



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

VERSENYTANÁCS

---

Vj-047-021/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Magyar Telekom Nyrt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen indult eljárásban a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény és a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény alapján indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t .**

A Versenytanács megállapítja, hogy a Magyar Telekom Nyrt. a 2008. november 17-től 2008. december 31-ig tartó időszakban, "3000 perc ajándékba" elnevezésű akciójában tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott

- (i) a televíziós reklámban az "új T-Mobile előfizetés mellé 3000 percnyi beszélgetést ajándékba adunk",
- (ii) a rádióreklámban a "ha év végéig új T-Mobile havidíjas vagy Dominó előfizetést vásárolsz, 3000 percnyi beszélgetést ajándékba kapsz",
- (iii) a járműreklámon, a fotocellás ajtón és az óriásplakáton megjelenő "új Dominó és általános előfizetőknek" állítás megjelentetésével.

A Versenytanács kötelezi a Magyar Telekom Nyrt.-t 20.000.000 Ft (azaz Húszmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára köteles teljesíteni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított harminc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

## **I n d o k o l á s**

### **I.**

#### **A vizsgálat tárgya**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a Magyar Telekom Nyrt. (a továbbiakban: Magyar Telekom vagy eljárás alá vont) 2008. év végén meghirdetett „3000 perc ajándékba” elnevezésű akciójában (a továbbiakban: akció) érvényesíthető, 2009. január 31-ig lebeszélhető ajándék 3000 perc – az egyes kommunikációs eszközökben megjelenő üzenettel ellentétben – ténylegesen nem minden új előfizetésre vonatkozott.
2. A GVH a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tpv.) 70. §-ának (1) bekezdése szerint 2009. április 6-án versenyfelügyeleti eljárást indított. Tekintettel az egységes kereskedelmi gyakorlatra, a versenyfelügyeleti eljárás kiterjed a 2008. november 17-étől 2008. december 31-éig tartó akcióhoz kapcsolódóan a Magyar Telekom teljes kommunikációs gyakorlatára, az akció népszerűsítését célzó, a fenti időszakban alkalmazott összes kommunikációs eszközre.

### **II.**

#### **Az eljárás alá vont vállalkozás**

3. A Magyar Telekom a telekommunikációs és infokommunikációs szolgáltatások teljes skáláját nyújtja, hagyományos vezetékes és mobil telefonos, adatátviteli, nem hangalapú, információtechnológiai és rendszerintegrációs szolgáltatásokat is.
4. A Magyar Telekom fő részvényese – 2009. március 31-i állapot szerint – 59,21%-kal a MagyarCom Holding GmbH, amely a Deutsche Telekom AG tulajdona. A saját tőke 0,14%-a saját részvény, míg a fennmaradó 40,65% nyilvános forgalomban van.<sup>1</sup>
5. A Magyar Telekom Magyarország piacvezető vezetékes távközlési szolgáltatója, 2007. december 31-én körülbelül 2,5 millió vezetékes fővonallal rendelkezett. A

---

<sup>1</sup> 2009. évi első negyedéves beszámoló alapján,  
[http://www.telekom.hu/befektetoknek/befektetoi\\_kozlomenyek/2009/majus\\_7](http://www.telekom.hu/befektetoknek/befektetoi_kozlomenyek/2009/majus_7)

Magyar Telekom egyben Magyarország legnagyobb mobil távközlési szolgáltatója is, 2008. december 31-én csaknem 5,4 millió mobil előfizetővel rendelkezett.

6. A Magyar Telekom Nyrt. 2008. évi éves beszámolója<sup>2</sup> alapján az értékesítés nettó árbevétele 2008-ban 500.604 millió Ft volt.
7. A GVH az elmúlt években számos versenyfelügyeleti eljárást folytatott le az eljárás alá vonttal szemben, s több alkalommal került megállapítás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás elkövetése (pl. Vj-130/2004., Vj-48/2006., Vj-68/2006., Vj-119/2006., Vj-031/2008.).

### III.

#### A vizsgált termék jellemzői

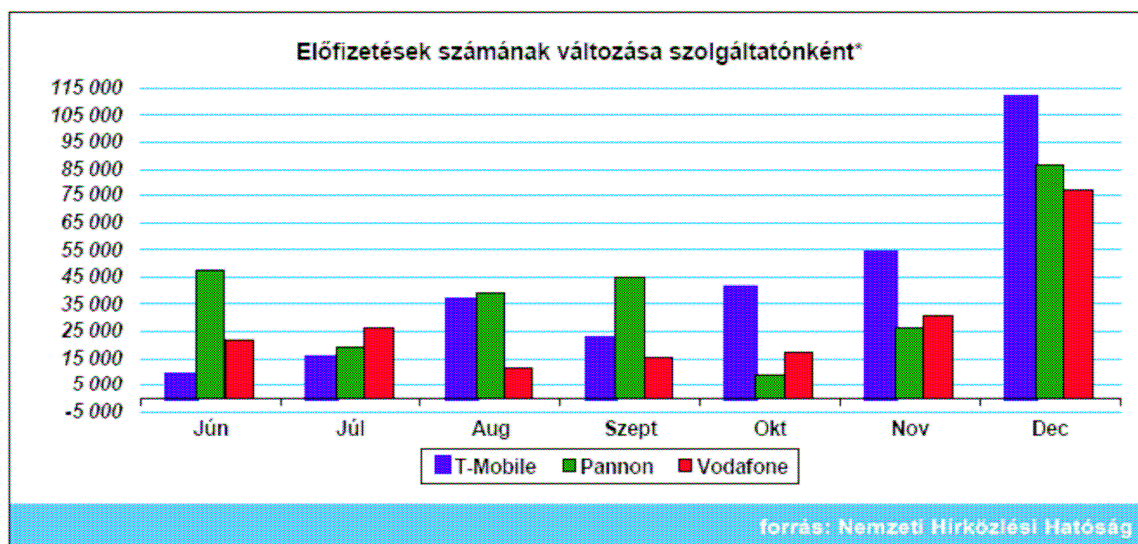
8. A mobil rádiótelefon szolgáltatás kiskereskedelmi piaca háromszereplős: digitális GSM szolgáltatást nyújt az eljárás alá vont mellett a Pannon GSM Távközlési Zrt. (a továbbiakban: Pannon) és a Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. (a továbbiakban: Vodafone). A Pannon és az eljárás alá vont (illetve jogelődje) 1994-től, a Vodafone 1999-től van jelen a hazai piacon.
9. A vizsgált időszakban (2008. november-december) a kiskereskedelmi piaci részesedések, adatok az alábbiak szerint alakultak a Nemzeti Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NHH) Digitális Mobil Gyorsjelentései<sup>3</sup> szerint:

		2008. november	2008. december
<b>Előfizetések száma</b>		11.948.849	12.224.163
<b>Mobilszolgáltatók részesedése az előfizetések arányában</b>	Magyar Telekom	43,94%	43,86%
	Pannon	35,18%	35,09%
	Vodafone	20,88%	21,04%
<b>Mobilszolgáltatók részesedése a forgalmazásban részt vevő előfizetések arányában</b>	Magyar Telekom	43,75%	44,21%
	Pannon	33,67%	33,93%
	Vodafone	22,58%	21,86%

10. A vizsgált időszakban, illetve az azt megelőző hónapokban az alábbiak szerint változott az előfizetések száma:

<sup>2</sup> Vj-47-005/2009. számú irat 3. melléklete

<sup>3</sup> A táblázat a mobilszolgáltatók előfizetőszám szerinti részesedéseit tartalmazza, forrás a [www.nhh.hu](http://www.nhh.hu) oldal.



