



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1391, Budapest 62. Pf. 211.
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/3/2019.
Iktatószám: VJ/3-88/2019.

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.), a Horányi Ügyvédi Iroda és a Mezei Péter Ügyvédi Iroda 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 **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. 9012 Győr, Királyszék utca 33. alatt lévő üzletében 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 és előzményei

Előzmények

- 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, Dunaújváros,

Kaposvár és Tatabánya településeken lévő egy-egy Tesco üzletre nézve további, üzlet-specifikus kérdéseket szabályozó Kiegészítő Megállapodásokat is kötött.

- 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 VJ/34/2018. ügyszámon versenyfelügyeleti eljárást indított a Tpv. 67. § (4) bekezdése b) pontjának első fordulója 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) A Media Markt Retail a VJ/34/2018. számú eljárás vizsgálati szakaszában [Tpv. 47. § (2) bekezdés] 2018. december 19-én bejelentette, hogy a Tesco-val közösen úgy döntöttek, hogy a Győr, Királyszerék utca 33. szám alatti (a továbbiakban: győri) Tesco-üzletre vonatkozó Kiegészítő Megállapodást visszamenőleges hatállyal felbontják. Erre tekintettel az eljáró versenytanács a Bérleti Keretszerződést és a hatályban maradt Kiegészítő Megállapodásokat vizsgálta, és 2019. január 11-én kelt VJ/34-68/2018. számú határozatában megállapította, hogy azok révén összefonódás valósul meg, amely azonban nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacokon.

A jelen eljárás

- 5) 2019. január 29. napján a Media Markt Retail és a Tesco a Tesco győri üzlete tekintetében új – a felbontottal [lásd 4) pont] azonos tartalmú - Kiegészítő Megállapodást (a továbbiakban a Bérleti Keretszerződéssel együtt: Szerződés) kötöttek, amely, mivel arra nem vonatkozik a Tpv. 29. § (1) bekezdése szerinti végrehajtási tilalom, az aláírást követően második naptári napon hatályosult.
- 6) A Media Markt Retail a Gazdasági Versenyhivatalhoz 2019. február 1-jén az 5) pont szerinti ügyletet - mint a vállalkozásrész megszerzésével megvalósuló összefonódást - bejelentette a Tpv. 43/J. § (1) bekezdése szerint a Tpv. 24. § (4) bekezdése alapján.
- 7) A Gazdasági Versenyhivatal 2019. február 7-én a bejelentett ügylet vizsgálatára versenyfelügyeleti eljárást indított a Tpv. 67. § (4) bekezdésének a) pontja alapján, mert az összefonódás bejelentésben foglaltak alapján nem volt nyilvánvaló, hogy az összefonódás az érintett piacon nem eredményezi a verseny jelentős mértékű csökkenését. A VJ/34/2018. számú eljárásban beszerzett adatok alapján ugyanis van olyan reálisan szóba jöhető érintett piac (a műszaki fogyasztás cikkek offline kiskereskedelmi értékesítése Győr és vonzáskörzetében), amelyen az összefonódással érintett vállalkozások együttes részesedése, illetve annak az összefonódásból fakadó növekedése is meghaladja azokat a mértékeket (20, illetve 5 százalék), amelyek felett a Gazdasági Versenyhivatal gyakorlata¹

¹ A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 7/2017. közleménye az összefonódás-bejelentési kötelezettség, az összefonódás vizsgálatára irányuló versenyfelügyeleti

alapján nem zárható ki nyilvánvalóan, hogy az összefonódás nem jár káros horizontális hatással.

- 8) Az eljárás vizsgálati szakaszának [Tpvt. 47. § (1) bekezdés] lezárásaként a vizsgáló a Tpvt. 71. § (2) bekezdése pontja szerinti vizsgálati jelentésben² indítványozta annak megállapítását, hogy a bejelentett összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacon.
- 9) Az eljáró versenytanács a vizsgálati jelentés és az eljárás egyéb iratai alapján megállapította, hogy a tényállás tisztázásához – mindenekelőtt az összefonódásnak a műszaki fogyasztási cikkek áraira Győrben gyakorolt hatása tekintetében - további vizsgálatra van szükség, ezért a Tpvt. 72. § (1) bekezdése alapján az iratokat visszaadta vizsgálónak.³
- 10) Az előzőekre tekintettel a Tpvt. 47. § (2) bekezdése szerint folytatódott az eljárás vizsgálati szakasza, melynek során a vizsgáló a várható árhatások tisztázása érdekében meghallgatta a Media Markt Retail képviselőit,⁴ valamint adatszolgáltatásra hívta fel a Media Markt Retail-t.⁵
- 11) Az eljárás folytatása során végzett további vizsgálati cselekmények révén beszerzett információk alapján a vizsgáló a kiegészítő vizsgálati jelentésben⁶ változatlanul annak megállapítását indítványozta, hogy a bejelentett összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacon.
- 12) 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.

II.

Az összefonódás résztvevői

A Ceconomy Csoport

- 13) A 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,

eljárás megindítása, valamint az eljárás teljes körűvé nyilvánítása esetén alkalmazandó”nem nyilvánvalóság” feltételről (a továbbiakban: 7/2017. Közlemény).b) pontjának ba) alpontja és c) pontjának ca) alpontja.

² VJ/3-68/2019. számú vizsgálati jelentés.

³ VJ/3-69/2019. számú végzés.

⁴ VJ/3-74/2019. számú jegyzőkönyv.

⁵ VJ/3-75/2019. számú végzés.

⁶ VJ/3-82/2019. számú kiegészítő vizsgálati jelentés

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.

