



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

VJ-76/2006/45.

Ikt. sz.: Vj-76/2006/42.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Állami Autópálya Kezelő Zrt.** (Budapest) I. rendű, a **Pannon GSM Távközlési Zrt.** (Budaörs) II. rendű és a **Magyar Telekom Nyrt.** (Budapest) III. rendű eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indult eljárásban meghozta az alábbi

végzést

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

A végzés ellen az eljárás alá vont vállalkozások a kézbesítéstől számított nyolc napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó jogorvoslati kérelemmel élhetnek.

Indokolás

I.

A vizsgálat indítása és tárgya

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 70. § (1) bekezdése alapján 2006. június 12-én versenyfelügyeleti eljárást indított az Állami Autópálya Kezelő Zrt. (a továbbiakban: ÁAK Rt.) ellen, mert észlelte, hogy az I. rendű eljárás alá vont az autópálya matrica mobiltelefon üzeneten keresztül történő megvásárlására vonatkozó tájékoztatásaiban azt a látszatot kelti, hogy mindössze egy SMS elküldése szükséges az autópálya matrica érvényes megvásárlásához, holott a pre-paid (kártyás) előfizetéssel rendelkező fogyasztók esetében szükséges egy külön egyenleg előzetes feltöltése is.
- 2) A vizsgálat során beszerzett információk és dokumentumok alapján valószínűsíthetővé vált, hogy az előző pontban említett szolgáltatás népszerűsítésének a Pannon GSM Távközlési Zrt. és a Magyar Telekom Nyrt. – a T-Mobile üzletága révén – is részese volt. Az előbbiekre tekintettel a GVH vizsgálója ezen vállalkozásokat, 2006. július 19-én az eljárásba bevonta.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

- 3) Az Állami Autópálya Kezelő Zrt. a Magyar Állam száz százalékos tulajdonában áll. Kiemelt feladata az általa kezelt közutakon az úthálózat és műtárgyainak fenntartása és üzemeltetése. Tevékenységét a közúti közlekedésről szóló 1988. évi I. törvényben leírtak alapján végzi. Az Állami Autópálya Kezelő Zrt. feladata a fentiekén túl az úthasználatra jogosító matrica értékesítése és díjellenőrzés a 26/2004. (III.11.) GKM rendelet alapján. Az Állami Autópálya Kezelő Zrt. az SMS-en keresztül történő autópálya-matrica értékesítést 2006. március 17. óta a Pannon GSM és a T-Mobile mobilszolgáltatók rendszerén keresztül végzi.
- 4) A Pannon GSM Zrt. (továbbiakban: Pannon GSM vagy II. rendű eljárás alá vont) koncessziós szerződés alapján végez mobil rádiótelefon szolgáltatást digitális technológiával. Internet hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is nyújt, s jelen van a mobiltelefonok és tartozékok értékesítésének piacán is.
- 5) A Magyar Telekom Nyrt. T-Mobile üzletágának (2006. március 1. előtt T-Mobile Rt., a továbbiakban: T-Mobile vagy III. rendű eljárás alá vont) koncessziós szerződés alapján végzett főtevékenysége a mobil rádiótelefon szolgáltatás, amelyet GSM 900 és DCS 1800 digitális technológiával nyújt, illetve 2004 decemberében elnyerte a magyarországi UMTS (harmadik generációs mobil technológia) engedélyek egyikét. Emellett Internet hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat is nyújt, továbbá jelen van a mobiltelefonok és tartozékok értékesítésének piacán. A magyarországi vezetékes hangszolgáltatási piacon legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező Magyar Telekom Rt. és a T-Mobile Rt. 2006. február 28-án egyesült, így 2006. március 1-jétől a Magyar Telekom a T-Mobile jogutódja.

III.

A mobil fizetési és vásárlási rendszer

- 6) A Pannon és a T-Mobile a Vj-51/2004. számú versenyfelügyeleti eljárásban benyújtott kérelmükben hozták a GVH tudomására, hogy egy ún. mobil fizetési szolgáltatás bevezetését, illetve megújítását tervezik. A mobil fizetési szolgáltatás révén az ügyfelek mobiltelefonjuk segítségével rendezhetik egyes közmű számláikat. A szolgáltatás igénybevételéhez az ügyfeleknek a mobil szolgáltatóval, a közműcéggel és a tranzakciót lebonyolító bankkal is szerződéses kapcsolatban kell állniuk. Technikailag a közműcégek egy titkosított rövid szöveges üzenetben (SMS) értesítik a fogyasztókat az esedékes fizetési kötelezettségükről, amelyet azok egy válaszüzenetben kifizethetnek bankszámlájukról, vagy elutasíthatják a fizetést.
- 7) A fenti ügyben beadott kérelemben a mobilszolgáltatók előadták, hogy a MPP Magyarország Informatikai Szolgáltató Rt-vel kötött szerződések értelmében a Pannon és a T-Mobile közös új technológia kialakításában és működtetésében működik együtt a mobil fizetési szolgáltatás megvalósítása érdekében. A fenti számú eljárásban a két szolgáltató által benyújtott, az említett szerződésekre vonatkozó mentesítési kérelmet a Versenytanács jóváhagyta.

