vont szórólapokat juttatott el a fogyasztókhöz. A három változatban készült szórólapok egymást váltották a reklámkampány során. A módosításokra egyrészt a versenytársak percdíjainak változása miatt volt szükség, másrészt azért, mert időközben lezajlott a Matáv Rt. névváltozása (Magyar Telekom Rt., T-Com).

5. Az első szórólap az alábbi összehasonlító táblázatot tartalmazza:

Hívásirányok kedvezményes időszakban	Matáv Teleperc (Ft/perc)	Tele2 (Ft/perc)	Hívogató Standard (Ft/perc)
Helyi/helyközi	7,10	6,20	5,50
Belföldi távolsági	11,80	11,20	10,50
USA (vezetékes/mobil)	53,80	46,30	18,60

A táblázat alatt az alábbi olvasható:

„A versenytársak árait a könnyebb összehasonlíthatóság kedvéért a jellemző előfizetői szokások figyelembe vételével és a kapcsolási díj beépítésével tüntettük fel. A Matáv 'Teleperc' csomagjának perc alapú árait másodperc alapú árrá számítottuk át. A táblázatban a Matáv és a Tele2 honlapján 2005. április 4-én elérhető árak képezték számításunk alapját. Az árak az áfá-t tartalmazzák. Ne feledje, a Hívogató szolgáltatás számlázása másodperc alapon történik és kapcsolási díjat NEM számítunk fel!”

A szórólap a következőket is tartalmazza:

„Vezetékes, mert megbízható...
- nincs kapcsolási díj
- nincs egyszeri díj
- nincs számlavezetési díj
- hihetetlenül alacsony percdíjak
- másodperc alapú számlázás”

A szórólap közli továbbá, hogy

„Célunk, hogy a gazdaságos árakat kínáló, átlátható, rejtett költségektől mentes ajánlatunkat minél több hazai telefon előfizető vegye igénybe a közvetítő előválasztás és hívásonkénti közvetítő választás szolgáltatások segítségével.”

6. A második szórólap az 1. számú mellékletben ismertetett táblázatot tartalmazza.

A táblázat alatt az alábbi szöveg került elhelyezésre:

„A versenytársak árait a könnyebb összehasonlíthatóság kedvéért a jellemző előfizetői szokások figyelembe vételével és a kapcsolási díj beépítésével tüntettük fel. A Matáv 'Teleperc' és 'V8' csomagjainak perc alapú árát másodperc alapúra számítottuk át. A táblázatban a Matáv és a Tele2 honlapján 2005. április 4-én elérhető árak képezték számításunk alapját. A nemzetközi távbeszélő díjzónákat a túloldali felsorolás tartalmazza. Az árak az áfá-t tartalmazzák. Ne feledje, a Hívogató szolgáltatás számlázása másodperc alapon történik, és kapcsolási díjat NEM számítunk fel!”

7. A harmadik szórólap a 2. számú mellékletben ismertetett táblázatot tartalmazza.

A táblázat alatt az alábbi olvasható:

„A versenytársak árait a könnyebb összehasonlíthatóság kedvéért a jellemző előfizetői szokások figyelembe vételével és a kapcsolási díj beépítésével tüntettük fel. A Matáv 'Teleperc' és 'V8' csomagjainak perc alapú árát másodperc alapúra számítottuk át. A táblázatban a Matáv és a Tele2 honlapján 2005. április 4-én elérhető árak képezték számításunk alapját. A nemzetközi távbeszélő díjzónákat a túloldali felsorolás tartalmazza. Az árak az áfá-t tartalmazzák. Ne feledje, a Hívogató szolgáltatás számlázása másodperc alapon történik, és kapcsolási díjat NEM számítunk fel!”

A szórólap ezen túlmenően egyebek között az alábbiakat közli:

„Az Ön vezetékes telefonja a Hungarotel-t választaná!

- hihetetlenül alacsony percdíjak

- nincs kapcsolási díj

- másodperc alapú számlázás

Győződjön meg róla Ön is!”

„Kényeztesse magát!

Többet költhet divatra, öltözködésre, otthonának csinosítására, ha kevesebb a telefonszámlája!

Próbáljon ki bennünket, nem fog csalódnia!

Több pénze marad kedvenc hobbjára, többet költhet „szenvédélyeire”, ha kevesebb a telefonszámlája!

A Hívogató termékcsalád kedvező percdíjakat kínál, rejtett költségek nélkül! Semmit sem veszíthet, csak megtakaríthat a Hívogatóval! „

A szórólapon (ugyanúgy, mint a másik két szórólapon) feltüntetésre kerül, hogy bővebb információhoz miként juthat a fogyasztó.

8. Az eljárás alá vont előadása szerint a szórólapokon szereplő „jellemző fogyasztói szokások” kifejezés saját ügyfél adatbázisából (a 2004. évre vonatkozóan) kigyűjtött átlagos híváshosszra utal. A 2004. január-december időintervallumban, historikus adatokra támaszkodva, minden hívásirányt megvizsgálva a különböző szegmensek figyelembe vételével, a lakossági és üzleti szféra jellemző telefonálási szokását kapta így meg. A „Hívogató” szolgáltatásra vonatkozó összehasonlító reklámot tartalmazó szórólapon feltüntetett jellemzői előfizetői szokások során az átlagos híváshossz, a rendelkezésre álló alapadatok alapulvételével, minden hívásirányt figyelembe véve, a lakossági ügyfelek esetében csúcsidőben 2 percre jött ki kerekítve, míg kedvezményes időben kerekítve 3 percre. A kapcsolási díjat 2 és 3 percre számolva hozzáadta az adott szolgáltató meghirdetett percdíjához. A percdíj alapú számlázásnál átlagosan 1/2 perc hozzáadásával kalkulált beszélgetésenként, mert tény, hogy a perc alapú számlázás a beszélgetések sokaságánál átlagosan 30 másodperc túlfizetést eredményez beszélgetésenként.