\*Megjegyzés: a változás az új előfizetések és a lemorzsolódás együttes hatását mutatja

11. A mobil hangszolgáltatások piacán jelentős, intenzív reklámozás, illetve promóciós tevékenység a folyik. Az AGB Nielsen Media Kutató Kft. adatai szerint<sup>4</sup> a reklámozási tevékenység szektorok szerinti besorolásánál 2008-ban a hirdetésszámot alapul véve a telekommunikáció szektor állt az 5. helyen 8,6%-os részesedéssel. kampányok súlyát érzékelteti az a tény is, hogy a jelen vizsgálattal érintett időszakban a legmagasabb nézettséget elérő 20 reklámfilm között (ideértve a vizsgált kampány televíziós szpotjait is) az AGB Nielsen Media Kutató Kft. eredményei szerint minden héten jelen voltak a mobiltelefon szolgáltatásokat népszerűsítő szpotok.

A 46. héten a 20 – GRP<sup>5</sup> alapján értelmezett – legnézettebb reklámfilm rangsorában az alábbiak szerint szerepeltek a mobilszolgáltatók<sup>6</sup> (a mobilinternetes reklámok nélkül):

3.	Pannon	19,20%
8.	Pannon	17,80%
17.	T-Mobile	17,40%
19.	T-Mobile	17,30%

A 47. héten az alábbi eredményeket érték el a piaci szereplők:

9.	Pannon	18,60%
11.	T-Mobile	18,50%
15.	Pannon	18,20%

A 49. héten az alábbi nézettségi adatok alakultak ki az érintett szolgáltatás piacán:

2.	Vodafone	20,50%
5.	DJuice Smart	17,90%
11.	Pannon	17,20%
14.	T-Mobile (3000 perc)	17,10%

Az 51-52. hét eredményei:

<sup>4</sup> [http://cs.agbnmr.com/Uploads/Hungary/2008\\_reklam\\_adatai.pdf](http://cs.agbnmr.com/Uploads/Hungary/2008_reklam_adatai.pdf)

<sup>5</sup> Gross Rating Point: megmutatja, hogy egy eszköz a célcsoport hány %-át éri el egy kampány során

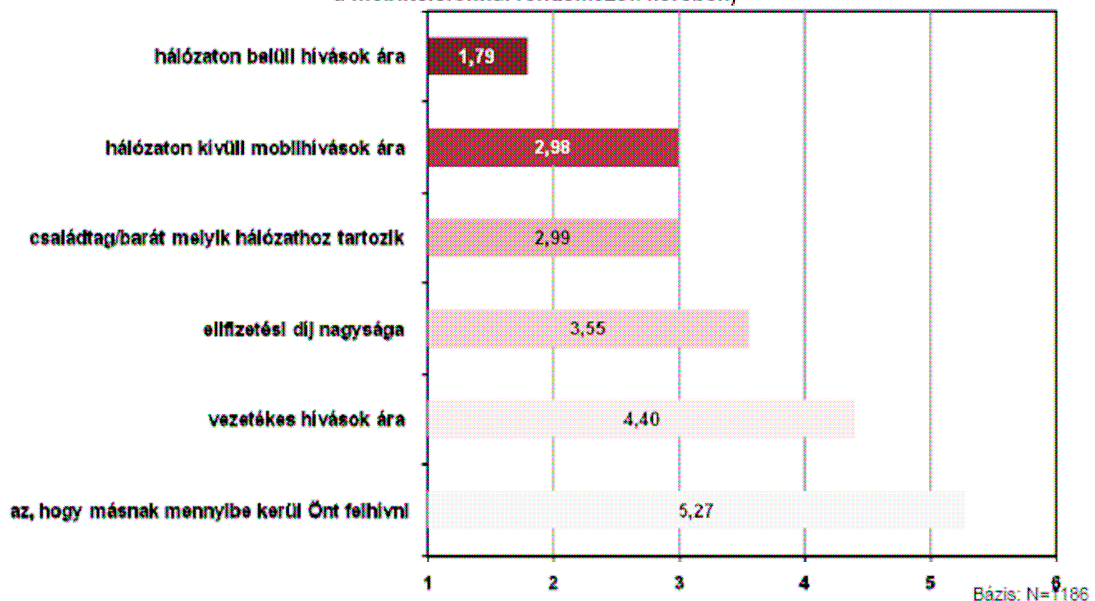
<sup>6</sup> <http://www.mediainfo.hu/hirek/article.php?id=12894>

13. T-Mobile(3000 perc)	16,90%
14. Vodafone	16,90%

12. A TÁRKI Társadalomkutatási Intézet és az ITHAKA Kht. által, szintén az NHH számára végzett, Távközlési szolgáltatások használata című, 2008. évi kutatás pedig - a jelen eljárásban vizsgált magatartás megítélése kapcsán figyelembe veendő – fogyasztói preferenciaként – a vezetékes hívások árát a második legfontosabb jellemzőként azonosította a piacon.

### Az alábbi szempontok mennyire befolyásolják Önt a mobilszolgáltató kiválasztásában?

(A hat szempontot a válaszadóknak rangsorolnia kellett – az értékek ezeknek a helyezéseknek az átlagát fejezik ki, a mobiltelefonnal rendelkezők körében)



#### IV.

#### A vizsgált magatartás

13. A 2008. november 17. és december 31. közötti új előfizetésekre vonatkozó akciót az eljárás alá vont széleskörű integrált kampány keretében népszerűsítette ugyanezen időszakban, az alábbi kommunikációs eszközökön:

- rádióreklám
- televízió-reklámok
- saját honlap
- nyomtatott sajtó
- járműreklám
- óriásplakát
- fotocellás ajtók
- mobiltöltő állomások
- DM sms és mms

- plakát
- A/1-es plakát
- szórólap
- desk window
- e-poszter
- experience wall
- Mobil Info előfizetői magazin
- ügyfélszolgálati IVR

