



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1391, Budapest 62. Pf. 211.
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/34/2018.
Iktatószám: VJ/34-68/2018.

Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Hegymegi-Barakonyi és Társa Baker& McKenzie Ügyvédi Iroda (1051 Budapest, Dorottya utca 6., eljáró ügyvéd: dr. H.-B. Z. által képviselt **Media Markt Retail Cooperation Kereskedelmi Kft.** (1138 Budapest, Váci út 140.) bejelentő által benyújtott összefonódás-bejelentés alapján indult versenyfelügyeleti eljárásban, amelyben további ügyfélként részt vett a szintén a Hegymegi-Barakonyi és Társa Baker&McKenzie Ügyvédi Iroda által képviselt a **Tesco-Global Áruházak Zrt.** (2040 Budaörs, Kinizsi út 1-3.) meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa megállapítja, hogy a Tesco-Global Áruházak Zrt.

- 1173 Budapest, Pesti út 5-7.
- 8200 Veszprém, Külső-Kádártai út 3.
- 9400 Sopron, Ipar körút 30.
- 6500 Baja, Gránátos utca 11.
- 2500 Esztergom, Mátyás Király utca 30.
- 7100 Szekszárd, Tartsay V. utca 40.
- 2400 Dunaújváros, Aranyvölgyi út 6.
- 7400 Kaposvár, Berzsenyi D. utca 13.
- 2800 Tatabánya, Blathy Ottó utca 1.

alatt lévő üzleteiben a műszaki fogyasztási cikkek értékesítésének a Media Markt Retail Cooperation Kereskedelmi Kft. által történő átvételével megvalósuló összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacokon.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított harminc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet elektronikusan kell benyújtani a Gazdasági Versenyhivatalnál, amely azt az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek, melynek eljárásában a jogi képviselet kötelező.

I n d o k o l á s

I.

A bejelentett összefonódás

- 1) A Media Markt Retail Cooperation Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Media Markt Retail) és a Tesco-Global Áruházak Zrt. (a továbbiakban: Tesco) 2018. október 2. napján Bérleti Keretszerződést kötött arra nézve, hogy a Media Markt Retail a Tesco-tól annak bizonyos üzleteiben átveszi a műszaki fogyasztási cikkek értékesítését. Erre alapozva a két fél a Budapest, Veszprém, Győr, Sopron, Baja, Esztergom, Szekszárd, Dunaujváros, Kaposvár és Tatabánya településeken lévő egy-egy Tesco üzletre nézve további, üzlet-specifikus kérdéseket szabályozó Kiegészítő Megállapodásokat is kötött, melyek mindegyike legalább [ÜZLETI TITOK] éves időtartamra jött létre, [ÜZLETI TITOK].
- 2) A Media Markt Retail a Gazdasági Versenyhivatalhoz 2018. október 3-án az 1) pont szerinti ügyletet – mint a Tesco vállalkozásrészének megszerzésével megvalósuló összefonódást – bejelentette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. (a továbbiakban: Tpv.) 43/J. § (1) bekezdése szerint a Tpv. 24. § (1) bekezdésében foglaltakra tekintettel.
- 3) A Gazdasági Versenyhivatal 2018. október 9-én a Tpv. 43/N. § (1) bekezdésének a) pontja szerint a bejelentett összefonódás vizsgálatára versenyfelügyeleti eljárást indított a Tpv. 67. § (4) bekezdése b) pontjának első fordulata alapján. Az összefonódás-bejelentés ugyanis nem felelt meg a Tpv. 43/J. § (1) bekezdésében foglalt követelményeknek, mert az összefonódás-bejelentési űrlap nem tartalmazott elégséges információt arra nézve, hogy a bejelentett ügylet összefonódásnak minősül-e, mely kérdésben a Tpv. 60/A. § (2) bekezdése alapján kizárólag az eljáró versenytanács hozhat döntést versenyfelügyeleti eljárásban.
- 4) Az ügylet a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló 139/2004/EK tanácsi rendelet alapján – a Media Markt Retail nyilatkozata szerint – nem bejelentés-köteles. Az összefonódást Magyarországon kívül más ország versenyhatóságához nem tervezik bejelenteni.
- 5) A Media Markt Retail az eljárás vizsgálati szakaszában [Tpv. 47. § (2) bekezdés] 2018. december 19.-én bejelentette, hogy a Tesco-val közösen úgy döntöttek, hogy a Győr, Királyszek utca 33. szám alatt lévő Tesco-üzletre vonatkozó Kiegészítő Megállapodásokat visszamenőleges hatállyal felbontják, melyre vonatkozó eredeti aláírási szerződéseket benyújtotta.¹ Erre tekintettel a vizsgáló a Bérleti Keretszerződés és a hatályban maradt Kiegészítő Megállapodások (a továbbiakban együtt: Szerződés) vizsgálatát tekintette az eljárás tárgyának, és az eljáró versenytanács is ennek megfelelően járt el.
- 6) A Versenytanács elnöke a Gazdasági Versenyhivatal elnökének nevében eljárva az ügyintézési határidőt a Tpv. 63. § (9) bekezdésének d) pontja alapján 20 nappal meghosszabította.

¹ VJ/34-53 és 56/2018. számú iratok.

II.

