



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf.: 211.

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/58/2016.

Iktatószám: Vj/58-66/2016.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Horváth és Társai Ügyvédi Iroda (eljáró ügyvéd: Dr. Sz. I., 1124 Budapest, Csörsz utca 49-51.) által képviselt **Mediaworks Hungary Zrt.** (1082 Budapest, Futó utca 35-37.) kérelmező összefonódás engedélyezése iránti kérelmére indult versenyfelügyeleti eljárásban, amelyben további ügyfélként részt vett a Hetényi Ügyvédi Iroda (eljáró ügyvéd: Dr. H. K.) által képviselt **Pannon Lapok Társasága Kiadói Kft.** (8200 Veszprém, Házgyári út 12.) meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács engedélyezi, hogy a Mediaworks Hungary Zrt. közvetlen egyedüli irányítást szerezzen a Pannon Lapok Társasága Kiadói Kft. felett.

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa az összefonódáshoz a 999/2016.(VIII.1.) számú előzetes szakhatósági állásfoglalásában: „*az előzetes szakhatósági hozzájárulást megadja. Az előzetes szakhatósági hozzájárulás a kiadástól számított hat hónapon belül használható fel, amennyiben a szakhatósági hozzájárulás szempontjából meghatározó ténybeli, piaci és szabályozási körülmények a szakhatósági állásfoglalás kiadását követően nem változtak. Az előzetes szakhatósági eljárásért a Kérelmező által fizetendő igazgatási szolgáltatási díj megfizetésre került, az előzetes szakhatósági hozzájárulás kiadása iránti eljárás során egyéb eljárási költség nem merült fel.*”

A határozat felülvizsgálatát az ügyfelek a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérhetik a Versenytanácsnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

I n d o k o l á s

I.

A kérelmezett összefonódás

- 1) A Mediaworks Hungary Zrt. (a továbbiakban: kérelmező, vagy Mediaworks) a 2016. június 15-én megkötött üzletrész-adásvételi szerződés alapján az Ost Holding GmbH eladótól, (amely a FUNKE MEDIENGRUPPE csoport tagja) megszerzi a Pannon Lapok Társasága Kiadói Kft. (továbbiakban: PLT) üzletrészeinek 100 százalékát.
- 2) A kérelmező a Gazdasági Versenyhivatalhoz 2016. július 4-én benyújtott kérelmében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) VI. fejezetének rendelkezései alapján az 1. pontban hivatkozott tranzakciónak – mint vállalkozások összefonódásának – az engedélyezését kérte.
- 3) Az eljáró versenytanács 2016. július 6-ai, Vj/58-5/2016. számú végzésével a Tpv. 72. § (3) bekezdésének alkalmazásáról döntött, és az eljárás ebből adódó két hónapot meghaladó ügyintézési határidejére tekintettel egyben megállapította, hogy a közigazgatási hatósági

eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 29/A. § (1b) bekezdése szerinti sommás eljárás feltételei nem állnak fenn.

- 4) A Kérelmező 2016. június 27-én a médiaszolgáltatásról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV törvény (a továbbiakban: Mttv.) 171. § (7) bekezdése alapján a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) Médiatanácsához (a továbbiakban: Médiatanács) előzetes szakhatósági hozzájárulásért fordult.
- 5) A Médiatanács 999/2016.(VIII.1.) számú előzetes szakhatósági hozzájárulását előírás, illetve feltétel nélkül, a Ket. 72. § (4) bekezdés a) pontja alkalmazásával (indokolást nem tartalmazó egyszerűsített döntés formájában) 2016. augusztus 1-jén adta meg.¹
- 6) A kérelmezett összefonódás a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló 139/2004/EK tanácsi rendelet alapján – a felek nyilatkozata szerint - nem bejelentésköteles. Az összefonódás engedélyezésére Magyarországon kívül más ország versenyhatósága előtt nem indult eljárás.

II.

Az összefonódás résztvevői

AMediaworks-csoport

- 7) A kérelmező vállalkozás-csoportja a vállalatfinanszírozási tanácsadással és befektetéssel foglalkozó Vienna Capital Partners csoport (továbbiakban: VCP-csoport) része, amely anyavállalata a VCP Capital Partners Unternehmensberatungs AG. A VCP-csoport magyarországi tevékenysége a Mediaworks-csoportban összpontosul, a VCP-csoport más tagjai magyarországi árbevétellel nem rendelkeznek.
- 8) A Mediaworks-csoportot a kérelmező és a MediaLOG Zrt. alkotja együttesen, a csoport az alábbi főbb tevékenységeket végzi:
 - a) nyomtatott és online sajtótermékek kiadása
 - minőségi (politikai) napilap (Népszabadság)
 - üzleti napilap (Világgazdaság)
 - sport napilap (Nemzeti Sport)
 - sport magazinok (Képes Sport, Sport and Style)
 - gyermek és ifjúsági magazinok (BRAVO)
 - gasztro-magazin (Tina Konyha, Fanny Konyha, mindmegette.hu)
 - egészség- és életmódmagazin (astronet.hu)
 - lakberendezési magazin (Lakáskultúra)
 - üzleti magazin (Manager Magazin)
 - autós magazin (Autó Motor)
 - heti női magazinok (Fanny, hot!)