14. Az egyes eszközökben az alábbi üzenet jelenik meg:

Reklámeszköz megnevezése	Főüzenet	Apróbetűs részben
rádióreklám	Ha év végéig új T-Mobile havidíjas vagy Dominó előfizetést vásárolsz, 3000 percnyi beszélgetést ajándékba kapsz, amit 2009. január 31-ig használhatsz fel belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon. Az akció további feltételei az üzletekben.	---
televízió-reklámok	<p>Hallható: Hiszen év végéig <b>minden</b> új T-Mobile előfizetés mellé 3000 percnyi beszélgetést ajándékba adunk.</p> <p>Olvasható: 3000 perc ajándékba</p> <p>új Domino és általános előfizetőknek</p> <p>2009. január 31-ig lebeszélhető</p> <p>belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon</p>	Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya aktiválás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210
saját honlap	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>Ha 2008. november 17. és december 31. között vásárolsz új előfizetést, 3000 percet ajándékba adunk, melyek 2009. január 31-ig használhatóak fel belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.</p>	Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya aktiválás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210

nyomtatott sajtó	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>Ha 2008. november 17. és december 31. között vásárolsz új előfizetést, 3000 percet ajándékba adunk, ami 2009. január 31-ig használható fel, belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210</p>
járműreklám	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>új Domino- és általános előfizetőknek</p> <p>2009. január 31-ig lebeszélhető belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210</p>
óriásplakát	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>új Domino- és általános előfizetőknek</p> <p>2009. január 31-ig lebeszélhető belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210</p>
fotocellás ajtók	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>új Domino- és általános előfizetőknek</p> <p>2009. január 31-ig lebeszélhető belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210</p>

mobiltöltő állomások	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>új Domino- és általános előfizetőknek</p> <p>2009. január 31-ig lebeszélhető belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210</p>
DM sms és mms	<p>SMS</p> <p>3000 perc ajándékba! Vásároljon most társkártyás előfizetést, hiszen év végéig az új előfizetésekhez 3000 percet adunk ajándékba! Részletek a 1430-on. T-Mobile</p> <p>MMS</p> <p>3000 perc ajándékba! Vásároljon év végéig új társkártyás előfizetést, hiszen most <b>minden</b> új előfizetés mellé 3000 percnyi beszélgetést ajándékba adunk, így akkor is együtt lehet az Ön számára legfontosabbakkal, amikor éppen távol vannak egymástól. Az ajándék perceket 2009. január 31-ig van lehetősége felhasználni belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig, munkaszüneti napokon és hétvégén egész nap. Az akció igénybevételének teljes körű feltételeiért hívja a 1430-at! T-Mobile</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210</p>
Plakát	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>új Domino- és általános előfizetőknek</p> <p>2009. január 31-ig lebeszélhető belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210</p>
A/1 plakát	<p>Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba</p> <p>Ha 2008. november 17. és december 31. között vásárolsz új előfizetést, 3000 percet ajándékba adunk, ami 2009. január 31-ig használható fel, belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és</p>	<p>Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat</p>



	munkaszüneti napokon.	igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210
szórólap	Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba  Ha 2008. november 17. és december 31. között vásárolsz új előfizetést, 3000 percet ajándékba adunk, ami 2009. január 31-ig használható fel, belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.	Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210
desk window	Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba  Ha 2008. november 17. és december 31. között vásárolsz új előfizetést, 3000 percet ajándékba adunk, ami 2009. január 31-ig használható fel, belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.	Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210
e-poszter	Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba  Ha 2008. november 17. és december 31. között vásárolsz új előfizetést, 3000 percet ajándékba adunk, ami 2009. január 31-ig használható fel, belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.	Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes körű és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210
experience wall	A hónap ajánlata 3000 perc ajándékba minden új T-Mobile előfizetőnek További részletek itt az üzletben	---
magazin	A hónap ajánlata Összehozunk Benneteket 3000 perc ajándékba  Ha 2008. november 17. és december 31. között vásárolsz új T-Mobile havidíjas vagy Domino előfizetést, 3000 percet ajándékba adunk, ami 2009. január 31-ig használható fel, belföldi T-	Az akció 2008. november 17 és december 31. közötti első SIM kártya kativálás esetén érvényes. A kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe. Az ajánlat igénybevételének további, teljes

	Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.	körü és részletes feltételei a T-pontokban, üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon érhetők el: 1430, 06-1/265-9210
IVR	3000 perc ajándékba! Vásároljon 2008. november 17. és december 31. között új általános vagy Domino kártyás előfizetést és 3000 percet adunk ajándékba, amit 2009. január 31-ig használhat fel belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig, munkaszüneti napokon és hétvégén egész nap. Az ajándék percek a fenti időszakban történő első SIM kártya aktiválás esetén érvényesek, igénybevételekhez nincs szüksége regisztrációra. A kedvezményt a MobilOtthon Prémium és a Mobilinternet csomagok, illetve a Domino Quick és Domino Net termékek kivételével minden, az akció időszaka alatt hatályos általános és Domino Díjszabásainkban szereplő, választható díjsomagunk igénybevétele esetén biztosítjuk Önnek. Tájékoztatjuk, hogy az egyéb perckedvezmények közül az ajándék percek felhasználására kerül sor elsőként a megjelölt időszakon és irányokon belüli beszélgetések esetén; a fel nem használt percek elvesznek. Az akció további, részletes feltételeiről a honlapunkon, T-Pont üzleteinkben és ügyfélszolgálatunkon tájékozódhat.	---

*Az akcióból kizárt csomagok*

15. A kedvezményt a MobilOtthon Prémium és a Mobilinternet csomagok, illetve a Domino Quick és Domino Net termékek esetében nem biztosította az eljárás alá vont.
16. A MobilOtthon Prémium díjsomag egy olyan havidíjas díjsomag, amelynek keretében a havi díj (jelenleg 550 Ft) 100%-ban lebeszélhető, illetve meghatározott irányokba SMS és MMS küldésre felhasználható. A csomag jellemzője a belföldi vezetékes irányokban alkalmazott alacsony forgalmi díj. Ezen csomagnál olyan szolgáltatásról van szó, amely mindenképpen feltételez egy mobiltelefon előfizetést.
17. A Magyar Telekom a vizsgált időszakban is számos szélessávú mobilinternet szolgáltatást (ezek eljárás alá vont általi kommunikációban használt gyűjtőneve: Mobilinternet-csomagok) nyújtott ügyfeleinek. A mobilinternet előfizetésnek nem feltétele a mobiltelefon előfizetés.
18. A Domino Quick kártyákat utólagos aktiválással, személyes szerződéskötés nélkül vehetik meg a fogyasztók az ország több száz benzinkútján, bevásárló központjában és egyéb értékesítési helyeken. A termék 1 db SIM kártyát tartalmaz 1800 Ft értékű mobilhasználattal, belépési díja pedig 1000 Ft. Ezen csomag esetében nincs technológiai akadálya annak, hogy az ajándék 3000 perc lebeszélhetőség az új SIM

kártyával kapcsolatban értelmezhető legyen. A Domino Quick kártya az akció időszakban meglehetősen népszerű volt, az új értékesítések nem elhanyagolható részét jelentette.