Konkrét számításal támasztotta alá a fentieket, a Matáv „Teleperc” díjcsomagját véve alapul egy csúcsidőjű, távolsági hívás esetében:

- meghirdetett tarifa: 18 Ft/perc,

- kapcsolási díj: 4 Ft/perc,

- számlázás: perc alapon,
- a kapcsolási díj egy átlagos hívás (2 perc csúcsidőben) esetén percenként 2 Ft-tal emeli a percdíjat ($4/2=2$),
- tekintettel arra, hogy a perc alapú számlázás a beszélgetések sokaságánál átlagosan 30 másodperc túlfizetést eredményez beszélgetésenként, ha az átlagos beszélgetési hossz 2 perc, akkor a percdíjra rakódó túlfizetés $0,5/2=25\%$ (csúcsidőn kívül a 3 perces átlagos beszélgetéshossz miatt: $0,5/3=17\%$),
- ezzel a számítási módszerrel a fogyasztó valós költsége 18 Ft/perc (meghirdetett díj) + 2 Ft/perc (kapcsolási díj) + $(18*0,25)$ Ft/perc (perc alapú számlázás költsége) = $18 + 2 + 4,5 = 24,5$ Ft/perc.

9. Az eljárás alá vont üzleti titoknak minősülő számban tett közzé szórólapokat 2005. áprilisától júliusáig. Az első szórólapot az 52-es (Debrecen) primer körzetben lévő háztartások postaládáiba juttatta el. Szórólapok osztására került sor hosstések segítségével a Tesco és a Cora áruházakban is. A szórólapok postai terjesztésére direkt mail formájában is sor került Debrecenben, Miskolcon és Nyíregyházán. A szórólapok ezen kívül ún. behúzás (lapok közzé tétel) formájában újságok révén jutottak el a fogyasztókhoz Baranya, Bács-Kiskun, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Borsod-Abaúj-Zemplén és Fehér megyében, elsősorban a megyeszékhelyeken.

10. Az eljárás alá vont üzleti titoknak minősülő számú fogyasztóval kötött szerződést valamelyik „Hívogató” díjcsomag igénybevételéről.

A „Hívogató” díjcsomagra vonatkozó szerződések alapvetően kétféle módon jöhettek létre: az eljárás alá vont által kezdeményezett telefonos megkeresés útján és a szórólap, illetőleg más reklámeszközök segítségével (a szórólapon feltüntetésre került az a telefonszám, ahol fel lehetett venni a kapcsolatot az eljárás alá vonttal). Az eljárás alá vont az nem tartotta nyilván, hogy az általa kezdeményezett telefonhívást követően szerződést kötő fogyasztók közül hány találkozott már a reklámjaival, így a szórólapokkal.

III. A vizsgálati jelentés

11. A vizsgáló álláspontja szerint az a tény, hogy az eljárás alá vont nem tüntette fel, melyek azok a „jellemző fogyasztói szokások”, amelyek alapján a táblázatot összeállította, és ebből következően nem tette egyértelművé a fogyasztók számára, miért magasabbak egyes versenytárs szolgáltatók neve alatt álló díjak a szolgáltatók által kínált percdíjknál, alkalmas volt arra, hogy a fogyasztói döntéseket tisztességtelenül befolyásolja.

12. A fogyasztók által az áruért fizetett árba valóban beleértendő mind a percdíj, mind pedig a kapcsolódó, a fogyasztó által ténylegesen fizetendő díjak (pl. kapcsolási díj). Az eljárás alá vont azonban nem megfelelően járt el akkor, amikor nem tüntette fel a táblázatban azt, hogy miként számolta ki a táblázatban szereplő összegeket. A „jellemző fogyasztói” szokásként alkalmazott 2 perces átlagos híváshossz ismerete nélkül a fogyasztók számára nem egyértelmű, hogy a táblázatban szereplő díjak miért magasabbak, mint a percdíjak.

13. A táblázatokban a díjak mellett a „Ft/perc” kifejezés szerepel, ami arra a téves következtetésre sarkallhatja a fogyasztókat, hogy a táblázatban percdíjak, és nem a jellemző fogyasztási szokások alapján kiszámolt 1 percre eső költségek szerepelnek.

14. A vizsgáló megállapította, akkor sem lenne indokolt, hogy az eljárás alá vont a versenytársak fogyasztóinak szokásaira is érvényesnek véli a saját fogyasztói körében tapasztalt átlagos híváshosszt, ha elfogadásra is kerülne, hogy a táblázatban szereplő adatok csak ezzel a módszerrel válnak ténylegesen összehasonlíthatóvá.

15. A vizsgáló a szórólapok tekintetében jogsértés megállapítását és bírság kiszabását indítványozta.

IV.

Az eljárás alá vont védekezése

16. Az eljárás alá vont előadta, az összehasonlító reklámot jogszerűen alkalmazta, a termékeit népszerűsítő hirdetések jogsértést nem valósítottak meg.

