

Levélcím: 1534 Budapest, Pf. 958
KRID: 213396918
Telefon: (06-1) 472-8900
Ügyszám: VJ/1/2026.
Iktatószám: VJ/1-156/2026.

Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa az Ormai, Papp, Czike és Társai CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang LLP Ügyvédi Iroda és a Szendrő Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi utca 12., eljáró ügyvéd: dr. Sz. Sz., cégkapu elérhetőség: 18652949) által képviselt **Frasers Group (European Holdings) Limited** (Unit A, Brook Park East, Shirebrook, NG20 8RY, Egyesült Királyság) bejelentő által benyújtott összefonódás-bejelentés alapján indult versenyfelügyeleti eljárásban, amelyben további ügyfélként részt vett az Alastair Peter Orford Dick ügyvezető által képviselt **Sportsdirect.com Hungary Kft.** (1087 Budapest, Kerepesi út 9.; cégkapu elérhetőség: 23964796) és a Dezső és Társai Ügyvédi Iroda (1011 Budapest, Fő u. 14-18., eljáró ügyvéd: dr. K. M., cégkapu elérhetőség: 18184606) által képviselt **Hervis Sport- és Divatkereskedelmi Kft.** (2060 Bicske, SPAR út 1.), meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa megállapítja, hogy a Sportsdirect.com Hungary Kft. vállalkozásnak a Hervis Sport- és Divatkereskedelmi Kft. feletti közvetlen egyedüli irányítás megszerzésével megvalósuló összefonódása nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacokon.

A határozat ellen az átvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Ürlep a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez* dokumentum¹ használatával. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

I n d o k o l á s

I.

A bejelentett összefonódás

- 1) A 2025. november 24-én aláírt üzletrészes-adásvételi szerződés (a továbbiakban: SPA) alapján a Frasers Group (European Holdings) Limited (a továbbiakban: Frasers) megszerzi a Hervis Sport- és Divatkereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Hervis) üzletrészeinek 100%-át ([üzleti

¹ https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

titok]). [üzleti titok] A Hervis közvetlen irányítója [üzleti titok] a Frasers egyedüli irányítása alatt álló magyar leányvállalata, a Sportsdirect.com Hungary Kft. (a továbbiakban: Sportsdirect Hungary) lesz.² [üzleti titok].

- 2) A Frasers a Gazdasági Versenyhivatalhoz 2025. december 19-én az 1) pont szerinti ügyletet – mint a Hervis feletti egyedüli irányításszerzésével megvalósuló összefonódást – bejelentette³ a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 43/J. § (1) bekezdése szerint a Tpv. 24. § (1) bekezdésében foglaltakra tekintettel (a továbbiakban: Tranzakció).
- 3) A Gazdasági Versenyhivatal 2026. január 5-én a Tpv. 43/N. § (1) bekezdés a) pontjának alkalmazásával a bejelentett összefonódás vizsgálatára versenyfelügyeleti eljárást indított a Tpv. 67. § (4) bekezdés b) pontjának első fordulója alapján, mivel az összefonódás-bejelentés nem felelt meg a Tpv. 43/J. § (1) bekezdésében foglalt követelményeknek.⁴
- 4) A versenyfelügyeleti eljárás megindítására azért került sor, mert az összefonódás-bejelentésben az érintett termék- és földrajzi piacok meghatározása nem volt egyértelmű, erre is tekintettel pedig az összefonódásban részes felek által becsült és feltüntetett piacméret adatok is nagyfokú bizonytalanságot tartalmaztak. Ezek következtében volt olyan szóba jöhető termék- és földrajzi piacdefiníció pár, amelyen az összefonódásban részes felek együttes piaci részesedése meghaladta a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 3/2023. számú közleménye (a továbbiakban: Eljárásindítási Közlemény) 22. b) pont ba) alpontja szerinti 20%-os küszöbértéket és a növekmény mértéke is a 22. c) pont ca) alpontja szerinti 5%-ot, amelynek értelmében a versenyfelügyeleti beavatkozásra okot adó káros horizontális hatások bekövetkezése nem volt egyértelműen kizárható.
- 5) Mindezekre tekintettel a 3/2023. Közlemény 32-33. pontjai szerinti fokozatosság elvét figyelembe véve a Gazdasági Versenyhivatal a Tpv. 67. § (4) bekezdés b) pontja szerinti (egyszerűsített) eljárás megindításáról döntött.
- 6) Az összefonódás-bejelentésben tett nyilatkozat szerint a Tranzakció a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló 139/2004/EK tanácsi rendelet alapján nem bejelentésköteles. A Tranzakció által megvalósuló összefonódás más ország versenyhatóságához nem került bejelentésre. A Tranzakciót a [üzleti titok].

II.

Az eljárás vizsgálati szakasza

- 7) A versenyfelügyeleti eljárás vizsgálati szakaszában [Tpv. 47. § (2) bekezdése] a vizsgáló a piac működésének jobb megértése és a versenyhatások értékelésének megalapozása érdekében több alkalommal adatkérő végzésekkel kereste meg az összefonódásban részes feleket, valamint több, sportszer kiskereskedelmi tevékenységet végző független vállalkozást, így:

² VJ/1-55/2026.

