



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/130-035/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. E. M. jogi igazgató és a dr. Vitári Jenő ügyvéd (Vitári Ügyvédi Iroda) által képviselt Telenor Magyarország Zrt. (Törökbálint) ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárás során tartott tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot.

A Versenytanács megállapítja, hogy a Telenor Magyarország Zrt. az „5. perc után 0 Ft” szolgáltatási csomag kapcsán 2009. június 16. és 2009. július 31. között a kirakati plakátokon adott tájékoztatásokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a szolgáltatási csomag egyes lényeges jellemzőinek elrejtése révén.

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vizsgált magatartása egyebekben nem jogsértő.

Jelen határozat felülvizsgálatát az ügyfél a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérheti a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel.

I.

A vizsgálat megindításának körülményei

A szolgáltatás

1. A Telenor Magyarország Zrt. (korábbi elnevezéssel: Pannon GSM Távközlési Zrt., a továbbiakban: Telenor, vagy eljárás alá vont) „5. perc után 0 Ft” elnevezésű szolgáltatási csomagjának előfizetése esetén a beszélgetés 5. percét követően - belföldi, hálózaton belüli, 60 percnél rövidebb hívások esetén - ingyenesség érvényesült.
2. A Pannon promóciót hirdetett meg az „5. perc után 0 Ft” elnevezésű szolgáltatási csomagra, amelynek keretében a csomag havidíj fizetése nélkül volt igénybe vehető három hónapig, mindazok számára, akik 2009. június 16. és július 31. között regisztráltak.

Végzés

3. A Versenytanács külön végzéssel megszüntette az eljárást a hívások 60. percén felüli részének ingyenességét érintő tájékoztatásokkal kapcsolatban.

A jelen eljárásban vizsgált magatartás megjelölése

4. A Pannonnak a promóció során közzétett tájékoztatásaiban – többek között – az alábbi szlogen szerepelt: „3 hónapig 0 Ft-os percdíj az 5. perc után”. A GVH észlelte, hogy a Pannon az *5. perc után 0 Ft* szolgáltatáshoz kapcsolódó reklámkampányában alkalmazott egyes kommunikációs eszközökön apróbetűvel megjelenített módon nyújtott tájékoztatást arról, hogy a beszélgetés 5. percét követő ingyenességnek feltételei vannak, nevezetesen arról, hogy milyen hívásokra vonatkozik csak a hirdetett ajánlat.
5. Az eljárás alá vont – a „Most megjutalmazunk minden pannonost!” illetve „Ingyen beszélhet minden pannonos!” szlogenek által – valamennyi egyéni és üzleti ügyfélnek szólóan meghirdetett promócióban az alábbiakról tájékoztatta az ügyfeleit:
 - a) akik regisztrálnak a meghatározott időszakban a 1741-es számon az *5. perc után 0 Ft* szolgáltatási csomagra, azok 3 hónapig havidíjmentesen vehetik igénybe a kedvezményt,
 - b) valamennyi ezen időszakban regisztrált ügyfél a promóciós 3 hónap lejártá után már havidíj ellenében veheti igénybe az *5. perc után 0 Ft* szolgáltatási csomagot.
6. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed a Pannonnak az *5. perc után 0 Ft* szolgáltatás népszerűsítésével összefüggő, 2009. június 16-ától 2009. július 31-ig alkalmazott teljes kereskedelmi gyakorlatára.

II. Az ügyfél

Név

7. Eljárás alá vont neve: Telenor Magyarország Zrt. (korábbi elnevezése: Pannon GSM Távközlési Zrt., a továbbiakban: Telenor)

Tulajdonosi szerkezet, cégtörténet

8. A Telenor a norvég Telenor Csoport 100%-os tulajdonában álló mobilszolgáltató.
9. A Telenor (Pannon GSM Távközlési Zrt. néven) 1994-ben lépett a magyar piacra, ahol 2009 júliusában több mint 3,5 millió aktív (mobiltelefon) előfizetéssel és több mint 33 %-os piaci részesedéssel rendelkezett. A cég tevékenységében a hangalapú szolgáltatások mellett egyre fontosabb szerepet tölt be a mobilinternet: az e-mailezést és böngészést lehetővé tévő EDGE-hálózat mellett folyamatosan fejleszti a gyorsabb adatátviteli sebességet nyújtó 3G/HSDPA hálózatot.
10. A vizsgált magatartással (szolgáltatási csomag) érintett piacon elért üzleti titoknak minősülő nettó árbevételi adatait a Vj/130-004/2009. számú irat 8-10. pontjai tartalmazzák.

III. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

A kereskedelmi gyakorlat leírása

11. A kereskedelmi gyakorlat egy integrált kommunikációs kampány keretében valósult meg, az egyes kommunikációs eszközök összehangoltan, egy egységes kommunikációs tevékenység keretében jutottak el a fogyasztókhoz. A kampány fő üzenete az volt, hogy a Pannon-előfizető, vagy az újonnan a Telenorhoz (akkor még Pannonhoz) csatlakozó fogyasztó 3 hónapig 0 Ft-os percdíjjal beszélhet az 5. perc után.
12. Az eljárás alá vont kampányában televízió-reklám, banner, honlapi tájékoztatás, óriásplakát, sajtóhirdetés, A/0, A/1 plakát, elektronikus direct mail, vásárláshelyi reklámeszköz, gigaposzter, szórólap, továbbá ügyfélszolgálat és sms tájékoztatás által juttatta el üzeneteit a fogyasztókhoz. A kommunikációs eszközöket nyomtatott formában a Vj/130-004/2009. és a Vj/130-007/2009. számú iratok mellékletei tartalmazzák, továbbá a vizsgálati jelentés 2. számú melléklete tartalmazza az egyes marketingkommunikációs eszközök leírását azok megjelenési adataival együtt.
13. Az integrált kommunikációs kampány összköltségét, illetve az egyes eszközök kommunikációs költségeit a Vj/130-004/2009. számú irat üzleti titkot tartalmazó pontjai tartalmazzák.

A beszélgetés 5 percen túli ingyenességének feltételeiről adott tájékoztatás

14. Az előző pontban felsorolt kommunikációs eszközök eltérő módon tartalmazták a főüzenet megvalósulásának feltételeit.¹
 - a) A kommunikációs eszközök egy része a főüzenethez kapcsolódóan, attól nem elválasztva, nem lényegesen kisebb betűmérettel tartalmazta a feltételeket (pl. P-001 TV-reklámok, P-004 óriásplakát, P-010 15 és 16 másodperces TV-reklám, P-014 a Múzeumok Éjszakáján a Magyar Nemzeti galériában vetített „Maraton” reklámfilm, és a 16 másodperces reklámfilm).
 - b) A feltételekről adott tájékoztatás esetleges észlelési nehézségeit a beltéri kommunikációs eszközök, eladáshelyi reklámok (pl. P-008 A0 és A1 plakát, P-010 Óriás világító plakát, Flagship lightbox, bemutatótermi plazmatévéen látható vetítés) esetén a fogyasztó észlelésével egyidejűleg ellensúlyozta egyrészt a megfigyelésre rendelkezésre álló hosszabb idő, másrészt az a körülmény, hogy az érdeklődő fogyasztó az üzletben kimerítő tájékoztatást kaphatott.
 - c) Az elektronikus kommunikációs eszközök túlnyomó többsége „további információ” szövegre kattintással lehetőséget biztosított arra, hogy a fogyasztó az elért honlapról tájékozódjon a feltételekről (pl. P-002 banner).
 - d) Bizonyos nyomdai úton előállított kommunikációs eszközökön (P-003 Sajtóhirdetés 3., Sajtóhirdetés 4., Sajtóhirdetés 6., Sajtóhirdetés 7., P 015 szórólap 1, Szórólap 2) a főüzenet és az ingyenesség feltételei egyaránt megjelentek, bár nem közvetlenül összekapcsoltan.
 - e) A főüzenet és az ingyenesség feltételei nem összekapcsoltan kerültek feltüntetésre „maraton lakossági eDM telefonos megkeresés utáni érdeklődés”

¹ Az egyes kommunikációs eszközök számozása a vizsgálati jelentés 32-34. oldalán szereplő táblázat szerinti jelölést veszi alapul.

megnevezésű kommunikációban sem (P-006), itt azonban a főüzenetben is megjelent az egyik feltétel.

15. A határozat 1. sz. melléklete mutatja be a Versenytanács által részletesebben vizsgált kommunikációs eszközöket, amelyeken a főüzenet és az ingyenesség feltételei nem összekapcsoltan kerültek feltüntetésre, köztük a jogsértőnek minősített P-005 A0 kültéri plakátot és az A1 kültéri plakátot.