19. A Domino Net internetezésre használható Domino Előfizetői SIM kártya. A Domino Net legfontosabb előnye, hogy egyszerűen megvásárolható és a SIM kártyát telefonon keresztül lehet aktiválni. A Domino Net termék csak bizonyos értékesítési helyeken (írásbeli szerződéssel a T-Pontokban és partner üzletekben, valamint a webshopban, szóbeli szerződéssel meghatározott műszaki cikk kereskedőknél, illetve láncoknál) vásárolható meg. Az ügyfél az aktiválás után a rendelkezésre álló (a vizsgált időszakban 3990 Ft) egyenlegről előzetes egyenleg feltöltés nélkül igénybe veheti a Domino Net 30/ Net 80/ 3 GB adatdíjcsomagok egyikét, a Domino Net 5GB/ 8GB/ 15GB adatdíjcsomagok kiválasztásához előzetes egyenleg feltöltés szükséges. Az ügyfél a választott Domino Net 30/ Net 80/ 3 GB/ 5GB/ 8GB/ 15GB, adatátviteli díjcsomagban foglalt leforgalmazható egyenleget használja. Ennek elfogyasztása esetén a forint egyenlegének terhére internetezhet tovább, illetve lehetősége van újabb adatdíjcsomag kiválasztására is. Ezen szolgáltatási csomagnál nem feltétel meglévő mobiltelefon előfizetés.
20. Az akcióból kivett szolgáltatások, díjcsomagok – hasonlóan pl. más Domino csomagokhoz – az eljárás alá vont üzletein (T-Pontok) kívül is számos más értékesítési helyen (webshop, partner üzletek, hipermarketláncok, üzemanyag töltőállomások, műszaki cikk kereskedelmi láncok) megvásárolhatóak.
21. A 3000 percnyi kedvezmény automatikusan került aktiválásra az akcióban résztvevő, új előfizetésekre, így azt minden jogosult megkapta – felhasználási szándékától függetlenül. Új előfizetőknek számítanak a más szolgáltatótól a Magyar Telekom felé számhordozó előfizetők, illetve az egyes Domino csomagokból postpaid előfizetésekre migrálók is.
22. Az ügyfelek csekély hányada élt a kedvezménnyel. Az akció keretében kínált ajándék 3000 percnyi beszélgetés az átlagos hívott percmennyiségű híváshoz képest atipikus. Az akció tehát az új előfizetések számának növelése mellett a csúcsidőn kívüli használat fokozását is célozta volna, miközben az eljárás alá vont által benyújtott adatokból is látható, hogy az ajándék percek felhasználása meglehetősen szerény maradt.

## V.

### **Az eljárás alá vont álláspontja<sup>7</sup>**

23. Az eljárás alá vont álláspontja szerint egyes kommunikációs eszközeiben – az eszközök korlátainak megfelelően – tájékoztatta az előfizetőit egyrészt arról, hogy mely csomagok esetében nem vehető igénybe a 3000 perc lebeszélhetőség, másrészt arról, hol tájékozódhatnak az akció további részleteiről.

---

<sup>7</sup> Az e pontok alatt részletezték általánosságban az eljárás alá vont által Vj-23-005/2009. számon beadott irat 25. pontján alapulnak. Az e ponttól eltérő hivatkozást a vizsgáló minden esetben külön jelöli.

24. Az eljárás alá vont továbbá előadta, hogy a Domino Net, illetve a mobilinternet csomagokra azért nem vonatkozott a kedvezmény, mert ezen előfizetések esetében nem értelmezhető a hang irány, a MobilOtthon Prémium díjcsomagra alapvetően az otthoni, napközbeni használat a jellemző, a Domino Quick csomagoknál pedig a szerződéskötés elválnak a vásárlástól és az aktiválástól, ezért olyan személyek is élhetnének a kedvezménnyel, akik ténylegesen nem lettek előfizetők.
25. A Domino Quick termék a 3000 ajándék perc kedvezmény alól azért volt kivétel, mert megvásárlójának - tekintettel a termék sajátosságaira és a szerződéskötés speciális folyamatára - már azelőtt lehetősége nyílt volna leforgalmazni a 3000 ajándék percet, annak automatikus aktiválásából következően, mielőtt még a Magyar Telekom előfizetőjévé válna. A Domino Quick termékre vonatkozó előfizetői szerződéskötés folyamata azzal kezdődik, hogy a fogyasztó megvásárolja az értékesítési csatornák valamelyikében a Domino Quick terméket. Amennyiben azt a vásárlást követően használni kívánja, a szerződéskötéshez, valamint a szolgáltatás aktiválásához szükséges adatainak megadása céljából fel kell hívnia az erre a célra fenntartott és megjelölt hívószámot. Az adategyeztetés megkezdésére nincs időkorlát, így az előfizető azt a vásárlást követően akár több hét, hónap vagy esetleg évteltét követően is megkezdheti (ez azt is jelenti, hogy a Domino Quick termékre az előfizetői szerződés adott esetben a 3000 ajándékperc akció leteltét követően is létrejöhethet). Ezt megelőzően a terméket használni nem tudja, azzal kizárólag az adategyeztetésre, adatrögzítésre megadott hívószám hívható. Amennyiben az adategyeztetés, adatrögzítés sikeres, a Domino Quick SIM kártyáról automatikusan lekerül valamennyi tiltás és egy adategyeztető levél kerül kiküldésre az ügyfél által az adategyeztetés során megadott címre. Ettől az időponttól kezdve a fogyasztó már tudja használni a kártyát (feltöltést tud végezni, szolgáltatásokat tud igénybe venni), azonban ekkor még nem tekinthető előfizetőnek a jogviszony létrejöttéhez szükséges szerződés hiánya miatt. Amint azt leszögezi, „ilyenkor a Domino Quick termék használata egy, a társaságunk részéről megelőlegezett bizalmon alapul”. A tényleges előfizetői szerződés a Domino Quick termékre vonatkozóan akkor jön létre, ha az előfizető a részére megküldött adategyeztető levélben szereplő kódot az érintett hívószámról a megadott módon (USSD kód segítségével) társaságnak visszaküldi. Amennyiben a fogyasztó 15 napon belül nem küldi vissza az adategyeztető kódot, akkor a Domino előfizetésén az "Adategyeztetés" szolgáltatás "not active" (nem aktív) állapotba kerül, és a SIM kártya letiltása megtörténik (ez esetben a fogyasztó nem válik tényleges előfizetővé). Ezt követően már csak személyes ügyfélszolgálaton tudja a megadott módon az előfizetői szerződést megkötni. Amennyiben a fogyasztó a fentiek szerint a kódot visszaküldi, ezzel az előfizetői szerződés létrejön és a fogyasztó ettől az időponttól kezdődően számít előfizetőnek. A Domino Quick termék esetében tehát az értékesítés időben elválnak az előfizetői szerződés megkötésétől, illetve a szolgáltatás aktiválásától és így a Domino Quick termék megvásárlója anélkül, hogy előfizetővé válna a szóbeli adategyeztetés megtörténte és a kód visszaküldése közötti időszakban leforgalmazhatta volna a 3000 ajándék percet, hiszen az automatikusan került aktiválásra az előfizetésekben.
26. A Domino Net termékek esetén a vásárlás helyszínétől (értékesítési csatornától) függően részben a Domino Quickkel egyező módon, részben pedig az írásbeli szerződéskötésekre leírt módon vásárolhatóak meg. A Domino Quick előfizetésre előírt módon vásárolt termékek az előfizetővé válás időpontjának vonatkozásában különböznek az egyéb Domino előfizetésektől. A Domino Quick és Domino Net termékek kivételével valamennyi általános és Domino előfizetés vásárlása esetén a írásbeli szerződéskötés időpontja egybeesik az előfizetői jogviszony létrejöttének

időpontjával, azaz a fogyasztó az előfizetői szerződés megkötésének időpontjában társaságunk előfizetőjévé válik.