¹Vj/58-61/2016 sz. irat

- megyei napilapok (Új Dunántúli Napló, Heves Megyei Hírlap, Új Néplap, 24 óra, Somogyi Hírlap, Tolnai Népújság, Petőfi Népe, Békés Megyei Hírlap)
 - megyei vasárnapi minőségi (politikai) újság (Vasárnap Reggel - Budapesten)
 - regionális ingyenes hirdetési újság (Grátis)
- b) sajtótermékek hirdetési felületeinek értékesítése
- hirdetési felület nyomtatott sajtóban
 - online hirdetési felület
- c) coldset nyomdai szolgáltatások nyújtása (budapesti telephelyen)
- napilapok és szórólapok nyomtatása coldset technológiával
- d) nyomtatott sajtótermékek terjesztése (MediaLOG Zrt.)
- nyomtatott sajtótermékek előfizetéses terjesztése, csomagok terjesztése
- 9) Az Mediaworks-csoport Magyarország területén a 2015. évben – a csoporton belüli forgalom nélkül – 15 milliárd forintot meghaladó nettó árbevételt ért el.

A PLT-csoport

- 10) A PLT-csoport veszprémi központú, regionális (Zala, Vas, Veszprém, Fejér megyében aktív) médiavállalkozás, amelybe a PLT-n kívül a DMH Magyarország Lapterjesztő Kft.; a Fehérvár Infó Kft.; a Maraton Lapcsoport-Multivízió Kiadói Kft.; a SHOW PLUS Kft., valamint a Dunaújvárosi Szuperinfó Kft. tartozik.
- 11) A PLT-csoportot az alábbi főbb tevékenységeket végzi:
- a) nyomtatott és online sajtótermékek kiadása
- megyei napilapok (Dunaújvárosi Hírlap, Fejér Megyei Hírlap, Napló, Vas Népe, Zalai Hírlap)
 - helyi ingyenes információs és hirdetési újság (Maraton Csoport, Szuperinfó)
 - megyei vasárnapi minőségi (politikai) újság (Vasárnapi Fejér Megyei Hírlap, Vasárnapi Napló, Vasárnapi Vas Népe, Vasárnapi Zalai Hírlap)
 - regionális magazinok (Prémium, TOP100)
 - Vitorlás Magazin
- b) sajtótermékek hirdetési felületeinek értékesítése
- hirdetési felület nyomtatott sajtóban
 - online hirdetési felület
- c) coldset nyomdai szolgáltatások nyújtása: a PLT saját napilapjainak és szórólapoknak, egyéb lapoknak nyomtatása coldset technológiával (veszprémi telephelyen)
- d) nyomtatott sajtótermékek terjesztése a PLT megyei napilapok területein
- e) szórólapterjesztés (országosan - DMH Magyarország Lapterjesztő Kft.)
- 12) A PLT a 2015. évben – a csoporton belüli forgalom nélkül – 500 millió forintot meghaladó árbevételt ért el.

III.

Az érintett vállalkozáscsoportok piaci helyzete

Nyomtatott sajtótermékek

13) A nyomtatott sajtótermék sajátossága, hogy tulajdonságai és felhasználási célja alapján ugyanaz a termék („a lap”) egyszerre elégíti ki olvasói és hirdetői igényeket. Az olvasók a nyomtatott sajtótermékeket elsősorban, mint információforrást vásárolják meg. A hirdetők (hirdetési ügynökségek) pedig hirdetés, illetőleg reklám céljára vásárolnak helyet (felületet) a nyomtatott sajtótermékekben.

Az olvasói piac

14) A nyomtatott sajtótermékekben belül léteznek:

- megjelenési gyakoriság szerint: napilapok és időszakos lapok, magazinok;
- terjesztési terület szerint: országos és regionális (megyei) lapok;
- tartalom szerint: általános információkat (nemzetközi-hazai hírek, vélemények, kultúra, gazdaság, sport, stb.) tartalmazó lapok, valamint szakosított (gazdasági-pénzügyi, sport, női, bulvár, stb.) lapok.

15) A napilapokon belül országos terjesztésű és megyei napilapok találhatók. Az országos napilapok között vannak:

- a politikai (felek szóhasználata szerint: minőségi) napilapok: a Magyar Idők, Magyar Hírlap, Magyar Nemzet, a Népszabadság és a Népszava;
- gazdasági napilapok: a Világgazdaság és a Napi Gazdaság;
- ingyenes napilapok (Lokál);
- a bulvár napilapok (Blikk, Bors, Színes Ász);
- sport napilap: a Nemzeti Sport.

16) A napilapok körében a specializálódott (sport, gazdasági, bulvár) napilapok egymástól és a politikai napilapoktól is lényegesen eltérő fogyasztói igényeket elégítenek ki.