- 14) 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.
- 15) Az előzőeken túlmenően a Media Markt Retail számára a VJ/34-68/2018. számú határozat alapján 2019. január 11.-étől megnyílt a lehetősége arra, hogy Budapest, Veszprém, Sopron, Baja, Esztergom, Szekszárd, Dunaújváros, Kaposvár, és Tatabánya településeken a VJ/34-68/2018. számú határozatban megjelölt Tesco üzletekben műszaki fogyasztási cikket árúsítson.
- 16) A Ceconomy Csoport 2016. szeptember óta a győri Tesco üzleten belül a Tesco-tól bérelt területen is forgalmaz műszaki fogyasztási cikket. A két fél az erre vonatkozó bérleti szerződést 1 éves időtartamra kötötte, melyet azonban három alkalommal (mindegyik esetben egy évnél rövidebb időtartammal) meghosszabbították. A feleknek a jelen eljárás tárgyát képező Szerződés megkötésével egyidejű megállapodása szerint ezek a bérleti szerződések a Szerződés hatálybalépését megelőző napon megszűnnek.
- 17) A Ceconomy Csoportnak a vállalkozáscsoporthoz tartozó vállalkozások közötti forgalom nélkül számított nettó árbevétele, továbbá a 15) pont szerinti Tesco-üzletek nettó árbevétele együttesen Magyarország területén az utolsó hitelesen lezárt (2017.) üzleti évben meghaladta a 15 milliárd forintot.

A Győri SIS

- 18) A Tesco a győri üzletében 2016. szeptembert megelőzően 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, szájápolás, 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).
- 19) A Szerződés értelmében a Media Markt Retail tartósan átveszi a Termékek értékesítését a győri Tesco üzlet 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-ben 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 saját pénztárakkal és ügyfélszolgálattal rendelkezik. A Tesco biztosítja ugyanakkor a győri üzlete egészére (beleértve a SIS-t is) a takarítást és a biztonsági szolgálatot, és a Tesco a SIS-re is kiterjedően rendelkezik biztosítással. A Media Markt Retail az elért forgalommal arányos bérleti díjat fizet a Tesco részére.
- 20) A Tesco a Termékeknek a győri üzletében (a továbbiakban: Győri SIS) történt értékesítéséből Magyarország területén az utolsó hitelesen lezárt (2017.) üzleti évben 1 milliárd forintnál kevesebb nettó árbevételt ért el.

III.

A műszaki fogyasztási cikkek kiskereskedelmi forgalmazásának főbb jellemzői

- 21) 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 Győri SIS (csakúgy, mint a többi Tesco üzlet) kizárólag offline módon értékesíti a műszaki fogyasztási cikkeket.
- 22) A műszaki fogyasztási cikkek országos forgalmának túlnyomó része az azok értékesítésre specializálódott, offline és online, illetve csak online vagy csak offline 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 online értékesítést is végez. Több olyan vállalkozás is van, amelyek offline és online is értékesítenek műszaki fogyasztási cikkeket. Ezek közül a legjelentősebb az Extreme Digital Zrt. (a továbbiakban: Extreme Digital), de nem elhanyagolható mértékű országos forgalommal rendelkezik a Biri-Ker Kft. (a továbbiakban: Biri-ker), a MŰSZAKI-PONT 2009 Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Műszaki-pont), továbbá a nevét viselő franchise hálózaton keresztül a BestByte Kft. (a továbbiakban: BestByte). Működnek olyan vállalkozások is [Aqua Optima Kft. (a továbbiakban: Aqua), 220volt Magyarország Kft. (a továbbiakban: 220volt)], amelyek a tevékenységük túlnyomó hányadot kitevő online értékesítés mellett egyes településeken offline is értékesítenek. Továbbá vannak olyan vállalkozások, amelyek kizárólag online értékesítenek [Internet Mall Hungary Kft. (a továbbiakban: Mall), Alza.hu

Kft. (a továbbiakban: Alza), S.C. DANTE INTERNATIONAL S.A. (a továbbiakban Emag)].

- 23) A műszaki fogyasztási cikkek forgalmának kisebb hányadát a kereskedelmi láncok [Tesco, Auchan Magyarország Kft. (a továbbiakban: Auchan), Spar Magyarország Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Spar) METRO Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Metro)] bonyolítják, az utóbbi kivételével teljes egészében offline módon.
- 24) A műszaki fogyasztási cikkeket forgalmazó vállalkozások termékcsoport szinten [lásd 18) pont] jellemzően azok teljes választékát forgalmazzák.
- 25) Az előzőekben említett vállalkozások, a Tesconak a győri üzletén kívüli üzletei, valamint a Ceconomy Csoport és a Győri SIS együttes 2018. évi, a műszaki fogyasztási cikkek magyarországi értékesítéséből származó árbevételéből a Ceconomy-csoport 30-40 százalékkal (ezen belül az offline értékesítés esetében 40-50 százalékkal), a Győri SIS pedig a teljes és az offline értékesítésből is 1 százalék alatti mértékben részesedett.⁷
- 26) Győr és vonzáskörzetében a Ceconomy- csoport és a Győri SIS együttes részesedése 60 százalék körüli volt a 2018. évi teljes és azon belül az offline műszaki fogyasztási cikk értékesítés esetében is. Ezen belül azonban a Győri SIS részesedése az offline piacon (és mivel online módon nem értékesít az offline és online egységes piacon is) alacsonyabb volt, mint 1 százalék. A fent említett vállalkozások (az Auchan kivételével) Győr és vonzáskörzetében is jelen vannak, közülük a legjelentősebb az Euronics, melynek részesedése 10-20 százalék közötti volt a teljes és azon belül az offline értékesítés esetében is, a másik jelentősebb, helyi offline üzlettel is rendelkező szereplő pedig az Extreme Digital 0-10 százalék közötti részesedést ért el (2015 és 2018 években is).
- 27) A rövid távú bérleti szerződés 2016. szeptemberi megkötését megelőző utolsó (2015.) évben Győr és vonzáskörzetében a Ceconomy Csoport részesedése a műszaki fogyasztási cikkek teljes forgalmából és azon belül offline értékesítése esetében is 40-50 százalék között volt. A Győri SIS részesedése pedig csekély mértékben meghaladta az 5 százalékot.