³ ÖB/65/2025. számú összefonódás-bejelentés

⁴ VJ/1/2026. számú ügyindító végzés

- a) többmárkás sportszer-kiskereskedőket (Tízpróba Magyarország Kft. (Decathlon), IS Sport Bt. (Intersport), Mountex Alpin Design Kft. (Mountex), Szinga-Sport Kft. (Sportfactory, DRK), Sportisimo retail Kft. (Sportisimo), Dockyard Islands Kft. (Dockyard);
 - b) egymárkás sportszer-kiskereskedőket (BUDMIL Zrt., BioTechUSA Kft., NIKE Retail Magyarországi Fióktelepe, adidas Budapest Kft., Gymbeam Hungary Kft., Premium Sport Kft. (Heavy Tools);
 - c) online értékesítő sportszer-kiskereskedőket (SmartWeb Trade Kft. (sportplaza.hu), Dalnoki-Sport Nagykereskedelmi Kft. (sportverzum.hu), W.H.-2000 Kft. (Wink);
 - d) szuper/hipermarketeket (TESCO-Global Áruházak Zrt., Auchan Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.);
 - e) valamint egyéb vállalkozásokat, mint a Clash Kft. (Tisza cipő és sportruházat), Marosport Kereskedelmi Kft. (Fundango), Arion Retail Group Hungary Kft. (Lululemon).
- 8) A vizsgáló a vizsgálati szakaszt lezáró, Tpv. 71. § (1) bekezdése szerinti jelentésében⁵ indítványozta, hogy az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdésének aa) pontja szerinti döntésében állapítsa meg, hogy az összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt.

III.

Az összefonódás résztvevői

Frasers Csoport

- 9) A Frasers egy holding vállalkozás, amely a Frasers Group plc tulajdonában áll, a vállalkozáscsoport végső irányítója pedig Mr. Mike Ashley.
- 10) A Frasers Csoport egy egyesült királyságbeli, világszinten aktív vállalkozáscsoport, amely főként sportszerek, prémium életmódtermékek, valamint luxuscikkek nagy- és kiskereskedelmével foglalkozik.
- 11) A sportszerek szegmensében a Frasers Csoport európai üzleti tevékenysége szinte kizárólag a Sportsdirect és Sports World sportáru-kiskereskedelmi üzletekhez kapcsolódik, Magyarországon pedig csak a leányvállalatán, a Sportsdirect Hungary vállalkozáson keresztül aktív, amelynek termékkínálata alapvetően különféle sport- és szabadidős tevékenységekhez kapcsolódó ruházatból, cipőkből és kiegészítőkből áll. A Sportsdirect Hungary összesen 8 üzlettel rendelkezik Magyarországon, az alábbi 5 városban: Budaörs, Budapest (4 üzlet), Debrecen, Érd, Miskolc.
- 12) A Frasers Csoport a kiskereskedelmi tevékenysége mellett széles márkaportfólióval is rendelkezik, amelyeknek jogait birtokolja és kezeli⁶, valamint korlátozott mértékben (nem

⁵ VJ/1-144/2026. számú irat (üzleti titkokat tartalmazó, nem betekinthező változat).

⁶ Például House of Fraser, Flannels, 18montrose, Amara Living, Evans Cycles, FRASERS, Gieves & Hawkes, I Saw It First, Jack Wills, Sofa.com, USC és Studio.

magyarországi helyszíneken) ruházati és felszerelési cikkek gyártásával is foglalkozik. Saját márkás termékei például a Slazenger, a Lonsdale London és az USA PRO.

- 13) A Frasers Csoport összefonódás létrejöttét megelőző üzleti évben (2024-ben) elért, Tpv. 27. § (1) bekezdése szerint szűkített magyarországi nettó árbevétele [üzleti titok] milliárd Ft volt.

A Hervis

- 14) A Hervis a SPAR Austria Csoport részeként a Hervis Sport- und Modegesellschaft m.b.H tulajdonában áll: egy széles spektrumot (nemzetközi, valamint saját márkás sporttermékeket) lefedő sportszer-kiskereskedő, illetve marginális mértékben kapcsolódó szolgáltatásokat (pl. kerékpárszerviz) is nyújt Magyarországon.
- 15) A Hervis az alábbi 21 városban rendelkezik összesen 29 üzlettel: Békéscsaba, Biatorbágy, Budapest (8 üzlet), Debrecen, Eger, Gödöllő, Győr (2 üzlet), Kaposvár, Kecskemét, Miskolc, Nagykanizsa, Nyíregyháza, Pécs, Polgár, Siófok, Sopron, Szeged, Székesfehérvár, Szombathely, Tatabánya, Veszprém.
- 16) A Hervisnek az összefonódás létrejöttét megelőző üzleti évben (2024-ben) elért, Tpv. 27. § (1) bekezdése szerint szűkített, magyarországi nettó árbevétele 15 milliárd Ft volt.

IV.