Az összefonódás résztvevői

A Ceconomy Csoport

- 7) A jelen ügylet céljára alapított Media Markt Retail a Ceconomy AG által irányított vállalkozáscsoport (a továbbiakban: Ceconomy Csoport) tagja. A Ceconomy Csoport meghatározó magyarországi tevékenysége a műszaki fogyasztási cikkek értékesítése. Ezen belül az alábbi főbb termékeket forgalmazza: kis-, nagy- és beépített elektronikai cikkek, árammal működő építési- és barkács eszközök, konyhabútorok, fogyasztói elektronika, szórakoztató cikkek, könyvek, e-könyvek, audió- és videó anyagok, CD-k, DVD-k, számítógépek, szoftverek, telekommunikáció, üzleti kommunikáció, autó hifi berendezés, fényképezési eszközök, videó eszközök, videó könyvtárak, multimédia és internet eszközök, világítás, valamint ezek kiegészítői.
- 8) A Ceconomy Csoport Magyarországon 22 műszaki fogyasztási cikket forgalmazó Media Markt elnevezésű üzlettel rendelkezik. Ezek közül 10 üzlet Budapesten és közvetlen környezetében, a fennmaradó 12 üzlet pedig lefedve az ország egész területét a nagyobb városokban (Debrecen, Pécs, Nyíregyháza, Győr, Szeged, Szolnok, Miskolc, Kecskemét, Szombathely, Székesfehérvár, Zalaegerszeg és Békéscsaba) található.
- 9) Az előzőeken túlmenően a Ceconomy Csoport 2016. szeptember óta a Tesco-nak a Győr, Királyszék utca 33. és Veszprém, Külső-Kádártai út 3. alatti üzletein belül a Tesco-tól bérelt területen is forgalmaz műszaki fogyasztási cikket. A két fél a bérleti szerződéseket [ÜZLETI TITOK] időtartamra kötötte, melyet azonban [ÜZLETI TITOK] alkalommal (mindegyik esetben [ÜZLETI TITOK] időtartammal) meghosszabbították. A felek megállapodása szerint ez a bérleti szerződés a Szerződés hatálybalépését megelőző napon a Veszprémben lévő Tesco-üzlet esetében megszűnik.
- 10) A Ceconomy Csoport Magyarország területén az utolsó hitelesen lezárt (2017.) üzleti évben – a vállalatcsoportához tartozó vállalkozások közötti forgalom nélkül – 15 milliárd forintot meghaladó nettó árbevételt ért el.

A Tesco-vállalkozásrész

- 11) A Tesco jelenleg az 1) pont szerinti üzleteiben (a Győrben lévő üzlet kivételével a továbbiakban együtt: Üzletek) a műszaki fogyasztási cikkek (a továbbiakban: Termékek) teljes választékát forgalmazza, melyek az alábbi árucsoportokba sorolhatók:
 - számítógép termékek (számítógépek, monitorok, netbook-ok, notebook-ok, nyomtatók, tabletek, fitness karórák, HDD, SSD, input készülék, USB meghajtók, hálózatok, egyéb számítógépes hardver, számítógép hang, tinta);
 - testápolási termékek (szőrtelenítők, hajszárítók, borotvák, szájpolás, hajformázók, nyomásmérő, fürdőszoba mérleg);
 - kis háztartási gépek (kávégépek, ételkészítők, melegítés és hűtés, mikrohullámú sütő, porszívó és kiegészítők, varrógépek);
 - nagy háztartási gépek (mosógépek, sütők, hűtők, légkondicionálók);

- audió/digitális technológia (autórádók, CD/DVD lejátszók, autó kiegészítők, MP3 lejátszók, digitális ébresztőórák, navigáció, digitális kamerák, Hi-fik, kamerák, hangfalak, hangszórók);
 - televíziók (plazma, LCD, LED, CRT, VCR);
 - telekommunikáció (mobil telefonok);
 - kiegészítők (telekommunikáció audió kiegészítők, töltők, memória kártyák, fejhallgatók, audió/video kábelek, játék input készülékek, notebook kiegészítők, tablet kiegészítők, TV konzolok).
- 12) A Szerződés értelmében a Media Markt Retail átveszi a Termékek értékesítését az Üzletek eladóterén belül erre a célra kialakított és általa bérbevett területén [shop-in-shop (a továbbiakban: SIS)]. A Media Markt Retail a bérelt területre (mely eladótérből és raktárból áll) kizárólagos birtoklási és használati joggal rendelkezik. Saját belátása szerint határozza meg a SIS üzletekben kínált műszaki fogyasztási cikkek választékát, önállóan dönt az üzleti stratégiáról (pl. beszerzési források, árak, marketing), illetve a SIS működési módjáról (beleértve a kialakítást, a polcok elrendezését, a termékek bemutatását és a személyzetet). A SIS üzletek saját pénztárakkal és ügyfélszolgálattal rendelkeznek. A Tesco biztosítja [ÜZLETI TITOK].
- 13) A Tesco a Termékeknek az Üzletekben történt értékesítéséből (a továbbiakban: Tesco-vállalkozásrész) Magyarország területén az utolsó hitelesen lezárt (2017.) üzleti évben 1 milliárd forintot meghaladó nettó árbevételt ért el.

III.