A szolgáltatás visszterhes igénybe vételére jogosultság tekintetében adott tájékoztatás

16. A 2. pontban írt, 3 hónapra szóló havidíjmentességet biztosító promóció kapcsán közreadott tájékoztatások arról is informáltak a címzetteket, hogy a három hónapos időszak leteltét követően az *5. perc után 0 Ft* szolgáltatási csomagot a szolgáltató havidíj – a promóciós időszakot megelőzően érvényes 590 Ft helyett 690 Ft havonta fizetendő ellenérték – fizetése mellett biztosítja. A promóció leteltét követő időszakra vonatkozóan merült fel az, hogy az 5. b) pontban írt tájékoztatás a Happy díjcsomagra továbbá a Díjcsökkentő csomagra előfizetőkre vonatkozóan nem fedi a valóságot. E két díjcsomagra előfizetők ugyanis ellenérték fejében sem vehették igénybe az *5. perc után 0 Ft* szolgáltatási csomagot a promóciós időszak leteltét követően.
17. A Happy díjcsomag értékesítése 2008. május 26. napján lezárult. A 2009. június 16-tól hatályos ÁSZF szerint a promóció meghirdetésekor lezárt díjcsomagnak minősültek továbbá a Díjcsökkentő csomag igénybevételéhez szükséges Pannon 50, 150, 300 és 1000 tarifacsomagok is.
18. A fogyasztó az „*5. perc után 0 Ft*” szolgáltatási csomagra történő regisztrációt követően kapott egy tájékoztató jellegű sms-t arról, hogy a szolgáltatás aktiválásra került, és azt 3 hónapig havidíjmentesen, utána automatikusan ÁSZF szerinti díjon veheti igénybe.
19. Az akción kívüli időszak igénybe vételi lehetőségéből kizárt csomagok előfizetői
 - a) szintén kaptak egy tájékoztató sms-t, hogy a szolgáltatást 3 hónapig vehetik igénybe, továbbá
 - b) az akciós időszak végével részükre egy tájékoztató sms került kiküldésre, azzal, hogy az „*5. perc után 0 Ft*” csomagjuk megszüntetésre került.
20. Az eljárás alá vont a Vj-130-004/2009. számú beadványának 8. pontjában adta meg az „*5. perc után 0 Ft*” szolgáltatási csomagra 2009. június, július, augusztus és szeptember hónapban regisztráltak számát. A szám üzleti titoknak minősül.
21. Az eljárás alá vont a Vj-130-004/2009. számú beadványának 9. pontjában adta meg az *5. perc után 0 Ft* szolgáltatási csomagra 2009. június, július, augusztus és szeptember hónapban regisztráltak közül azoknak a számát, akik csak 3 hónapig vehették igénybe a szolgáltatási csomagot. A szám üzleti titoknak minősül.

A kommunikáció hatása

22. A Telenor a vizsgálati szakban teljesített adatszolgáltatásában ismertette, hogy az érintett kommunikációs tevékenységei hatásának vizsgálatát saját kutatással, illetve egyéb piackutató vállalkozás bevonásával végezte, ez utóbbi elsősorban arra irányult,

hogyan a reklám alapvető funkcióit (pl. az informálás, márkaépítés²) hogyan tölti be. A kommunikáció pénzügyi, megvalósult hatásait illetően pedig közölte a szolgáltatási csomagot megrendelő előfizetők számát, azon ügyfelek számát, akik csak a promóciós időszakban rendelhették meg, s vehették igénybe 3 hónapig a szolgáltatási csomagot, továbbá az értékesítésből származó árbevételi adatokat.³

IV. Az eljárás alá vont álláspontja⁴

Általános észrevételek

23. Az eljárás alá vont emlékeztetett arra, hogy a jogállamiság egyik alappilléret a jogbiztonság követelménye jelenti. Ennek érvényesülése lehet ugyanis a garancia arra, hogy az egyes természetes és jogi személyek magatartásukat a jogszabályok rendelkezéseire tudják igazítani. Mindehhez természetesen elengedhetetlen az is, hogy a jogszabályokat alkalmazó hatóságok gyakorlata az egyes magatartások értékelése során következetes tendenciát mutasson. A Pannon előadása szerint éppen ezért lényeges, hogy a GVH által hozott határozatok is egységes versenyjogi szemléletmódot tükrözzenek. Az előzetes álláspontja telt észrevételében – rámutatva a jelen ügygel fennálló párhuzamosságokra - idézte a Vj-86/2007. sz. ügyben hozott határozat két vonatkozó részét:
- a kommunikációs eszközök igen jelentős hányadában a vállalkozás közölte az információt,
 - az apró betűs tájékoztatás túlnyomó részben olyan kommunikációs eszközökön került alkalmazásra, amelyek egészét minden különösebb nehézség nélkül megismerhette a fogyasztó.
24. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az alkalmazott kommunikációs eszközökön keresztül a Telenor minden bizonnyal biztosította a fogyasztók számára a teljes körű tájékoztatást.
25. A Telenor álláspontja szerint az általa az „5. perc után 0 forint” szolgáltatásának népszerűsítésére alkalmazott kommunikációs eszközök maradéktalanul megfeleltek a vonatkozó jogszabályi követelményeknek, illetve a GVH joggyakorlatának. Az egyes reklámok önmagukban is tartalmaztak minden lényeges információt ahhoz, hogy a fogyasztó a szolgáltatásra vonatkozó megalapozott döntést hozhasson. Amennyiben ezt a GVH bármely okból mégsem látná megállapíthatónak, az eljárás alá vont a továbbiakat ismertette.

Az általános fogyasztói tudásszint

26. A Telenor az előzetes álláspont nyomán benyújtott nyilatkozatában⁵ emlékeztetett arra, hogy a mobilszolgáltatások a mindennapi életben gyakran előforduló szolgáltatások közé tartoznak, a szolgáltatásra vonatkozó kommunikáció kiterjedt.

² A kommunikáció „elméleti” hatásait Vj/130-004/2009. számú irat 7., üzleti titkot képező pontja részletezi.

³ A kommunikáció „gyakorlati” hatásait, a Pannon árbevételi-, ügyfélszámadatait a Vj/130-004/2009. számú irat 8-10., üzleti titkot képező pontjai tartalmazzák.

⁴ Az eljárás alá vont nyilatkozatát a Vj/130-004/2009. számú irat 11. pontja, valamint a Vj/130-033/2009. számú irat tartalmazza.

⁵Vj- 130-033/2009.

Ebből következően a mobil szolgáltatások percdíjainak értelmezésére vonatkozóan már kialakult egy olyan általános kép a fogyasztókban, amelyre akkor is figyelemmel vannak, ha a szolgáltatók külön nem kommunikálják azokat.

27. A Telenor kifejtette, hogy a fogyasztók többsége⁶ eleve csak belföldi, hálózaton belüli hívásokra gondol, amikor valamely szolgáltató reklámjának főüzenetében kedvezményes (ingyenes) percdíjat tüntet fel.
28. A Telenor az általa 2010 novemberében elvégzetett közvélemény-kutatásból származó adatokkal azt kívánta alátámasztani, hogy a reklám főszövege önmagában – apró betűs kiegészítés nélkül - sem lenne megtévesztő. A vizsgált kommunikáció nem tekinthető olyannak, mintha a Telenor egy általános üzleti gyakorlattól eltérő, a fogyasztók számára ismeretlen feltételt elhallgatott volna.

Az Fttv. 7. §-a (2) bekezdésének alkalmazása

29. A Telenor kifejtette, hogy az alkalmazott kommunikációs eszközök információáteresztő képességéhez igazodva a maximális mértékben tájékoztatta a fogyasztókat az általa hirdetett szolgáltatás lényeges tulajdonságairól. Mindazonáltal a szolgáltató a promóció során külön gondot fordított arra is, hogy a szolgáltatás alapvető feltételeiről előfizetőit más, alternatív csatornákon is tájékoztassa.
30. Az eljárás alá vont előadta, hogy a Telenor valamennyi alkalmazott reklámkommunikációs eszközében tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy az „5. perc után 0 forint” szolgáltatás további részleteiről milyen forrásokon keresztül tájékozódhatnak.
31. Fentiekre tekintettel a Telenor határozott álláspontja az, hogy az egyes kommunikációs eszközökön keresztül a lehető legteljesebb mértékben tájékoztatta a fogyasztókat az „5. perc után 0 forint” szolgáltatás lényeges tulajdonságairól.
32. Abban a vonatkozásban, amelyben az egyes reklámhordozók sajátosságai az információk átadását valamely okból korlátozták, a Telenor részletes kiegészítő tájékoztatást adott. E körülmény - eljárás alá vont álláspontja szerint - az esetleges jogsértés megállapításánál mindenképpen mérlegelendő szempont. Tekintettel arra, hogy az egyes reklámhordozók mind megjelenésükben, mind funkciójukban jelentősen eltérnek, a Telenor jogi álláspontját külön-külön ismertette.

Az egyes kommunikációs eszközök információáteresztő képessége

33. A Telenor 2009. augusztus 24. napján kelt nyilatkozatában előadta arra vonatkozó érvelését, hogy a GVH következetes gyakorlata szerint különbséget kell tenni az egyes reklámkommunikációs elemek között aszerint, hogy mekkora mértékű információ áteresztésére képesek. Álláspontja szerint a GVH ezen állásfoglalását jól példázza a Vj-86/2007. számú ügyben hozott határozat is.