A sportszer-kereskedelmi piac működése és az összefonódásban részes felek piaci helyzete

A piac alapvető jellemzői

- 17) A sportszer-kiskereskedelem piaca több termék kategória (sportcipők, sportruházat, sporteszközök, egyéb kiegészítők) értékesítését foglalja magába. Az összefonódásban részes felek mellett több versenytárs, köztük multisport kereskedők, egymárkás- és többmárkás kereskedők vannak még jelen fizikai üzlettel, mind országosan, mind lokális viszonylatban. Emellett egyre jelentősebb az online értékesítés is, a sportszer kiskereskedők gyakran rendelkeznek mind offline, mind online üzlettel is, jelen vannak azonban tisztán online tevékenykedő szereplők is a piacon. Emellett a szuper- és hipermarketek állandó vagy eseti jelleggel szintén kínálnak sportszereket, valamint a fast fashion üzletek egy része is rendelkezik sportruházati részleggel.
- 18) A sportszer-kiskereskedelemben a többmárkás kereskedőkre jellemző, hogy változó arányban tőlük független gyártók márkái mellett saját márkás termékeket is értékesítenek.
- 19) A megkeresett piaci szereplők nyilatkozatai alapján a sportszereket forgalmazó üzletek beszerzési gyakorlata, termékkínálata, az árazás, az alkalmazott marketing stratégia jellemzően országosan egységes, ettől lokálisan legfeljebb kisebb mértékben térhet el, pl. az adott üzlet mérete miatt, valamint üzletnyitás vagy outlet üzlet esetén.
- 20) A fizikai üzletet és webshopot is üzemeltető kereskedők jellemzően nem alkalmaznak csatorna-specifikus (tehát csak offline vagy online érvényes) árazást, akciókat.
- 21) A piacra történő belépés a megkeresett piaci szereplők véleménye alapján nem ütközik jelentős nehézségekbe. Legutóbb a nemzetközi Lululemon sportmárka termékeit kínáló üzlet megnyitására került sor Budapesten.

Releváns versenyjogi gyakorlat

- 22) A Gazdasági Versenyhivatal a sportszerek kiskereskedelmi piacát részletesen korábban nem elemezte versenyfelügyeleti eljárásban. Az Európai Bizottság (a továbbiakban: Bizottság) a non-food kiskereskedelmi piacot termékkategóriák szerint határozta meg és elkülönült piacként kezelte a sportszereket.⁷ A Bizottság végül nyitva hagyta annak a kérdésnek az eldöntését, hogy a sportszerek kiskereskedelmi piaca tovább szegmentálható-e sporttextíliákra és sportcipőkre,⁸ vagy sportruházatra, sportcipőkre és sportfelszerelésre⁹, ugyanis a legtöbb versenytárs a ruházat, cipő és felszerelés szegmenseiben egyaránt működik, és a nem professzionális fogyasztók általában helyettesíthetőnek tekintik a specializált és a multisport üzleteket e három szegmens tekintetében.¹⁰
- 23) Legutóbbi releváns döntésében a Bizottság tovább szegmentálta a sportcipő és sportruházat kiskereskedelmi piacát „szabadidős” és „teljesítményorientált” (vagyis professzionális) alkategóriákra, figyelembe véve a gyártók és kiskereskedők termékkategorizálási gyakorlatát és az üzletek piaci pozicionálását.¹¹ A konkrét ügyben a Bizottság nem tartotta szükségesnek a sportfelszerelés ilyen irányú szegmentálását.¹²
- 24) A Bizottság a többmárkás és az egymárkás sportszer-kiskereskedőket egyazon sportcipő-, illetve sportruházat-kiskereskedelmi termékpiac részének tekintette.¹³
- 25) A Bizottság a sportcipő és a sportruházat kiskereskedelmi értékesítése tekintetében az online és offline értékesítést szintén egyazon termékpiac részének tekintette.¹⁴ A Bizottság három fő megállapításra alapozta döntését: (i) a piacelemzés megerősítette, hogy a sportszer-kiskereskedelem jelenlegi trendje az „omnichannel” értékesítés, amely azt jelenti, hogy a legtöbb fogyasztó vagy teljesen online vásárol, vagy az üzletek és online csatornák kombinációját használja; (ii) a legtöbb sportszer-kiskereskedő figyeli az online versenyt és a tisztán online szereplők (pl. Zalando) kulcsfontosságú versenytársak a sportszerek kiskereskedelmi piacán; (iii) az online és bolti értékesítés közötti határvonal egyre inkább elmosódik, mivel az online és a bolti csatornák kölcsönösen hatnak egymásra (számos kiskereskedő a hagyományos üzleteit „bemutatótermeknek” tekinti, azaz a márkaismertség növelésének és a fogyasztói lojalitás erősítésének eszközeként, függetlenül attól, hogy a vásárlás végül online vagy bolti csatornán történik).¹⁵
- 26) A piac lehetséges földrajzi dimenzióit illetően a Bizottság szerint bár a verseny egyes paramétereit országos szempontok befolyásolhatják, a versenyjogi értékelés céljából a sportcipők és sportruházat kiskereskedelmi ellátásának földrajzi piaca inkább helyi jellegűnek tekintendő¹⁶, ezért úgy vélte, hogy a releváns földrajzi piacok helyi kiterjedésűek az Európai Gazdasági Térség egész területén.¹⁷ Legutóbbi releváns

⁷ M.5721 – Otto / Primondo Assets, (19) bekezdés, M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (10) bekezdés.

⁸ M.5721 – Otto / Primondo Assets, (19) bekezdés.

⁹ M.8710 – JD / Sonae MC / Balaiko / JDSH / Sport Zone, (37) bekezdés.

¹⁰ M.8710 – JD / Sonae MC / Balaiko / JDSH / Sport Zone, (37) bekezdés.

¹¹ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (38) bekezdés.

¹² M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (25) és (28) bekezdések.

¹³ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (60)-(61) bekezdések.

¹⁴ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (55) bekezdés.