A műszaki fogyasztási cikkek kiskereskedelmi forgalmazásának főbb jellemzői

- 14) A műszaki fogyasztási cikkek kiskereskedelme részint üzlethelyiségekben (offline értékesítés), részint weboldalakon keresztül bonyolódik (online értékesítés). A Ceconomy Csoport offline és online módon is értékesít, míg a Tesco-vállalkozásrész (csakúgy, mint a többi Tesco üzlet) kizárólag offline módon értékesíti a műszaki fogyasztási cikkeket.
- 15) A műszaki fogyasztási cikkek forgalmának túlnyomó része az azok értékesítésre specializálódott, offline és online, vagy csak online értékesítést végző vállalkozások (szaküzletek) révén kerül értékesítésre. A szaküzletek közül a Ceconomy Csoport mellett az „EURONICS” kereskedelmi név alatt szolgáltató Vöröskő Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: Euronics) rendelkezik az ország egész területére kiterjedő üzlethálózattal. Mindkét vállalkozás – igaz csekély arányban - online értékesítést is végez. Szintén jelentős a műszaki fogyasztási cikk értékesítése az Extreme Digital Zrt.-nek (a továbbiakban: Extreme), melynek értékesítése közel azonos arányban oszlik meg az offline és az online értékesítés között. Működnek olyan, az előzőeknél lényegesen kisebb vállalkozások [Aqua Optima Kft. (a továbbiakban: Aqua), 220volt Magyarország Kft. (a továbbiakban: 220volt)], amelyek a tevékenységük nagyobb hányadot kitevő online értékesítés mellett offline is értékesítenek. Továbbá vannak olyan vállalkozások, amelyek kizárólag online értékesítenek [Internet Mail Hungary Kft. (a továbbiakban: Mail)], illetve

értékesítésük túlnyomó része online formában valósul meg [Alza.hu Kft. (a továbbiakban: Alza)].

- 16) A műszaki fogyasztási cikkek forgalmának kisebb hányadát a kereskedelmi láncok [Tesco, Auchan Magyarország Kft. (a továbbiakban: Auchan), Spar Magyarország Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Spar)] bonyolítják, teljes egészében offline módon.
- 17) A műszaki fogyasztási cikket forgalmazó vállalkozások jellemzően termékcsoport szinten [lásd 9) pont] azok teljes választékát forgalmazzák.
- 18) Az előzőekben említett vállalkozások (Euronics, Extreme, Aqua, 220volt, Mail, Alza Auchan, Spar), a Tesconak a Tesco-vállalkozásrészén kívüli üzletei, valamint a Ceconomy Csoport és a Tesco-vállalkozásrész együttes 2017. évi műszaki fogyasztási cikkek magyarországi értékesítéséből származó árbevételéből a Ceconomy-csoport 30-40 százalékkal (ezen belül az offline értékesítés esetében 40-50 százalékkal), a Tesco-vállalkozásrész pedig a teljes és az offline értékesítésből is 1 százalék alatti mértékben részesedett.²
- 19) Budapest és vonzáskörzete esetében, ahol a Ceconomy-csoport és a Tesco-vállalkozásrész is tartósan jelen lesz az 1) pont szerinti ügylet megvalósulása esetén, a Ceconomy Csoport részesedése 50-60 százalék közötti a 2017. évi teljes és azon belül az offline műszaki fogyasztási cikk értékesítés esetében is. A Tesco-vállalkozásrész részesedései ezen a földrajzi területen érezhetően alacsonyabbak, mint 1 százalék.

IV.

A versenytársak véleménye az összefonódásról

- 20) A vizsgáló a Tpv. 64/B. § (6) bekezdése alapján nyolc műszaki fogyasztási cikket forgalmazó vállalkozástól (Euronics, Extrém, Auchan, Spar, Aqua, 220volt, Mail, Alza) kért felvilágosítást a tényállás tisztázásához.
- 21) A megkeresés kiterjedt a vállalkozások értékesítési adataira offline és online bontásban; a műszaki fogyasztási cikkek érintett áru- és földrajzi piacának meghatározásával és az azokon folyó versennyel kapcsolatos kérdésekre; a SIS rendszerre vonatkozó tapasztalataikra, valamint az összefonódásnak a versenyre gyakorolt várható hatásával kapcsolatos véleményükre.
- 22) A megkeresett vállalkozások mindegyike teljes körben válaszolt a feltett kérdésekre
- 23) Az *érintett árupiac* tekintetében a műszaki fogyasztási cikkek kiskereskedelmi értékesítésének értékesítési csatornák (offline, online) szerinti elkülönítése 4 vállalkozás (Extreme, Auchan, Aqua, Mail) szerint nem indokolt, az Auchan szerint azzal, hogy ez elsősorban a drágább termékekre igaz, a tartozékok, termék kiegészítők esetében az offline értékesítési forma a meghatározó. Ezzel szemben az Euronics és a 220volt mellett érvelt, hogy az offline és az online értékesítés egymástól elkülönült árupiacon van. Az Euronics hivatkozott arra, hogy a felmérések szerint a magyar lakosságnak csak 39 százaléka

² Itt és a továbbiakban közölt piaci részesedési felbecsültnek tekinthetők, mert a teljes forgalom nem tartalmazza a Metro és az EMAG adatait, mert azokat a GVH nem hívta fel adatszolgáltatásra.

vásárol online, és az is Budapestre, Pest megyére és Győr-Moson Sopron megyére koncentrálódik; továbbá, hogy az online értékesítés kevesebb tőkét és személyzetet igényel, mire tekintettel a belépési korlátok lényegesen alacsonyabbak, mint az offline értékesítés esetében.³A Spar jelezte, hogy nem rendelkezik érdemi tapasztalattal a kérdésben, mert nem folytat online értékesítést.