- 8) A mobil fizetési rendszer működésének lényege, hogy az ügyfelek mobiltelefonjuk használatával *banki folyószámlájuk terhére* fizetési tranzakciókat kezdeményeznek. A mobil fizetési rendszertől meg kell különböztetni a mobil vásárlási szolgáltatást, amelynek keretében a mobil szolgáltató egyes kereskedők áruit, szolgáltatásait saját nevében továbbértékesíti és azokról számlát állít ki a továbbértékesítés tényének feltüntetésével. A mobil vásárlás keretében a termék ellenértékének kiegyenlítése *a mobil szolgáltatónál lévő egyenleg terhére* történik.
- 9) A mobil vásárlási szolgáltatás igénybevételéhez a T-Mobile előfizetőinek egy külön egyenleget kell feltölteni ("m-com" egyenleg). Az egyenleg feltöltése elektronikus módon lehetséges: az OTP Bank, a K&H Bank, Takarékbank, Volksbank és Euronet ATM-eken, CIB Internet Bankon, CIB WAP Bankon és a CIB24 Telefonos ügyfélszolgálaton, a T-Mobile saját üzleteiben, valamint T-Mobile Hitelkártyával mobiltelefonon keresztül. A feltöltés díjmentes, az egyenleg feltöltésének maximális összege 50 000 Ft. Alapbeállításként a 4000 Ft feletti vásárlások esetében szükség van a vásárlási kódra. Ezt a kódot egyszer kell létrehozni, és utána általánosan használható az összes vásárlásnál.
- 10) A Pannon GSM pre-paid előfizetőinek egy ún. pozitív univerzális egyenleggel, míg a post-paid előfizetőinek elérhető hitelkerettel és/vagy pozitív univerzális egyenleggel kell rendelkezniük. Az univerzális egyenleg egy, az előfizetéshez tartozó olyan külön összeg, amelyből az ügyfelek mobil vásárlási tranzakcióikat intézhetik. Az egyenleg elektronikus úton bankautomatáknál, Pannon bemutatótermekben, Telebankon és az Internet Bankon keresztül tölthető fel. A hitelkeret egy olyan, a post-paid ügyfelek számára elérhető összeg, amelyet szintén felhasználhatnak mobil vásárlás céljából.
- 11) Az autópálya-matrica SMS-en keresztül történő mobil vásárlásának jogi hátterét az autópályák használati díjáról szóló 110/2005. (XII.23.) GKM rendelet teremti meg. Az Állami Autópálya Kezelő Zrt. a rendelet alapján mindhárom mobilszolgáltatóval felvette a kapcsolatot a mobil vásárlási rendszer kialakítása érdekében. Tekintettel arra, hogy a Vodafone nem kívánta saját előfizetői körében bevezetni a szolgáltatást, a társaság végül csak a T-Mobile-lal és a Pannon GSM-el kötött megállapodást 4 napos matrica értékesítésére.
- 12) A mobil szolgáltatás keretein belül az autópálya-matrica megvásárlásának lehetősége 2006. március 17-től érhető el mindkét mobil szolgáltató ügyfelei számára. A vásárlás menetének *első lépése* egy alapdíjas SMS-üzenet küldése a 8-100-100¹-as telefonszámra. Az első SMS-ben meg kell adni az érintett gépjármű rendszámát. Ezt követően érkezik *második lépésben* egy válasz SMS-üzenet a mobilszolgáltatótól, Pannon GSM-előfizetés esetében a 06 20 8 100 100-as számról, T-Mobile-előfizetés esetében a 06 30 40 40 400-as számról. A válaszüzenet tartalmazza a megküldött rendszámot, a matrica árát, ill. közöl egyéb információkat is. Amennyiben a kapott válasz-SMS a megfelelő adatokat tartalmazza, akkor *harmadik lépésben* az ügyfél a „válasz” gomb megnyomásával és egy „ok” üzenet visszaküldésével (Pannon-előfizetés esetében a 06-20-8-100 100-as számra, T-Mobile-előfizetés esetében a 06-30-40-40-400-as számra) jóváhagyja az ügyletet. Az előfizetői jóváhagyást követően a mobilszolgáltatótól *negyedik lépésben* újabb SMS-üzenet érkezik, amelyben a mobilszolgáltató értesítést küld a virtuális matrica megvásárlásának jóváhagyásáról, a rendszámáról, a matrica típusáról, kódjáról, érvényességi idejéről, és áráról. A mobil fizetés rendszerében megvásárolt autópálya matricák után, a matrica díján felül 100 Ft tranzakciós díjat is meg kell fizetni.

¹ Az igénybe vett mobilszolgáltatótól függően a tranzakció a 06 20 8 100 100, illetve a 06 30 8 100 100-as telefonszámon keresztül bonyolítható.

IV.