A nyomtatott sajtóban megjelenő hirdetések

⁶ A közvélemény-kutatásban szereplő pontos adat üzleti titoknak minősül.

34. Az eljárás alá vont nyilatkozatában előadta, hogy a papíralapon megjelenő kommunikációs eszközök közül minden bizonnyal a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok – ideértve a szórólapokat is – képesek a legtöbb információ átadására a fogyasztó számára. Többek között azért is, mert a fogyasztók ezeket a hirdetéseket megőrizhetik, hogy annyiszor olvassák el, ahányszor szükségesnek találják, valamint hogy az információkat közösen értelmezzék és megvitassák barátaikkal, hozzátartozóikkal.
35. Az „5. perc után 0 forint” szolgáltatást népszerűsítő nyomtatott sajtótermékek – álláspontja szerint – éppen ezért információban a leggazdagabbak voltak a fogyasztók számára. Egyes szórólapok például az érintett szolgáltatásra vonatkozó kvíz kérdéseket is tartalmaztak. Minden szolgáltató célja az, hogy a nyomtatott médiában megjelenő reklámjai minél színesebb képet nyújtsanak az adott szolgáltatásról, ezért igyekeznek a lehető legtöbb információt megosztani az olvasókkal. Ez szükségszerűen eredményezi azt, hogy bizonyos információk apróbb betűvel, lábjegyzetbe szorulnak. Amennyiben ez nem így lenne, úgy éppen a fogyasztói érzékelhetőség akadályává válna a hirdetés, hiszen egyenlő betűmérettel közölt, túlsúlyolt információk halmazává válna. Éppen ezért, amennyiben azt a reklám információátersztő képessége lehetővé teszi (ahogyan a szórólapok és a nyomtatott média esetében), célszerű a közölt információkat tagolni, egyeseket nagyobb, másokat kisebb betűmérettel feltüntetni.
36. Felhívta a figyelmet arra, hogy a vidéki „Est” lapokban megjelent hirdetések lap szélén található tájékoztató szövege egyáltalán nem tekinthető a klasszikus értelemben vett „apró betűs” információnak, mivel az alkalmazott betűméret a fő üzenetétől alig tér el.
37. A Telenor álláspontja szerint a fogyasztó magából a nyomtatott kommunikációs eszközből teljes körű képet kaphatott a szolgáltatás valamennyi lényeges tulajdonságáról, az ingyenesség mindegyik feltételéről.
38. A Telenor álláspontja szerint az általa megrendelt sajtóhirdetések lényegre törően a legfontosabb információkat tették a tájékoztatás részévé. A hirdetések nem alkalmaztak a figyelem elterelésére alkalmas technikát, nem bújatták el az információt, azok a megjelenés egyes elemeitől (képek, logó, háttér) minden esetben jól elkülönültek. Nem állítható, hogy a fogyasztó elveszett volna az információk között.

Egyéb kültéri, illetve vásárláshelyi reklámanyagok

39. Az eljárás alá vont előadta, hogy az ebben a csoportban tárgyalt reklámkommunikációs eszközök a televízió-reklámnál, illetve óriásplakátnál nagyobb információátersztő képességgel rendelkeznek. Az említett reklámok esetében ugyanis a fogyasztónak lehetősége van arra, hogy a hirdetések előtt hosszabb ideig elidőzzön, azokat akár többször is áttanulmányozza, értelmezze. Különösen igaz ez a vásárláshelyen kihelyezett plakátok esetében, ahol az érdeklődők jellemzően több időt töltenek el várakozással addig, amíg valamelyik ügyintéző kiszolgálja őket. Az előzetes álláspontra tett észrevételében úgy ítélte meg, hogy a fogyasztóknak az üzlet kirakatában is lehetőségük van hosszasan tanulmányozni a plakátokat.⁷

⁷ Vj-130-033/2009

40. A Telenor a kereskedelmi gyakorlatban elterjedtnél nagyobb betűmérettel igyekezett feltüntetni az oldal alján közölt információkat is, éppen a megértés megkönnyítése érdekében.
41. Az információk három sorban helyezkednek el, tehát az sem jelenthető ki, hogy a fogyasztók számára nehézséget jelentene a túlszűfolt információk értelmezése.
42. Az egyéb kültéri, illetve vásárláshelyen kihelyezett kommunikációs eszközök esetében is megállapítható, hogy a reklámhordozó az ingyenesség feltételeit feltüntette.

Az interneten megjelent hirdetések

43. Az eljárás alá vont előadta, hogy az internetes honlapon közzétett tájékoztatás esetében teljes körű, részletes leírás adható az érintett szolgáltatásról, igénybe vételének feltételeiről és lényeges tulajdonságairól. A fogyasztó így a leginkább teljes képet nyerheti az árura vonatkozó jogairól és kötelezettségeiről. Véleménye szerint hasonló mondható el az eljárás alá vont weboldaláról is, ahol az „5. perc után 0 forint” reklámra vonatkozó valamennyi információ teljes részletében megismerhető volt.

Direkt marketing küldemények

44. A reklámkommunikáció egyik elemét a fogyasztók részére közvetlenül kiküldött direkt marketing küldemények képezték. Ezek egyike egy országos terjesztésű e-mail volt, a másik pedig regionális jellegű, amely egy eltérő Pannonos ajánlathoz kapcsolódott. Mindkettő vonatkozásában eljárás alá vont megállapíthatónak látta azt, hogy a reklám figyelemfelhívó reklámnak minősül, amely a GVH következetes gyakorlata alapján nem tekinthető jogszerűtlennek azért, mert a benne foglalt tájékoztatás nem kezdi el részletezni az „5. perc után 0 forint” szolgáltatás lényeges tulajdonságait, feltételeit. A kiküldött marketing e-mailek ugyanis a magyarázó szöveg mellett csak arról adnak tájékoztatást, hogy az előfizető a Szolgáltatás igénybe vétele esetén az 5. perc után 0 forintért beszélhet. A további információk beszerzése érdekében a szolgáltató egy hiperlinket is beépített az e-mailekbe, amelyről kényelmesen, egyetlen kattintással eljuthattak az eljárás alá vont weboldalának azon részére, amely a szolgáltatás lényegének leírását tartalmazza.
45. A direkt marketing e-mailek sajátos tulajdonsága abban rejlik, hogy a küldő szolgáltató olyan hiperlinkeket ágyazhat az üzenetekbe, amelyek közvetlenül a saját weblapjára irányítják a címzetteket. A GVH gyakorlata is következetesen mutatja, hogy amennyiben az ilyen üzenetekből a fogyasztó egyetlen kattintással olyan weboldalra juthat, amelyen a szolgáltatásra vonatkozó valamennyi információ rendelkezésre áll, úgy a jogsértés nem állapítható meg. A Telenor által az „5. perc után 0 forint” kommunikációs kampányban alkalmazott direkt marketing e-mailek bizonyíthatóan ilyenek voltak, éppen ezért a jogsértés ezen kommunikációs eszközök vonatkozásában sem állapítható meg.
46. A Telenor az előzetes álláspontra tett nyilatkozatában⁸ felhívta a figyelmet arra, hogy a Versenytanács által vizsgált elektronikus direkt marketing küldemény a főüzenethez kapcsolódóan kifejezetten tartalmazta a hálózaton belüliség követelményét.

⁸ Vj-130-033/2009

Szórólapok

47. Eljárás alá vont kifejezetten a szórólapok tartalmával kapcsolatban a vizsgálati szakban nem tett előadást, de a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámok kapcsán kifejtett álláspontját a szórólapokra is érvényesnek tekintette (vö. 34-38. pontok). Az előzetes álláspontra tett észrevételében felhívta a figyelmet arra, hogy az általa használt két oldal terjedelmű szórólapokon a szolgáltatás igénybe vételére vonatkozó információk az első oldalon kaptak helyet. A szórólap nem volt túlzásfólvá információval, az egyszeri elolvasás (beleértve az apró betűben foglalt tájékoztatást is) legfeljebb egy percet vehetett igénybe. Az oldal képi kialakítása jól észlelhetővé tette a reklám főüzenetéhez apró betűvel kapcsoló tájékoztatás létét.⁹

A 60 percnél hosszabb hívások

48. Az eljárás alá vontnak a 60 percnél hosszabb hívásokra vonatkozó előadását az eljárást megszüntető végzés ismerteti.

A belföldiség és a hálózaton belüliség követelménye

49. Eljárás alá vont kifejezetten a belföldiség és a hálózaton belüliség követelményével kapcsolatban a vizsgálati szakban nem tett előadást. A Telenor az előzetes álláspontra tett nyilatkozatában¹⁰ kifejtette, hogy a szolgáltatás hálózaton belülisége eleve magában foglalja azt, hogy a kedvezményezett hívásirány kizárólag belföldre értendő, hiszen külföldről, illetőleg külföldre bonyolított hívások esetében nélkülözhetetlen más szolgáltató hálózatához történő kapcsolódás (roaming). A hálózaton belüliség mellett tehát a belföldi hívásirány feltüntetése eleve nem szükséges.