- 24) A műszaki fogyasztási cikkek belüli egyes termékcsoportok [lásd 9) pont] elkülönült árupiacokként történő kezelését egyik megkeresett vállalkozás sem vetette fel. Az Euronics azonban indokoltnak tartja a műszaki fogyasztási cikkekben belül elkülönült árupiacokként figyelembe venni azoknak a „rendszerintegrátorok és a telefonspecialisták” általi értékesítést az egyéb („szabad piaci”) vevők részére történő értékesítéstől, figyelemmel arra, hogy ezek vevői az egyéb vevőktől eltérő keresleti jellemzőkkel rendelkeznek.⁴
- 25) Az érintett földrajzi piac tekintetében a Magyarország egészére kiterjedő piac mellett érvelt az Extrem, az Auchan és az Aqua (valamint még egy, nyilatkozatát üzleti titokként kezelni kérő vállalkozás). Helyi (település és vonzáskörzete) földrajzi piac mellett egyértelműen csak az Euronics érvelt, a többi megkeresett vállalkozás nem foglalt egyértelműen állást ebben a kérdésben.
- 26) A megkeresett vállalkozások egyike sem rendelkezik SIS jellegű üzlettel (illetve nem is ad ilyet bérbe), ezért ebben a kérdésben tapasztalatokról egyik megkeresett vállalkozás sem tudott beszámolni.
- 27) Az ügylet várható versenyhatásai tekintetében a megkeresett vállalkozások a kizárólag online forgalmazó Mail kivételével különböző súllyal, de egyértelműen negatív versenyhatásokat valószínűsítettek.
- 28) Az eljárásban megkeresett versenytársak közül két vállalkozás a negatív versenyhatásokat olyan súlyúnak értékelték, hogy „kérték” a bejelentett ügylet megtiltását. Mindenekelőtt arra hivatkoztak, hogy az Üzletekbe betérő nagy-számú vásárló olyan mértékű többlet forgalmat biztosítana a Ceconomy Csoport részére, amelyet hagyományos kereskedelmi és marketing eszközökkel nem lennének képesek elérni. Az Euronics a Ceconomy Csoport piaci részesedésének ebből fakadó jelentős növekedésére tekintettel az árak emelkedését valószínűsítette.
- 29) A nagyobb részben online forgalmazó Aqua és 200volt szintén negatív hatásokat valószínűsített. Ezt azonban elsősorban saját szemszögükből értékelték. A 200volt az Euronics és Extrem által említettel egyezően szintén hivatkozott az Üzletekbe az ott árusított más cikkek (pl. élelmiszer, ruházat) vásárlása céljából betérő vásárlók miatti többlet forgalomra, és a Ceconomy Csoport ebből fakadó nagyobb áru beszerzési volumenére tekintettel annak beszerzési és ezen keresztül eladási árainak csökkenését valószínűsítette. Az Aqua a piaci verseny erősödését és az árak csökkenését valószínűsítette, hozzátevé azonban, hogy a kisebb vállalkozások ebből fakadó kiesését követően „elképzelt” áremelkedés is.
- 30) A Spar és Auchan negatív hatásként értékelte, hogy a Ceconomy Csoportnak a műszaki fogyasztási cikkeknek az Üzletekben történő a fogyasztók számára a Tesco által jelenleg

³ VJ/-/2018. számú adatszolgáltatás 2. pont.

⁴ VJ/34-/2018. számú adatszolgáltatás.

alkalmazottnál „vonzóbb” körülményei (szélesebb választék, szaktudás, az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások) növelheti a Tesco termékei iránti keresletet is, mely hatás – hasonlóan az Euronics és az Extreme által hivatkozotthoz – másik irányban is jelentkezik majd.

V.

Bejelentési kötelezettség

Összefonódás

- 31) A Tptv. 23. § (1) bekezdés b) pontja értelmében vállalkozások összefonódása jön létre, ha a vállalkozás vállalkozásrésze a vállalkozástól független másik vállalkozás részévé válik.
- 32) A Tptv. 23. § (5) bekezdése szerint vállalkozásrésznek minősülnek az olyan eszközök vagy jogok, amelynek megszerzése önmagában vagy a megszerző vállalkozás rendelkezésére álló eszközökkel és jogokkal együtt elégséges a piaci tevékenység vézéséhez.
- 33) A Versenytanács gyakorlata szerint „[...] *bérleti szerződés tárgyát képező kiskereskedelmi ingatlan vonatkozásában csak akkor lehet beszélni vállalkozásrészeiről, ha:*
 - *az ingatlanban a bérleti szerződés megkötését közvetlenül megelőzően olyan tevékenység folyt, amelyet a bérbevevő végez, tehát a bérlet tárgyát képező helyszínekhez kapcsolódik bizonyos goodwill, mire tekintettel,*
 - *a bérbevevő viszonylag rövid időn belül az ingatlanban saját know-how-jának, szakembereinek, a forgalmazandó áruk beszerzéséhez szükséges üzleti kapcsolatrendszer felhasználásával [vö. Tptv. 23. § (5) bekezdése: „a megszerző vállalkozás rendelkezésére álló eszközökkel és jogokkal együtt”] képes lesz tovább folytatni az ingatlanban korábban végzett tevékenységet.”*⁵
- 34) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Tesco-vállalkozásrész az előzőek szerinti feltételeknek megfelel. Egyrészt a Tesco Tesco-vállalkozásrésze olyan termékeket foglal magában, amelyeket a Ceconomy Csoport jelenleg is értékesít, így számára azoknak a SIS-ekben történő értékesítési lehetőségének a megszerzéséhez goodwill kapcsolódik, mely tekintetében az a Versenytanács gyakorlata szerint megkövetelt feltétel is teljesül, hogy az a bérbeadótól (jelen esetben a Tesco-tól) származzon.⁶ Másrészt a Ceconomy Csoport a Tesco-vállalkozásrészben általa folytathatóval azonos jelenlegi tevékenységére tekintettel minden kétséget kizáróan rendelkezik azokkal az alapvető feltételekkel (know-how, szakemberek, beszerzési kapcsolatrendszer), amelyek biztosítják számára a Tesco-vállalkozásrész eddigi tevékenységének (műszaki fogyasztási cikkek értékesítése) rövid időn belüli (gyakorlatilag azonnali) folytatását.
- 35) A jelen ügylet sajátossága ugyanakkor, hogy – szemben az eddigi versenyfelügyeleti eljárásokban vizsgált esetekkel – a Tesco-vállalkozásrész esetében nem önálló üzletek bérléséről van szó, hanem SIS-ek (üzleten belüli eladó- és raktár területek) bérléséről. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ilyen esetben azt is vizsgálni kell, hogy a Vevő

⁵ A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 6/2017. közleménye az összefonódások vizsgálatára irányuló eljárással kapcsolatos egyes jogalkalmazási kérdésekről (a továbbiakban: 6/2017. közlemény) 100. pont.