27. A MobilOtthon Prémium díjcsomag azért került a 3000 ajándékperc kedvezmény alól kivételként meghatározásra, mert a MobilOtthon Prémium díjcsomag valójában egy kvázi vezetékes szolgáltatásnak megfelelő, azt helyettesítő díjcsomag, tekintettel arra, hogy a díjcsomag elemei elsődlegesen azon fogyasztók számára kerültek meghatározásra, akik vezetékes szolgáltatáshoz hasonlóan kedvező feltételekkel, esetleg ahelyett akarnak ilyen szolgáltatást igénybe venni.
28. Álláspontja szerint egyértelmű, hogy a kedvezmény vonatkozásában kivételként kezelt termékek, díjcsomagok csak az egyértelműség kedvéért kerültek kifejezetten a kreatívokon is megjelölésre, attól függetlenül, hogy azok jellegük, sajátosságaik, tartalmuk alapján egyértelműen nem tekinthetők a hirdetett ajánlat szempontjából figyelembe veendőnek, azok valójában a T-Mobile szokásos (ÁSZF-ben részletesen meghatározott) szerződési gyakorlata szerint külön feltüntetés nélkül sem érthetőek ésszerűen bele az ajánlat szerinti előfizetési körbe, azaz az ajánlatban megfogalmazott állítás nem megtévesztő, és megtévesztésre nem is alkalmas.

## VI.

### Jogi háttér

29. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartásokra irányadó Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.
30. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja, valamint h) pontja szerint ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.
31. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,
  - a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és

- b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

A (3) bekezdése szerint tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő vagy agresszív. A (4) bekezdés alapján a jogszabály mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

32. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

33. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termék megnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
- b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,
- c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte,
- d) az áru igénybevételehez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny,
- e) az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége,
- f) az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés,
- g) a vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és

kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései,  
h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés, vagy  
i) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

34. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. Az Fttv. 7. §-ának (5) bekezdése szerint vásárlásra felhívás esetén jelentős információ:

- a) az áru lényeges jellemzői, az alkalmazott kommunikációs eszköznek megfelelő mértékben,
- b) a vállalkozás neve és címe azonosításra alkalmas módon, illetve annak a vállalkozásnak az azonosításra alkalmas neve és címe, amelynek a javára a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója eljár,
- c) az általános forgalmi adót és egyéb kötelező terheket is magában foglaló ár illetve díj, vagy – amennyiben az áru jellegéből adódóan az árat illetve díjat nem lehet ésszerűen előre megállapítani – az ár illetve díj megállapításának módja, valamint az összes járulékos költség, így különösen fuvardíj, szállítási vagy postaköltség, illetve amennyiben e költségeket nem lehet ésszerűen előre megállapítani, annak feltüntetése, hogy ilyen további költségek merülhetnek fel,
- d) a fizetés, szállítás és teljesítés feltételei, valamint a panaszok kezelésének módja, amennyiben ezek eltérnek a szakmai gondosság követelményeitől,
- e) olyan szerződések esetében, amelyek tekintetében jogszabály elállási jogot biztosít a fogyasztónak, az erre való utalás.

35. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

36. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

37. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára, vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

A fenti szakasz (2) bekezdése szerint továbbá a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha

- a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,
- b) kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
- c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
- d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

38. Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

39. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.

40. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

41. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy 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 fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## VII.

### A Versenytanács döntése

#### *Az alkalmazandó jogszabály*

42. A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban megállapítható, hogy címzettjei mind a természetes személy fogyasztók, mind az üzleti partnerek, mivel az akció az egyéni és az üzleti előfizetéseket is érinti.

43. A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 3. §-ának d) pontjában szereplő



meghatározás értelmében a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog – ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket –, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul. Megállapítható, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat gazdasági reklámnak minősül.

44. A Grt. 3. §-ának h) pontja szerint megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti.
45. A Grt. 2. §-a szerint ugyanakkor a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy. Mivel azonban a vizsgált kereskedelmi gyakorlat esetében a reklám címzettjei természetes személyek is, a Grt. rendelkezései nem alkalmazandóak.
46. Szintén nem alkalmazandóak a Tpv. az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról szóló III. fejezetének rendelkezései a Tpv. 8/A. §-ának figyelembevételével, miszerint nem terjed ki a Tpv. III. fejezetének hatálya az olyan magatartásra, amely a Grt. rendelkezései értelmében megtévesztő reklám.
47. Fentiekre való tekintettel a vizsgált magatartás értékelésére az Fttv. rendelkezései alkalmazandóak. Az Fttv. alapján általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata megfeleljen a tisztesség követelménynek, s így a fogyasztóknak szóló tájékoztatása - magáról vagy termékeinek tulajdonságairól - igaz és pontos legyen.
48. Az Fttv. rendelkezései alapján először azt vizsgálta a Versenytanács, hogy az értékelendő kereskedelmi gyakorlat megfeleltethető-e az Fttv. mellékletében foglalt pontok valamelyikének, illetve megsérthette-e ezen pontokat, majd azt, hogy sérülhettek-e az Fttv. 6., 7. és 8. §-aiban foglalt rendelkezések.
49. A kifogásolt kereskedelmi gyakorlat az Fttv. mellékletében felsorolt gyakorlatok egyikének sem feleltethető meg. Így egyfelől azt kell bizonyítani, hogy az eljárás alá vontak magatartása alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, továbbá azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ megtévesztő volt-e, akár akként, hogy a valótlan információt, vagy valós információt megtévesztésre alkalmas módon tett közzé, akár úgy, hogy a tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges, és ezért jelentős információt elhallgatott, elrejtett, homályos, félreérthető, időszerűtlen módon bocsátott rendelkezésre.