A szolgáltatás igénybe vételére jogosultak köre

50. Az eljárás alá vont a szolgáltatás igénybe vételére jogosultak körére vonatkozóan felhívta a figyelmet arra, hogy a Happy tarifacsomagot a Telenor (akkor még Pannon) előfizetői részére kizárólag 2008. május 26. napjáig értékesítette, így a promóciós szolgáltatás kezdetekor a Happy díjcsomag vásárlására már nem volt lehetőség.
51. A Telenor álláspontja szerint azt a tájékoztatást, amely szerint a három hónapos időszak lejártát követően a szolgáltatás ÁSZF-ben meghatározott díjon válik elérhetővé, nem lehet olyan kategorikus ígéretként értelmezni, amely azt jelentené, hogy a kedvezményes időszak lejártát követően továbbra is minden egyes fogyasztó igénybe veheti a szolgáltatást.
52. Az információ közzlése arra kívánta felhívni a fogyasztó figyelmét, hogy a promóciós időszak lejártát követően a szolgáltatás nem válik automatikusan inaktívvá, vagyis ha azt az előfizető le szeretné mondani, akkor ennek érdekében külön nyilatkozatot kell tennie. A kommunikáció éppen annak az elkerülését szolgálta, hogy véletlenül se fordulhasson elő az, hogy egy fogyasztó csak az ingyenes kedvezmény igénybe vételére regisztrál, figyelmetlenségéből viszont a három hónap elteltét követően elfelejti lemondani a szolgáltatást, vagyis ez pusztán csak a díjfizetésre hívta fel a figyelmet.

⁹ Vj-130-033/2009

¹⁰ Vj-130-033/2009

53. Nyilatkozatában kitért arra, hogy a Happy tarifacsomaggal rendelkező előfizetők számára sem a reklámkommunikációs eszközök voltak a kizárólagos források az igénybevétel korlátjára vonatkozó információk megszerzéséhez. Az ilyen tarifacsomaggal rendelkező fogyasztók ugyanis a szolgáltatás megrendelésével egyidejűleg külön tájékoztató sms-t kaptak arról, hogy számukra csak a promóciós időszakban van lehetőség a szolgáltatás igénybe vételére. Ettől figyelemfelhívóbb, személyre szabottabb tájékoztatást küldeni a fogyasztók részére a gazdasági racionalitás keretei között – az eljárás alá vont megítélése szerint – nem lehetséges.
54. A szolgáltatás feltételeinek állandó adatbázisaként szolgált továbbá a Telenor ÁSZF-je, amely részletesen tartalmazta, hogy az egyes előfizetők milyen feltételek mellett vehetik igénybe a különböző szolgáltatásokat, és amelyet az előfizetők a szerződés megkötésekor elfogadtak.

V. Jogi háttér

55. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény 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 szakasz (2) bekezdése szerint a törvény 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. 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, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. A h) pont 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. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése értelmében 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 készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.
- Az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése értelmében a törvény mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

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.

Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- a) – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott üzleti 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
- b) ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése szerint, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhöz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.

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.

Az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének értelmében az Fttv. 10. §-ának 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.

Az Fttv. 11. §-a (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha

- a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,
- b) a 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.

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Versenytanács korábbi határozatai

A „megtévesztő mulasztás” megítélése a korábbi, de jelenleg is irányadó gyakorlatban

56. A megtévesztő mulasztásnak a Tpv. körében is kialakult gyakorlata volt. Amint az például a Fővárosi Ítéltábla Vj-133/2005. számú ügyben hozott, 2.Kf. 27.170/2007/6. számú ítélete által is megerősítést nyert, *a jogsértés nem csupán téves információk adásával, hanem valamely lényeges körülmény elhallgatásával, illetőleg ezekről adott hiányos tájékoztatással is megvalósítható. Még a valós adatokat tartalmazó és előnyös tulajdonságokat kiemelő reklám is lehet tehát félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amelyek a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlenül szükségesek.*¹¹ Az Fttv. körében is helytálló az a megállapítás, amely szerint a kommunikációs üzenet alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, *ha hiányossága kellő alapot adhatott arra, hogy az átlagfogyasztóban téves képzetek alakuljanak ki a bemutatott szolgáltatás tartalmáról, igénybevételeinek feltételeiről.*¹²

Az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott korábbi eljárásokban hozott határozatok felülvizsgálata során a Fővárosi Ítéltábla releváns megállapításai

57. *A reklámozó arról szabadon dönt, hogy a reklámjában megjeleníti-e terméke valamely lényeges tulajdonságát, és ha igen, melyiket - azonban ha egy tájékoztatás a figyelemfelhíváson túl lényeges tulajdonságot mutat be, akkor azt ebben a körben teljeskörűen kell tennie. A reklám terjedelmi korlátai között a tájékoztatást úgy kell meghatározni, hogy az átlagfogyasztó számára követhető, értelmezhető legyen, és nem abból kell kiindulni, hogy a hírközlési piacon a tájékozott, racionális és tudatos fogyasztó döntésének meghozatalakor a szolgáltatók gyakorlatának ismeretében van, így csak minimális információ közlésére van szüksége. A reklámozó vállalkozásnak ugyanis mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszonmaximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára a lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra, ugyanis a reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak módja van a teljeskörű valós információ megismerésére (utóbb).*¹³
*Ha egy szövegben általában használt betűmérethez képest jelentősen kiemelt szövegrész (a perbeli esetben az árközlés feltüntetése hangsúlyos, míg a jelentősen kisebb méretű, az alatt szereplő kezdőszó és a további részletekre vonatkozó tájékoztatás) található, akkor a fogyasztó a nem kézbe vehető, és relatíve rövid ideig tanulmányozható reklámhordozókon található szöveg észlelésekor nagy eséllyel ugrik át a hangsúlyos szövegrész mellett közvetlenül található eltérő méretű kiegészítéseken is. Ilyen esetben a fogyasztó ezeket a szövegeket kevésbé észleli, mint a különjelölt apró betűs részeket, melyek kifejezetten az egyéb feltételeket tartalmazzák, és amely elkülönül a kiemelt részlettől.*¹⁴

¹¹ Ld. még pl. a Legfelsőbb Bíróság Kf.II. 39.908/2001/5. számú (Vj-168/1998.) ítéletét is.

¹² Vö. a Fővárosi Ítéltábla Vj-48/2006. számú ügyben hozott 2.Kf. 27.053/2008/10. számú, a Vj-120/2006. számú ügyben hozott 2.Kf. 27.540/2008/5. számú és a Vj-123/2006. számú ügyben hozott 2.Kf. 27.544/2008/6. számú ítéleteivel.

¹³ Ld.: a Fővárosi Ítéltábla Vj-120/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott 2.Kf.27.540/2008/5. számú ítéletét.

¹⁴ Ld.: a Fővárosi Bíróság mint elsőfokú bíróság 7.K. 32.980/2007/3. számú, a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.222/2008/7. ítélete által helybenhagyott a Vj-188/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat ítéletét.

A Versenytanács egyes megállapításai a 2008. szeptember 1-je után indult eljárásokban

58. Azon eszközöket, 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. 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.¹⁵

VI.

A Versenytanács álláspontja

Az Fttv. hatályának értékelése

59. Az Fttv. definíciója 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, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja (Fttv. 2. §-ának d) pontja). A kereskedelmi kommunikáció pedig a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől (Fttv. 2. §-ának e) pontja). A fentiekre való tekintettel a jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából a sajtóhirdetés, a kültéri plakátok, az e-mail, és a szórólap kereskedelmi gyakorlatnak tekintendő, amelyre az Fttv. hatálya kiterjed.

A GVH hatáskörének fennállása

60. A GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdésén, 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.
61. Mivel a Telenor a kifogásolt kereskedelmi gyakorlatot országos integrált kampány keretében valósította meg, így egységesen megvalósuló, azonos kereskedelmi gyakorlatról van szó. Ekként indokolt a kampány egészének egységként történő kezelése, és a verseny érdemi érintettségének fennállása szempontjából a teljes kommunikáció vizsgálendő. Tekintettel arra, hogy a Telenor által alkalmazott hirdetések országos terjesztésű időszakos lapok, illetve országos műsorszolgáltatók útján jutottak el a fogyasztókhoz, megállapítható a GVH hatásköre, ugyanis az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének b) pontja alapján pedig a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző

¹⁵ Vj/047/2009. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat, 74-75. pont.

műsorszolgáltatón keresztül, illetve országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg.

62. Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy az alkalmazott integrált kereskedelmi gyakorlat számos előfizetőt érinthetett országosan, a nettó árbevétel alapján pedig az eljárás alá vont az Fttv. alkalmazása körében jelentős méretű vállalkozásnak minősül. A fentiekre tekintettel fennáll a GVH hatásköre.