A vizsgálat alá vont reklámkampány

- 13) Az autópálya matrica mobil vásárlási rendszeren keresztüli igénybevételét népszerűsítő kommunikációs kampány kommunikációs elemei 2006. március 20. és április 20. között jelentek meg.
- 14) A 20 mp hosszúságú rádióreklám számos országos kereskedelmi rádióadón volt hallható a kampány teljes időtartama alatt, összesen 110 alkalommal. A rádióreklámok tartalma a következő volt:
- „Tudja, milyen egy autópálya-matrica hangja? (egy papír letévése hallatszik). Mostantól lehet akár ilyen is (egy SMS fogadásának hangja hallatszik). Vásároljon autópálya-matricát sms-ben! Nem kell a szélvédőre ragasztgatnia semmit, sőt, meg sem kell állnia. Csak küldje el rendszámát Pannonos vagy T-Mobile-os telefonjáról a 8 100 100-as számra, és kész. Csak egy számot jegyezzen meg: 8 100 100! További információért is ezt hívja!”
- 15) A nyomtatott sajtóban heti, kétheti és havilapokban jelentek meg hirdetések teljes oldalas ill. ún. junior page méretben, összesen 198 alkalommal. A nagyalakú képen a mobil készülék mellett kiemelt szöveggel látható az alábbi szöveg: "Vásároljon autópálya-matricát SMS-ben! Infovonal: 06-20/30-8 100 100". Alatta kisebb betűvel: "Küldje el rendszámát SMS-ben a 8 100 100-as számra!" Alatta még kisebb betűvel: "Mobilja segítségével bárhol könnyedén vásárolhat személyautójára 4 napos autópálya-matricát. Meg sem kell állnia, gyorsan, egyszerűen és kényelmesen juthat a hagyományos matricával egyenértékű, virtuális matricához, így nem kell semmit sem a szélvédőjére ragasztania." Ez alatt igen kis méretben olvasható: "További információkért hívja az Állami Autópálya Kezelő Zrt. 06 40 40 50 60-as ügyfélszolgálati telefonszámát. Az autópálya matrica ára 2006. 04. 30-ig: 1.170 Ft + 100 Ft tranzakciós díj, 2006. 05. 01-2006. 09. 30-ig: 1.220 Ft + 100 Ft tranzakciós díj, 2006. 10. 01-től: 1.170 Ft + 100 Ft tranzakciós díj. A szolgáltatás csak Pannon és T-Mobile ügyfelek számára elérhető. Áfás számla igényével hívja a ... Pannon vagy a T-Mobile információvonalat." Alul a három eljárás alá vont vállalkozás logója látható.
- 16) A kommunikációs kampány ideje alatt 150-150 darab citylight² és óriásplakát³ volt látható április 1-20. között az autópályákhoz vezető főutak mellett és a benzinkutak területén (pl. a benzinkutak területén található shop bejáratánál vagy egyéb jól látható helyen). A citylight plakátokon képeken, illetve a szövegeknek az elrendezésre és tartalma megegyezett az előző pontban leírt nyomtatott sajtóban megjelenttel. Az óriásplakátokon csak egy autópályás kép egy mobiltelefonnal, ill. az alábbi szöveg volt látható: "Autópálya-matrica SMS-ben! Infovonal: 06-20/30-8 100 100".
- 17) A kampány időszaka alatt a matrica-értékesítéssel is foglalkozó benzinkutak minden általuk értékesített matrica mellé egy összehajtogatható tájékoztató szórólapot osztogattak, illetve azt az ügyféltérben folyamatosan elérhetővé tették a vásárlók számára. A kampány alatt összesen 500 ezer db szórólap került szétosztásra. A külső borító látható szöveg: "Autópálya-matrica SMS-ben! Infovonal: 06-20/30-8 100 100". A másik oldalon Magyarország gyorsforgalmi úthálózatának térképe és az I. rendű eljárás alá vont ügyfélszolgálatának telefonszáma, valamint Internetes honlapjának

² A citylight általában megvilágított, 118 x 175 cm-es kültéri plakátot jelöl.

³ Az óriásplakát (billboard) 504 x 238 cm-es kültéri plakátot jelöl.

elérhetősége volt feltüntetve. A kihajtható belső oldalak egyikén az úthálózat, illetve az I. rendű eljárás alá vont ügyfélszolgálatának telefonszáma, valamint Internetes honlapjának elérhetősége volt feltüntetve. A másik oldalon az autópálya-matrica vásárlásának lépései voltak feltüntetve az alábbi szövegekkel:

"Vásároljon autópálya-matricát SMS-ben!

Egyszerű, gyors és kényelmes - ki sem kell szállnia az autóból.

Virtuális matricája egyenértékű a hagyományos matricával, így nem kell semmit sem a szélvédőre ragasztania."

Mit kell tennie, ha a 4 napos autópálya-matricát szeretne vásárolni személyautójára? Nagyon egyszerű."

Ez alatt négy mobilkijelző képecske látható, amelyek egy képzetes rendszám segítségével bemutatják, hogy az egyes lépéseknél mi lesz látható a mobil kijelzőjén. A képecskék alatt az egyes lépések tartalmának részletes leírása, majd a matrica érvényességi ideje, illetve további információk beszerzésének lehetősége látható. Legfeljebb kis betűméretben a matrica ára szerepelt.

18) Az akciót a négy résztvevő fél (Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Állami Autópálya Kezelő Zrt., T-mobile, Pannon) megegyezése alapján a Pannon szervezte a vele szerződésben álló reklám- és médiaügynökségek útján. A kommunikációs kampány médiafelületeinek foglalását a Universal McCann végezte, míg a kreatív anyagokat az Ogilvy&Mather Budapest készítette.

V.

A vizsgálat megállapításai

19) Mindkét mobil szolgáltató esetében az autópálya-matrica megvásárlásához szükséges SMS-ek díja az ügyfél tarifacsomagja szerint alakul. A vásárláshoz a fogyasztónak, a matrica díján felül, két SMS díját, plusz 100 Ft tranzakciós díjat kell megfizetnie.

20) A vizsgálók álláspontja szerint az autópálya-matrica mobil fizetés révén történő megvásárlására vonatkozó fogyasztói döntés meghozatalához az alábbi információk ismerete szükséges:

a) pre-paid fogyasztók esetén az univerzális egyenleg (Pannon esetében) vagy m-com egyenleg (T-Mobile esetében) meglétének szükségessége,

b) a vásárlás pontos menete (milyen sorrendben, hány sms és milyen számokra küldendő), és

c) a visszajelzés szükségessége.

A vizsgált kommunikációs kampány során közzétett eszközök nem adnak kielégítően felvilágosítást a fenti feltételek szükségességéről.

21) A rádióreklám azt sugallja, hogy mindössze egy, az érintett gépjármű rendszámát tartalmazó SMS elküldésével megvalósul a vásárlás. A nyomtatott sajtóban megjelentetett hirdetések sem tartalmazzák a vásárlás menetének pontos ismertetését, ám utalnak arra, hogy ily módon csak 4 napos matrica vásárolható meg. Apró betűsen tartalmazzák továbbá a matrica árát és az eljárás alá vontak információs

telefonszámait. A citylightok nyomtatott sajtóban megjelentetett hirdetésekkel azonos megjelenésűek és információtartalmúak.