IV.

A Ceconomy Csoport árazási gyakorlata

- 28) A Ceconomy Csoport [ÜZLETI TITOK] árazási gyakorlata szerint a műszaki fogyasztási cikkek valamennyi kategóriájában meghatározza azokat a termékeket (un. Listázott termékek), melyekre nézve az egyes Media Markt üzletek által érvényesítendő árakat központilag határozzák meg. [ÜZLETI TITOK]
- 29) A Media Markt online áruházban és az offline áruházakban is megtalálható Listázott termékek, melyek az offline áruházakban egységesen kerülnek árazásra, az online áruházban is offline áron szerepelnek.

⁷ A határozatban szereplő piaci részesedési adatok a jelen eljárásban és VJ/34/2018. számú eljárásban az ügyfelek és a megkeresett versenytársak [lásd 34) pont] által szolgáltatott forgalmi adatok alapján kerültek meghatározásra.

- 30) A Ceconomy Csoport által központilag szervezett akciókra nézve minden esetben megtörténik a harmonizáció az offline és az online értékesítés között, és a központilag szervezett akciók betartása kötelező.
- 31) A Ceconomy Csoport az árak kialakításakor a külső piaci körülményeket, a saját belső (pl. jövedelmezőségi) elvárásait és a termék tulajdonságait veszi figyelembe. [ÜZLETI TITOK]
- 32) [ÜZLETI TITOK]
- 33) [ÜZLETI TITOK]

V.

A versenytársak véleménye az összefonódásról

- 34) A vizsgáló a jelen eljárásban a Tptv. 64/B. § (6) bekezdése alapján 11 műszaki fogyasztási cikket forgalmazó vállalkozástól (Euronics, Extreme Digital, Spar, Metro, Aqua, 220volt, Mall, Biriker Műszaki-pont, BestByte, Emag) kért felvilágosítást a tényállás tisztázásához.
- 35) A megkeresés kiterjedt a vállalkozások győri értékesítési adataira offline és online bontásban 2015.-2018. évekre; a műszaki fogyasztási cikkek érintett áru- és földrajzi piacának meghatározásával⁸ és az azokon folyó versennyel kapcsolatos kérdésekre; valamint az összefonódásnak a versenyre gyakorolt várható hatásával kapcsolatos véleményükre. A megkeresett vállalkozások mindegyike teljes körben válaszolt a feltett kérdésekre
- 36) Az *érintett árupiac* tekintetében a műszaki fogyasztási cikkek kiskereskedelmi értékesítésének értékesítési csatornák (offline, online) szerinti elkülönítése az érdemi nyilatkozatot tevő vállalkozások érezhetően nagyobb hányada szerint nem indokolt. Több nyilatkozó kiemelte ezzel összefüggésben, hogy az egyre inkább elterjedő ár-összehasonlító oldalak segítségével az online és az offline értékesítést végző vállalkozások árai is összehasonlíthatóak a fogyasztók számára.
- 37) Az előzőekkel szemben az Euronics, a 220 volt és a Metro 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 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.⁹ A Metro¹⁰ és a 220volt¹¹ elsősorban a két értékesítési formának a fogyasztók szempontjából meglévő eltéréseire hivatkozott: az online értékesítés specialitása, hogy földrajzi kötöttségek nélküli

⁸ Ezzel kapcsolatosan csak a Metro, a Biri-ker, a Műszaki-pont, a BestByte és az Emag véleménye került a jelen eljárásban kikérésre, mert a többi vállalkozás ebben a kérdésben a VJ/34/2018. számú eljárásban már tett nyilatkozatot, ami a jelen eljárásban is figyelembe vehető volt, csakúgy, mint a jelen eljárásban nem megkeresett Alza nyilatkozata (VJ/34-42/2018.).

⁹ VJ/34-30/2018. számú adatszolgáltatás.

¹⁰ VJ/3-36/2019. számú adatszolgáltatás.

¹¹ VJ/34-31/2018. számú adatszolgáltatást.

hozzáférést tesz lehetővé, az offline értékesítés viszont a vásárláshoz nyújtott szakértelmet és az áru „tapinthatóságát” biztosítja.