¹⁵ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (52)-(54) bekezdések.

¹⁶ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (73) bekezdés.

¹⁷ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (93) bekezdés.

döntésében a Bizottság a vonzáskörzetek utazási idő alapján történő meghatározását tartotta a legmegfelelőbb módszernek a helyi piacok definiálására és a helyi szintű verseny értékelésére.¹⁸

Az összefonódásban részes felek és a piaci szereplők nyilatkozatai a piac lehetséges szegmentálásáról

- 27) Az összefonódásban részes felek nem tartják indokoltnak a piac további differenciálását sem termékkörök, sem a szabadidős, illetve professzionális sporttermékek, sem az egymárák és többmárák kereskedők, sem az online és offline csatornák, sem pedig egyéb kategóriák mentén.
- 28) A vizsgálat által megkeresett piaci szereplők megosztottak annak kérdésében, hogy indokolt-e az általános sportszer-kiskereskedelmi piacot további (sportcipő, sportruházat, sporteszköz) részpiacokra bontani. Ezek nem helyettesíthető termékek a fogyasztók szempontjából, tekintettel eltérő funkciójukra, felhasználási céljukra és vásárlási motivációjukra, azonban a kereskedők többsége – a specializált kereskedők kivételével – mindegyik termékkategóriát széles körben kínálja, illetve a vásárlók gyakran egy alkalommal, ugyanazon kereskedőnél több kategóriába tartozó termékeket is vásárolnak egy időben. A teljesítményorientált és szabadidős termékek, az egymárák és többmárák kereskedők szerinti szegmentálás a piaci szereplők többségi véleménye szerint nem indokolt, ahogyan az online és bolti értékesítés szerinti megkülönböztetés sem.

A Sportsdirect Hungary és a Hervis piaci helyzete

- 29) A vizsgálat a megkeresett piaci szereplők adatszolgáltatásai alapján megbecsülte¹⁹ az összefonódásban részes felek piaci részesedéseit, mind a tágabb sportszer kiskereskedelem, mind az esetleges szűkebb részpiacok, azaz sportcipő, sportruházat és sporteszköz szerint, valamint országos földrajzi piacot feltételezve, és egyes átfedő lokális földrajzi piacok, azaz Budapest és agglomerációja, Debrecen és Miskolc vonatkozásában is.
- 30) Az alábbi táblázat az összefonódásban részes felek és a nagyobb piaci szereplők 2025. évre becsült piaci részesedéseit foglalja össze a termék szinten tágan értelmezett **sportszer-kiskereskedelmi** piacon:

	Országos	Budapest	Debrecen	Miskolc
Sportsdirect	0-5%	5-10%	15-20%	20-25%
Hervis	5-10%	0-5%	5-10%	10-15%

¹⁸ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, (93) bekezdés, e szerint i) 30 perces autót a felek üzletei körül kisebb városokban és vidéki térségekben; (ii) 20 perces autót a felek üzletei körüli nagyvárosokban és a fővárosi régióban; (iii) a fővároson belül 30 perces gyaloglás/3 km/15 perces autót.

¹⁹ Az összefonódásban részes felek vizsgálat által becsült piaci részesedési adatai valószínűsíthetően felülbecsültek, mert a vizsgálat célzottan csak a legjelentősebb versenytársakat kereste meg az eljárás során, azonban valószínűsíthetően számos további – köztük nemzetközi (pl. About You, Zalando) – szereplő aktív még a piacon, illetve egyes kategóriákban jelentős lehet a szakosodott kereskedők szerepe is (pl. sportcipők esetében a cipőbolt hálózatoké, mint a Deichmann, Humanic, CCC, valamint Spuri Futóbolt), amelyek adatait szintén nem tartalmazta a piacméret kalkuláció, ahogyan nem tartalmazta az online értékesítések adatait sem.

Összefonódásban részes felek együtt	10-15%	10-15%	25-30%	30-35%
Decathlon	50-55%	50-55%	50-55%	50-55%
Intersport	5-10%	0-5%	5-10%	-
Szinga Sport (DRK, Sportfactory)	5-10%	5-10%	5-10%	5-10%
Dockyard	0-5%	0-5%	0-5%	-
Mountex	0-5%	5-10%	-	0-5%
Premium Sport (Heavy Tools)	0-5%	5-10%	0-5%	0-5%
Nike	5-10%	5-10%	-	-
Adidas	0-5%	5-10%	-	-

31) A szűkebb, **sportcipő, sportruházat és sporteszköz kiskereskedelmi** szegmenseket külön vizsgálva megállapítható, hogy

f) az összefonódásban részes felek együttes részesedése

- az országos piacon és a Budapest központú lokális piacon sportcipő esetében 15-20%, sportruházat esetében 10-15%, sporteszköz esetében pedig 5-10% közötti érték,
- Debrecen lokális piacán sportcipő esetében 40-45%, sportruházat esetében 25-30%, sporteszköz esetében pedig 10-15% közötti érték,
- Miskolc lokális piacán sportcipő esetében 45-50%, sportruházat esetében 35-40%, sporteszköz esetében pedig 15-20% közötti érték;

g) a Decathlon valamennyi szegmensben magasan piacvezető.