17. A különböző reklámokban jogszerűen és reálisan tájékoztatta a fogyasztókat, s jóhiszeműen járt el a reklámok megfogalmazásakor. Egy valós összehasonlítás történt a különböző díjcsomagok között. Az összehasonlító díjtáblázatokhoz fűzött magyarázatok pontosan megjelölték, hogy a versenytársak mely termékeire vonatkoznak az összehasonlítások, s figyelembe vételére került az áfa összege. Az eltérő számlázási egységre vonatkozó felhívást a Vj-32/2005. számú versenytanácsi határozatnak megfelelően a táblázat alatt elhelyezte, valamint a Matáv „Teleperc” tarifacsomagjának díjait másodperc alapúra számolta át. Utalt a Versenytanács Vj-100/2002. számú határozatának azon részére, miszerint a kapcsolási díj a forgalmi díjhoz számítandó, amely iránymutatásnak megfelelően járt el az összehasonlító táblázat elkészítésekor, amikor a másik két szolgáltató által alkalmazott kapcsolási díj feltüntetésével tüntette fel azok árait.

18. Hangsúlyozta, a „Hívogató” tarifacsomag kommunikációjában alkalmazott anyagok közül csupán a szórólap formájában megjelent reklám minősül összehasonlító reklámnak, tekintettel arra, hogy más reklámokban nem történt utalás más szolgáltatókra és azokból nem is voltak valószínűsíthetőek más szolgáltatók.

19. Az eljárás alá vont nem vitatta, hogy más módszert is lehetett volna alkalmazni olyan díjak vagy díjcsomagok összehasonlítására, amelyek alapvetően különböznek egymástól. A Versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételeiben három másik módszert ismertetett annak alátámasztására, hogy a „Hívogató” díjcsomagok használatával lényegesen olcsóbb a telefonálás, mint a két versenytárs szolgáltatásainak igénybevételével. Álláspontja szerint ugyanakkor az általa a vizsgálati szakaszban bemutatott módszer a legalkalmasabb a versenytársak által alkalmazott árak objektív összehasonlítására. A módszer - amely az egyik legalacsonyabb különbséget bemutató módszer - alkalmas volt a versenytársak által alkalmazott árak összehasonlítására, amely nem volt megtévesztő, hiszen tárgyilagos és objektív módon

határozta meg a jellemző előfizetői szokásokat olyan módon, amely az előfizetőknek ténylegesen számlázott díjak bemutatását eredményezte.

Reklámjaiban azt állította, hogy díjsomagja olcsóbb, mint a másik két versenytárs adott díjsomagjai. Ennek megfelelően a fogyasztók megtévesztése kizárólag akkor valósulna meg, ha valamely módszertan alapján a „Hívogató” szolgáltatás szórólapján bemutatott összehasonlító reklámban foglaltakkal ellentétes eredmény születne (azaz a valóságban nem a „Hívogató”, hanem a „Teleperc” szolgáltatás lenne olcsóbb). Az általa alkalmazott négy módszertan alapján megállapítható, hogy a „Hívogató” szolgáltatás valóban olcsóbb a „Teleperc” és a Tele2 díjainál.

Tekintettel arra, hogy a más módszerek, illetve az országos hivatalos átlagos tartásidő adatok alkalmazása azonos eredményekre vezet, irreleváns a jelen vizsgálat szempontjából, hogy az eljárás alá vont által kalkulált jellemző előfizetői szokások alkalmazhatók-e a versenytársak fogyasztóira vagy sem. Ugyanakkor ha valamennyi versenytárs előfizetőjének jellemző fogyasztói szokásait figyelembe vették volna az összehasonlítás során, akkor is hasonló eredményekre jutott volna.

20. Előadta, a jellemző előfizetői szokások számításait alátámasztó kalkulációk, továbbá az ezek nem jellemző előfizetőkre történő alkalmazása leírásának reklámhordozón történő elhelyezése a fogyasztó számára nem jár többletinformációval, hiszen a gyakorlat azt mutatja, hogy az átlagfogyasztó döntését kizárólag a kalkuláció alapján nyert szám befolyásolja. Ugyanakkor marketing szempontból elképzelhetetlen és a költségeket jelentősen megnövelő elem lenne a számítás vagy további tájékoztatás elhelyezése a szórólapon.

21. Hangsúlyozta, a szórólap egyértelműen utalt a díjak számított jellegére, így a „Ft/perc” kifejezés használata a táblázatok kapcsán szintén nem lehetett megtévesztő a fogyasztók számára. Ugyanakkor a „Ft/perc” díj a valóságos költségre utal, mert a fogyasztót nem az egységár, hanem a tényleges ár érdekli, amit a szolgáltatásért fizetnie kell.

22. Az eljárás alá vont elsősorban jogsértés hiányában a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését, másodlagosan a bírság kiszabásának mellőzését kérte.

A bírság mellőzése körében előadta, a szórólapok csak regionális szinten jelentek meg, igen kevés előfizetőhöz jutva el. A szórólapok darabszáma és a megkötött szerződések aránya azt mutatja, hogy a szórólapok hatása nem volt jelentős (az alkalmazott értékesítési csatornák jellege révén tudott, hogy hány fogyasztó kötötte meg a szerződést az eljárás alá vont által kezdeményezett telefonos megkeresés eredményeként, s hány a szórólap, illetőleg más reklámeszközök hatására.)

V. Jogi háttér

23. A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban Tpv.) 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) és d) pontja

értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha a) az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá 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 más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak, d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

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

A Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) és f) pontja szerint az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) bekezdés szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, 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 fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

24. A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (továbbiakban: Grtv.) 2.§-ának o) pontja szerint összehasonlító reklám az olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé teszi a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozást, vagy a más vállalkozás által előállított forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut.