- 38) A műszaki fogyasztási cikkek belüli egyes termékcsoportok [lásd 18) pont] elkülönült árupiacokként történő kezelését egyik megkeresett vállalkozás sem vetette fel. Az Euronics azonban indokoltnak tartja a műszaki fogyasztási cikkek belüli elkülönült árupiacként 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.¹²
- 39) Az érintett földrajzi piac tekintetében a nyilatkozók szintén érezhetően nagyobb hányada Magyarország egészére kiterjedő piac mellett érvelt. Több megkérdezett is kiemelte, hogy a legtöbb online értékesítő vállalkozás országosan vállal kiszállítást, és a szállítási díj nem a távolságtól, hanem a termék méretétől, súlyától függ. Hivatkoztak arra is, hogy esetenként vannak ugyan egy-egy offline áruházra vonatkozó akciók, ezek azonban a teljes értékesítési mennyiséghez képest elhanyagolható mértékűek, egy-egy vállalkozás árai az offline értékesítés esetén is jellemzően országosan egységesek.
- 40) Helyi (település és vonzaskörzete) földrajzi piac mellett egyértelműen csak az Euronics és a Metro érvelt, de mindketten csak az offline értékesítés tekintetében.
- 41) A megkeresett vállalkozások egyöntetűen úgy nyilatkoztak, hogy a műszaki fogyasztási cikkek kiskereskedelmében erős a verseny, ami hatványozottan igaz Győr városára nézve, ahol több online kereskedő rendelkezik offline áruházzal is. Több vállalkozás szerint a versenyt erősíti az is, hogy az ár-összehasonlító programok elterjedése következtében az amúgy is árérzékeny magyar fogyasztók egyszerűen hozzáférhetnek a versenytársak ajánlataihoz, és azokat egymással összevetve hozhatják meg vásárlási döntéseiket.
- 42) Az ügylet várható versenyhatásai tekintetében a megkeresett vállalkozások - a kizárólag online forgalmazó Mall kivételével - különböző súllyal, de egyértelműen negatív versenyhatásokat valószínűsítettek.
- 43) Az Euronics¹³ és az Extreme Digital¹⁴ mindenképp arra hivatkoztak, hogy a győri Tesco-ba betérő nagyszámú vásárló olyan mértékű többlet forgalmat biztosítana a Ceconomy Csoport részére, amelyet hagyományos kereskedelmi és marketing eszközökkel nem lenne képes elérni. Az Euronics a Ceconomy Csoport piaci részesedésének ebből fakadó jelentős növekedésére tekintettel az árak emelkedését valószínűsítette, és a negatív versenyhatásokat összességében olyan súlyúnak értékelte, hogy „kérte” az összefonódás megtiltását. A 220v¹⁵ negatív hatásként értékelte a verseny várható erősödését, illetve az árak csökkenését, kiemelve, hogy ez különösen a kisebb vállalkozások számára jelent majd hátrányt.
- 44) A jelen megkeresés kapcsán Spar csak utalt rá, de a VJ/34/2018. számú eljárásban részletesen is kifejtette, hogy a Ceconomy Csoportnak a műszaki fogyasztási cikkek értékesítése tekintetében a fogyasztók számára a Tesco által jelenleg alkalmazottnál „vonzóbb” körülményei (szélesebb választék, szaktudás, az értékesítéshez kapcsolódó

¹² VJ/34-30/2018. számú adatszolgáltatás 3. pont.

¹³ VJ/3-33/2019.

¹⁴ VJ/3-34/2019.

¹⁵ VJ/3-35/2019.

szolgáltatások) növelheti a Tesco termékei iránti keresletet is, mely hatás – hasonlóan az Euronics és az Extreme Digital által hivatkozotthoz – másik irányban is jelentkezik majd.¹⁶

VI.

Bejelentési kötelezettség

Összefonódás

- 45) A Tpv. 23. § (1) bekezdés b) pontja értelmében vállalkozások összefonódása jön létre, ha a vállalkozás vállalkozásrésze a vállalkozástól független másik vállalkozás részévé válik.
- 46) A Tpv. 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.
- 47) 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. Tpv. 23. § (5) bekezdése: „a megszerző vállalkozás rendelkezésére álló eszközökkel és jogokkal együtt”] képes lesz tovább folytatni az ingatlanban korábban végzett tevékenységet.”¹⁷*
- 48) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Győri SIS az előzőek szerinti feltételeknek megfelel. Egyrészt olyan termékeket foglal magában, amelyeket a Ceconomy Csoport jelenleg is értékesít, így számára azoknak a Győri SIS-ben 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.¹⁸ Másrészt a Ceconomy Csoport a Győri SIS-ben általa folytathatóval azonos jelenlegi tevékenységére tekintettel minden kétséget kizáróan rendelkezik azokkal az alapvető feltételekkel (know-how, szakemberek, beszerzési kapcsolatrendszer), amelyek biztosítják számára a Győri SIS eddigi tevékenységének (műszaki fogyasztási cikkek értékesítése) rövid időn belüli (a rövidtávú bérleti szerződésekre tekintettel gyakorlatilag azonnali) folytatását.
- 49) A jelen ügylet sajátossága ugyanakkor, hogy – szemben az eddigi versenyfelügyeleti eljárásokban vizsgált esetekkel – a Győri SIS esetében nem önálló üzletek bérléséről van szó, hanem az üzleten belüli eladó- és raktár területek bérléséről. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ilyen esetben azt is vizsgálni kell, hogy a Vevő (jelen esetben a Media

¹⁶ VJ/3-37/2019. és VJ/34-17/2018. Hasonló negatív hatást vetett fel a VJ/34/2018. számú eljárásban a jelen eljárásban nem megkeresett Auchan (VJ/34-33/2018.)

¹⁷ 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.

¹⁸ Lásd: uo. 101. pont.