⁶ Lásd: uo. 101. pont.

(jelen esetben a Media Markt Retail) a SIS-ben folytatandó piaci tevékenység egészét átveszi-e, az azzal kapcsolatos piaci magatartását a SIS bérbeadójától (jelen esetben a Tesco-tól) függetlenül végezheti-e.

- 36) A jelen esetben a Media Markt Retail a SIS-ekben folytatott piaci tevékenységének minden lényeges eleme tekintetében a Tesco-tól teljes mértékben függetlenül működhet. Dönthet az egyes műszaki fogyasztási termékcsoportokon belüli konkrét választék összetételéről, azok beszerzési forrásairól és beszerzéséről; az értékesítés tekintetében az árakról és a marketingről. A működés egyéb feltételei tekintetében a Media Markt Retail-nak kizárólag azok esetében van szüksége a Tesco közreműködésére, amelyek az eljáró versenytanács álláspontja szerint ésszerűen csak az egyes Üzletek egészére vehetők igénybe [ÜZLETI TITOK].
- 37) Mindezek alapján a Tesco-vállalkozásrész annak a Media Markt Retail általi megszerzése esetén vállalkozásrésznek, és így az 1) pont szerinti ügylet vállalkozások összefonódásának minősül, figyelemmel arra is, hogy az a Versenytanács gyakorlata⁷ szerint a piaci struktúrának a tartós változását eredményezi, mert a Szerződés az Üzletek mindegyike esetében legalább [ÜZLETI TITOK] éves időtartamra jött létre, [ÜZLETI TITOK].
- 38) Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a Tesco-vállalkozásrészbe tartozónak tekintette a Veszprémben lévő Tesco üzletben a Media Markt Retail által a Szerződés révén bérbevett SIS-t is. A Ceconomy Csoport és a Tesco között a fenti üzletben műszaki fogyasztási cikkeknek a Ceconomy Csoport általi értékesítése céljából korábban kötött bérleti szerződés ugyanis a Versenytanács gyakorlata szerint rövid időtartamára tekintettel nem eredményezett tartós strukturális változást, és így nem minősült összefonódásnak, a tartós strukturális változás ezen üzlet tekintetében csak a Szerződés révén következett be.

Küszöbértékek

- 39) A Tpv. 24. § (1) bekezdése szerint a vállalkozások összefonódását a Gazdasági Versenyhivatalhoz be kell jelenteni, ha valamennyi érintett vállalkozáscsoport [26. § (5) bekezdés], valamint az érintett vállalkozáscsoportok tagjai és más vállalkozások által közösen irányított vállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevétele együttesen a tizenöt milliárd forintot meghaladja, és az érintett vállalkozáscsoportok között van legalább két olyan vállalkozáscsoport, melynek az előző évi nettó árbevétele a vállalkozáscsoport tagjai és más vállalkozások által közösen irányított vállalkozások nettó árbevételével együtt egymilliárd forint felett van.
- 40) A Tpv. 27. § (1) bekezdése alapján a nettó árbevétel számítása során nem kell figyelembe venni az azonos érintett vállalkozáscsoportba tartozó érintett vállalkozásoknak vagy azok vállalkozásrészeinek az egymás közötti forgalmát. A Tpv. 27. § (2) bekezdése szerint külföldön honos vállalkozás nettó árbevételének számítása során a Magyarország területén eladott árukból az előző üzleti évben elért nettó árbevételt kell figyelembe venni. A Tpv. 26. § (6) bekezdése alapján a nettó árbevételt az összefonódás-bejelentés benyújtásának időpontjához képest utolsó hitelesen lezárt üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló szerinti nettó árbevétel alapján kell meghatározni.

⁷ Lásd: uo. 19. pont.

- 41) A Tpvt. 26. § (1) bekezdése értelmében érintett vállalkozások az összefonódásban közvetlenül és közvetetten résztvevő vállalkozások. A (2) bekezdés a) pontja alapján közvetlen résztvevő a beolvadó vállalkozás (mely fogalomkörbe a Versenytanács gyakorlata alapján beletartozik a beolvadó vállalkozásrész is) és az a vállalkozás, amelynek a vállalkozásrész a részévé válik. A (3) bekezdés szerint közvetett résztvevők azon vállalkozáscsoport [Tpvt. 15. § (2) bekezdés] további tagjai, amelybe a közvetlen résztvevő tartozik. Az (5) bekezdés szerint érintett vállalkozáscsoport a közvetlen résztvevő és az ahhoz kapcsolódó közvetett résztvevők együttese.
- 42) Az előzőek alapján a jelen összefonódás közvetlen résztvevőjének minősül a Tesco-vállalkozásrész, valamint a Media Markt Retail, melynek részévé válik. Az összefonódással érintett vállalkozáscsoportoknak pedig a Ceconomy Csoport és a Tesco-vállalkozásrész.
- 43) Az összefonódással érintett fenti két vállalkozáscsoportnak az összefonódás időpontjához képest utolsó hitelesen lezárt (2017.) üzleti évben a Tpvt. fent hivatkozott rendelkezései szerint számított nettó árbevétele együttesen meghaladta a 15 milliárd forintot, továbbá mindkét vállalkozáscsoport nettó árbevétele meghaladta az egymilliárd forintot, ezért az összefonódást be kellett jelenteni a Gazdasági Versenyhivatalhoz.