### *Hatáskör*

50. 2008. szeptember 1-jétől tanúsított magatartás vonatkozásában a GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) és (5) bekezdéseinek, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
51. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat tekintetében a verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll egyes kommunikációs eszközök vonatkozásában az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének egyes pontjai alapján az alábbiak szerint:
- a televíziós és a rádióreklám több országos sugárzású műsorszolgáltatón volt látható,
  - sajtóhirdetés többek között több országos terjesztésű lapban volt olvasható,
  - a direct sms-eket és mms-eket, illetve a Mobil Info magazint az eljárás alá vont országosan küldte ügyfeleinek.
52. Azon tájékoztatási eszközök (jelen esetben a honlap, szórólap, plakát, óriásplakát, járműreklám, értékesítési helyi reklámanyagok) vonatkozásában, amelyek esetében a gazdasági verseny érdemi érintettsége nem minden egyéb körülményre tekintet nélkül áll fenn, az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének a) és b) pontjaira való tekintettel állapítható meg a gazdasági verseny érdemi érintettsége: az alkalmazott – a generált előfizetőszám tekintetében is eredményes – kereskedelmi gyakorlat országos volt, nagy számú előfizetőt érintett. A fentiek alapján fennáll a GVH hatásköre ezek tekintetében is.
53. A verseny érdemi érintettségét támasztja alá az a körülmény is, hogy a reklámkampány széleskörű volta (magas nézettségi mutatók) miatt a reklám üzenete összességében széles társadalmi csoportokhoz eljuthatott.

### *Fogyasztói kör meghatározása*

54. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során - ha az a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul - az Fttv. alkalmazásában az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Az Fttv. 4 §-ának (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.
55. A célzott, széles fogyasztói kör miatt kizárható, hogy a kommunikációs gyakorlat címzettjei valamely szempontból sérülékeny vagy könnyebben befolyásolhatóak lennének, így a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megítélésekor az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott, ésszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartása veendő figyelembe.

### *Az ügyleti döntés*

56. A versenyjogi relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatalának teljes – a vásárlási szándék megjelenésétől legalább az adott termék megvásárlásáig, vagy szolgáltatás igénybevételéig tartó – folyamatát védi a Tpv. a maga eszközeivel, beleértve a folyamat egészét és egyes szakaszait is. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra. Az Fttv. körében a fentieket támasztják alá az alábbiak:

- az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése az Fttv.-t rendeli alkalmazni az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, külön is emlékeztetve az Fttv. 2. §-ának d) pontjára, amely a kereskedelmi gyakorlat körébe tartozó magatartások között külön is nevesíti a reklámot. Mindezen nem változtat a 2. § ügyleti döntés fogalmát rögzítő h) pontja sem, ügyleti döntésnek minősül pl. a fogyasztó azon döntése, mely során azonosítja a szükségletét, s azt, hogy szükségletét kielégítendő a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik termékét, szolgáltatását, milyen feltételekkel választja,
- az Fttv. mellékletében rögzített, minden körülmények között tisztességtelennek minősülő tényállások közül több megvalósulásának nem feltétele, hogy a fogyasztó döntést hozzon a vállalkozás termékének megvásárlásáról.

57. A jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából releváns ügyleti döntés a reklám alapján történő szolgáltató választás, az eljárás alá vont egy mobiltelefon szolgáltatására való előfizetés, illetve szolgáltatás megrendelése, megvásárlása 2008. november 17. és december 31. között. A reklámkampány olyan időszakban – Karácsony - volt intenzív, amikor is évek óta tendenciaszerűen az egyik legnépszerűbb ajándék a mobiltelefonkészülék (előfizetéssel).

58. A hazai fogyasztók vitathatatlanul legjellemzőbb tulajdonsága a termékekkel kapcsolatos érzékenységek, illetve ár/érték arány érzékenységek. A magatartás megítélése kapcsán tehát lényeges, hogy a 3000 percnyi lebeszélhetőség a legalacsonyabb csúcsidőn kívüli percdíjjal (a vizsgálat időszakában 15 Ft) számolva akár 45.000 Ft-os megtakarítást is jelenthetett 2009 januárjában. A Versenytanács megítélése szerint az akcióban való részvétel fogyasztóra kedvező feltételének - ingyenesen lebeszélhető percek - megjelenítése a termék olyan lényeges tulajdonsága, mely alkalmas piaci hatás kiváltására.

### *Kereskedelmi gyakorlat*

59. A jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából a Versenytanács kereskedelmi gyakorlatnak tekintette a 3000, csúcsidőn kívüli ajándékperccel jutalmazott T-Mobile előfizetések ösztönzését célzó teljes kampányt. Az egyes reklámeszközök megítélése azonban külön-külön történik, tekintettel részben az eszközök eltérő információ átadási képességére, az azokkal kapcsolatos tájékoztatási elvárásokra, részben pedig az egyes eszközök – kismértékben, de a minősítés szempontjából releváns – eltérő szóhasználatára.

60. A reklámkampány főüzenete az alábbi volt:

Összehozunk Benneteket  
3000 perc ajándékba

61. A főüzenet értelmezéséhez szükséges, ahhoz értelemszerűen kapcsolódó korlátozó feltételek az alábbiak voltak:

- a kedvezmény Mobilinternet-csomagokhoz, a MobilOtthon Prémium díjcsomaghoz, illetve a Domino Quick és Domino Net termékekhez nem vehető igénybe,
- 2008. november 17. és december 31. között vásárolt új előfizetésre vonatkozik,
- az akció 2008. november 17. és december 31. közötti első SIM kártya aktiválás esetén érvényes,
- az ajándék percek belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba, hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon, 2009. január 31-ig használhatók fel.

*A kereskedelmi gyakorlat megtévesztő volta*

62. Az eljárás tárgyát képező akció lényeges jellemzője, egyes reklámszlogenek a kedvezmény általában érvényesíthető voltát sugallják annak ellenére, hogy az ajándék 3000 perc aktiválására az alábbi négy szolgáltatáscsomag esetében nem került sor:

- Mobilinternet csomagok,
- Domino Net csomag,
- MobilOtthon Prémium díjcsomag,
- Domino Quick csomag.

63. A Mobilinternet díjcsomagok és a DominoNet díjcsomag akcióból történő kizárását a Versenytanács nem ítélte meg olyan gyakorlatnak, amely torzítja vagy alkalmas a fogyasztói magatartás torzítására. A Mobilinternet (illetve szélsőséges esetben az eljárás alá vont más szolgáltatására vonatkozó) csomagok esetében elképzelhető ugyan, a fogyasztó, akinek van már az adott szolgáltatónál hangszolgáltatásra előfizetése, úgy vásároljon új Mobilinternet előfizetést, hogy azt gondolja, jogosult lesz az ajándék 3000 perc lebeszélhetőségre. A Versenytanács álláspontja szerint azonban az Fttv. 4. §-ában meghatározott ésszerűen tájékozott, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó - a lebeszélhetőség szó miatt - a kedvezmény igénybevételét és magát az előfizetési feltételt is a hangszolgáltatáshoz köti.

64. A Versenytanács megítélése szerint a MobilOtthon Prémium díjcsomag tekintetében sem tud a fogyasztói magatartás torzulni. A Versenytanács a MobilOtthon Prémium díjcsomag értékelése során a szolgáltatás kiegészítő jellegéből indult ki, melynek igénybe vétele mindenképpen feltételez egy meglévő vagy újonnan vásárolt mobil előfizetést. Ebből következően az ügyleti döntés nem a kiegészítő szolgáltatás, hanem az alap-díjcsomag megvásárlásához kapcsolódik. Így az Fttv. szerinti megtévesztő (akár aktív, akár passzív) magatartást is csak az alapsomagok körében látja megvalósulhatónak a Versenytanács.