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

- 50) A Szerződésben foglaltak alapján a Media Markt Retail a Győri SIS-ben 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 ingatlan egészére vehetők igénybe (takarítás, biztonsági szolgálat, biztosítás).
- 51) Mindezek alapján a Győri SIS, annak a Media Markt Retail általi megszerzése esetén vállalkozásrésznek, és így az 5) pont szerinti ügylet vállalkozások összefonódásának minősül, figyelemmel arra is, hogy az a Versenytanács gyakorlata¹⁹ szerint a piaci struktúrának a tartós változását eredményezi, mert a Szerződés legalább 5 éves időtartamra jött létre, mely rendes felmondással nem szüntethető meg.
- 52) Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a Ceconomy Csoport és a Tesco között 2016. szeptemberben, a fenti üzletekben műszaki fogyasztási cikkeknek a Ceconomy Csoport általi értékesítése céljából kötött bérleti szerződések a Versenytanács gyakorlata²⁰ szerint rövid határidejükre tekintettel nem eredményeztek tartós strukturális változást, és így nem minősültek összefonódásnak, a tartós strukturális változás ezen üzletek, így a Győri SIS tekintetében is csak a Szerződés révén következett be.²¹

Küszöbértékek

- 53) A Tpv. 24. § (4) bekezdése szerint a Tpv. 24. § (1)-(3) bekezdése alapján bejelentési kötelezettség alá nem tartozó összefonódást is be kell jelenteni a Gazdasági Versenyhivatalnál, ha nem nyilvánvaló, hogy az nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacon (Tpv. 14 §), különösen gazdasági erőfölény létrehozása vagy megerősítése következményeként, és ha valamennyi érintett vállalkozáscsoport, valamint az érintett vállalkozáscsoportok tagjai és más vállalkozások által közösen irányított vállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevétele együttesen az öt milliárd forintot meghaladja.
- 54) 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 áruból 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.

¹⁹ Lásd: uo. 19. pont.

²⁰ Lásd: uo. és vö.: VJ/85-13/2014. számú határozat.

²¹ Lásd: VJ/34-68/2018 sz. határozat 38. pont.

- 55) A Tpv. 26. § (1) bekezdése értelmében érintett vállalkozások az összefonódásban közvetlenül és közvetetten részvevő 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, melynek a vállalkozásrész a részévé válik. A (3) bekezdés szerint közvetett résztvevők azon vállalkozáscsoport [Tpv. 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.
- 56) Az előzőek alapján a jelen összefonódás közvetlen résztvevőjének minősül a Győri SIS, valamint a Media Markt Retail, melynek részévé válik. Az összefonódással érintett vállalkozáscsoportoknak pedig a Ceconomy Csoport és a Győri SIS minősül.
- 57) Az összefonódással érintett fenti két vállalkozáscsoportnak az összefonódás időpontjához képest utolsó hitelesen lezárt (2017.) üzleti évben a Tpv. fent hivatkozott rendelkezései szerint számított nettó árbevétele együttesen meghaladta az 5 milliárd forintot, ezért az összefonódás bejelentésének ez a feltétele teljesül.
- 58) A Tpv. 24. § (4) bekezdése szerinti bejelentési kötelezettség másik feltételét (nem nyilvánvaló, hogy nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt) a jelen versenyfelügyeleti eljárásban az eljáró versenytanácsnak már nem kellett külön vizsgálni, az ugyanis eleve feltétele volt az eljárásnak a Tpv. 67. § (4) bekezdésének a) pontja alapján – az eljáró versenytanács egyetértésével – történt megindításának.

VII.

Az összefonódás értékelése

- 59) A Tpv. eddigi alkalmazási tapasztalatai alapján a Versenytanács az összefonódás horizontális, vertikális és portfólió hatásait vizsgálja a 7/2017. Közleményben foglaltakat is figyelembe véve.
- 60) 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

- 61) A Tpv. 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.

- 62) 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

- 63) 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.
- 64) Az eljáró versenytanács ugyanakkor szükségtelennek tartotta annak eldöntését, hogy a műszaki fogyasztási cikkek offline és az online értékesítése azonos áru piachoz tartozik-e, miként azt sem, hogy a rendszer integrátorok és telefonspecialisták [lásd 38) pont] által értékesített műszaki fogyasztási cikkek elkülönült áru piacot alkotnak-e a műszaki fogyasztási cikkek értékesítésén 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

- 65) 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 Győr és vonzáskörzete, ahol a Győri SIS elhelyezkedik. 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 alkot, az eljáró versenytanács Magyarország egész területét tekintette érintett földrajzi piacnak.

A beavatkozásra okot adó versenyhatások hiánya

Horizontális hatás

- 66) 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).
- 67) Az 7/2107. Közlemény 22. ba) pontja szerint nem zárható ki egyértelműen, hogy egy összefonódás a verseny jelentős mértékű csökkenésével járjon, ha az összefonódó vállalkozáscsoportok együttes részesedése valamely érintett piacon meghaladja a 20 százalékot. Ez alól azonban az 7/2017. 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 gyakorlatával²² – a Herfindal-Hirschmann index (HHI)²³ az összefonódás után 1000 alatt marad vagy 1000 és 2000 közé esik, de növekménye²⁴ kevesebb, mint 250 vagy nagyobb ugyan, mint 2000, de növekménye kevesebb, mint 150.”