Az eljárás alá vont felelőssége

63. 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.
64. Az Fttv. 9. §-ának értelmében a Telenor felelőssége fennáll, tekintettel arra, hogy
- az érintett „5. perc után 0 Ft” csomag értékesítése, eladásának ösztönzése kizárólag az eljárás alá vont érdekében állt,
 - az eljárásban nem merült fel olyan tény, dokumentum, amely arra utalna, azt igazolná, hogy a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé tevő, valamint az önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotó vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújtó vállalkozás felelőssége is felmerülne.

Az Fttv. szerinti értékelés módszere

65. Az Fttv. rendelkezései alapján először az vizsgálendő, hogy az értékelendő kereskedelmi gyakorlat megfeleltethető-e az Fttv. mellékletében foglalt pontok valamelyikének, illetve megsérthette-e ezen pontokat, majd vizsgálendő, hogy sérülhettek-e az Fttv. 6., 7. és 8. §-aiban foglalt rendelkezések, végül pedig vizsgálendő az Fttv. 3. §-ában foglalt generálklauzula megsértésének lehetősége. A szabályozás logikájából adódóan mindig azon tényállási elemet szükséges vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.
66. Tekintettel arra, hogy a GVH a versenyfelügyeleti eljárást kizárólag a megtévesztő mulasztás megvalósulásának valószínűsítésével indította meg, az alábbiakban erre vonatkozóan kizárólag a megtévesztő mulasztás megállapításának feltételei kerülnek meghatározásra.
67. Megtévesztő mulasztásról van szó, ha a kereskedelmi gyakorlat nem vagy nem megfelelően tartalmaz egy, a fogyasztó ügyleti döntését meghatározó, ezért a jogalkotó által jelentősnek ítélt körülményt.
68. Megtévesztő mulasztásnak minősül a kereskedelmi gyakorlatban – többek között – jelentős információ elrejtése.
69. Ahhoz, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 7. §-a útján a 3. §-ának (1) bekezdésében megfogalmazott tilalomba ütközzék, szükséges, hogy a mulasztás jelentős információra vonatkozzék. Az Fttv. tételesen nem határozza meg, hogy mely információk tekintendők jelentősnek, ez mindig csak esetről-esetre állapítható meg, de

minden olyan információ ide sorolható, amely az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges.

70. Az információ elrejtése akkor minősül megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak, ha az
- a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg vagy erre alkalmas,
 - azzal, hogy noha az Fttv. nem tesz említést az átlagfogyasztó kategóriájáról, a 4. §-ának (1) bekezdése alapján egyértelmű, hogy a törvény 7. §-ának alkalmazása körében is az a fogyasztó a viszonyítási pont, 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.
71. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró ügyleti döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat, így különösen egy tisztességtelen reklám. Ügyleti döntésnek minősül, pl. a fogyasztó azon döntése, mely során azonosítja a szükségletét, ennek során eldönti, hogy a szolgáltatást igénybe kívánja-e venni, amennyiben igen, azt milyen feltételekkel.

A bizonyítékok értékelése

72. Értékelésre kizárólag a 2. számú mellékletben szereplő kommunikációs eszközök kerülnek. Így nem kerül értékelésre az a kommunikációs eszköz, amely kizárólag készülékajánlatot tartalmaz.

Az eljárás alá vont egy általa készített közvéleménykutatásra is hivatkozott, amelyből bizonyos adatokat az eljárás során ismertetett, azonban a teljes közvéleménykutatást, illetve annak nyers adatait nem csatolta. A Versenytanács a közvéleménykutatásból származó adatokat nem tartotta alkalmasnak a jogsértés hiányának megfelelő bizonyítására. A Versenytanácsnak nem volt módja ellenőrizni a kutatás módszertanát, a minta reprezentativitását, a kérdések és a válaszok pontos megfogalmazását, a nyers eredményeket és azok eljárás alá vont, vagy piackutató általi interpretációját. Amint azt a Versenytanács a Vj-104/2009. sz. ügyben is kifejtette, a tényállítás valóságnak való megfelelése kapcsán a vállalkozás nem egyszerűen valamilyen előadás megtételére köteles, hanem olyan bizonyítékkal kell szolgálnia, amely kétséget kizáróan igazolja a tényállítás valóságát. Ha a vállalkozás a tényállítás vonatkozásában vizsgálati alanyokon elvégzett vizsgálat anyagát nyújt be, akkor ennek eleget kell tennie azon követelményeknek, amelyek biztosítják, hogy a vizsgálati anyag megállapításai megalapozottnak legyenek tekinthetők. A Versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont által csatolt adatok ezen elvárásoknak nem felelnek meg. Mindezek mellett a Versenytanács fel kívánja hívni a figyelmet arra, hogy bár a közvéleménykutatásból ismertetett adatok szerint a fogyasztók többsége csak belföldi vagy hálózaton belüli hívásokra gondol kedvező, vagy ingyenes percdíjakról szóló hirdetés esetén, azonban az ide nem sorolható fogyasztók száma sem jelentéktelen, így nem elhanyagolható számban vannak olyan fogyasztók, akiknek a megtévesztésére a kérdéses kereskedelmi gyakorlat alkalmas lehetett.

Lényeges tulajdonság

73. Lényegesnek tekinthető az a tulajdonság, amelynek a versenytársak vagy a versenyző termékek közötti választás során jelentősége lehet.
74. A Versenytanács álláspontja szerint a reklámozott szolgáltatás igénybevételének feltételei a szolgáltatás lényeges tulajdonságának tekinthetők. Feltétele az ingyenességnek az, hogy a hívás belföldi és hálózaton belüli legyen.¹⁶ Elfogadta a Versenytanács a Telenor azon érvelését, hogy a hálózaton belülség egyben a hívás belföldiségének követelményét is megtestesíti, figyelemmel arra, hogy a fogyasztók jelentős része tisztában van azzal, hogy a külföldi hívások során más hálózatokat is igénybe kell venni.
75. Lényeges lehet továbbá a Versenytanács megítélése szerint az a körülmény is, hogy egy adott díjcsomag előfizetője a hirdetett szolgáltatási csomagot csak a promóciós időszakban vagy azt követően is igénybe veheti-e, amennyiben e körülmény a fogyasztó más ügyleti döntésére is kihat (így különösen akkor, ha abban a tudatban választ új szolgáltatót és/vagy új díjcsomagot, hogy azt a hirdetett szolgáltatási csomaggal együtt veheti majd igénybe).

A jogsértés megállapíthatósága az ingyenesség feltételeinek elrejtése miatt

76. Jogsértés akkor állapítható meg, ha a fogyasztók nem kaptak megfelelő tájékoztatást arról, hogy az ingyenességnek milyen feltételei vannak, azaz arról, hogy belföldi és hálózaton belüli hívásokra vonatkozóan díjmentes a hívás 5. perc feletti része (a továbbiakban: feltételek).
77. A tájékoztatás megfelelősége szempontjából jelentősége van annak is, hogy a feltételek a főüzenet részeként, vagy a főüzenettől elkülönülten jelentek meg, a fogyasztók számára észlelhető módon történt-e a feltételek megjelenítése, valamint a főüzenet és az ahhoz kapcsolódó feltételek megjelenítése tükrözte-e azt, hogy azok egy egységet alkotnak.
78. A 2. számú mellékletben megjelölt kommunikációs eszközök az ingyenesség és annak feltételei tekintetében két csoportra oszthatók.
 - a) A direkt marketing e-mail közvetlenül az ingyenesség kapcsán tartalmazza a hálózaton belülség követelményét és ezáltal a belföldiségre is utal. Tény, hogy a két feltétel együtt már csak az ingyenességtől fizikailag elválasztva jelenik meg, de ebben az esetben ez már ismétlésnek tekinthető.
 - b) A 2. számú mellékletben megjelölt kommunikációs eszközök többségén elválik egymástól a „0 Ft-os percdíj az 5. perc után” főüzenet, és az ingyenesség feltételeinek ismertetése, noha a tényállásnak ez a két, szorosan összetartozó része egységet alkot. A kommunikációs eszközök e második csoportja két alcsoportra bomlik.
 - A sajtóhirdetésekből és a szórólapokon szétválasztott üzeneteket a szöveget olvasó fogyasztó képes összekapcsolni, elsősorban azért, mert azt kézben tartva a feltételeket tartalmazó közlés észlelésének az apró betűs megjelölés nem képezi akadályát, másodsorban azért, mert a marketingeszköz alkalmas időben

¹⁶ A Versenytanács – a hívás ingyenessége feltételeihez hasonlóan – lényegesnek tekinti az ingyenesség időbeli korlátját is, mellyel kapcsolatban a megszüntető végzés tartalmaz rendelkezést.

ismételten elővehető, így még az időhiánnyal küzdő fogyasztónak is lehet elegendő ideje a teljes üzenet észlelésére.