A Grtv. 7/A.§-ának (1) bekezdése leszögezi, összehasonlító reklám akkor tehető közzé, ha megfelel a (2) és (3) bekezdésben foglalt feltételeknek. A (2) bekezdés a) pontja szerint az összehasonlító reklám nem lehet megtévesztő. A (3) bekezdés értelmében az összehasonlító reklám

- a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségletet kielégítő árukat hasonlíthat össze,
- b) tárgyilagosan köteles összehasonlítani az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát,
- c) amennyiben tartalmazza az áruk árainak összehasonlítását, köteles azt tárgyilagosan bemutatni,
- d) eredet-megjelöléssel rendelkező áruknál kizárólag azonos eredet-megjelölésű árukra vonatkozhat.

A Grtv. 15.§-ának (3) bekezdése szerint a törvény 7/A.§-ában foglaltakba ütköző reklám esetén a Tpvt.-ben meghatározottak szerint a bíróság, illetve a Gazdasági Versenyhivatal jár el azzal, hogy a 7/A.§ (2) bekezdés b)-e) pontjában foglaltak megállapítása a bíróság, a (2) bekezdés a) pontjában foglaltak megállapítása a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik. Az

összehasonlító reklámmal szemben támasztott, a 7/A.§ (3) bekezdésében foglalt követelményeknek való megfelelés megállapítására a Gazdasági Versenyhivatal jogosult, továbbá a bíróság is, ha e kérdés elbírálásának szükségessége az egyébként a hatáskörébe tartozó ügyben merül fel.

VI.

A Versenytanács döntése

25. A Tpv. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve a termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.

26. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásnak a magáról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen. A versenyhelyzetben levő vállalkozással szemben fokozottan elvárható, hogy a vevőcsalगतó információk valósak és tényszerűek legyenek.

27. A fogyasztók megtévesztése a termék lényeges tulajdonságára vonatkozó bármilyen valótlan tényállítás révén megvalósul.

28. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását tiltó rendelkezéseknek nem tényállási eleme sem a fogyasztóknak okozott sérelem bekövetkezése, sem a fogyasztói panaszok rendelkezésre állása, ezek hiányában is megállapítható a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás tanúsítása.

29. A jogsértő tájékoztatás akkor is megvalósul, ha utóbb a fogyasztóknak módjuk van a teljes körű valós információ megismerésére, a Tpv. ugyanis a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazza, e sérelem pedig a jogsértő információk közreadásával befejeződik. Ennek megfelelően a jogsértés megállapíthatósága körében nem vehető figyelembe az eljárás alá vont azon védekezése, hogy a reklámokban a további részletes információk elérhetősége is feltüntetésre került. Megjegyzi a Versenytanács, a fogyasztó a további tájékozódás esetén sem juthatott volna a szórólapok megfelelő értelmezéséhez szükséges információkhoz.

30. A reklámok megfogalmazása nem alapulhat azon az elven, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztónak (eleve) ellenőriznie kell, hogy az adott reklám állítása megfelel-e a valóságnak, illetve az más módon esetleg megtévesztő-e.

Egy reklám nem alapozhat arra, hogy a tartalma szabadon meghatározható, bármit állíthat, mivel a fogyasztónak ésszerűen kell eljárnia, s ő ellenőrizze, hogy a reklám állítása megfelel-e a valóságnak. Egy egyébként jogsértő magatartás nem tehető jogszerűvé azzal az elvárással, hogy a fogyasztó további tájékozódást végezzen. Az ilyen elvárás a fogyasztókra helyezné a vállalkozás

jogsértő magatartása elhárításának terhét, illetve azt tételezné fel, hogy a fogyasztóknak eleve kételkedniük kell az egyébként nagy költséggel, éppen az áru eladása, vagyis a vállalkozás érdekében megjelentetett reklámban.

A Versenytanács megítélése szerint tehát nem szolgálhat a vállalkozások versenyjogi mentesülésére az arra történő hivatkozás, hogy a fogyasztó kellő távolságtartással kezelje a reklámokat, a fogyasztó járjon el ésszerűen, a fogyasztó tegyen meg mindent annak érdekében, hogy a reklámok állításait - további tájékozódással - ellenőrizze. Ez a szemlélet magában hordozza a tisztességes verseny egyik alapelemének, a bizalomnak, a piaci szereplők állításaiba vetett hitnek intézményesített megkérdőjelezését.

31. A termékeket, vállalkozásokat összehasonlító reklámok kiemelkedő jelentőséggel bírnak a fogyasztók tájékozottsága szempontjából, mivel elősegítik, hogy a fogyasztók megfelelő piaci áttekintéssel rendelkezzenek, ezzel a vállalkozások közötti versenyt is élénkítve. Az ilyen, adott esetben valósnak, objektívnak tűnő adatokat tartalmazó és ennek révén a fogyasztók számára az átlagosnál nagyobb meggyőző hatást gyakorló reklámok ugyanakkor olyan veszélyeket is magukban rejtnek, amelyek különleges jogszabályi rendelkezések meghozatalát teszik szükségessé, amelyeket a Grtv. tartalmaz.

32. A Grtv. 2.§-ának o) pontjában szereplő meghatározásra figyelemmel megállapítható, hogy a törvény szerinti összehasonlító reklámról csak abban az esetben beszélhetünk, ha a reklám közvetlenül vagy közvetve, de a fogyasztó számára - a különböző termékek közötti választásra vonatkozó döntése meghozatalára is ható módon - egyértelműen felismerhetővé tesz egy másik vállalkozást vagy egy másik árut.