32) Az átfedő lokális piacok kapcsán megállapítható, hogy Debrecenben és Miskolcon kevesebb piaci szereplő rendelkezik fizikai üzlettel, mint Budapesten és környékén, de mindkét településen van Decathlon, a DRK és a Heavy Tools márka üzlete, Debrecenben pedig Intersport üzlet is. A miskolci piac vonatkozásában releváns továbbá, hogy jelen van a Mountex is és [üzleti titok].²⁰

33) A **sportszer gyártói/nagykereskedelmi** piacon a Frasers nyilatkozata szerint vállalatcsoportjának becsült piaci részesedése [üzleti titok] alatt van globálisan és az EU-n belül egyaránt (álláspontjuk szerint a sportszer nagykereskedelem egy globális kereskedelmi tevékenység, mivel ezek a termékek könnyen szállíthatók nagy távolságokra).

V.

²⁰ Lásd a [üzleti titok] iratot.

A megkeresett piaci szereplőknek az összefonódás hatásaival összefüggő véleménye

- 34) A megkeresett versenytársak túlnyomó többsége nem fogalmazott meg az összefonódás várható versenyhatásával kapcsolatos aggályt.
- 35) Több piaci szereplő szerint a verseny több üzleti modell között zajlik, ami mérsékelheti az összefonódás horizontális hatásait.²¹ A piacvezető Decathlon is kiemelte, hogy a piacon a verseny nem csupán a szakosodott áruházláncok hanem a divat-orientált kiskereskedők, a diszkontáruházak és a határokon átnyúló e-kereskedelem között is zajlik.²² A Decathlon kifejtette továbbá, hogy az összefonódás a tágabb piacon fokozott árversenyt és a marketingaktivitás erősödését vetíti előre, illetve a sportcipő és ruházat esetében várható a legerősebb verseny, mivel a Frasers Csoport portfóliója itt a legerősebb, a sporteszköz szegmensben pedig a specializáció és a szaktanácsadás jellemző, így itt mérsékelt hatásra számít. Véleménye szerint a lokális piacokon a koncentráció nem éri el azt a szintet, amely veszélyeztetné a versenyt. Emellett az erős e-kereskedelmi jelenlét miatt úgy véli, hogy bármelyik hazai szereplő indokolatlan áremelését a piac azonnal korrigálná a külföldi online beszerzésekkel.
- 36) Azok a vállalkozások, amelyek aggályt fogalmaztak meg, a korábban a Hervis által értékesített magyar márkáik üzletekből történő kiszorulását és ezáltal a fogyasztói választék szűkülését említették, valószínűsítették, hogy az összefonódást követően a Hervis-szel fennálló beszállítói kapcsolatok megszűnnek, amivel magyarországi forgalmuk meghatározó részét jelentő partnerüket veszítenék el. Emiatt volt olyan piaci szereplő, amelyik az összefonódás kapcsán a beavatkozás szükségességét vetette fel.²³

VI.

A bejelentési kötelezettség

Összefonódás

- 37) A Tptv. 23. § (1) bekezdés b) pontja értelmében vállalkozások összefonódása jön létre, ha egy vállalkozás vagy több vállalkozás közösen közvetlen vagy közvetett irányítási jogot szerez valamely tőle független vállalkozás felett, vagy több, tőle független, de egymástól nem független vállalkozás felett. A Tptv. 23. § (2) bekezdése szerint közvetlen irányítással rendelkezik egy vállalkozás, ha a) a másik vállalkozás többségi szavazati jogot biztosító üzletrészeivel, illetőleg a szavazati jogok több mint ötven százalékával rendelkezik.
- 38) Az 1) pont szerinti Tranzakció révén a Frasers Csoportba tartozó Sportsdirect Hungary megszerzi a Hervis üzletrészeinek 100%-át, amely által a Tptv. 23. § (2) bekezdésének a) pontja alapján a tőle független Hervis közvetlen egyedüli irányítójává válik, amely a Tptv. 23. § (1) bekezdésének b) pontja alapján vállalkozások összefonódásának minősül.

Küszöbértékek

²¹ VJ/1-37/2026., VJ/1-75/2026.

²² VJ/1-71/2026.

²³ VJ/1-45/2026. sz. irat.

- 39) A Tpvt. 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 húszmilliárd 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-ötszázmillió forint felett van.
- 40) A Tpvt. 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 Tpvt. 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 Tpvt. 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.
- 41) A Tpvt. 26. § (1) bekezdése értelmében érintett vállalkozások az összefonódásban közvetlenül és közvetetten résztvevő vállalkozások. A (2) bekezdés b) pontja alapján közvetlen résztvevő a közvetlen irányítást szerző vállalkozás, az ilyen vállalkozást más vállalkozáscsoport egy vagy több tagjával közösen irányító, közvetett közös irányítást szerző vállalkozás, valamint az a vállalkozás, amely felett irányítást szereznek. 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 közvetlen egyedüli irányítást szerző Sportsdirect Hungary, valamint az irányítás alá kerülő Hervis. Az érintett vállalkozáscsoportok pedig a Frasers Csoport, valamint a Hervis.
- 43) Az összefonódással érintett fenti vállalkozáscsoportoknak az összefonódás időpontjához képest utolsó hitelesen lezárt (2024.) üzleti évben a Tpvt. fent hivatkozott rendelkezései szerint számított nettó árbevétele együttesen meghaladta a húszmilliárd forintot, továbbá valamennyi érintett vállalkozáscsoport nettó árbevétele külön-külön is meghaladta az egymilliárd-ötszázmillió forintot, ezért az összefonódást be kellett jelenteni a Gazdasági Versenyhivatalhoz.
- 44) A Frasers az összefonódással a Hervis közvetett egyedüli irányítójává válik, így mint a közvetlen irányítást megszerző vállalkozást irányító vállalkozás a Tpvt. 28. § (1) bekezdése alapján azon vállalkozások egyike, amely a fentiek szerint szükséges összefonódás-bejelentést benyújthatta.