- A kirakati plakátokon a feltételekről szóló rész ugyan észlelhető, de a kisebb betűmérettel megjelenített feltételek megismerését a kommunikációs eszköz sajátosságai (a plakátot és a fogyasztót kirakatüveg választja el, és a plakát nagyobb méretéből fakadóan az utcán haladó fogyasztónak esetleg le kellene hajolnia ahhoz, hogy a plakát alján szereplő közlés tartalmát is megismerhesse, miközben egy gyalogosnak nincs 2-3 másodpercet meghaladó ideje az észlelésre) az esetek többségében nem teszik lehetővé a szétválasztva közölt üzenet részeinek együttes észlelését.

79. A Versenytanács jelen eljárásban is alkalmazandónak tekinti a Vj-86/2007. számú versenytanácsi határozatban kifejtetteket, nevezetesen azt, hogy *nem minősül feltétlenül jogsértőnek, ha a tájékoztatásban nem szerepel a reklámozott áru minden jellegzetessége*. A Versenytanács sohasem „vár el” teljes körű termékismertetést a reklámokban. A tájékoztatásban megjelenített pozitív állításnak – jelen esetben az ingyenességnek – az esetleges feltételei, korlátjai azonban nem választhatóak el a főüzenettől, tehát azokat mindenképpen meg kell jeleníteni a tájékoztatásban. Ebben az értelemben alkalmazandó a Vj-86/2007. számú versenytanácsi határozat azon következtetése is, hogy *az alkalmazott kommunikációs eszköz sajátosságai, illetve a közölt és nem közölt információk tartalma alapján dönthető el, hogy egy hiányzó információ alkalmas-e a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására, vagy a reklám figyelemfelhívó jellegére tekintettel nem*.¹⁷
80. Megjegyzi a Versenytanács azt is, hogy a televízióban sugárzott reklámok a beszélgetések 5. perc utáni ingyenességét kiemelő szlogent és a kapcsolódó feltételeket egységként kezelik, együttesen jelenítik meg. Ez alátámasztja azt, hogy az eljárás alá vont előtt is ismert volt, hogy melyek azok a feltételek, amelyek a fogyasztó számára lényegesek, melyek azok, amelyek a főüzenet részévé kellene, hogy váljanak. A 2. számú mellékletben felsorolt kommunikációs eszközök második csoportján viszont a lényeges feltételekről szóló tájékoztatás csak az apróbetűs részben szerepel.
81. A Versenytanács azokat a tájékoztatásokat tekintette jogsértőnek, ahol egyfelől nem jelentek meg az ingyenesség feltételei a főüzenet mellett, csupán apró betűben, sokszor a főüzenettől fizikailag is elszakítva a reklámeszköz alján, , másfelől sem a kommunikáció körülményei (pl. a beltéri eladáshelyi reklámok tanulmányozására rendelkezésre álló hosszabb idő), vagy a kommunikációs eszköz sajátosságai (pl. a nyomtatott reklámeszközök kézbevehetősége, ismételt, időkorlát nélküli tanulmányozási lehetősége) nem ellensúlyozták az egységes üzenet indokolatlan szétválasztását. Az ilyen magatartás az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdését valósítja meg.
82. A fentiekre tekintettel
- a) nem állapított meg jogsértést a Versenytanács a
 - maraton lakossági eDM telefonos megkeresés után érdeklődés esetén, 2. rész, továbbá
 - a Sajtóhirdetés 3., Sajtóhirdetés 4., Sajtóhirdetés 6., Sajtóhirdetés 7., , Szórolap 1., Szórolap 2. tekintetében, viszont
 - b) a kirakati plakátok tekintetében jogsértést állapított meg, nevezetesen azt, hogy a Telenor az Fttv. 7. §-a (1) bekezdésének a) pontjában megfogalmazott mulasztásos

¹⁷ Vj-86/2007. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat, 12. pont.

tényállások közül az elrejtést valósította meg. Az információ elrejtésének minősül minden olyan magatartás, amely azt eredményezi, hogy a – jellemzően apróbetűs részekben közölt – információk köre nem válik az üzenet részévé. Jelen esetben az eljárás alá vont a vizuális tervezés során úgy helyezte el a főüzenethez kapcsolódó jelentős információkat, olyan tipográfiát alkalmazott (a feltételeket a lap alján, apró betűkkel szedve jelenítette meg), hogy azok vizuális hatása a fogyasztóra nézve csekélynek mondható.

83. A Versenytanács álláspontja szerint a kirakati plakátok esetén sem lett volna megoldhatatlan a megfelelő tartalmú tájékoztatás kialakítása, így az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése szerinti korlát fennállása nem azonosítható. (Megjegyzi a Versenytanács, hogy a 2. számú mellékletben felsorolt valamennyi kommunikációs eszköz információhordozó kapacitása elegendő ugyanerre a célra. A Versenytanács tehát nem osztotta az eljárás alá vont azon álláspontját, hogy általa alkalmazott reklámkommunikációs eszközök információáteresztő képessége korlátozott volt. A sajtóhirdetés, a szórólap, a direct mail különösen alkalmas a megfelelő tartalmú tájékoztatás átadására.)
84. A Versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján azt állapította meg, hogy a vizsgált magatartás részeként az Fttv. 7. §-a (1) bekezdésének megvalósítása által az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköznek az alábbi kommunikációs eszközökön közzétett kereskedelmi gyakorlatok:
P-005
- A0 plakát
 - A1 plakát
85. Az előző pontban nem említett kommunikációs eszközök tekintetében a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján a Versenytanács megállapíthatónak látta azt, hogy a vizsgált magatartás nem ütközik a törvénybe. A fogyasztónak ugyanis valós lehetősége nyílik arra, hogy egy tekintettel átfogja a reklám főüzenetét hordozó szlogent és az apróbetűs szöveget. A sajtóreklámok és a szórólapok gyakorlatilag azonos időben eljuttatják a fogyasztóhoz a főüzenet szerinti ingyenességet és annak apró betűvel rögzített (de még - az újságot, vagy a szórólapot közelebb tartva - olvasható) feltételeit, annak ellenére is, hogy a főüzenet formailag (pl. csillag használatával) nem utal arra, hogy ahhoz kiegészítő üzenet is tartozik, és bizonyos esetekben a készülékreklám fizikailag elválasztja a főüzenetet és az apró betűs feltételeket.
86. A Versenytanács nem látta egységesen kezelhetőnek a plakátokat. Az eladótérben elhelyezett plakátok közül, csak a beltér felé nézőkre vonatkozik az az érvelés, hogy a fogyasztónak lehetősége van arra, hogy a hirdetések előtt hosszabb ideig elidőzzön, azokat akár többször is áttanulmányozza, értelmezze. Nem igaz ez a vásárláshelyen a kirakatba kihelyezett plakátokra, amelyek az utcán elhaladók rövid ideig tartó figyelmére tarthatnak csak számot.
87. A Versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírság kiszabását nem látta indokoltnak.

A bírság mellőzésénél a Versenytanács figyelembe vette azt, hogy

- a reklámkampányban alkalmazott eszközök kevesebb, mint 5%-ában, 45 eszköz¹⁸ közül mindössze 2 kommunikációs eszköz tekintetében valósult meg a jogsértés, a plakátok nem elhallgatták, hanem „csak” elrejtették a feltételeket, és a plakátoknak a feltételekről informáló része is az általában alkalmazott betűméretnél nagyobb betűket alkalmazott,
- a fogyasztó az ügyleti döntés folyamatában, egy későbbi időpontban más forrásból is szerezhetett helytálló, vagy teljesebb információt, különösen, hogy az eljárás alá vont a televízió-reklámokban, honlapján, sms-tájékoztatásaiban valószínűsíthetően sokkal több fogyasztóhoz eljuttatta a vizsgált kereskedelmi gyakorlat tekintetében a szlogenek értelmezéséhez szükséges jelentős információkat, mint, ami a kommunikációs eszközök típus szerinti arányaiból következne, továbbá a Telenor az alkalmazott reklámkommunikációs eszközök jelentős részén tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy az „5. perc után 0 forint” szolgáltatás további részleteiről milyen forrásokon keresztül tájékozódhatnak, valamint
- a fogyasztók jelentős része tisztában van azzal, hogy a külföldre, vagy külföldről kezdeményezett (roaming) hívásokra a szolgáltatók a normál díjszabástól eltérő tarifákat alkalmaznak, és a hálózaton belülség követelménye is sok fogyasztó számára ismert lehetett.