33. A jelen eljárás tárgya az eljárás alá vont „Hívogató” elnevezésű díjcsomagjainak azon reklámjainak versenyjogi értékelése, amelyek egy, a „Hívogató” elnevezésű díjcsomagokat a T-Com és a Tele2 díjcsomagjaival összehasonlító táblázatot foglalnak magukban. Ezek a reklámok a Grtv. 2.§-ának o) pontja szerinti összehasonlító reklámnak minősülnek, mivel felismerhetővé teszik a versenytársakat, illetőleg azok termékét. Az összehasonlító reklámokra (is) alkalmazandó előírások szerint ezek a reklámok nem lehetnek megtévesztők, tárgyilagosan kötelesek összehasonlítani a versenyző termékek egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát, illetőleg ha a versenyző termékek árainak összehasonlítását tartalmazzák, akkor azt kötelesek tárgyilagosan bemutatni.

34. A Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont összehasonlító táblázatot tartalmazó reklámjai nem felelnek meg a jogszabályi követelményeinek, azok alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére.

35. A Versenytanács megítélése szerint az eljárás alá vont által a táblázatban szereplő adatok megállapításakor alkalmazott módszer a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatás megvalósulását eredményezte.

Amint azt az eljárás alá vont ismertette, a kapcsolási díjat 2 és 3 percre számolva hozzáadta az adott szolgáltató meghirdetett percdíjához. A percdíj alapú számlázásnál átlagosan 1/2 perc hozzáadásával kalkulált beszélgetésenként, arra való hivatkozással, hogy a perc alapú számlázás

a beszélgetések sokaságánál átlagosan 30 másodperc túlfizetést eredményez beszélgetésenként. Mindezt egy konkrét példán is illusztrálta, a T-Com „Teleperc” díjcsomagját véve alapul.

A számítás során az eljárás alá vont nem vette figyelembe, hogy a kapcsolási díj nem percenként fizetendő, hanem hívásonként egyszer. Ennek megfelelően a fogyasztó akkor is 4 Ft kapcsolási díjat fizet a „Teleperc” díjcsomag esetén, ha 2 másodpercet, de akkor is, ha 2 órát telefonál.

Ezen túlmenően az eljárás alá vont teljesen indokolatlanul indult ki abból, „tekintettel arra, hogy a perc alapú számlázás a beszélgetések sokaságánál átlagosan 30 másodperc túlfizetést eredményez beszélgetésenként, ha az átlagos beszélgetési hossz 2 perc, akkor a percdíjra rakódó túlfizetés $0,5/2=25\%$ (csúcsidőn kívül a 3 perces átlagos beszélgetéshossz miatt: $0,5/3=17\%$),” s indokolatlanul adott hozzá a 18 Ft/perc meghirdetett díjhoz és az egy percre eső 2 Ft kapcsolási díjhoz 4,5 Ft-ot. A perc alapú számlálás esetén a fogyasztót a kapcsolás díjon és a meghirdetett tarifán kívül nem terheli egyéb költség akkor, ha nem egy percet, hanem csak 30 másodpercet telefonál. Legfeljebb az lehetne megállapítani, hogy a fogyasztónak az általa kifizetett összeg egy részét nem kellene kifizetnie, ha másodperc alapon történne a számlálás, az azonban nem állítható, hogy további kifizetéseket kellene teljesítenie azért, mert csak 30 másodpercet telefonált, nem egy percet.

Ennek megfelelően a fogyasztó által ténylegesen fizetendő összeg az eljárás alá vont által felhozott példa esetében, amikor a fogyasztó két percet telefonál: $2*18 \text{ Ft} + 4 \text{ Ft}$ (kapcsolási díj) = 40 Ft, így az egy percre jutó költség 20 Ft. Az eljárás alá vont által ismertetett példa alapján további vizsgálat nélkül is megállapítható, hogy az eljárás alá vont számítási módszerével készült összehasonlító táblázatok valóságnak meg nem felelő adatokat tartalmaznak. Leszögezhető, az eljárás alá vont által alkalmazott, összehasonlítást tartalmazó reklámok (szórólapok) megtévesztők, nem felelnek meg a tárgyilagosság követelményének, s félrevezetik a fogyasztót, mivel az eljárás alá vont tájékoztatása nem felelt meg az általa megfogalmazott követelménynek, amely szerint a „Ft/perc” díj a valóságos költségre utal, mert „a fogyasztót nem az egységár, hanem a tényleges ár érdekli, amit a szolgáltatásért fizetnie kell.” Az eljárás alá vont összehasonlító táblázata alapján a fogyasztó téves számítást végezhetett arról, hogy a versenytárstól igénybe vett szolgáltatásért (az adott hívásért) milyen mértékű tényleges árat kell fizetnie, s ettől mennyivel kedvezőbb az eljárás alá vont szolgáltatásáért fizetendő díj.

A T-Com „Teleperc” díjcsomagja mint példa kapcsán a Versenytanács azt is szükségesnek tartja megjegyezni, az eljárás alá vont magatartása ezen túlmenően is a valóságnak meg nem felelő eredményre vezetett. Az eljárás alá vont 2 perces átlagos telefonbeszélgetésből indul ki, noha az általa szolgáltatott (részleteit tekintve üzleti titoknak minősülő) adatok szerint is a lakossági, csúcsidőn kívüli, belföldi távolsági hívások átlagos hossza nem 2 perc, hanem ennél hosszabb. Ha például egy 3 perces hívás példáján kerül kiszámolásra a T-Com „Teleperc” díjcsomag igénybe vételével kezdeményezett hívás esetén fizetendő díj, akkor még kisebb összeg jön ki: $3*18 \text{ Ft} + 4 \text{ Ft}$ (kapcsolási díj) = 58 Ft, s így az egy percre jutó díj 19,30 Ft.