VI.

Az összefonódás értékelése

- 44) A Tpvt. eddigi alkalmazási tapasztalatai alapján a Versenytanács az összefonódás horizontális, vertikális és portfólió hatásait vizsgálja a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének az összefonódás-bejelentési kötelezettség, az összefonódás vizsgálatára irányuló versenyfelügyeleti eljárás megindítása, valamint az eljárás teljes körűvé nyilvánítása esetén alkalmazandó „nem nyilvánvalóság” feltételről szóló 7/2017. számú közleményben (a továbbiakban: 7/2017. Közlemény) foglaltak szerint.
- 45) A Tpvt. 30. § (1) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal megtiltja az összefonódást, ha – a (2) bekezdésben foglaltakat figyelembe véve – az összefonódás jelentős mértékben csökkenti a versenyt az érintett piacon, különösen gazdasági erőfölény létrehozása vagy megerősítése következményeként.

Az érintett piac

- 46) A Tpvt. 14. § értelmében az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni. Az érintett árupiac meghatározásakor a megállapodás tárgyát alkotó árun túlmenően figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesítő árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait. Földrajzi piacként azt a földrajzi területet kell számításba venni, amelyen kívül a) az üzletfél nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy b) az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni.

- 47) Az összefonódással érintett piacoknak minősülnek mindazok a piacok, amelyeken az összefonódás valamely (akár közvetlen, akár közvetett) résztvevője piaci tevékenységet fejt ki. Érdemben azonban csak azon piacok vizsgálata szükséges, amelyekre nézve a fenti versenyhatások fennállhatnak.

Érintett áru piac

- 48) A jelen esetben az érintett vállalkozáscsoportok tevékenységére tekintettel az eljáró versenytanács a műszaki fogyasztási cikkek körében vizsgálta, hogy mi minősül érintett áru piacnak. Az eljáró versenytanács a műszaki fogyasztási cikkek egészét tekintette érintett áru piacnak figyelemmel az abból fakadó kínálati helyettesítésre, hogy az egyes forgalmazó vállalkozások a műszaki fogyasztási cikkeknek a keresleti helyettesítés szempontjából elkülönülő termékcsoportjai teljes körét forgalmazzák.
- 49) Az eljáró versenytanács ugyanakkor szükségtelennek tartotta annak eldöntését, hogy a műszaki fogyasztási cikkek offline és az online értékesítése azonos áru piachoz tartozik-e vagy sem, miként azt is, hogy a rendszer integrátorok és telefonspecialisták [lásd 24) pont] által értékesített műszaki fogyasztási cikkek elkülönült áru piacot alkotnak-e a műszaki fogyasztási cikkekben belül. A később részletezettek szerint ugyanis a szűkebb és a széles áru piac meghatározások esetében sem merülhetnek fel beavatkozásra okot adó káros versenyhatások.

Érintett földrajzi piac

- 50) Arra az esetre, ha a műszaki fogyasztási cikkek offline és online értékesítése egymástól elkülönült érintett áru piacokat alkot, szükségtelennek tartotta az eljáró versenytanács annak eldöntését, hogy Magyarország egész területe minősül érintett földrajzi piacnak vagy azok a települések (és vonzáskörzetük), ahol a Tesco-vállalkozásrészhez tartozó Üzletek elhelyezkednek. A később részletezettek szerint ugyanis egyik földrajzi piac meghatározás esetében sem merülnek fel beavatkozásra alapot adó káros versenyhatások. Arra az esetre viszont, ha az offline és online értékesítés egységes áru piacot alakot, az eljáró versenytanács Magyarország egész területét tekintette érintett földrajzi piacnak.

A beavatkozásra okot adó versenyhatások hiánya

Horizontális hatás

- 51) Az összefonódásnak horizontális összefüggésben azokon az érintett piacokon lehet hatása a gazdasági versenyre, amelyek azonos (eladói vagy vevői) oldalán az összefonódásban résztvevő mindkét vállalkozáscsoport (ténylegesen vagy potenciálisan) jelen van. Ekkor az összefonódás miatt csökken az egymással versenyben álló vállalkozások száma, növekszik az összefonódás révén bővülő vállalkozáscsoport piaci részesedése, miáltal jelentős mértékben is csökkenhet a verseny (egyoldalú hatás), továbbá növeli a versenyt korlátozó megállapodások létrejöttének, illetve a párhuzamos magatartásoknak az esélyét az érintett piacon (koordinatív hatás).
- 52) Az 7/2107. Közlemény 22. ba) pontja szerint nem zárható ki egyértelműen, hogy egy összefonódás a versenyjelentős mértékű csökkenésével járjon, ha az összefonódó vállalkozáscsoportok együttes részesedése valamely érintett piacon meghaladja a 20 százalékot. Ez alól azonban az 1/2017. Közlemény 22. c) pontja szerint kivételt képez, ha
- „ca) az ezen az érintett piacon legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező érintett vállalkozáscsoport figyelmen kívül hagyásával az összefonódásban érintett többi*

vállalkozáscsoport együttes érintett piaci részesedése nem haladja meg az 5 százalékot; és

cb) ezen az érintett piacon van az összefonódásban résztvevő legnagyobb vállalkozáscsoport piaci részesedésű versenytárs vállalkozás, vagy – összhangban az Európai Bizottság gyakorlatával⁸ – a Herfindal-Hirschmann index (HHI)⁹ az összefonódás után 1000 alatt marad vagy 1000 és 2000 közé esik, de növekménye¹⁰ kevesebb, mint 250 vagy nagyobb ugyan, mint 2000, de növekménye kevesebb, mint 150.”