- 22) Az óriásplakátok a vizsgálók álláspontja szerint figyelemfelkeltésre szolgálnak, mivel az áru lényeges tulajdonságaira nem utalnak, csupán mobilszolgáltatók telefonszámait tartalmazzák.
- 23) A szóróanyagok részletesen tartalmazzák a vásárlás menetét. Ugyanakkor a vizsgálók szerint a szóróanyagok nem hívják fel a figyelmet arra, hogy T-Mobile előfizetés esetén a szolgáltató az első visszaigazolást a 06 30 40 40 400-as számról küldi, és a választ is ide kell visszaküldeni, és a vásárlás megtörténtének megerősítése is innen érkezik.
- 24) Egyik kommunikációs anyag sem hívja fel arra a fogyasztó figyelmét, hogy a vásárlás menete során két sms-t kell elküldenie, így a matrica tényleges ára a matricaárból, a tranzakciós díjból, és a két sms díjából tevődik össze.
- 25) A kommunikációs anyagok ezen felül több helyen „infovonalként” jelölik meg a 8 100 100-as számot, azonban az ezen számra írott SMS elküldésével a vásárlás menete megkezdődik, és az elküldött SMS után a szolgáltató a fogyasztó díjsomagja szerinti díjat számolja fel. A vizsgálók – tapasztalataik alapján – megállapították, hogy a szám felhívásakor az autópálya-matrica vásárlással kapcsolatos információk hallhatók. A hívásért a szolgáltató a fogyasztó díjsomagja szerinti hívásdíjat számolja fel.
- 26) Az eljárásban érintett magatartás megítélésénél a vizsgálók figyelembe vették, hogy a vizsgált szolgáltatás Magyarországon újszerű, a fogyasztók számára kevésbé ismert volt. A vizsgálók álláspontja szerint egy, a piacon újonnan megjelenő szolgáltatás esetén a tájékoztatás pontossága és teljes körűsége elengedhetetlen, és az eljárás alá vontak ezzel kapcsolatos felelőssége is nagyobb. A kommunikációs anyagok egyike sem utal arra, hogy a szolgáltatás igénybevétele pre-paid ügyfelek számára csak úgy lehetséges, ha a fogyasztó előzőleg létrehozta és a megfelelő összeggel feltöltötte univerzális, illetve m-com egyenlegét. A Pannon saját fogyasztói körében végzett felmérése alapján az eredménytelen tranzakciók 30.7%-a arra vezethető vissza, hogy az előfizető nem rendelkezett univerzális egyenleggel. Ez is arra utal, hogy nagyszámú fogyasztó ténylegesen nem volt tisztában az univerzális egyenleg feltöltésének szükségességével. A vizsgálók ezzel kapcsolatban kiemelik továbbá, hogy a sikertelen tranzakciók esetében a fogyasztó egy SMS díját biztosan kifizeti, vagyis ezen esetekben kimutatható és számszerűsíthető a nem megfelelően tájékoztatott fogyasztói döntésből fakadó fogyasztói hátrány. Ezt a vélekedést támasztják alá a mobilszolgáltatóktól származó azon adatok, amelyek azt mutatják, hogy jelentős számú volt a sikertelen tranzakciók száma. Kiemelkedő az arány a pre-paid fogyasztók körében.

VI.

Az eljárás alá vontak nyilatkozatai

- 27) Az I. rendű eljárás alá vont álláspontja szerint a mobilszolgáltatókkal kötött szerződés értelmében csak a mobilszolgáltatók állnak a szolgáltatást igénybe vevő előfizetővel jogviszonyban, a szolgáltatás népszerűsítése csak az ő érdekkörükben merül fel. Az eljárás alá vont saját részéről megfelelően tájékoztatja a fogyasztókat az igénybevétel feltételeiről, hiszen azok a társaság honlapján mindenki számára elérhetőek. Tekintettel arra a tényre, hogy a matrica ára a vásárlás módjától

függetlenül egységes, a fogyasztók az árról megfelelő tájékoztatást kapnak. Figyelembe véve tehát azt a tényt, hogy a fogyasztói tájékoztatás jogszerűségének megítélésékor valamennyi információforrást figyelembe kell venni, így álláspontja szerint a megtévesztés objektív lehetősége a honlapon elérhető információkra tekintettel kizárt.