36. Az eljárás alá vont az összehasonlító díjtáblázathoz fűzött magyarázat szerint „a versenytársak árait a könnyebb összehasonlíthatóság kedvéért a jellemző előfizetői szokások figyelembe vételével és a kapcsolási díj beépítésével” tüntette fel. Az eljárás alá vont a fogyasztókkal nem ismertette, hogy melyek azok a „jellemző fogyasztói szokások”, amelyek az összehasonlítás alapját képezték, s ez azt eredményezte, hogy a fogyasztók számára nemcsak

ezek a „jellemzői fogyasztói szokások”, hanem magának az összehasonlító táblázat egészének az alapja sem ismerhető meg.

A táblázat elkészítése során figyelembe vett „jellemző fogyasztói szokások” ismerete nélkül a fogyasztók nem tudják megállapítani, hogy a saját fogyasztói szokásaik mennyiben felelnek meg a „jellemző fogyasztói szokásoknak”, s így mennyire tekinthetik a közölt adatokat esetükben is relevánsoknak. A reklám ezáltal arról sem tájékoztatja a fogyasztókat, hogy a díjtáblázat miként tekinthető irányadónak a „nem-jellemző fogyasztói szokások” esetében. A „jellemző fogyasztói szokások” ismertetésének elmaradása továbbá azt is jelenti, hogy a táblázatban szereplő díjcsomagoknak az összehasonlítás alapját képező tulajdonságai nem is ellenőrizhetők a fogyasztók számára.

37. A versenyfelügyeleti eljárás során az eljárás alá vont ismertette, hogy a „jellemző fogyasztói szokások” kifejezés a saját ügyfél-adatbázisából kigyűjtött átlagos híváshosszra utal.

Az összehasonlító táblázat elkészítésekor az eljárás alá vont kizárólag a rendelkezésére álló, saját fogyasztói hívásaira vonatkozó (általa üzleti titoknak minősített) adatokból tudott kiindulni, versenytársai (értelemszerűen szintén üzleti titoknak minősülő) adatai nem voltak előtte ismertek.

A Versenytanács megítélése szerint az eljárás alá vont által megvalósított összehasonlítás azért sem tesz eleget a tárgyilagosság követelményének, mert az eljárás alá vont a „jellemző fogyasztói szokások” meghatározásakor

- a nem saját primer körzetekbe irányuló reklámok esetén kizárólag a saját primer körzeteiből kezdeményezett hívásokra vonatkozó adatokat vette alapul, az adott körzetről hívás kezdeményező fogyasztók hívási szokásainak ismerete nélkül, ezzel összefüggésben
- figyelmen kívül hagyva, hogy az egyes körzetek fogyasztóinak telefonálási szokásai (és így a hívásadatok) között eltérések mutatkoznak (ezt támasztják alá a T-Com és a Tele2 Versenytanács rendelkezésére álló, üzleti titoknak minősülő adatai is),
- mellőzte annak figyelembe vételét is, hogy a hívások átlagos hossza hívásirányonként eltérő (helyi, helyközi I., belföldi távolsági, mobil, nemzetközi).

Az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontjára adott írásbeli észrevételeiben az Informatikai és Hírközlési Minisztérium által közzétett 2004. évi országos hívásadatokra hivatkozott, amelyek összesített adatok, így nem tesznek különbséget egyéni és üzleti hívások, illetve csúcsidekben és csúcsidek kívüli időszakban kezdeményezett hívások között, miközben az eljárás alá vont által közzétett összehasonlításokban ez a különbségtétel megjelent. Az ismertetett, az eljárás alá vont számításainál alapul vettekől eltérő adatok önmagukban is azt támasztják alá, nem szolgálta a releváns fogyasztói szokásokon alapuló tárgyilagos összehasonlíthatóságot, hogy az eljárás alá vont a saját primer körzeteiből kezdeményezett hívásokra vonatkozó adatokat vette alapul a más primer körzetekben élő fogyasztóknak szóló reklámok elkészítésekor, mellőzve a fentiekben részletezett tények figyelembe vételét.

38. A tényleges fogyasztói magatartást figyelmen kívül hagyó összehasonlítás a jelen esetben nem adott reális képet a fogyasztók számára az érintett termékek jellemzőiről, azonosságairól és különbözőségeikről, mindezt azért, hogy minél előnyösebbnek mutassa be az eljárás alá vont díjcsomagjait. A reális összehasonlíthatóságot az egyes díjcsomagok lényeges tulajdonságai

figyelembe vételének mellőzése is akadályozta, így például az, hogy a T-Com „Teleperc” díjsomagja esetében a havidíj felét a fogyasztó lebeszélheti.

39. Az eljárás alá vont a szórólapjain lévő táblázatokban a „Ft/perc” kifejezést szerepeltette. Ezt a fogyasztók a mindennapi életben elfogadott általános jelentés alapján úgy értelmezik, hogy ha egy percet telefonálnak, akkor az adott összeget kell megfizetniük – miközben itt nem percdíjak, hanem a „jellemző fogyasztási szokások” alapján az eljárás alá vont által (egy, a fentiek szerint kifogásolható módszerrel) kiszámolt, egy percre eső költségek szerepelnek.