- 53) A Ceconomy Csoport és a Tesco-vállalkozásrész azonos tevékenysége a műszaki fogyasztási cikkek offline értékesítése. Magyarország területén belül csak egy olyan település van (Budapest), ahol mindkét vállalkozáscsoport végez offline értékesítést. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy Veszprémet azért nem tekintette ilyen településnek, mert ott a Ceconomy Csoport nem rendelkezik offline üzlettel, offline értékesítést jelenleg rövid távú bérleti szerződés alapján abban a Tesco üzletben végez, amelynek hosszú távú (tartós) bérlésére éppen a jelen összefonódás ad majd lehetőséget számára, ezért ennek az üzletnek a részesedését az eljáró versenytanács a jelen összefonódás szempontjából a Tesco-vállalkozásrészhez tartozónak minősítette [lásd még 38) pont].
- 54) A Ceconomy Csoport és a Tesco-vállalkozásrész előzőek szerint számított együttes piaci részesedése Magyarországon, továbbá azon belül Budapest és vonzáskörzete estében is lényegesen meghaladja a 20 százalékot. Ezen belül azonban a Tesco-vállalkozásrész részesedése Magyarországon és Budapest esetében is kevesebb, mint 1 százalék, ami azt jelenti, hogy a HHI növekménye kevesebb, mint 150.¹¹ Erre tekintettel elkülönült offline érintett áru piacot feltételezve az országos és a budapesti földrajzi piacon sem kell káros horizontális hatással számolni.
- 55) Műszaki fogyasztási cikkek online értékesítését a Tesco-vállalkozásrész nem végzi, ezért ezen az esetlegesen elkülönült áru piacon nem kell horizontális hatással számolni. Annak feltételezése esetén azonban, hogy az offline és az online értékesítés egységes áru piacnak minősül, már számolni kell horizontális hatással. A két vállalkozás-csoport együttes részesedése ezen az áru piacon Magyarország területén (mint az eljáró versenytanács álláspontja szerinti földrajzi piacon) szintén meghaladja a 20 százalékot, amelyen belül azonban a Tesco-vállalkozásrész részesedése nem éri el az 1 százalékot, a HHI növekmény pedig kevesebb, mint 150.¹²
- 56) A rendszer integrátorok és telefonspecialisták által történő műszaki fogyasztási cikk értékesítésnek az érintett áru piac részeként történő kezelése esetén a két érintett

⁸ A Bizottság (2004/C 31/03 Iránymutatása a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerinti horizontális összefonódások értékeléséről, 20. pont.

⁹ Az érintett piacon jelen lévő vállalkozások százalékos érintett piaci részesedéseinek összege.

¹⁰ A HHI növekménye az adott érintett piac egészére vonatkozó HHI ismerete nélkül is kiszámítható: két érintett vállalkozáscsoport esetén azok érintett piaci részesedései szorzatának kétszereseként (pl.: egy 25 %-os és egy 2 %-os érintett vállalkozáscsoport esetében: $2 \times 25 \times 2 = 100$).

¹¹ A piaci részesedések felső határaival számolva Magyarország esetében: $2 \times 50 \times 1 = 100$; Budapest esetében: $2 \times 60 \times 1 = 120$.

¹² A piaci részesedések felső határával számolva: $2 \times 40 \times 1 = 80$.

vállalkozáscsoport részesedése és a HHI növekménye az előzőekben bemutatottaknál értelemszerűen csak kevesebb lehetne, mert ilyen jellegű értékesítést egyik érintett vállalkozáscsoport sem végez.

- 57) Mindezek alapján az összefonódás egyetlen reálisan szóba jöhető érintett piac meghatározás esetén sem jár versenyfelügyeleti beavatkozásra okot adó *egyoldalú* horizontális hatással.
- 58) Szintén nem azonosított az eljáró versenytanács káros *koordinatív* horizontális hatást, figyelemmel arra is, hogy a SIS-ek működése a piaci magatartásukat érintő minden lényeges kérdésben független az azokat bérbeadó Tescótól. Ebben a tekintetben az eljáró versenytanács jelentőséget tulajdonított annak is, hogy a SIS-ek önálló pénztárral rendelkeznek, mire tekintettel a Tesco nem juthat hozzá a SIS-ek termék mélységű forgalmi adataihoz, [ÜZLETI TITOK]. A koordinatív hatás ellen szólnak a piac jellemzői, így mindenek előtt a széles (heterogén) termékpaletta, a viszonylag nagyszámú piaci szereplő, és az a körülmény, hogy az online értékesítés tekintetében nincsenek számottevő piacra lépési korlátok.

Vertikális és portfólió hatás

- 59) Egy összefonódásnak akkor lehetnek vertikális hatásai, ha az érintett vállalkozáscsoportok a termelési-értékesítési lánc egymást követő fázisaiban tevékenykednek, ami megteremtheti az érdekeltséget arra, hogy az egyik (vagy mindkét) piacon jelentékeny piaci erővel rendelkező vállalkozáscsoport ezt a piaci erőt kihasználja, azaz valamely (vagy mindkét) piacon versenyt korlátozó magatartást folytasson, lezárva az adott piacot (pl. szerződéskötéstől való indokolatlan elzárkózással, árprés révén stb.). Az eladókénti magas érintett piaci részesedés a vevő oldali versenytársak, a vevőnkénti magas részesedés pedig az eladói oldali versenytársak hátrányos helyzetbe hozására teremthet lehetőséget és érdekeltséget.
- 60) A portfólió hatás az összefonódás révén létrejövő vállalkozáscsoport által gyártott (forgalmazott) áruk körének bővüléséből adódik. Ez különösen akkor járhat káros versenyhatásokkal, ha egymást kiegészítő (azonos vevők által vásárolt) áruk gyártói (forgalmazói) kerülnek egy vállalkozáscsoportba. Ebben az esetben ugyanis, ha az egyik vállalkozáscsoport valamely áru(k) piacán magas piaci részesedéssel rendelkezik, akkor az összefonódás következtében bővülő vállalkozáscsoport más áru(k) piacán képes és ösztönzött is lehet versenykorlátozó magatartás (pl. árukapcsolás) érvényesítésére.
- 61) Miután az összefonódás révén a Ceconomy Csoportba kizárólag olyan tevékenység kerül, amit jelenleg is végez, a jelen összefonódásnak nincs beavatkozásra okot adó vertikális és portfólió-hatás sem.