- 68) A Ceconomy Csoport és a Győri SIS azonos tevékenysége a műszaki fogyasztási cikkek offline értékesítése (mivel a Győri SIS online értékesítést nem végez). A műszaki fogyasztási cikkek értékesítését 2016. szeptember óta rövid távú bérleti szerződések alapján a győri Tesco üzletben a Ceconomy Csoport végzi. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy az összefonódások ellenőrzése során a GVH előrettekintő jelleggel a tartós strukturális változások versenyre gyakorolt jövőbeli hatását értékeli és a döntéshozatalkor fennálló tények alapján köteles határozni.²⁵ Azaz a piacról, az érintett felek magatartásáról rendelkezésre álló, a tranzakció létrejöttéhez képest korábbi, illetve a vizsgálat által feltárt aktuális, de a döntés időpontjához képest szintén korábbi tények alapján állapítja meg a tranzakció valószínűsíthető (a tények alapján a legrealisabb, de az előrettekintés miatt szükségszerűen becsült) versenyhatásait: az érintett piaci árak és minőségi feltételek várható alakulását. A Tpv. 24. § (4) bekezdése alapján vizsgált összefonódások speciálisak abból a szempontból, hogy nem vonatkozik rájuk a Tpv. 29. §-a szerinti végrehajtási tilalom, azaz az ilyen ügyek esetében már lehetőség nyílik a már végrehajtott tranzakció hatásainak tényszerű figyelembe vételére, ha nem merül fel kétség a tapasztalt piaci fejlemények tartóssága kapcsán, vagy az hogy azokat (pl. a piacon alkalmazott árakat, feltételeket) a felek éppen az összefonódás-ellenőrzés kikerülése, a GVH beavatkozásának megelőzése érdekében alakították. Jelen tranzakció, és valamennyi olyan tranzakció, amelyek esetében a tartósnak tekinthető (és ekként összefonódásnak minősülő) strukturális változást egy rövid távú megállapodás alapján (és ekként a GVH által összefonódásként nem, legfeljebb a Tpv. IV. fejezete alapján vizsgálható), de egyébként azonos piacon és lényegében azonos tevékenység végzése előzi meg szintén speciális a versenyhatások értékelése szempontjából. A rövid távú szerződésen alapuló piaci magatartás és piaci viszonyok alakulása ezen időszakban ugyanis a formálisan csak a később (a tartósság rögzítésével) létrejövő összefonódás tesztidőszakának tekinthető, ha nem merül fel, hogy ezen időszakra vonatkozó piaci tényeket a felek az összefonódás-ellenőrzés lehetőségére tekintettel alakították (torzították) és az sem igazolható, hogy az összefonódásnak tekinthető megállapodás rögzítése érdemben változtatna a piaci viszonyokon, illetve az összefonódásban részes felek magatartásán. Azaz az ilyen

²² A Bizottság (2004/C 31/03) Iránymutatása a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerinti horizontális összefonódások értékeléséről, 20. pont.

²³ Az érintett piacon jelen lévő vállalkozások százalékos érintett piaci részesedéseinek négyzetösszege.

²⁴ 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: $2 \times 25 \times 2 = 100$).

²⁵ Lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.604/2011/7 sz. ítéletét, valamint Elvi jelentőségű döntések 2018., 30.20. pont.

összefonódások piaci hatásának értékelésekor fentiek szerint figyelembe kell venni az összefonódásnak még nem tekintető megállapodáson alapuló tesztidőszakra vonatkozó tényeket. Jelen esetben az eljáró versenytanács a Ceconomy Csoport rövid távú bérleti szerződésen alapuló győri betelepülése óta eltelt időszakot, mivel annak kapcsán nem merültek fel a fentebb említett aggályok, a jelen eljárásban vizsgált összefonódás hatásait megfelelően jellemző tesztidőszaknak tekintette.

- 69) Az összefonódás horizontális hatásának értékelésekor az eljáró versenytanács a fentiekre is tekintettel figyelembe vette az utolsó olyan teljes (2015.) év piaci részesedéseit is, amely évben még nem élt a rövid távú bérleti szerződés, és ehhez képest arra az időszakra vonatkozó tényeket is, amelyben a Győri SIS műszaki fogyasztási cikk forgalma már a Ceconomy Csoportnál jelentkezett.
- 70) A Ceconomy Csoport és a Győri SIS előzőek szerint számított együttes piaci részesedése *Magyarországon*, továbbá azon belül Győr és vonzáskörzete esetében is lényegesen meghaladja a 20 százalékot. Ezen belül azonban a Győri SIS részesedése Magyarországon kevesebb volt, mint 1 százalék, ami azt jelenti, hogy a HHI növekménye kevesebb, mint 150.²⁶ Erre tekintettel *elkülönült offline érintett árupiacot feltételezve az országos földrajzi piacon egyértelműen nem kell káros horizontális hatással számolni.*
- 71) *Győr és vonzáskörzete* esetében a Győri SIS tartós piaci változást kifejező 2015. évi piaci részesedése az offline értékesítés tekintetében, ha csekély mértékben is, de meghaladta az 5 százalékot. Az eljáró versenytanács azonban az alábbiakban részletezett körülményeket is figyelembe vette annak értékelésekor, hogy Győr és vonzáskörzetének offline értékesítése esetében kell-e káros horizontális hatással számolni.
- 72) Az online és offline kereskedelmi tevékenységet egyaránt végző, műszaki cikkekre szakosodott Ceconomy Csoport nem egy hasonló, műszaki cikkekre szakosodott online és offline is aktív versenytársa pozícióját szerzi meg a vizsgált tranzakció révén, hanem egy széles profilú kereskedő csak offline formában végzett műszaki cikk kereskedelmi tevékenységének helyszínét veszi át. Ez a különbség azt is jelenti, hogy kettejük között csak távolabbi versenytársi viszony azonosítható, amit alátámaszt az is, hogy a Media Markt árazási rendszerében [ÜZLETI TITOK].
- 73) Lényeges körülmény továbbá, hogy nagyszámú offline versenytárs (Euronics, Extreme Digital, Biri-ker, Műszaki-pont, Spar, Metro, valamint a BestByte franchise üzletek) van jelen Győrben, melyek közül az országos hálózattal rendelkező Euronics és a szintén az ország számos településén jelen lévő Extreme Digital várhatóan érezhető versenynyomást fejthetnek ki a jövőben is Győrben a Ceconomy Csoportra.
- 74) Másrészt az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra a – megkeresett vállalkozások többsége által említett – körülményre, hogy a fogyasztók kifejezetten árérzékenyek, és tájékozódásukat az egyre inkább terjedő ár-összehasonlító oldalak is segítik.
- 75) Emellett, még ha az online értékesítés elkülönült árupiacot alkotna is az offline értékesítéstől, arra kifejt bizonyos mértékű versenyhatást. Azt, hogy ez a hatás nem elhanyagolható mértékű egyértelműen jelzi, hogy a műszaki fogyasztási cikkek értékesítésének megkeresett és nyilatkozó szereplői érezhető többsége az offline és az