VII.

Az összefonódás értékelése

- 45) A Tpv. eddigi alkalmazási tapasztalatai alapján a Versenytanács az összefonódás horizontális, vertikális és portfólió hatásait vizsgálja a 3/2023. Közlemény III. részében foglaltak szerint.
- 46) A Tpv. 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

- 47) A Tpv. 14. §-a 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 – észszerűen 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.
- 48) 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.

Árupiac

- 49) A jelen összefonódás esetében az eljáró versenytanács az összefonódás résztvevőinek tevékenységeire tekintettel a sportszerek kiskereskedelmi értékesítése tekintetében vizsgálta, hogy mi minősül érintett termék piacnak, a Bizottság jelen határozat IV. fejezetében hivatkozott gyakorlatát, a piac működési jellemzőit és a piaci szereplők nyilatkozatait is figyelembe véve.
- 50) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az általános sportszer-kiskereskedelmi piacon belül a sportcipő, sportruházat, sporteszköz szerinti elkülönítés – tekintettel többek között arra, hogy a kiskereskedelmi gyakorlatban jellemzően ugyanazon értékesítési csatornákon, gyakran ugyanazon kereskedők kínálatában jelennek meg és legtöbbször egyszerre, azaz ezen termékek értékesítése egymással párhuzamosan történik – nem feltétlenül indokolt. A sportcipő, sportruházat és sporteszköz kategóriákon belüli további – úgy mint teljesítményorientált és szabadidős termékek, vagy egymárkás és többmárkás, valamint online és bolti kereskedők szerinti – szegmentálás szintén nem indokolt.
- 51) Mindazonáltal az eljáró versenytanács szerint a kiskereskedelmi termékpiac pontos meghatározásának kérdése nyitva hagyható, mivel – ahogy az a hatások értékelésénél látható lesz – káros versenyhatások egyik reálisan szóba jövő termékpiac definíció tekintetében sem várhatóak.

- 52) Az összefonódásban részes felek saját márkás (általuk gyártott/gyártatott) termékeiket is értékesítik, azaz sportszer gyártói/nagykereskedelmi tevékenységet is végeznek (csoporton belül) és jelen vannak a piacon beszerzői pozícióban is, az eljáró versenytanács azonban ezek részletesebb elemzését – a lentebb kifejtetteken túl – nem tartotta szükségesnek.

Földrajzi piac

- 53) Az eljáró versenytanács a piac földrajzi dimenzióját is a Bizottság jelen határozat IV. fejezetében hivatkozott gyakorlatát, a piac működési jellemzőit és a piaci szereplők nyilatkozatait is figyelembe véve értékelte.
- 54) Lokális földrajzi piacokat feltételezve jelen esetben három átfedő lokális piac azonosítható, nevezetesen a Budapest, Debrecen, valamint Miskolc központú lokális piacok.
- 55) Az eljáró versenytanács szerint azonban az eljárásban beszerzett adatok alapján valamennyi szóba jövő termékpiac-opció esetében – az országosan jellemzően egységes termékkínálatra és árazásra, az egységes promóciókra és az alkalmazott marketing stratégiára, valamint leginkább az online értékesítések, és az ezzel együttjáró, országos lefedettséget garantáló csomagküldési szolgáltatásokra is figyelemmel – realisabb földrajzi piacmeghatározás lehet az országos földrajzi piac.
- 56) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a sportszer-kereskedelmi piac beszerzési oldalán a piaci szereplők erejét az országos sportszer-kiskereskedelmi piaci részesedések jellemezhetik, tekintettel arra, hogy a piaci szereplők nyilatkozata szerint a beszerzések országosan egységesen történnek. A sportszer-gyártói/nagykereskedelmi tevékenység piaca pedig az összefonódásban részes felek nyilatkozata szerint tágabb (globális), mivel ezek a termékek könnyen szállíthatók nagy távolságokra.
- 57) Az eljáró versenytanács szerint a földrajzi piac pontos kiterjedésének kérdése is nyitva hagyható, mivel – ahogy az a hatások értékelésénél látható lesz – káros versenyhatások egyik realisan szóba jövő földrajzi piacdefiníció tekintetében sem várhatóak.

A beavatkozásra okot adó versenyhatások hiánya

Horizontális hatás

- 58) 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, különösen azáltal, hogy a vállalkozáscsoport egyedül vagy más vállalkozásokkal közösen gazdasági erőfölényes helyzetbe kerülhet vagy a meglévő gazdasági erőfölénye erősödhet. Mindez erősítheti a vállalkozáscsoport áremelési képességét (és így a fúzió előtti helyzethez képest emelkedhet a piacon érvényesülő ár), vagy a választék/minőség csökkentését eredményezheti (egyoldalú hatás), továbbá növelheti a versenyt korlátozó megállapodások létrejöttének, illetve a párhuzamos magatartásoknak az esélyét az érintett piacon (koordinatív hatás).
- 59) A Frasers vállalkozáscsoportja és a Hervis tevékenységei között átfedés azonosítható a sportszer-kiskereskedelmi tevékenység, valamint annak egyes lehetséges szegmensei – úgy mint a sportcipők, sportruházat, sporteszközök – tekintetében, mind országos, mind lokális viszonylatban. Az átfedéssel érintett lokális földrajzi piacok a következők: Budapest és

agglomerációja, Debrecen és Miskolc. Az összefonódásban részes felek többmárkás kiskereskedőként működnek, termékkínálatuk széleskörű, jellemzően különféle sport- és szabadidős tevékenységekhez kapcsolódó ruházatból, cipőkből, kiegészítőkből és sporteszközökből áll.