- 28) A II. rendű eljárás alá vont álláspontja szerint saját részéről mindent megtesz annak érdekében, hogy a mobil fizetési rendszer szolgáltatásának igénybevétele előtt az ügyfeleket a jogszabályoknak megfelelően tájékoztassa. Az autópálya-matrica mobil fizetési rendszerrel történő igénybe vételére irányuló figyelemfelkeltő reklámanyagok mindegyike tartalmazza az eljárás alá vontak információs vonalára történő utalást. Ugyanakkor a részletesebb információt tartalmazó anyagok tartalmazzák mindazon körülményeket, amelyek a szolgáltatás igénybe vétele szempontjából lényegesnek minősülhetnek, így azt, hogy mely szolgáltatók előfizetői számára érhető el a szolgáltatás, az autópálya matrica értékét, érvényességi idejét, az információs vonalat, a szolgáltatásban résztvevő partnerek nevét, az érintett úthálózatot (számos reklámanyagon), képi, demo folyamatára segítségével a szolgáltatás igénybe vételéről (sok esetben). Kiemelte, hogy ezen információk azonban nem elégségesek a szolgáltatás igénybe vételéhez, ahhoz további információk beszerzése, valamely ügyfélszolgálati pont valamelyikének felhívása szükséges. Az univerzális egyenleg tekintetében kiemelte, hogy az már az autópálya-matricára vonatkozó mobil vásárlási szolgáltatás bevezetése előtt ismert volt az előfizetők számára, mivel azt 2006. január 1-jétől használhatják. A mobil vásárlás általános feltétele, hogy az előfizető a Pannon GSM vagy a T-Mobile ügyfele legyen, és az SMS küldésére alkalmas tarifacsomaggal, illetve univerzális egyenleggel és /vagy hitelkerettel rendelkezzen. Ezen körülményekre vonatkozóan a Pannon GSM tájékoztatása teljes körű. A Pannon GSM célja és egyben érdeke is, hogy ügyfelei minél gyorsabban megismerjék az új szolgáltatás használatát. Felmérése alapján az eredménytelen tranzakciók 30.7%-a arra vezethető vissza, hogy az előfizető nem rendelkezett univerzális egyenleggel.
- 29) A Pannon GSM kártyás előfizetőinek univerzális egyenlege mind távközlési szolgáltatásra, mind mobil vásárlásra alkalmazható, vagyis nem kell külön egyenleget feltölteniük a mobilvásárláshoz, és kártyás előfizetők vonatkozásában hitelkeretről nem beszélhetünk. A kártyás előfizetők univerzális egyenlege nem egy különleges, speciális egyenleg, amelyet az előfizetők azért nem használnak, mert nem értik, hogy hogyan kell feltölteni, hogyan kell azt használni. Az univerzális egyenleg azért univerzális, mert annak terhére a Pannon minden szolgáltatását igénybe lehet venni. Az univerzális egyenleggel beszélgetni, MMS-t küldeni, tartalomszolgáltatást igénybe venni és mobilon keresztül vásárolni is lehet.
- 30) Nincs tehát külön egyenleg, az előfizetőnek csak a feltöltési módra kell figyelnie. Attól függően tehát, hogy a kártyás előfizető hogyan tölti fel egyenlegét, keletkezhet: a) *univerzális egyenleg*, ami mindenre alkalmas (így pl.: távközlési-, EDSZ-, mobilvásárlás szolgáltatásra), vagy b) csak távközlési szolgáltatás igénybe vételére alkalmas egyenleg.
- 31) Ha a kártyás előfizető az egyenlegét az ATM automatáknál, online módon, Internetbankon, Telebankon keresztül tölti fel, vagy a Pannon bemutatótermeiben végez feltöltést, úgy univerzális egyenlege képződik, amelynek terhére nemcsak távközlési szolgáltatást tud igénybe venni, hanem emeldíjas szolgáltatásokat, MMS és SMS tartalomszolgáltatást, intelligens hálózati, illetve mobilvásárlás szolgáltatást.
- 32) Ugyanakkor az előfizetők, függetlenül attól, hogy milyen módon töltötték fel az egyenlegüket, a feltöltést követően azonnal teljes körű tájékoztatást kapnak SMS-ben.

Az egyenleg feltöltése után az előfizető az alábbi tartalmú rövid szöveges üzenetet kapja a Pannon GSM-től.

„Példa:

3600 Ft feltöltése után új egyenlege 6065 Ft.

Vásárlási keret 3600 Ft

Egyenlege 07.10.02-ig használható.”

Az előfizető tehát az egyenlege feltöltése után, minden esetben, pontosan megtudja, hogy mekkora a vásárlásra használható egyenlege.

- 33) Ennek megfelelően, ha a kártyás előfizető a meghatározott feltöltési módok valamelyikén tölti fel egyenlegét, úgy még akkor is, ha eredetileg csak egy távközlési szolgáltatásokra alkalmas egyenleg elérése volt a célja, a Pannon GSM által nyújtott valamennyi szolgáltatást igénybe tudja venni. A kártyás előfizetőnek nem kell tehát külön egyenleget feltöltenie ahhoz, hogy a mobilvásárlás szolgáltatást igénybe vegye, s ekként mobil telefonjával autópálya matricát vásároljon.
- 34) A Pannon GSM az ezzel kapcsolatos tájékoztatást kommunikálta ügyfeleinek az ÁSZF-ben, a honlapján, folyamatos tájékoztatást nyújt a 1220-as ingyenesen elérhető információs vonalán, a telefonos ügyfélszolgálatán (06-20 2 000 000, és a 06-20 8 100 100 GSM számokon), bemutatótermekben, viszonteladói pontokon, és *külön ügyfélszolgálatot hozott létre az előfizetők visszahívására*. Ezen kívül a tranzakció során küldött SMS-ek is tájékoztatták az előfizetőket, és még arra is lehetőség van, hogy az érdeklődő a WAP oldalon "mobilvásárlás" címszó alatt pontosan megtekinthesse az igénybevétel feltételeit mobiltelefonján.
- 35) A számlás előfizetők a mobilvásárlási szolgáltatást a hitelkeret vagy amennyiben az számukra nem elegendő, az univerzális egyenlegük terhére vehetik igénybe. A számlás előfizetőknél a mobilvásárlás szempontjából a hitelkeret biztosítja azt, hogy minden számlás előfizető igénybe tudja venni a mobilvásárlás szolgáltatást külön egyenleg feltöltése nélkül, mivel a Pannon GSM megelőlegezi a termék, jelen esetben az autópálya-matrica vételárát. A Pannon GSM minden számlás előfizetőjének bármilyen kérés vagy kérelem nélkül biztosítja ezt a hitelkeretet. Az előfizetőnek csak akkor van teendője, ha nem igényli ezt a hitelkeretet. A hitelkeret „letiltását” általában a különböző gazdasági társaságok szokták kérni annak érdekében, hogy például a dolgozóik ne legyenek jogosultak a mobilvásárlásra. Hitelkeretből történő vásárlás esetén az előfizető egyszerűen a havi rendszerességgel számára megküldött tételes számla kiegyenlítésével fizeti meg a vásárolt termékek díjait a távközlési szolgáltatás díja mellett. Ha a számlás előfizetőnek a hitelkeret által biztosított összeg nem elegendő, mert többet kíván mobiltelefonjával vásárolni, lehetősége van univerzális egyenleg feltöltésére, ami megegyezik a kártyás előfizetők feltöltési módjával.
- 36) Fontos körülményként jegyzi meg, hogy a Pannon GSM az univerzális egyenleg bevezetése után kénytelen volt fenntartani a csak távközlési szolgáltatás igénybevételére alkalmas egyenleget is, holott a Pannon GSM üzleti érdeke is az lett volna, hogy minden előfizetőnek csak univerzális egyenleg legyen. Ez olyan eseteknél szükségszerű, amikor a Pannon GSM-nek vagy viszonteladó partnerének (pl. töltőállomások, újságárus, stb.) a díj tényleges felhasználása előtt számlát kell kiállítania, mert a számlán nem lehet feltüntetni mást, mint távközlési szolgáltatást, mivel a számla kiállításakor nem lehet tudni, hogy az előfizető esetleg milyen terméket, szolgáltatást vásárolna meg egyenlegéből. Ha tehát az előfizető számla kiállítását kéri az egyenleg vásárlásakor, úgy kizárólag távközlési szolgáltatások igénybevétele lehetséges, egyébként a már kiállított bizonylatok hitelessége kérdőjeleződne meg. Az adóigazgatási azonosításra alkalmas bizonylat tehát kizárólag