²⁶ A piaci részesedések felső határaival számolva Magyarország esetében: $2 \times 50 \times 1 = 100$.

online értékesítést azonos árupiacokhoz tartozónak tekinti. Az online értékesítés versenyző jellegét az egyes esetlegesen elkülönült földrajzi piacokon erősíti az a szintén több megkeresett vállalkozás által hivatkozott körülmény, hogy az online értékesítők országosan azonos árak mellett vállalják a termékek kiszállítását. Az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra is, hogy az Euronics véleménye szerint az offline értékesítéshez képest lényegesen alacsonyabb belépési korlátokkal jellemezhető az online értékesítés, ami a jövőben tovább erősítheti az előzőekben említett versenynyomást. Győr és vonzáskörzete esetében mindez fokozottan igaz, figyelemmel arra az Euronics által hivatkozott körülményre, hogy Győr-Moson-Sopron megyében az országos átlagnál lényegesen magasabb az online vásárlók aránya [lásd 37) pont].

- 76) Végezetül szintén versenynyomást jelenthet a feltételezett helyi földrajzi piacokon (így Győr és vonzáskörzete esetében is) az, hogy a megkeresett versenytársak nyilatkozataiból arra lehet következtetni, hogy az offline értékesítés esetében is alapvetően országos méretű piacban gondolkoznak, és jellemzően országos árazást folytatnak.
- 77) Az előzőekben részletezett, a Ceconomy Csoporttól független (külső, elsősorban strukturális) körülményeken túlmenően az eljáró versenytanács figyelemmel jelen összefonódás fentebb (lásd 68) pont) kifejtett értelemben vett tesztidőszakára vonatkozó, valamint az összefonódás 2019. évi végrehajtását követő tényekre is. A Ceconomy Csoport az összefonódás tesztidőszakában néhány százalékkal²⁷ nagyobb piaci részesedést ért el a Tesco értékesítési területén, a Tesco által elért korábbi részesedéshez képest. Ez a néhány százalékos növekedés azonban - az alábbiakra is tekintettel - a Ceconomy Csoport (azaz a MediaMarkt), mint szakkereskedő egyfajta, fogyasztók által elismert előnyét is jellemezheti (amely fakadhat a műszaki termékek szélesebb választékából, szakszerű kiszolgálásból stb.). A Ceconomy Csoport ugyanis ebben a tesztidőszakban, már 2017 októberétől kezdődően a műszaki fogyasztási cikkek egyre bővülő körében az offline áruházaiiban egységes árakat kezdett alkalmazni és alkalmaz jelenleg is, és ezeknek a termékeknek az online értékesítése esetén is ugyanezeket az árakat érvényesíti. Ezen időszakra vonatkozó tények alapján tehát megállapítható, hogy az országos versenynyomás a lokális piacon is kellőképpen érvényesül és korlátozza a Ceconomy Csoport piaci magatartását, vagyis a lokálisan értelmezett piacra kalkulált piaci részesedése és annak változása nem eredményezte a lokális versenyfeltételek hátrányos változását. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a Ceconomy Csoportnak az előzőek szerinti gyakorlatát annak ellenére a káros versenyhatások felmerülése ellen ható lényeges körülménynek tekintette, hogy az a Ceconomy Csoport tesztidőszaki és jelenlegi árazása saját (így elvileg megváltoztatható) döntése. Az alkalmazott „országos” árazási megoldás ugyanis összhangban van a főbb versenytársak által a műszaki fogyasztási cikkek kiskereskedelmi értékesítésének jellemzőivel tett nyilatkozataival és ekként a piaci körülményekre adott olyan válasznak tekinthető, amely elvileg megváltoztatható, de a piaci kényszerek miatt jelen eljárásban vizsgált tranzakciótól független (azaz nem merült fel, hogy az az összefonódás ellenőrzés lehetőségére tekintettel alkalmazott megoldás lenne) és

²⁷ A Ceconomy Csoport és a Tesco 2015. évben a műszaki fogyasztási cikkek győri offline értékesítéséből még együttesen [ÜZLETI TITOK] százalékponttal alacsonyabb mértékben részesedett, mint 2018-ban, amikor a Ceconomy Csoport a rövid távú bérleti szerződés alapján a győri Tesco üzletben értékesített.

valószínűsíthetően tartós lépés. Azaz jelen összefonódás káros hatásai annak tesztidőszakának és a végrehajtásának tapasztalati tényei alapján is elvethetőek.