A szolgáltatás visszterhes igénybe vételére jogosultság tekintetében adott tájékoztatás

88. Második kérdésként a Versenytanácsnak arra kellett választ adni, hogy az Fttv-be ütközik-e az a tájékoztatás, mely szerint az „5 perc után 0 Ft” csomag mindenki számára igénybe vehető a 3 hónap letelte után.
89. A Versenytanács nem fogadta el az eljárás alá vont azon kijelentését, mely szerint az általa adott tájékoztatást „nem lehet olyan kategorikus ígéretként értelmezni, amely azt jelentené, hogy a kedvezményes időszak lejártát követően továbbra is minden egyes fogyasztó igénybe veheti a szolgáltatást”. A tájékoztatásban az szerepel, hogy „valamennyi ezen időszakban regisztrált ügyfél” igénybe veheti majd a csomagot. A tájékoztatás tartalmát nem a közreadó, hanem a címzett értelmezése alapján kell megállapítani. Az ésszerűen tájékozott, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó az idézett kijelentésből arra következtethet, hogy a promóció során regisztráló személy a három hónapos ingyenes időszakot követően is telefonálhat az 5. percet követően ingyen, de ezért a lehetőségért ekkor már 690 Ft havidíjat kell fizetni.
90. A Versenytanács megítélése szerint a 2. pontban írt promócióra vonatkozó 5. és 16. pont szerinti tájékoztatás lényege a 3 hónapos ingyenesség volt. Az, hogy a három hónap elteltét követően 690 Ft-os havi ellenérték fejében vehető igénybe a szolgáltatás, inkább az ingyenesség időbeni korlátját és az ajándék nagyságrendjét volt hivatva jelezni, továbbá – a korábbi havidíj említése nélkül – burkoltan érzekeltette azt, hogy a promóciós időszak után emelkedik a díj. Nem sorolható az üzenet lényegi elemei közé az a – nem mindenre igaz – kijelentés, hogy ellenérték fejében „valamennyi regisztrált ügyfél” igénybe veheti majd 3 hónap múlva a szolgáltatást.

Az említett kijelentés – nem szerencsés módon – általánosít, azonban a szolgáltatást igénybe vevők számáról szóló – üzleti titoknak minősülő – adatokból megállapítható,

¹⁸ Az integrált kommunikációs kampány összességében 56 elemből állt, ebből nem kerül Fttv. szerinti értékelés alá – miután kizárólag készülékajánlatot tartalmaznak – 11 eszköz, a többi eszközből pedig mindössze 2 kommunikációs eszköz tekintetében állapította meg a Versenytanács – az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése szerinti tényállás megvalósításával – az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésének megsértését.

hogyan az állítás a szolgáltatás iránt érdeklődők túlnyomó többsége számára valós volt, és csak igen kis számú fogyasztó tekintetében nem érvényesült. A 3 hónap ingyenességet igénybe vevők száma mellett eltörlül azoké, akik 3 hónap után nem tudták igénybe venni (ellenérték fejében sem) a szolgáltatást.

91. A Versenytanács álláspontja szerint annak ellenére, hogy a Telenor a fentiek szerint nem kellően pontos tájékoztatást adott közre, jelen magatartás kapcsán nem valósult meg az Fttv. 6. § (1) bekezdése szerinti megtévesztés megállapításához szükséges második feltétel. Nem látja megállapíthatónak a Versenytanács azt, hogy a szolgáltatás jövőbeni igénybevételének lehetőségéről adott tájékoztatás olyan ügyleti döntés meghozatalára készítette volna a fogyasztót, amelyet egyébként ne hozott volna meg.
92. A szolgáltatás jövőbeni igénybevételének lehetőségéről adott tájékoztatás egy olyan reklám része, amely egy három hónapig tartó ingyenességre hívja fel a figyelmet. A fogyasztó ügyleti döntése ezzel kapcsolatban nem más, mint az, hogy regisztrál az „5 perc után 0 Ft” csomagra. A promóció keretében biztosított ingyenességre tekintettel a regisztráció mint ügyleti döntés akkor is ésszerű lépés a fogyasztó részéről, ha a 3 hónap elteltét követően ellenérték fejében sem veheti igénybe a szolgáltatást. A Versenytanácsnak nincs oka azt feltételezni, hogy a három hónappal későbbi időszakra vonatkozó megfelelő tájékoztatás birtokában a fogyasztók nem regisztráltak volna. Nem azonosítható továbbá olyan fogyasztói csoport, amelynek más ügyleti döntésére e körülmény kihatott volna, figyelemmel arra, hogy a díjcsomag igénybevételéből a promóciós időszakot követően kizárt csomagokra a promóciós időszakban már nem lehetett előfizetni. Mindezekre tekintettel a Versenytanács megállapította, hogy a szolgáltatás visszerthes igénybe vételére jogosultság tekintetében adott tájékoztatás nem jogsértő.

Budapest, 2010. december 14.

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
előadó versenytanács tag

Váczai Nóra sk.
versenytanács tag

dr. Zlatarov László sk.
versenytanács tag

1. számú melléklet: Kommunikációs eszközök, amelyeket a Versenytanács részletebben vizsgált

(A kérdéses részek aláhúzással kerültek kiemelésre.)

P-003¹⁹

Sajtóhirdetés 3. (P-003-2)

A hirdetés az alábbi tájékoztatást tartalmazza:

Közel hozzád

Pannon

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 Forintért beszélhetsz az 5. perc után

A hirdetés az alábbi tájékoztatást tartalmazza:

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj, és 3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után.

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

www.pannon.hu

A kisebb betűvel írott részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu

Sajtóhirdetés 4. (P-003-5)

A hirdetés az alábbi tájékoztatást tartalmazza:

Közel hozzád

Pannon

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 Forintért beszélhetsz az 5. perc után

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj és 3 hónapig 0 Forintért beszélhetsz az 5. perc után.

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

www.pannon.hu

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu

Pannon

Pannon Partner

Sajtóhirdetés 6. (P-003-6)

A hirdetés az alábbi tájékoztatást tartalmazza:

Közel hozzád

Pannon

¹⁹ A számozás a vizsgálati jelentésnek és az eljárás alá vont 2009. augusztus 24-én kelt, B-875-003/2009 számú, betekinhető beadványának 3-4. oldalán feltüntetett lista számozásának megfelelő. (A vizsgálati jelentés 2. sz. melléklete ismerteti az összes kommunikációt). Zárójelben feltüntetésre kerül az eljárás alá vont 2009. november 18-án kelt, Vj-103-004/2009 számú, betekinhető beadványának melléklete szerinti sorszámozás (kézzel írt, kék sorszámozások).

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj és 3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

Samsung S5230

Teljes képernyő

Személyre szabható menü

Internetböngésző

0 Ft kezdőrészlet

6x 3552 Ft (THM: 24,98%)

új, számlás előfizetéssel

2 éves hűségnyilatkozattal

www.pannon.hu

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. Készülékajánlataink 2009. június 16. és július 13. között, illetve a készlet erejéig érvényes. A készülék ára 2 éves hűségnyilatkozattal, részletfizetés nélkül 19.980 Ft. A részletfizetést csak lakossági ügyfelek vehetik igénybe. A készülék csak Pannon SIM-kártyával használható. A részletfizetési lehetőségeket a Credigen Bank Zrt. biztosítja a Pannon üzleteiben. A Credigen Bank a hitelbírálat jogát fenntartja. Ez a hirdetés a bank részéről nem minősül nyilvános tájékoztatónak és ajánlattételnek. A tájékoztatás nem teljes körű, a hitelről részletes tájékoztatást az üzletben elhelyezett hirdetmények adnak. 300.000 Ft-ig 0% saját erővel igényelhető. 300.000 Ft felett 20% saját erő befizetése szükséges. Hitelösszeg: 19.980 – 1.000.000 Ft, futamidő: 6-60 hónap, kamat 0%, kezelési költség: havi 1,1111%. A 41/1997/III.25./Korm.rendelet szerint a referencia THM mértéke: 26,01%(500.000 Ft, 36 hó) 24,70% (1.000.000 Ft, 60hó). További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu

Credigen Bank

Crédit Agricole Consumer Finance csoport tagja

Sajtóhirdetés 7. (P-003-6)

A hirdetés az alábbi tájékoztatást tartalmazza:

Közel hozzád

Pannon

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj, és 3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után.

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

www.pannon.hu

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu

A0 plakát (841x 1189)

A plakáton az alábbi tájékoztatás szerepel:

Közel hozzád

Pannon

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj és 3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után.

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

www.pannon.hu

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu Közel a környezethez. Ez a tájékoztató anyag újrapiapírból készült.

A1 plakát (594x841) (P-006)

A plakáton az alábbi tájékoztatás szerepel:

Közel hozzád

Pannon

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj és 3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után.

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

www.pannon.hu

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu Közel a környezethez. Ez a tájékoztató anyag újrapiapírból készült.

P – 006²⁰

maraton lakossági eDM telefonos megkeresés után érdeklődés esetén

A kommunikációs eszköz az alábbi tájékoztatást tartalmazza:

spóroljon a hosszú beszélgetéseken!

5 perc után 0 Ft-ot fizet

Beszéljen hosszasan üzleti partnereivel és spóroljon az 5. perc után! Csökkentse mobilköltségét új szolgáltatásunkkal, amellyel az

5. perc után 0 Ft-os percdíjért beszélhet.