a ténylegesen nyújtott szolgáltatásról, illetve értékesített termékről szólhat, amit előre pl. a benzinkutas vagy az újságárus nem tudhat. Ezért kénytelen korlátozni a felhasználás körét bizonyos feltöltési módoknál, és csak abban az esetben, ha az előfizető adóigazgatási azonosításra alkalmas bizonylatot kér a feltöltéskor. Ilyen esetben ugyanis a számvitelről szóló 2000. évi C. számú törvény rendelkezéseinek kell megfelelni, ami szerint csak a ténylegesen nyújtott szolgáltatásról állítható ki számla. A Pannon GSM feladata és felelőssége is egyben azt biztosítani, hogy az előfizető ténylegesen csak azt a szolgáltatást tudja igénybe venni, amiről a számla kiállításra került. Ezért volt kénytelen a Pannon GSM fenntartani a csak távközlési szolgáltatás igénybevételére alkalmas egyenleget is.

37) Mindezek alapján megállapítható, hogy a mobilvásárlás Pannon GSM által bevezetett folyamata

a) nem igényeli külön egyenleg feltöltését sem a kártyás, sem a számlás előfizetők vonatkozásában, még a kártyás előfizetőknek is csak a feltöltési módot kell megválasztania,

b) az autópálya matrica mobil vásárlása csak egy termék értékesítése a mobilvásárlás szolgáltatáson belül.

38) A Pannon GSM a mobilvásárlás szolgáltatást 2006. január 1-től nyújtja előfizetőinek, és kommunikálja az igénybevétel feltételeit, így a hitelkeret és az univerzális egyenleg fogalmát, vagyis előfizetőinek ez már ismert volt. Az autópálya matrica, mint termék értékesítése a mobilvásárlás bevezetését követően, 2006. március 17-én kezdődött, a Pannon GSM azon előfizetőinek, akik 2005. november 25-e után, bank automatáknál töltötték fel egyenlegüket, annak ellenére, hogy a mobilvásárlás szolgáltatását csak 2006. január 1-től indította el, biztosította, hogy a feltöltött egyenleg univerzális egyenlegnek minősüljön, s ekként azt, a Pannon GSM által nyújtott valamennyi szolgáltatás igénybevételére alkalmas legyen.

39) Az autópálya-matrica vásárlása során a Pannon GSM az alábbi tartalmúhoz hasonló üzeneteket küldött az előfizetőinek:

„Rendben vannak az adatok? Ha igen, küldjön válasz SMS-t (pl. ok) a 8100000-s számra!

Tétel: a.pálya- matrica

Ár: 1620 Ft

Info: rendsz.ABC123, D1 4 nap

ÁAK zrt.”

Példa:

„Sikeres autópálya-matrica vásárlás!

Rendszám: ABC123

D1, 4 napos-2006.04.20 23:59-ig érvényes

Ár: 1520 + 100 Ft tranzakciós díj

Azonosító: 1234567890123

ÁAK zrt.”

40) A fenti két üzenetek tartalmazzák – többek között – a 4 napos matricára való utalást is.

41) Az eljárás alá vontak reklámkampányban betöltött szerepével kapcsolatban előadta, hogy a Pannon GSM állt ugyan közvetlenül szerződéses jogviszonyban a tervező, kivitelező tevékenységet végző reklámügynökséggel, és ő fizette ki a T-Mobile részéről beérkező összegből a reklám költségeket, az ÁAK Rt. illetve a GKM pedig valamennyi érintett megbízása alapján szóróanyagokat gyártatott le, illetve a kampány

során felmerült egyéb költségeket viselte összesen 25.000.000,- forint értékben. Ez azonban pusztán technikai kérdés, és nem változtat azon a tényen miszerint a mobilvásárlással kapcsolatos kampányt az eljárás alá vontak közös érdekből folytatták le, a reklámanyagok kizárólag valamennyi érintett fél előzetes jóváhagyásával kerültek elfogadásra, és legyártásra, s ekként a reklámanyagok tartalmának meghatározásában, tervezésében mindenki egyenlő mértékben vett részt, a kampány hozzávetőlegesen 75.000.000,- forint költségét a felek egymás között egyenlő arányban viselték.