A korábban példaként felhozott esetben a T-Com „Teleperc” díjsomagja esetén a nem kedvezményes időszakban lebonyolított 2 perces távolsági hívás díja az eljárás alá vont által közölt 24,50 Ft/perc alapul vételével 49 Ft-ot tesz ki, azonban ez nem felel meg a valóságnak, hiszen a hívás díja 40 Ft. Történik ez akkor, amikor - amint azt maga az eljárás alá vont előadta – a fogyasztó döntését a kalkuláció alapján nyert szám befolyásolja.

E vonatkozásban is megállapítható tehát, hogy az eljárás alá vont által nyújtott tájékoztatás alapján a fogyasztó nem a valóságnak megfelelő képet kapott az érintett termékekről, azok jellemzőiről, az eljárás alá vont díjsomagjainak reklámokban hangsúlyozott előnyös jellegéről.

40. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont jogsértő magatartást tanúsított, amikor 2005 áprilisától júliusáig reklámtevékenysége során a határozat 5-7. pontjaiban ismertetett szórólapjain „Hívogató” elnevezésű díjsomagjait egyes versenytársainak díjsomagjaival megtévesztésre alkalmas módon hasonlította össze.

Az eljárás alá vont e magatartásával megsértette a Tpv. 8.§-a (2) bekezdésének a) és d) pontját, illetve a Grtv. 7/A.§ (2) bekezdésének a) pontját és (3) bekezdésének b) és c) pontját.

A Versenytanács aláhúzza, a jelen eljárásban az eljárás alá vont által 2005 áprilisától júliusáig alkalmazott szórólapokon szereplő összehasonlítás, az annak alapjául szolgáló módszer, s az ezen alapuló tájékoztatás került vizsgálatra, ezért irreleváns, hogy az eljárás alá vont által ismertetett más módszerek milyen számítási eredményre vezetnek.

41. A Versenytanács nem tartotta szükségesnek a jogsértő magatartás további folytatásának a megtiltását, mivel a magatartás tanúsítása időben már lezárult.

42. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben. A bírság összegének meghatározása során a Versenytanács a Tpv. 78.§-ának (2) bekezdésében szereplő szempontokra volt figyelemmel, így különösen

- az eljárás alá vont piaci helyzetére,
- a jogsértő magatartás tanúsításának több hónapot felölelő időtartamára,
- a jogsértő tájékoztatást adó szórólapok üzleti titkot képező példányszámára, s ezzel összefüggésben a jogsértő magatartással elért fogyasztók nagy számára,
- a jogsértő reklámok megjelentetésével kapcsolatos költségekre.

A jogsértő reklámokkal érintett körzetekben megkötött szerződések számával kapcsolatban a Versenytanács nem tudta elfogadni az eljárás alá vont azon előadását, csak kevés fogyasztó kötött szerződést a szórólapok hatására, mivel a szerződések létrejöttéről vezetett nyilvántartás arra nem

terjedt ki, hogy az eljárás alá vont által kezdeményezett telefonhívást követően szerződést kötő fogyasztók közül hány találkozott korábban a jogsértő szórólappal, s azt figyelembe vették-e a szerződés megkötésére vonatkozó döntésük meghozatala során.

A jogsértő magatartás versenyre gyakorolt hatása kapcsán a Versenytanács figyelembe vette azt is, hogy a reklámok közzétételének egyik célja és hatása az eljárás alá vont közmegítelésnek (image-ának) a befolyásolása volt. Az image azoknak a képzettársításoknak és gondolatoknak az összessége, amelyet a fogyasztó például egy vállalkozáshoz köt. A kedvező (pl. a versenytársakéhoz képest alacsonyabb árak hangsúlyozására is alapozó) image versenyelőnyt jelent, s a reklám alkalmas arra, hogy hozzájáruljon a vállalkozás image-ának a kialakulásához, annak fenntartásához, erősítéséhez. Maga az image nemcsak rövid távon alkalmas a fogyasztói döntések befolyásolására. A jelen esetben a jogsértő reklámok olyan piaci környezetben szolgálták az eljárás alá vont kedvező image-ának kialakítását, amikor a közvetítőválasztás szerepe egyre nő.

A bírság körében nem volt figyelembe vehető az az eljárás alá vont által hangsúlyozott körülmény, amely szerint a jelen eljárással érintett tevékenységével kapcsolatos befektetései megtérülése csak a későbbiekben várható.

Reklámjaiban az eljárás alá vont (az eljárás során tett előadásával szemben) nem azt állította, hogy „Hívogató” díjcsomagjai olcsóbbak, mint a versenytársak adott díjcsomagjai, hanem konkrét adatokat közölt, a fogyasztói döntések befolyásolását célzó tájékoztatás ezeken alapult, s a Versenytanács e tájékoztatás versenyjogi értékelését végezte el, szem előtt tartva azt is, hogy összehasonlító reklámok esetén kiemelkedő jelentősége van a pontosságnak, tárgyilagosságnak. Ennek megfelelően a jogsértés körében nem bírt jelentőséggel, hogy az eljárás alá vont díjcsomagjai olcsóbbak-e vagy sem, mint a versenytársak díjcsomagjai. Ennek részletes vizsgálata a bírság összegének megállapítása kapcsán sem volt indokolt, mindazonáltal a Versenytanács figyelembe vette, hogy a rendelkezésre álló adatok szerint az eljárás alá vont díjcsomagjainak igénybevétele esetén a fogyasztó egy árban kedvező szolgáltatást vehetett igénybe.

43. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83.§-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2005. december 19.