- 60) Az összefonódásban részes felek együttes piaci részesedése a sportszerek kiskereskedelmi értékesítésének magyarországi piacán 10-15% közötti, de az egyes szegmensek tekintetében sem érte el a 20%-os értéket. Ezek az értékek adódtak a Budapestet és agglomerációját magában foglaló lokális földrajzi piac tekintetében is. Így ezen piacopciók esetében a vizsgálat által kalkulált piaci részesedések alatta maradnak az Eljárásindítási Közlemény) 22. b) pont ba) alpontja szerinti 20%-os küszöbértéknek, amelyre tekintettel a káros horizontális hatások egyértelműen elvethetőek.
- 61) A lokális földrajzi piacok közül Debrecen és Miskolc tekintetében az összefonódásban részes felek együttes piaci részesedése a sportszerek kiskereskedelmi értékesítésének piacán 25-30%, illetve 30-35% volt az elmúlt évben. Az egyes termékszegmensek tekintetében a sporteszközök esetében a felek együttes piaci részesedése egyik lokális piacon sem érte el a 20%-ot (azaz ezen piacopció esetében a káros horizontális hatások egyértelműen elvethetőek az Eljárásindítási Közlemény alapján), míg a sportruházat tekintetében 25-40% között, a sportcipők tekintetében pedig 40-50% között volt, a növekmény mértéke minden piac opció tekintetében 5-15% közötti volt.
- 62) A piaci részesedések tekintetében az eljáró versenytanács visszaül az azok becslésével kapcsolatos megjegyzésére (lásd jelen határozat 29) pontját), amely szerint a vizsgálat által elvégzett számítás bizonyos mértékben felülbecsülte az összefonódásban részes felek piaci erejét, és ezen hatás éppen azon szegmensek (sportruházat és a sportcipő) és ezek miatt a tágabb sportszer piac esetében jelentősebb, amelyekre a vizsgálat 20%-nál magasabb részesedéseket kalkulált. A piacméret számítása ugyanis nem tartalmazta az online értékesítés adatait (fizikai üzlettel (is) rendelkező kereskedők esetében sem és a kizárólag online értékesítést folytató Magyarországon is elérhető nagy nemzetközi szereplők - pl. About You, Zalando - adatait sem), amelyek a sportruházat és a sportcipő tekintetében egyaránt relevánsak, valamint a cipő termékekre szakosodott kereskedők adatait sem, miközben a Deichmann, Humanic, CCC és Spuri Futóbolt hálózatoknak vannak üzletei Debrecenben és Miskolcon is. Ez egyrészt azt jelenti, hogy a pontos piaci részesedések biztosan érdemben alacsonyabbak a sportszerek tágabb, valamint a sportruházat és a sportcipő termékekre szűkített lokális piacokon is, másrészt ezen online és offline üzletket üzemeltető (jellemzően országosan egységes üzletpolitikát folytató) kereskedők irányából érkező érdemi versenynyomás a szűkebben értelmezett földrajzi piacokon is biztosított az összefonódás megvalósulása esetén is.
- 63) Releváns továbbá, hogy Debrecenben és Miskolcon is jelen van kiemelkedő (az összefonódásban részes felek együttes piaci részesedésénél érdemben magasabb) piaci részesedéssel a többmárkás multisport kereskedő Decathlon, amely vállalkozás a piaci szereplők válaszai alapján is a legerősebb versenytársnak tekinthető, emellett szintén mindkét településen működik a DRK és a Heavy Tools márka üzlete is. Debrecen esetében jelen van a többmárkás multisport kereskedő Intersport is, amely a Hervishez hasonló méretű szereplőnek tekinthető a lokális piacon, emellett releváns körülmény, hogy Miskolcon jelen van a Mountex is és [üzleti titok].

- 64) Minderre tekintettel az eljáró versenytanács a sportszerek tágabb, és a sportruházat és a sportcipő termékek szűkített lokális piacait feltételezve is megállapíthatónak látja, hogy az összefonódás nem jár beavatkozásra okot adó káros horizontális versenyhatásokkal.
- 65) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az összefonódás káros koordinatív hatásokkal sem jár: a fúzió révén csökken ugyan a piaci szereplők száma, ugyanakkor az összefonódást követően is marad több aktív piaci szereplő, amelyek azonban nem tekinthetők hasonlóknak (sem méret, sem üzletpolitika tekintetében). A koordinatív hatások ellen ható tényezőnek tekinthető az érdemi belépési korlátok hiánya is, valamint, hogy a sportszer-kiskereskedelmi piaci szereplők többirányú versenynyomásnak vannak kitéve lokálisan is az általánosabb profilú és szakosodott, illetve online és offline üzleteket üzemeltető (jellemzően országosan egységes üzletpolitikát folytató) kereskedők felől.