Összegzés

- 62) Mindezek alapján az eljáró versenytanács – egyezően a Tpv. 71. § (2) bekezdés c) pontja szerinti vizsgálói indítvánnyal – a Tpv. 76. § (1) bekezdés aa) pontja szerinti határozatában megállapította, hogy az összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacon.
- 63) Miután az előzőekben részletesen kifejtettek szerint a jelen összefonódás a Versenytanács gyakorlata alapján nem jár együtt a verseny jelentős csökkenésével, az eljáró versenytanács

nem osztotta a versenytársaknak az összefonódással kapcsolatos aggályait. Azok ugyanis alapvetően nem a versenyt, hanem magukat a versenytársakat érintő káros hatásokra vonatkoztak. Az olyan hivatkozások, mint a verseny erősödése vagy az árak csökkenése nyilvánvalóan ilyen jellegűek. Azokat az aggályokat, melyek arra vonatkoztak, hogy a Ceconomy Csoport nagyobb szakértelmének, szélesebb termékválasztékának fogyasztó becsalogató hatása a Tesco által értékesített termékek forgalmának bővüléssel is járhat, az eljáró versenytanács ugyan nem tartotta alaptalannak, de azt inkább az összefonódás előnyének, és nem káros versenyhatásnak tekintette. Az összefonódások ellenőrzésének (és általában is a versenyfelügyeleti eljárásoknak) célja ugyanis nem a versenytársak, hanem verseny (és ezen keresztül a fogyasztói jólét) védelme. Márpedig a Ceconomy Csoportnak a versenytársak által hivatkozott, a Tesco-nál nagyobb szakértelme, szélesebb termékválasztéka nyilvánvalóan kedvező változás a fogyasztók számára. Az pedig nem eshet a piaci szereplők hátrányára, hogy egy a fogyasztó számára kedvező konstrukció számukra is kedvező hatásokkal jár. Ilyen előnyök hiányában nyilvánvalóan nem is kerülne sor összefonódásra, illetve más vállalkozásoknak is lehetősége van arra, hogy hasonló, versenyjogilag nem kifogásolható megoldásokkal javítsák piaci pozíciójukat.

VII.

Eljárási kérdések, jogorvoslat

- 64) A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpvt. 44. §-án, illetékessége a Tpvt. 45. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság hatáskörébe (Tpvt. II. fejezet), illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
- 65) Az eljáró versenytanács határozatát a Tpvt. 73. § (2) bekezdésének alkalmazásával előzetes álláspont készítése és tárgyalás tartása nélkül hozta meg.
- 66) A Tpvt. 63. § (2) bekezdésének e) pontja szerint a 67. § (4) bekezdésének b) alapján indított eljárásban az ügyintézési határidő 30 nap, ami a Tpvt. 63. § (9) bekezdésének d) pontja alapján egy alkalommal legfeljebb 20 nappal meghosszabbítható. Az ügyintézési határidő a Tpvt. 63. § (1) bekezdése alapján az eljárás megindulásának napján kezdődik, amely nap azonban a Tpvt. 64. § (1) bekezdése alapján a napokban megállapított határidőbe nem számít bele. Jelen esetben az eljárás 2018. október 9-én indult. A Tpvt. 63. § (8) bekezdésének 10. pontja szerint az ügyfélnek a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére való felhívásától az azok teljesítéséig terjedő időtartam (a jelen esetben: 51 nap) az ügyintézési határidőbe nem számít be. A Tpvt. 64. § (3) bekezdése alapján a napokban megállapított határidőbe a Tpvt. 33/B § szerinti igazgatási szünet időtartama (a jelen esetben: 9 nap) szintén nem számít bele. Minderre tekintettel a 20 nappal meghosszabbított 30 napos ügyintézési határidő 2019. január 27-én járna le. Ezen a napon azonban a Gazdasági Versenyhivatalnál a munka szünetel, ezért a Tpvt. 64. § (4) bekezdése alapján az ügyintézési határidő a következő munkanap: 2019. január 28.
- 67) A Tpvt. 80/I. § szerint a jogorvoslatra az e fejezetben nem szabályozott kérdésekben az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban Ákr.) rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.

- 68) Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
- 69) A közigazgatási per szabályait közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg.
- 70) A Kp. 29. § (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. § (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
- 71) Az E-ügyintézési tv. 9. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
- 72) A Kp. 39. § (1) bekezdése szerint a keresetlevelet - ha törvény eltérően nem rendelkezik - a vitatott közigazgatási cselekmény közlésétől számított harminc napon belül kell a vitatott cselekményt megvalósító közigazgatási szervhez benyújtani.
- 73) A Kp. 39. § (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs.

Budapest, 2019. január 11.

Dudra Attila s.k.
előadó versenytanácsstag

Dr. Tóth András s.k.
a Versenytanács elnöke,
versenytanácstagként eljárva

dr. Gál Gábor s.k.
versenytanácsstag