- 42) A II. rendű eljárás alá vont képviselője a 2006. október 12-i tárgyaláson előadta, hogy az autópályamatrica értékesítésének megkezdését követően minden egyes olyan előfizetőt külön felhívtak egy hónapon keresztül, akik esetében az elindított vásárlási folyamat bármilyen okból megszakadt és nem jutott el a vásárlásig. Mindegyiküket megkérdezték a sikertelenség okáról. A válaszolók között volt olyan is, aki közölte, egyszerűen próbálkozásnak szánta, hogy majd éles helyzetben tudja, mit kell csinálnia, tehát valójában informálódni akart. Különböző okokat adtak elő, de ezek között egy sem volt, aki megtévesztésre panaszkodott volna.
- 43) A III. rendű eljárás alá vont nyilatkozata szerint a mobil vásárlási szolgáltatást 2002. november 25-én vezette be. Az ilyen módon megvásárolható termékek köre folyamatosan változott, bővült. A vállalkozás számos kampányban, különféle kommunikációs eszköz segítségével hirdette a termékek SMS-en keresztül történő megvásárlásának lehetőségét és adott információt a mobil vásárlás lépéseivel, folyamatával, feltételeivel kapcsolatban. A T-Mobile szempontjából ezért a mobil szolgáltatás nem nevezhető "újszerű" fizetési eszköznek.
- 44) Részéről a vizsgálat tárgyát képező reklámkampány tárgya nem magának a mobil vásárlásnak a reklámozása volt, hanem a mobilvásárlási szolgáltatás egy új terméke, az autópálya matrica – egy már régebben alkalmazott rendszeren keresztül történő – vásárlási lehetőségének hirdetése volt.
- 45) Az autópálya matricák értékesítése nem, de különösen nem kizárólag a mobil szolgáltatók érdekkörében merült fel. Az ÁAK Rt. és társaság közötti megállapodás célja, hogy lehetővé tegye az ÁAK Rt. termékének először SMS, majd DUÁL és WAP csatornán keresztül történő megvásárlását a mobil SIM kártyával rendelkezők számára. A négynapos autópálya matricák mobiltelefonon történő megvásárlási lehetőségét hirdető kampány az ÁAK Rt. termékét reklámozta a GKM és az eljárás alá vontak által közösen indított, tervezett és jóváhagyott reklámkampány keretében.

VII.

A Versenytanács döntése

- 46) A Tpvt. 8.§ (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtévesztteni. A Tpvt. 8.§ (2) bekezdés a) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak. A Tpvt. 9. §-a alapján a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak mérlegelésénél, hogy az adott tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
- 47) A vizsgálat során feltárt tények alapján a Versenytanács először abban a kérdésben foglalt állást, hogy az autópálya-matrica mobil vásárlási rendszeren keresztül történő

megvásárlásának vannak-e olyan *előfeltételei*, amelyekről a kampány nem adott kielégítő tájékoztatást.

- 48) A post-paid előfizetők esetében a mobil vásárlást mindkét szolgáltató esetében az ún. hitelkeret terhére lehetett lebonyolítani, amelyet a szolgáltató meghatározott összeghatárig automatikusan, külön kérés nélkül biztosított az előfizető számára. A postpaid előfizetők esetében tehát külön egyenleg feltöltése nem volt előfeltétele a mobil vásárlásnak, így az autópálya matrica megvételének sem.
- 49) Mindkét mobilszolgáltató prepaid előfizetői esetében a mobil vásárlás (beleértve az autópálya-matrica megvételét is) csak abban az esetben lehetséges, ha az előfizető rendelkezik egy – többek között – erre szolgáló feltöltött egyenleggel. Ezt a célt szolgálja a T-Mobile esetében az ún. "m-com", a Pannon GSM esetében pedig az ún. univerzális egyenleg. A vizsgált reklámkampány egyik kommunikációs eszköze sem tartalmazott ezen előfeltétel szükségességére vonatkozó, vagy arra utaló közlést.
- 50) A Versenytanács mérlegelte, hogy a mobil telefontal rendelkező átlagos fogyasztótól mennyire volt elvárható, hogy a mobil vásárlás ezen előfeltételével tisztában legyen. A T-Mobile nyilatkozata szerint a mobil vásárlási szolgáltatást 2002. november 25-én vezette be. A GVH vizsgálata nem terjedt ki arra, hogy a T-Mobile előfizetők számára mely termékek megvásárlása volt lehetséges mobiltelefon használatán keresztül, illetve hogy ezzel a lehetőséggel az előfizetőknek mekkora hányada és milyen rendszerességgel élt. A Vj-51/2004. sz. eljárásból tudható, hogy a T-Mobile és a Pannon GSM a mobil fizetési rendszer fejlesztésére közös technológiafejlesztést határoztak el 2004-ben, amelynek konkrét eredményéről a GVH-nak ugyancsak nincs tudomása, ezen belül különösen arról, hogy ez eredményezhette-e a mobil vásárlás feltételeinek javulását, a bevonható termékek körének bővülését. A mobil vásárlást használó előfizetők arányának ismerete nélkül egyértelműen nem állapítható meg, hogy az "m-com" egyenleg mibenlétével kapcsolatos ismeret mennyire volt elvárható az átlagos T-Mobile előfizető esetében. Feltehető, hogy egy, már több mint három éve létező szolgáltatásról a fogyasztók számottevő hányada tudomást szerzett, ezért a vizsgálat ilyen irányú továbbfolytatásától lényegesen új eredmény nem várható.
- 51) A Pannon GSM esetében a mobil vásárlás egyértelműen újszerű szolgáltatásnak minősül, hiszen azt csak 2006. január 1-től nyújtja az előfizetőinek. Ugyanakkor a tájékoztatás szükségességével kapcsolatban figyelembe vette a Versenytanács az eljárás alá vont azon közlését, hogy az ún. univerzális egyenleg a feltöltési módok többsége esetében automatikusan képződik, erről a fogyasztó a feltöltéskor egyértelmű tájékoztatást kap, és az univerzális egyenlege mindenféle tranzakcióra (telefonálásra is) felhasználható. A többletinformáció nyújtásának szükségessége legfeljebb azon előfizetők esetében merülhet fel, akik a feltöltésről számlát vagy más, adóigazolási célra felhasználható nyugtát kérnek, mert ilyen csak telefonálási célú felhasználásra adható ki, ezért az ilyen módon feltöltött kártya csak telefonálási célú egyenleget is fog tartalmazni. Az előfizető azonban ebben az esetben is kap tájékoztatást arról, hogy a telefonálási célra felhasználható keretén felül mekkora összeg áll rendelkezésre vásárlás céljára.
- 52) Mindezek ellenére, tekintettel a mobil vásárlási szolgáltatás újszerűségére, felmerült annak a lehetősége, hogy az előfizetők jelentős része nem fogja tudni megfelelően igénybe venni az autópálya matrica vásárlási szolgáltatást, erre utalt a sikertelen próbálkozások viszonylag nagy számaránya. Az előzetes tájékoztatás szükségességére utalhatott a Pannon GSM saját felmérésének azon eredménye, miszerint a sikertelen próbálkozások 30,7 %-a azért nem sikerült, mert az előfizető nem rendelkezett megfelelő összegű univerzális egyenleggel. A Pannon GSM korábbi közlése fényében