Vertikális hatás

- 66) 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 vevőkénti magas részesedés pedig az eladói oldali versenytársak hátrányos helyzetbe hozására teremthet lehetőséget és érdekeltséget.
- 67) A Frasers Csoport saját márkás termékei ([üzleti titok]) kizárólag a Frasers Csoport sportszer kiskereskedelmi üzleteiben kerülnek értékesítésre, ezen márkák/termékek a rendelkezésre álló információk alapján nem tekinthetők olyan jelentőségűnek, amelyek a többi kereskedő számára a piacon való érvényesüléshez szükségesek lennének, ezek kapcsán az összefonódás előtt sem merült fel piaci versenyt érintő aggály, és versenyre káros elzárkózó magatartásra okot adó körülmények felmerülése nem valószínűsíthető az összefonódás következtében sem.
- 68) A piaci szereplők magyar gyártók termékeinek forgalmazásától való elzárkózásra vonatkozó véleményével kapcsolatban az eljáró versenytanács nem vitatja, hogy egyes vállalkozások számára a partnerkapcsolat esetleges megszűnése egy országos kiskereskedővel érdemi bevételkiesést, illetve átmeneti nehézséget tud okozni, de a piaci verseny védelme csak akkor indokolhatná a versenyjogi alapú beavatkozást, ha az adott kiskereskedő piaci ereje egy adott szintet meghaladna, elzárkózásra képes és ösztönzött lenne és igazolható lenne, hogy az esetleges elzárkózása a piaci egészének szintjén káros hatással járhatna. Jelen esetben azonban ezen feltételek nem teljesülnek. Az összefonódásban részes felek együttes (valószínűsíthetően felülbecsült) piaci részesedése az országos értékesítést figyelembe véve minden szegmensben 20% alatti (amely érték jelen eljárásban a vertikális hatás szempontjából relevánsnak tekinthető országos beszerzési piaci erő jellemzésére is alkalmas), miközben az Eljárásindítási Közlemény 22. b) pont bb) alpontja ennél magasabban, 30%-ban határozza meg azt a piaci részesedés küszöbértéket, amely alatt a káros vertikális versenyhatások lehetősége nyilvánvalóan elvethető. Releváns továbbá, hogy a Hervis az általa forgalmazott magyar márkák egyikének sem kizárólagos hazai forgalmazója: ezek a gyártók/forgalmazók közvetlen

értékesítéssel és más disztribútorokkal is rendelkeznek, mind hazai, mind nemzetközi piacon. A hazai piacon van több más olyan szereplő, amelyek kínálatában jelenleg is megtalálhatóak ezek a márkák, illetve amelyek tekintetében a partneri együttműködés kialakítása, vagy megerősítése reális lehetőségnek tekinthető.²⁴

- 69) Minderre tekintettel az eljáró versenytanács nem azonosított beavatkozásra okot adó káros vertikális versenyhatást sem.

Portfólió hatás

- 70) 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.
- 71) Tekintettel arra, hogy az összefonódással érintett vállalkozások által értékesített termékkör lényegében azonos, ezért az összefonódás nem jár portfólió hatással.

Összegzés

- 72) Mindezek alapján az eljáró versenytanács – egyezően a Tpv. 71. § (2) bekezdés c) pontja szerinti vizsgálói indítvánnyal – a Tpv. 76. § (1) bekezdés aa) pontja szerinti jelen határozatában megállapította, hogy az összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacon.

VIII.

Eljárási kérdések

- 73) A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 44. §-án, illetékessége a Tpv. 45. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság hatáskörébe (Tpv. II. fejezet), illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
- 74) Az eljáró versenytanács határozatát a Tpv. 73. § (2) bekezdésének alkalmazásával előzetes álláspont készítése és tárgyalás tartása nélkül hozta meg.
- 75) A Tpv. 63. § (2) bekezdésének f) pontja szerint a 67. § (4) bekezdésének b) pontja alapján indított eljárásban az ügyintézési határidő 30 nap, ami a 63. § (1) bekezdése alapján az eljárás megindulásának napján kezdődik, amely nap azonban a Tpv. 64. § (1) bekezdése alapján a napokban megállapított határidőbe nem számít bele. Jelen esetben az eljárás 2026. január 5. napján indult. A Tpv. 63. § (8) bekezdése szerinti időtartamok, amelyek a jelen esetben összesen 100 napot jelentenek, az ügyintézési határidőbe nem számítanak be. Minderre tekintettel az ügyintézési határidő 2026. május 15. napján járna le.

²⁴ Lásd pl. a VJ/1-92/2026 sz. irat 8. kérdésre adott válasz.

- 76) A Tpv. 81/A. §-a 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.
- 77) Az Ákr. 112. §-a 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 jogorvoslattal nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
- 78) A közigazgatási per szabályait a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg.
- 79) 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 a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól szóló 2023. évi CIII. törvény (a továbbiakban: Dáptv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – a Dáptv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.
- 80) A Dáptv. 19. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és az ügyfél jogi képviselője.
- 81) 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.
- 82) A Kp. 39. § (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs.

Budapest, 2026. május 13.

dr. Dudra Attila
előadó versenytanács tag

dr. Ay Zoltán Nándor
versenytanács tag

Váczai Nóra
versenytanács tag