További információ...

További kedvezményes ajánlataink:

Üzleti Keret tarifacsomagok

Optimalizálja céges mobilköltségeit új, Üzleti Keret tarifacsomagunkkal:

- 100%-ban felhasználható havidíj: belföldi hívások lebonyolítására és SMS küldésére

²⁰ Lásd eljárás alá vont 2010. január 5-én kelt, Vj-130-007/2009. számú beadványának 7-8-9. oldala.

- költségkímélő havidíj csapatjátékosoknak

További információ...

www.pannon.hu/uzleti

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: Amennyiben a jövőben nem szeretne elektronikus DM levelet fogadni a Pannon GSM Távközlési Zrt.-től, szándékát jelezheti a 1220-as számon, a +36 20 200 0000-s telefonos ügyfélszolgálaton vagy az ugyfelszolgalat@pannon.hu címre írt elektronikus levél útján. Adatvédelmi Nyilvántartási szám: 01400-0003.

A direktmarketing eszköz az alábbi tájékoztatást tartalmazza:

megjutalmazunk minden pannonost!²¹

3 hónapig **0 forintért** beszélhet az 5. perc után

Regisztráljon július 31-ig a 1741-es számon!

Kedves Leghosszabbnevű Minta Mihály!

Legyen Ön is a szavak embere új ajánlatunk segítségével! Most havidíjmentesen biztosítjuk Önnek az időt a hosszú telefonbeszélgetésekhez.

Önt is megjutalmazzuk: az **5 perc után 0 Ft szolgáltatással** az 5. perc után **0 Ft-os percdíjjal** telefonálhat hálózaton belül, hogy mindenről beszámolhasson családjának, barátainak, ismerőseinek.

A könnyed eszmecezerékhez **válasszon egy stílusos telefont is!**

Legyen az Öné a teljes érintőképernyős **Samsung S5230**-as multimédiás mobil, színesítse képekkel és videóval élménybeszámolóját! Váltson új, érintőképernyős készülékünkre, melyet új előfizetéssel vagy a Bónusz Programban **rendkívül kedvező áron** vásárolhat meg!

Samsung S5230²²

0 Ft kezdőrészlet

+ 6X 3552 Ft (THM: 24,98%)

új számlás előfizetéssel

2 éves hűségnyilatkozattal

- teljes érintőképernyő
- személyre szabható menü
- internetböngésző

Kiseb mérettel az alábbi tájékoztatás olvasható: Részletes információért kattintson a PannOnline-ra, vagy hívja a 1220-as telefonszámot, illetve a +36 20 200 0000-s Pannon Infovonalat! Készséggel állunk rendelkezésére az ugyfelszolgalat@pannon.hu e-mail címen, a Pannon üzletekben, illetve tájékozódhat weboldalunkon is: www.pannon.hu

Regisztráljon és beszéljen kötetlenül 0 Ft-ért!

Üdvözlettel:

Pannon

A kék elválsztó vonal után elhelyezett apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges; az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5 perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. Készülékajánlatunk 2009. június 16. és július 13. között, illetve a készlet erejéig érvényes. A készülék ára 2 éves hűségnyilatkozattal, részletfizetés nélkül 19 980 Ft. A részletfizetést csak lakossági ügyfelek vehetik igénybe. A készülék csak Pannon SIM-kártyával használható. A részletfizetési lehetőséget a Credigen Bank Zrt. biztosítja a Pannon üzleteiben. A Credigen Bank a hitelbírálat jogát fenntartja. Ez a hirdetés a Bank részéről nem minősül nyilvános tájékoztatónak és ajánlattételnek. A tájékoztatás nem teljes körű, a hitelről részletes

²¹ Ez és a következő három sor kék alapon kiemelve került feltüntetésre

²² A készülékreklám szövege kék alapon kiemelve, továbbá a készülék fényképével ellátva került feltüntetésre

tájékoztatást az üzletben elhelyezett hirdetéseknek. 300 000 Ft-ig 0% saját erővel igényelhető, 300 000 Ft felett 20% saját erő befizetése szükséges. Hitelösszeg: 19 980–1 000 000 Ft, futamidő: 6–60 hónap, kamat: 0%, kezelési költség: havi 1,1111%. A 41/1997./III.25./Korm. rendelet szerint a referencia THM értéke: 26,01% (500 000 Ft, 36 hó), 24,70% (1 000 000 Ft, 60 hó). További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján: www.pannon.hu. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220. Az elektronikus DM-et az Ön kérésére küldtük, előzetes telefonos regisztrációja alapján.

Amennyiben a jövőben mégsem szeretne elektronikus DM levelet fogadni a Pannon GSM Távközlési Zrt.-től, szándékát jelezheti a 1220-as számon, a +36 20 200 0000-s telefonos ügyfélszolgálaton vagy az ugyfelszolgalat@pannon.hu címre írt elektronikus levél útján. Adatvédelmi Nyilvántartási szám: 01400-0003.

P-015

Szórólap 1.

A szórólap 1. oldalán az alábbi tájékoztatás szerepel:

Közel hozzád

Pannon

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj, és 3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után.

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

Samsung S5230

0 Ft kezdőrészlet

Teljes érintőképernyő

Személyre szabható menü

Internetböngésző

+ 6 x 3552 Ft (THM: 24,98%)

új, számlás előfizetéssel

2 éves hűségnyilatkozattal

www.pannon.hu

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu

A szórólap 2. oldalán az alábbi tájékoztatás szerepel:

SMS-kvíz

Ha 2009. június 16. és július 31. között regisztrálsz, az 5 perc után 0 Ft szolgáltatás...

- 1 hónapig díjmentes
- 2 hónapig díjmentes
- 3 hónapig díjmentes

Küldd el a helyes válasz betűjelét a 06-20-9000675-ös számra, és azonnal megtudhatod, hogy nyertél-e. A választ az alábbi formátumban küldd el: PANNON szó és a helyszín, ahol játszol, ékezetek nélkül, egybeírva, majd szóköz után a helyes válasz betűjele. Pl.: Pannonbudapest A vagy Pannonbalaton B vagy Pannonvidék C. További részletek a Játékszabályzatban, és a www.pannon.hu weboldalon.

Heti fődíjunk:

Sony Ericsson T303

Praktikum kártyás csomagban

1,3 megapixeles kamera

bluetooth

Médiajátzó

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: Egy adott promóciós napon, egy adott helyszínen, egy telefonszám csak egyszer nyerhet! Az SMS díja az adott tarifacsomagra vonatkozó mindenkori díjszabás szerinti, nem emelt díjas.

Közel hozzád

Pannon

Közel a környezethez. Ez a tájékoztató anyag újrapiapírból készült.

Szórólap 2.

A szórólap 1. oldalán az alábbi tájékoztatás szerepel:

Közel hozzád

Pannon

Megjutalmazunk minden pannonost!

3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után

Legyél új vagy régi, számlás vagy kártyás, lakossági vagy üzleti ügyfelünk, csak regisztrálj, és 3 hónapig 0 forintért beszélhetsz az 5. perc után.

Regisztrálj július 31-ig a 1741-es számon!

www.pannon.hu

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: A regisztráció 2009. június 16. és 2009. július 31. között lehetséges: az ajánlat belföldi, hálózaton belüli, maximum 60 perces hívásokra vonatkozik. A 3. hónap után az 5. perc után 0 Ft szolgáltatás a regisztrált ügyfelek számára automatikusan díjkötelessé válik, a szolgáltatás havidíja 690 Ft. További részletek a Pannon üzleteiben és a Pannon honlapján. Telefonos ügyfélszolgálat: 1220.www.pannon.hu

A szórólap 2. oldalán az alábbi tájékoztatás szerepel:

SMS-kvíz

Ha 2009. június 16. és július 31. között regisztrálsz, az 5 perc után 0 Ft szolgáltatás...

d) 1 hónapig díjmentes

e) 2 hónapig díjmentes

f) 3 hónapig díjmentes

Küldd el a helyes válasz betűjelét a 06-20-9000675-ös számra, és azonnal megtudhatod, hogy nyertél-e. A választ az alábbi formátumban küldd el: PANNON szó és a helyszín, ahol játszol, ékezetek nélkül, egybeírva, majd szóköz után a helyes válasz betűjele. Pl.: Pannonbudapest A vagy Pannonbalaton B vagy Pannonvidék C. További részletek a Játékszabályzatban, és a www.pannon.hu weboldalon.

Heti fődíjunk:

Sony Ericsson T303

Praktikum kártyás csomagban

1,3 megapixeles kamera

bluetooth

Médiajátzó

Az apróbetűs részben az alábbi tájékoztatás szerepel: Egy adott promóciós napon, egy adott helyszínen, egy telefonszám csak egyszer nyerhet! Az SMS díja az adott tarifacsomagra vonatkozó mindenkori díjszabás szerinti, nem emelt díjas.

Közel hozzád

Pannon

Közel a környezethez. Ez a tájékoztató anyag újrapiapírból készült.