



Mobilinternet féláron?

A Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt. (Vodafone) az Internet Basic mobilinternet-csomagról adott tájékoztatásaival tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott. Ezért a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 60 millió forint bírság megfizetésére kötelezte a vállalkozást.

A Vodafone az Internet Basic nevű mobilinternet-csomagját – annak bevezetésével egyidejűleg - 2009. május 2. és 2009. július 31. között intenzív kampányban népszerűsítette. A 2009. május 2-án kezdődő promóció során az Internet Basic tarifacsomagot 2 év hűségnyilatkozattal vásárló fogyasztók számára a Vodafone a 4000 Ft-os havidíj felét 2009. július 31-ig elengedte. Az akciós csomag ára így 2000 Ft/hó volt, amely kedvezményes díjtétel – az előfizetés időpontjától függően – maximum három hónapon keresztül (2009. május, június és július) érvényesülhetett. A szolgáltatás ára a kedvezményes időszak elteltével – vagyis 2009. július 31. után, ami a gyakorlatban az augusztusban kezdődő számlaciklust jelenti – már 4000 Ft volt. Az akcióban úgynevezett fogyó kedvezmény érvényesült, vagyis a potenciálisan elérhető kedvezmény az akciós időszak előrehaladtával csökkent. Az érintett időszakban az Internet Basic mobilinternet-csomagra mobilinternettel már rendelkező ügyfél nem válhatott.

A fogyasztók a GVH által vizsgált tájékoztatási eszközökön - így televíziós szpotokban, online bannereken, eladáshelyeken elérhető szórólapokon és plakátokon, citylight plakátokon, illetve a Vodafone által előfizetőinek megküldött One című magazinjában – kiemelt módon kaptak információt az újonnan megjelenő internetes csomag áráról. E tájékoztatások azonban nem nyújtottak valós képet a reklámozott mobilinternetszolgáltatás hirdetett kedvező díjáról és igénybevételének feltételeiről.

A vizsgált tájékoztatások ugyanis a fogyasztó által jól észlelhető főinformációként a szolgáltatás kedvezményes árát tüntették fel anélkül, hogy utaltak volna arra, hogy a feltüntetett összeg már a kedvezményes, csökkentett havidíjat jelenti. Ebből következően a fogyasztó gyakorlatilag fele akkora kiadásra számíthatott, mint amit hosszú távon, közel két éves periódusban ténylegesen fizetnie kell. A kifogásolt tájékoztatások között olyan is szerepelt, mely feltüntetett ugyan a 2000 Ft/hó kedvezményes díjat, ám nem jelent meg az az információ, miszerint e kedvező lehetőség időben korlátozott, azaz kizárólag 2009. május 2. és 2009. július 31. között vehető igénybe.

A tájékoztatásokban alkalmazott kiegészítő - apróbetűs, vagy internetes banner esetén csillag alatt folyamatosan, illetve csak kattintással elérhető, esetleg a honlapon más menüpontban található - információk sem nyújtottak támpontot az eligazodásban. Amellett, hogy például a televíziós reklámok és a citylight-ok esetében a tájékoztatás rövid észlelhetősége és olvashatatlanul apró betűkkel történő megjelenítése miatt az információk észlelhetetlenek voltak, egyes esetekben a kiegészítő információkban foglaltak tovább fokozták a megtévesztés lehetőségét. Itt ugyanis a fogyasztó úgy kellett, hogy értelmezze az apró betűs, továbbá a csillag alatti tájékoztatást, hogy az általában 2000 Ft/hó díjért igénybe

vehető Internet Basic szolgáltatás ellenértéke, kétéves hűségnyilatkozat vállalása esetén mindössze 1000 Ft. E tájékoztatások alapján a fogyasztóban semmilyen kétség sem merülhetett fel a szolgáltatás havi díjának mértékével kapcsolatban.

A GVH álláspontja szerint a hazai fogyasztók vitathatatlanul legjellemzőbb tulajdonsága a termékekkel kapcsolatos érzékenység. A szolgáltatás ára tehát az egyik legfontosabb olyan tulajdonság, mely birtokában az érdeklődő dönt arról, hogy azt igénybe kívánja-e venni, így e körülmény az ügyleti döntését alapvetően és egyértelműen befolyásolja. Ezt igazolja a GVH által 2009 áprilisában megrendelt kutatás is, mely az otthon internetező mobilinternettel kapcsolatos ismeretei, attitűdjei és véleménye tárgyában készült. A kutatás rámutatott arra, hogy a potenciális használók szerint a szolgáltatás havidíja és a szolgáltatás megbízhatósága a legfontosabb szempont, tehát ezek nyomnak a legtöbbet a latban akkor, amikor választanak az ajánlatok közül. A kutatás kiemelte, hogy egy 2000 Ft-os áremelkedés esetén az igénybevevők 68 százaléka váltana egy olcsóbb szolgáltatási csomagra, egyharmada pedig megszüntetné a mobilinternet előfizetését.

A versenyhatóság a reklámok értékelése során figyelemmel volt arra is, hogy a vizsgált piacon rendkívül magas az „információs zaj”: a szolgáltatásokról mindhárom szolgáltató folyamatos reklámkampányokat tesz közzé, a termékpaletta rendkívül széles és változatos, az egyes rész-szolgáltatások szabadon kombinálhatóak egymással, az árak rendkívül változatosak és változékonyak. Ebből következően az átlagfogyasztónak különösen nehéz a számára megfelelő megoldást megtalálnia és kiválasztania.

Határozatában a GVH a jogsértés megállapítása mellett 60 millió Ft bírságot szabott ki a Vodafone-nal szemben. Bár az eladáshelyi szórólapokon szereplő tájékoztatásokat és a honlapi bannereket is jogsértőnek tekintette a versenyhatóság, azok miatt bírság kiszabását nem tartotta indokoltnak. E két tájékoztatási eszköz sajátossága folytán a fogyasztónak ugyanis érdemi lehetősége volt az azokban megjelenő ellentmondás észlelésére és a valós információ megismerésére. A GVH a kiszabott bírság összegének meghatározása során figyelembe vette – a honlap elkészítése és a szórólapok költségei kivételével – a reklámkampány költségeit, valamint a súlyosító körülmények között többek között azt, hogy a Vodafone-t az elmúlt években a versenyhivatal többször elmarasztalta, új, kevésbé ismert szolgáltatás népszerűsítése lévén a szolgáltatóknak nagyobb lehetőségük nyílik új ügyfelek szerzésére, a fogyasztók által vállalt kétéves hűség esetében a szolgáltatóváltás nehezebbé válik, miközben folyamatosan új, esetleg kedvezőbb ajánlatok jelennek meg a piacon. Enyhítő körülményként értékelte a GVH a kampány viszonylag rövid ideje (ám ezt ellensúlyozza némileg annak igen intenzív volta), az előfizetők viszonylag alacsony száma mellett azt, hogy a kifogásolt magatartás egyetlen csomagra vonatkozott.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-149/2009.**

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

Zenisek Andrea

Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: +36-1 472-8901

email: sajto@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>