1. számú melléklet

Lakossági díjcsomag (Ft/perc)	Hívogató				Tele2		Matáv Bázis		Matáv Felező		Matáv Teleperc	
	Standard		1588		nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.
	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.								
Helyi, helyközi	11.10*	5.50*	11.10*	5.50*	12.50	6.20	13.10	6.90	20.00	12.00	14.50	7.00
Távolsági	18.60	10.50	18.60	10.50	20.00	11.20	32.00	16.30	20.00	12.00	24.50	11.80
Mobil	68.00	39.00	68.00	39	71.00	40.30	74.60	50.20	72.60	48.90	88.30	47.50
Nyílt internet	6.10	3.25	-	-	-	-	9.00	6.00	9.00	6.00	9.00	6.00
Ausztria vezetékes	18.60		18.60		36.30		57.60		56.30		42.20	
USA vez./mobil	18.60		18.60		46.30		68.80		67.50		53.80	
Németo. vezetékes	18.60		18.60		36.30		57.60		56.30		42.20	
Németo. mobil	90.00		90.00		101.30		128.80		127.50		118.80	
Románia vezetékes	50.00		50.00		56.30		83.80		82.50		65.50	
Szlovákia vez.	38.00		38.00		46.30		68.80		67.50		53.80	

Üzleti díjcsomag (Ft/perc)	Hívogató				Tele2		Matáv Bázis		Matáv Ritmus üzleti		Matáv V 8	
	Office		1588		nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.
	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.								
Helyi, helyközi	9.30*	9.30*	11.10*	5.50*	9.00	9.00	13.10	7.60	8.00	8.00	10.00	10.00
Távolsági	16.40	16.40	18.60	10.50	16.00	16.00	32.00	17.00	18.00	18.00	20.00	20.00
Mobil	67.00	67.00	68.00	39.00	66.00	66.00	74.60	50.80	65.00	50.00	81.30	50.00
Nyílt internet	6.10	3.25	-	-	-	-	9.00	6.00	9.00	6.00	9.00	6.00
Ausztria vezetékes	16.40		18.60		31.00		58.30		30.00		50.00	
USA vezetékes/mobil	16.40		18.60		41.00		69.50		40.00		62.50	
Németo. vezetékes	16.40		18.60		31.00		58.30		30.00		50.00	
Németo. mobil	72.00		90.00		96.00		129.50		90.00		112.50	
Románia vezetékes	39.00		50.00		51.00		84.50		60.00		75.00	
Szlovákia vez.	30.00		38.00		41.00		69.50		40.00		32.50	

* Csak a kiemelt primer körzetekben! (1, 22, 29, 42, 46, 48, 52, 56, 72, 76, 92, 96)

2. számú melléklet

Lakossági díjsomag (Ft/perc)	Hívogató				Tele2		T-Com (Matáv) Bázis		T-Com (Matáv) Felező		T-Com (Matáv) Teleperc	
	Standard		1588									
	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.
Helyi, helyközi	11.10*	5.50*	11.10*	5.50*	12.50	6.20	13.10	6.90	20.00	12.00	14.50	7.00
Távolsági	18.60	10.50	18.60	10.50	20.00	11.20	32.00	16.30	20.00	12.00	24.50	11.80
Mobil	68.00	39.00	68.00	39	71.00	40.30	74.60	50.20	72.60	48.90	88.30	47.50
Nyílt internet	6.10**	3.25**	-	-	4.00**	2.80**	5.00**	3.00**	5.00**	3.00**	5.00**	3.00**
Ausztria vezeték	18.60		18.60		36.30		57.60		56.30		42.20	
USA vezeték/mobil	18.60		18.60		46.30		68.80		67.50		53.80	
Németo. vezeték	18.60		18.60		36.30		57.60		56.30		42.20	
Németo. mobil	90.00		90.00		101.30		128.80		127.50		118.80	
Románia vezeték	50.00		50.00		56.30		83.80		82.50		65.50	
Szlovákia vez.	38.00		38.00		46.30		68.80		67.50		53.80	

Üzleti díjsomag (Ft/perc)	Hívogató				Tele2		T-Com (Matáv) Bázis		T-Com (Matáv) Rítmus Üzleti		T-Com (Matáv) V 8	
	Office		1588									
	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.	nappali	kedvezm.
Helyi, helyközi	9.30*	9.30*	11.10*	5.50*	9.00	9.00	13.10	7.60	8.00	8.00	10.00	10.00
Távolsági	16.40	16.40	18.60	10.50	16.00	16.00	32.00	17.00	18.00	18.00	20.00	20.00
Mobil	67.00	67.00	68.00	39.00	66.00	66.00	74.60	50.90	65.00	50.00	81.30	50.00
Nyílt internet	6.10**	3.25**	-	-	4.00**	2.80**	5.00**	3.00**	5.00**	3.00**	5.00**	3.00**
Ausztria vezeték	16.40		18.60		31.00		58.30		30.00		50.00	
USA vezeték/mobil	16.40		18.60		41.00		69.50		40.00		62.50	
Németo. vezeték	16.40		18.60		31.00		58.30		30.00		50.00	
Németo. mobil	72.00		90.00		96.00		129.50		90.00		112.50	
Románia vezeték	39.00		50.00		51.00		84.50		60.00		75.00	
Szlovákia vez.	30.00		38.00		41.00		69.50		40.00		32.50	

*1, 22, 29, 42, 46, 48, 52, 56, 72, 76, 92, 96 kiemelt primer körzetekben

**Hungarotel

Tele2, T-Com (Matáv)

kedvezményes időszak: 18.00-7.00

hétfőn és munkaszüneti napokon

0.00-24.00

kedvezményes időszak minden nap

0.00-7.00

Az ezen kívüli időszakok nappali időszáknak tekintendők.