65. A Versenytanács megítélése szerint a Domino Quick esetében értelmezhető az üzleti döntés (szolgáltató kiválasztása, új mobiltelefon előfizetés), a kommunikáció üzenete is egyértelmű (3000 perc ajándékba). A Domino Quick díjcsomagot választó ügyfelek esetében az üzleti döntés nem feltétlenül született volna meg az előfizetői körre irányuló korlátozás ismeretében. Megjegyzendő továbbá, hogy a Domino Quick csomag esetében elválnak a vásárlás a szerződéskötéstől, így gyakorlatilag csak utólagosan, a vásárlást követően szembesülhetett egy-egy fogyasztó azzal, hogy rá nem vonatkozott az akció.
66. Az eljárás alá vont védekezésére reagálva a Versenytanács megjegyzi, nem azt kifogásolja, hogy az akcióból egyes csomagok miért maradtak ki. Az akció hatókörének feltételeit az eljárás alá vont szabadon alakítja ki, azt neki indokolnia, megvédenie nem kell. A Versenytanács nem kívánja vizsgálni, hogy az eljárás alá vont milyen szakmai érvek alapján szűkíti az akcióban résztvevők körét. A versenyfelügyeleti eljárás ugyanis arra irányul, hogy az eljárás alá vont szabad döntésén alapuló akcióról megfelelő formában tájékoztatta-e a fogyasztókat.

*A vizsgált magatartás értékelése*

67. Annak megítélése során, hogy a vizsgált akciós kampány az Fttv. 6. vagy a 7. §-ában leírt magatartást valósította meg, a Versenytanács azt értékelte,
- egyrészt szerepelt-e az egyes eszközökben olyan állítás, amely nem sejtet korlátozást, kifejezetten állítja a szolgáltatás alanyi korlátozás mentességét, és nem igaz önmagában („minden” új előfizetésre),
  - másrészt, amennyiben ilyen állítás nincs, akkor az előfizetői körre vonatkozó korlátozás az apróbetűben észlelhető módon jelenik-e meg (a tájékoztatás „új Domino- és általános előfizetőknél” szól).

A kommunikációs eszköz „minden” új előfizetéséről szól

68. A Versenytanács álláspontja szerint, a televíziós reklámokban elhangzó azon állítás: „év végéig minden új T-Mobile előfizetés mellé 3000 percnyi beszélgetést ajándékba adunk” valótlan, ugyanis a „minden” kifejezés pozitív tartalma mögé az ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételez megszorítást, és nem is várható el tőle, hogy ezen állítást megkérdőjelezze és utánanézzon az esetleges – adott esetben a Domino Quick mobiltelefon szolgáltatási csomag tekintetében egyértelműen megszorító – korlátozásoknak. Ezért a televíziós reklámmal az eljárás alá vont megvalósította az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésében megfogalmazott megtévesztést, amivel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.
69. A „minden” kifejezés megjelenik továbbá a direct sms-ben és mms-ben is, azonban ezen – a meglévő ügyfélkörnek eljuttatott – eszközökben kifejezetten társkártyákról van szó, így ezen postpaid előfizetői körre ez az állítás igaz. (lásd. 14. pont DM sms és mms üzenetek)
70. Az értékesítési helyeken megjelenő, figyelemfelkeltő jellegű ún. experience wall-on látható „minden új T-Mobile előfizetőnek” szlogen esetében a korlátozás nem látható.

Azonban arra való tekintettel, hogy a további tájékozódásra buzdító „további részletek itt az üzletben” kifejezés éppen az értékesítési helyzet miatt teljes mértékben helyén való: az ügyfél ténylegesen meg is kaphatja a hiányolt tájékoztatást, amely nem csupán a fogyasztói körre, de az időbeli korlátokra is vonatkozik.

A kommunikációs eszköz az „új Domino- és általános előfizetőknek” szlogent alkalmazza

71. A többi tájékoztatási eszközön „új Domino- és általános előfizetőknek” szól az akció, tehát ezen körben azt szükséges értékelni, hogy a tájékoztatási eszköz jelzi-e a főüzenet értelmezéséhez szükséges korlátozást, azaz azt, hogy az eljárás alá vont a meghirdetett széles kört a Domino Quick szolgáltatási csomag (az érintett akciók fogyasztói körhöz képest egyáltalán nem jelentéktelen fogyasztói kört jelentő) igénybe vevői tekintetében korlátozta.
72. A Versenytanács álláspontja szerint az Fttv. 4. §-a szerinti ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintően eljáró fogyasztótól – erre történő utalás hiányában - nem elvárható, hogy határozott reklámígéret esetén („új Domino- és általános előfizetőknek 3000 perc ajándékba”) azzal a feltételezéssel éljen, hogy az ügyleti döntést befolyásoló, további jelentős információ tekintetében a reklámozó megszorításokkal kíván élni.
73. A honlapon, az értékesítési helyeken megjelenő plakátokon, e-poszteren, desk window-n, a szórólapon, az ügyfeleknek szóló Mobil Info magazinban, a sajtóhirdetéseken, az ügyfélszolgálati IVR-ben, valamint a mobiltöltő állomásokon a korlátozás apróbetűben, de olvasható, érzékelhető módon megjelenik.
74. Azon eszközöket azonban ahol az előfizetői körre vonatkozó megszorítás nem vagy nem észlelhető módon jelenik meg, a Versenytanács azon megtévesztő mulasztásos gyakorlat részeként értékelte, amely az Fttv. 7. §-ában leírt magatartást valósítja meg.
75. A rádióreklám, ahol ezen feltétel egyáltalán nem jelenik meg, valamint a járműreklám, a fotocellás ajtón látható reklám és az óriásplakát, ahol ugyan van apróbetűs kitétel, de az eszköz jellege (mozog vagy hozzá képest mozog a fogyasztó) miatt annak tartalma nem észlelhető, megvalósítja az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése szerinti megtévesztő mulasztást az előfizetői körre vonatkozó korlátozással kapcsolatos tájékoztatás tekintetében, mivel ezen információ elhallgatása, elrejtése alkalmas volt, vagy lehetett arra, hogy a fogyasztót olyan – a Domino Quick csomagra vonatkozó – ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
76. A Versenytanács számos határozatában<sup>8</sup> kiemelte, hogy alapvető elvárása, a vállalkozások körültekintően határozzák meg tájékoztatásuk lényegét és fő üzenetét, figyelembe véve, hogy a marketingkommunikációs eszközök, illetve csatornák között különbség mutatkozik abban, hogy azok csak néhány vagy részletesebb információ közlésére alkalmasak-e.