azonban, miszerint a feltöltésről számlát kérő előfizetők kivételével, valamennyi más feltöltés esetén az univerzális egyenleg 2005. november 25. után automatikusan képződött. Ezért feltehető, hogy a fenti 30,7 %-ban nagy számmal voltak olyan előfizetők is, akiknek csak nem volt elegendő nagyságú összeg az egyenlegén vásárlás céljára.

- 53) A Pannon GSM a tárgyaláson arról tájékoztatta a Versenytanácsot, hogy a saját körben végzett felmérést követően, valamennyi olyan előfizetőjét külön felhívta, akik bármely okból sikertelenül próbálkoztak autópálya matrica vásárlásával, és megkérdezte annak okát. Tájékoztatása szerint egyetlen olyan választ sem kapott, amely a tájékoztatás hiányos vagy megtévesztő mivoltára utalt volna.
- 54) A Versenytanács a Pannon GSM e magatartását a reklámkampánnyal összefüggésben úgy értékelte, hogy az eljárás alá vont mindent megtett annak érdekében, hogy az előfizetőit a mobil vásárlási szolgáltatás igénybevételéhez szükséges információkkal ellássa. Feltehető, hogy a Pannon GSM telefonos tájékoztatása mind eredményét, mind pedig következményét tekintve elérte a mobil vásárlás feltételeivel kapcsolatos megfelelő fogyasztói tájékoztatás versenyjogi célját, bár ennek egyértelmű bizonyítása csak a felmérés részletes ellenőrzése alapján lenne lehetséges, ettől azonban lényegesen új eredmény jelen eljárásban nem várható.
- 55) A kampány egyéb elemei nem voltak alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére. A vizsgálók helytállóan állapították meg ugyan azt a tényt, hogy a szóróanyag kivételével valamennyi egyéb reklámeszköz (azaz a rádiós reklámok, a citylight és az óriásplakátok) csak a vásárlás első lépéséről, a vásárlási szándék jelzésére szolgáló SMS-ről és a hozzátartozó mobilszámról tájékoztatott. Nem értékelték megfelelően azonban azt a körülményt, hogy a mobil vásárlási rendszerről egyébként tájékozódott fogyasztót ez a közlés nem tévesztette meg, hiszen ezek a fogyasztók tisztában lehettek a rendszer használatának módjáról, beleértve azt is, hogy általában hány lépés szükséges a vásárlás lebonyolításához. Ez a fogyasztói kör valószínűsíthetően csak akkor kezdené meg a vásárlás folyamatát is, ha rendelkezik az ehhez szükséges feltöltött egyenleggel vagy hitelkerettel. Ezen fogyasztók számára valóban elegendő az első lépés megtételéhez szükséges telefonszám közlése. Az a körülmény pedig, hogy a reklámkampány nem tájékoztatott a mobil vásárlási rendszer használatának előfeltételeiről, már az előzőekben versenyjogi értékelésre került.
- 56) A Versenytanács szerint a vizsgált kampány versenyjogi tartalma (üzenete) az volt, hogy felhívja a T-Mobile és a Pannon GSM előfizetőinek figyelmét arra, hogy mobil vásárlás keretében már autópálya matricát is lehet venni. A reklámkampány, fő üzenetként, nem tartalmazott információkat a termék lényeges tulajdonságára vonatkozóan. A vizsgált reklámkampány nem kifogásolható, mert nem (vagy csak a sajtóhirdetéseiben, kevésbé észlelhetően, apró betűvel) közölte a szolgáltatás igénybevételének költségeit, illetve az árát, beleértve a közvetett költségét jelentő SMS-ek számát és díjazását is. Az ilyen, alapvetően figyelemfelkeltő jellegű reklámmal szemben nem versenyjogi elvárás, hogy az teljes körű és pontos tájékoztatást adjon a termék lényeges tulajdonságairól, beleértve azt is, hogy a mobil vásárlás keretében csak négy napos matrica volt kapható.
- 57) A Tpv-t módosító 2005. évi LXVIII. törvény beiktatott – a jelen, 2005. november 1-je után indult eljárásban alkalmazandó – rendelkezéseket, amelyek élesen elkülönítik egymástól:
- a magatartás törvénybe nem ütközésének határozattal történő megállapítását a Tpv. 77. § (1) bekezdés i. pontja alapján; illetve

- az eljárás végzéssel történő megszüntetését a Tpv. 72. § (1) bekezdésének a) pontja alapján.

58) A Tpv. 72. § (1) bekezdésének a) pontja két esetben alkalmazható,

- ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a Tpv. 70. § (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn; vagy
- a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásáról sem várható eredmény.

59) Jelen eljárásban a Versenytanács a mobil vásárlás előfeltételeinek közlésére vonatkozó magatartás versenyjogi minősítésére a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontja második fordulatát alkalmazta, a jelen határozatban, különösen annak 50) és 54) pontjaiban részletezett indokok alapján.

60) Az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye a Tpv. 82. § (1) bekezdése szerint.

Budapest, 2006. október 12.