- 78) Az országos árazásra vonatkozó információk egyben – jóllehet az eljáró versenytanács a jelen ügyben nem látta szükségesnek az érintett piac egyértelmű meghatározását – azt is jelentik, hogy nem zárható ki teljes egyértelműséggel, hogy a műszaki fogyasztási cikkek offline és online értékesítése egységes érintett árupiacnak minősül, mely tekintetében az érintett földrajzi piac Magyarország egész területe.
- 79) A fentebb részletezett körülményekre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint *Győr és vonzáskörzetének műszaki fogyasztási cikk offline értékesítése, mint szóba jöhető legszűkebb érintett piac tekintetében sem kell beavatkozásra okot adó káros horizontális hatással számolni.*
- 80) Műszaki fogyasztási cikkek *online értékesítését* a Győri SIS nem végzi, ezért ezen az esetlegesen elkülönült árupiacon nem kell horizontális hatással számolni. Annak feltételezése esetén azonban, hogy az *offline és az online értékesítés egységes árupiacnak minősül*, már számolni kell horizontális hatással. A két vállalkozás-csoport együttes részesedése ezen az árupiacon Magyarország területén (mint az eljáró versenytanács álláspontja szerinti földrajzi piacon) szintén meghaladja a 20 százalékot, amelyen belül azonban a Győri SIS részesedése nem éri el az 1 százalékot, a HHI növekmény pedig kevesebb, mint 150.²⁸ Ezért ezen feltételezés mellett *sem kell beavatkozásra okot adó káros horizontális hatással számolni.*
- 81) A rendszer integrátorok és telefonspecialisták által történő műszaki fogyasztási cikk értékesítésnek az érintett árupiac részeként történő kezelése esetén a két érintett vállalkozáscsoport részesedése és a HHI növekménye az előzőekben bemutatottaknál értelemszerűen csak kevesebb lehetne, mert ilyen jellegű értékesítést egyik érintett vállalkozáscsoport sem végez.
- 82) Mindezek alapján az összefonódás egyetlen reálisan szóba jöhető érintett piac meghatározás esetén sem jár versenyfelügyeleti beavatkozásra okot adó *egyoldalú horizontális hatással.*
- 83) Szintén nem azonosított az eljáró versenytanács káros *koordinatív horizontális hatást*, figyelemmel arra is, hogy a Győri SIS működése a piaci magatartását érintő minden lényeges kérdésben független az azt bérbeadó Tescótól. Ebben a tekintetben az eljáró versenytanács jelentőséget tulajdonított annak is, hogy a Győri SIS önálló pénztárral rendelkezik, mire tekintettel a Tesco nem juthat hozzá a Győri SIS termék mélységű forgalmi adataihoz, és ilyen információkat a bevétel arányos bérleti díj sem biztosít számára, mert az is csak a teljes forgalom ismeretét biztosítja számára. 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

- 84) Egy összefonódásnak akkor lehetnek vertikális hatásai, ha az érintett vállalkozáscsoportok a termelési-értékesítési lánc egymást követő fázisaiban tevékenykednek, ami

²⁸ A piaci részesedések felső határával számolva: $2 \times 40 \times 1 = 80$.

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.

- 85) 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.
- 86) 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

- 87) 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.
- 88) Miután az előzőekben részletesen kifejtettek szerint a jelen összefonódás a Versenytanács álláspontja szerint 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 versenytársakat érintő káros hatásokra vonatkoztak. Az olyan hivatkozások, mint a verseny erősödése vagy az árak csökkenése nyilvánvalóan ilyen jellegűek. Azokat az aggályokat pedig, melyek egyrészt arra vonatkoztak, hogy a Tesco győri üzletébe betérő nagyszámú vásárló többlet forgalmat biztosíthat a Ceconomy Csoport részére, illetve másoldalról 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 nem tekintette az összefonódás káros versenyhatásának, mivel megállapítható volt, hogy a Ceconomy Csoport a lokális piaci részesedés növekedését az országos árazási korlátok miatt nem tudja a fogyasztók kárára kiaknázni (lásd a 77) pontban írtakat). Hozzá kell továbbá tenni, hogy az összefonódások ellenőrzésének (és általában is a versenyfelügyeleti eljárásoknak) célja nem a versenytársak, hanem verseny (és ezen keresztül a fogyasztói jólét) védelme. Márpedig a Ceconomy Csoportnak a versenytársak által hivatkozott, a Tesconál nagyobb szakértelme, szélesebb termékválasztéka nyilvánvalóan kedvező változás a fogyasztók számára és az összefonódások értékelésekor az árhatások mellett az ilyen minőségi tényezőknek is jelentősége van. 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.

VIII.

Eljárási kérdések, jogorvoslat

- 89) 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.
- 90) Az eljáró versenytanács határozatát a Tpvt. 73. § (2) bekezdésének alkalmazásával előzetes álláspont készítése és tárgyalás tartása nélkül hozta meg.
- 91) A Tpvt. 63. § (4) bekezdésének e) pontja szerint a 67. § (4) bekezdésének a) alapján indított eljárásban az ügyintézési határidő négy hónap, ami a 63. § (1) bekezdése alapján az eljárás megindulásának napján kezdődik. A Tpvt. 64. § (1) bekezdése alapján a hónapban megállapított határidő azon a napon jár le, amely számánál fogva megegyezik a kezdőnappal. Jelen esetben az eljárás 2019. február 7-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 11. pontja szerint a 64/B. § (6) bekezdése szerinti felvilágosítás adása, illetve adat, irat szolgáltatása iránti megkereséstől az annak teljesítéséig, de legfeljebb a teljesítésre előírt határidő lejártáig terjedő időtartam (a jelen esetben összesen: 62 nap) az ügyintézési határidőbe nem számít be. Minderre tekintettel az ügyintézési határidő 2019. augusztus 8-án járna le. Ez a nap azonban arra az időszakra esik, amikor a Tpvt. 33/B. § alapján a Gazdasági Versenyhivatal igazgatási szünetet tart, ezért a Tpvt. 64. § (3) bekezdése alapján az ügyintézési határidő az igazgatási szünetet követő első nap: 2019. augusztus 21.
- 92) 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.
- 93) 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.
- 94) A közigazgatási per szabályait közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg.
- 95) 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.

- 96) 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.
- 97) 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.
- 98) A Kp. 39. § (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs.

Budapest, 2019. július 23.

Dudra Attila s.k.
előadó versenytanács tag

Dr. Tóth András s.k.
a Versenytanács elnöke
versenytanács tagként eljárva

dr. Gál Gábor s.k.
versenytanács tag