---

<sup>8</sup> Pl.: Vj-114/2007. számú versenyfelügyeleti eljárás határozata

77. A Versenytanács álláspontja szerint a rádióreklámban annak közlése, hogy az új előfizetés megvásárlása ellenére egy csomagra az akció nem érvényes, nem ütközött akadályba. A rádióreklám a „Ha új T-Mobile havidíjas vagy Dominó előfizetést vásárolsz, 3000 percnyi beszélgetést ajándékba kapsz, amit 2009. január 31-ig használhatsz fel belföldi T-Mobile és T-Home vezetékes irányba hétköznapokon este 10-től reggel 7-ig és munkaszüneti napokon.” üzenetet tartalmazta. Az eljárás alá vont a reklámüzenet végén, a főüzenettel azonos módon megjelenítette, hogy „Az akció további feltételei az üzletekben”. Ez az üzenet az ésszerűen eljáró fogyasztót legfeljebb a megismert – új előfizetés vásárlása - feltételen túli, további feltételek utáni tájékozódásra hívja fel. Arra azonban nem alkalmas, hogy jelezze, egyes csomagokat a hirdető kizár az akcióból, mert azokat nem tekinti előfizetésnek.
78. A fentiek alapján a Versenytanács nem látta alkalmazhatónak az Fttv. 7. §-ának (2) fordulátát, ugyanis a rádióreklám jelen esetben nem támasztott korlátokat a hiányzó jelentős információ megjelenítésére, a Domino Quick csomag kizárására vonatkozó információ megjelölése még a rádióreklám eredeti terjedelme mellett sem ütközött akadályba. Továbbá az eljárás alá vont azzal, hogy a további feltételek utáni tájékozódásra csak általánosságban és nem az új előfizetés alóli kivétel megismerése érdekében hívta fel a figyelmet, maga teremtett olyan helyzetet, amellyel az információ más módon való megismerésének fogyasztóhoz történő eljuttatását korlátozta.
79. A Versenytanács megjegyzi, az akcióból kivett díjcsomag – hasonlóan pl. más Domino csomagokhoz – az eljárás alá vont üzletein (T-Pontok) kívül is számos más értékesítési helyen (webshop, partner üzletek, hipermarketláncok, üzemanyag töltőállomások, műszaki cikk kereskedelmi láncok) megvásárolhatóak (lásd. 29. pont). Ezekben az egyéb értékesítési helyeken pedig nem biztosított az, hogy a rádióreklám alapján a vásárlás mellett döntő fogyasztó megkapja a tájékoztatást az akcióból kizárt Domino Quick csomagról.
80. A járműreklám, az óriásplakát és a fotocellás ajtókon megjelenő kommunikációs üzenetek befogadására egy egy nem siető járókelőnek maximum 2-3 másodperce van. Ebből következően az apró betűs információk tájékoztatásban betöltött szerepe gyakorlatilag elhanyagolható. A járműreklám, az óriásplakát és a fotocellás ajtók esetében apróbetűben jelent meg az információ az akcióból kivett csomagokról. Ezen kommunikációs eszközök esetében azonban nem szükségszerűen váltak a fogyasztó által ténylegesen észlelt üzenet részévé. Ha a fogyasztó kifejezetten az apró betűs részekre lett volna kíváncsi, akkor természetesen szükség esetén megszerezhetné volna az abban megjelenő információt. Adott esetben ugyanakkor a formai kivitelezés - főüzenetben semmi sem utalt arra, hogy az apróbetűs részben a főüzenethez kapcsolódó információ lenne - és az adott reklámmal történő kapcsolatba kerülés körülményei folytán erre a fogyasztónak nem volt reális lehetősége. A fentiekből következően a formailag háttérbe szorított közlés nem volt képes kiegészíteni a reklám által kiemelten közölt üzenetet.
81. A járműreklám, az óriásplakát és a fotocellás ajtók esetében a Versenytanács nem látta alkalmazhatónak az Fttv. 7. §-ának (2) fordulátát, ugyanis az ezeken a fogyasztók számára érzékelhetően megjelenő főüzenet terjedelme azt mutatja, hogy a választott kommunikációs eszközök még eredeti terjedelmükben sem támasztottak korlátokat a

hiányzó jelentős információ megjelenítésére, a Domino Quick csomag kizárására vonatkozó információ megjelenítése nem ütközött akadályba. Továbbá az eljárás alá vont azzal, hogy az új előfizetéshez kapcsolódóan a további feltételek utáni tájékozódásra sem hívta fel a fogyasztók számára észlelehetően a figyelmet, maga teremtett olyan helyzetet, amellyel az információ más módon való megismerésének fogyasztóhoz történő eljuttatását korlátozta.

### *Összegzés*

82. A fentiek alapján a Versenytanács a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az Fttv. 3. §-ába ütköző jogsértést állapított meg
- a televíziós reklám tekintetében az Fttv. 6. §-a szerinti valótlan állítással történő megtévesztés által megvalósult gyakorlat révén,
  - a rádióreklámban, a járműreklámon, a fotocellás ajtón látható reklámon és az óriásplakáton az Fttv. 7. §-a szerinti mulasztás által megvalósult gyakorlat révén.
83. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján. A bírság összegének meghatározása során a Versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (3) bekezdésében foglaltak szem előtt tartásával járt el. A Versenytanács a bírság meghatározásakor tekintettel volt a jogsértő tájékoztatási eszközök reklámköltségére.
84. A Versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a tájékoztatások nem csak jogsértő állításokat tartalmaztak (14. pont).
85. A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy
- az elmúlt években a Versenytanács több alkalommal állapította meg, hogy az eljárás alá vont a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított (7. pont),
  - az eljárás alá vont a piac meghatározó szereplője (8-9. pont),
  - a jogsértő tájékoztatások jelentős számú fogyasztót értek el (11. pont),
  - az eljárás alá vont a jogsértő tájékoztatásokat széles körben alkalmazta (13. pont),
  - a Domino Quick kártya az akciós időszakban meglehetősen népszerű termék volt, az új értékesítések nem elhanyagolható részét jelentette (18. pont),
  - a reklámkampány olyan időszakban – Karácsony - volt intenzív, amikor is évek óta tendenciaszerűen az egyik legnépszerűbb ajándék a mobiltelefonkészülék (57. pont),
  - a Domino Quick csomag esetében elválnak a vásárlás a szerződéskötéstől, így gyakorlatilag már előfizetőként szembesülhetett egy-egy fogyasztó azzal, hogy rá nem vonatkozott az akció (69. pont).



86. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára kell megfizetni függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A bírság befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő a versenyfelügyeleti eljárás száma, a megbírságolt vállalkozás neve, valamint a befizetés jogcíme (bírság).
87. A Ket. 138. § (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83. § (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni

### VIII.

#### Egyéb kérdések

88. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § biztosítja. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (Ket.) 110. § (1) bekezdése a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a GVH Versenytanácsa nem fogantatosíthatja.
89. 2008. szeptember 1-jétől tanúsított magatartás vonatkozásában a GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) és (5) bekezdésein, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
90. Az eljárás alá vont tárgyalás tartását nem kérte, ezért a Versenytanács tárgyaláson kívül hozta meg határozatát.

Budapest, 2009. november 10.