17) Az országos politikai és a megyei napilapok egyaránt közölnek híreket, elemzéseket, háttéranyagokat, kommentárokat, publicisztikát, esetenként tartalmaznak tematikus mellékletet. A hírpalettáik is nagyban hasonlóak: a külföldi és országos, a politikai, közéleti, sport, időjárás hírek egyaránt megtalálhatók mindkét laptípusban. A megyei napilapok azonban főként a helyi lakosság információ igényét elégítik ki: a megye, a megyeközpont életével, társadalmi, kulturális és sport eseményeivel foglalkoznak. A megyei lapok is tartalmaznak ugyan nemzetközi és országos híreket, de a mérték, a minőség és az arányok lényegesen eltérőek az országos politikai napilapokhoz képest.

18) A Vj/42/2010. számú eljárásban a Gazdasági Versenyhivatal megbízásából a Bell Research Kft. által elvégzett napilap olvasói piackutatás eredményei egybehangzóan arra mutattak, hogy az olvasók nem tartják egymással felcserélhetőnek az országos politikai és a megyei napilapokat. A Vj/6/2014. számú eljárás is fenntartotta azt a következtetést, hogy a megyei napilapok piaca elkülöníthető az országos politikai napilapok piacától.

19) A Mediaworks által megjelentetett Népszabadság ára 250 forint, addig a PLT-csoport által kiadott megyei napilapok ára 135-145 forint.

20) A Mediaworks és a PLT regionális (megyei) napilapjai, azok online változatai és regionális hirdetési újságai eltérő megyékben jelennek meg (illetve az online termékek eltérő földrajzi területekre fókuszálnak), ugyancsak eltér a felek vasárnapi lapjainak földrajzi elérhetősége.

21) Az időszakos lapok (magazinok) és a napilapok szintén eltérő fogyasztói igényeket elégítenek ki, és a különböző tematikájú (sport, gyermek, női, üzleti, lakberendezési, konyha, autó) magazinokat is más-más jellegű információk megszerzése érdekében olvassák a fogyasztók. A Mediaworks és a PLT nem ad ki azonos tematikájú magazinokat.

A hirdetői piac

22) A hirdetéseknek a célközönséghez való eljuttatása érdekében a hirdetők gyakran egyidejűleg több médiumot is felhasználnak, a hirdetési lehetőségek kombinációját (un. médiamix-et) alkalmazva. A nagyon eltérő tulajdonságú médiumok (pl. TV és nyomtatott sajtó) között inkább kiegészítő viszony van, a hasonló vagy azonos kategóriákon belül a helyettesítő, illetve kiegészítő hatás egyszerre érvényesülhet.

23) A Magyar Reklámszövetség legfrissebb kimutatása (Reklámtorta 2015) szerint a teljes reklámpiacon (reklámtortán) 2015-ben az online/internetes hirdetések részaránya produkálta a legnagyobb bővülést (14,4%), és ezzel át is vette az első helyet a televíziótól, az összes hirdetés 27,6%-a volt internetes hirdetés 2015-ben. A nyomtatott média szerepe viszont tovább csökkent, 6,95%-os csökkenéssel a lista harmadik helyén található 16,5%-os részaránnyal, ami azt is jelzi, hogy a nyomtatott sajtó hirdetésekre az online hirdetések a kiegészítő viszony mellett egyre erősödő helyettesítő hatással is vannak.

24) Az országosan terjesztett napilapokkal a különböző hirdetési célcsoportok országosan érhetőek el. A megyei napilapok hirdetéseivel jellemzően az adott földrajzi területeken élők érhetőek el, de Budapest és Pest megye kivételével (tekintve, hogy nincs ezen területekre fókuszáló regionális lap). Azaz a hirdetők akkor sem tudnak teljesen országos lefedést elérni megyei napilapokkal, ha valamennyi kiadótól vásárolnak valamennyi megyei napilapban felületet.

25) A Mediaworks-csoport és a PLT-csoport együttes részesedése a nyomtatott sajtó hirdetési piacon 20% alatti, az online hirdetési piacon 5% alatti, a nyomtatott és online piacon együttesen 10% alatti.

A nyomdai szolgáltatás

26) A Mediaworks-csoport által budapesti telephelyen és a PLT-csoport által veszprémi telephelyen egyaránt végzett coldset nyomdai szolgáltatás olyan eljárás, melyet a napilapok és szórólapok nyomtatása esetén alkalmaznak.

27) A Mediaworks saját országos és megyei napilapjai, valamint magazinjai mellett, külső megrendelésként a Magyar Nemzet, Népszava, Napi Gazdaság/Magyar Idők, Nógrád Megyei Hírlap napilapokat nyomtatja, valamint egy szlovák napilapot (ezen kívül annak megszűnéséig több, mint 300 ezres példányszámban nyomtatta a Metropol-t), emellett szórólapokat nyomtat.

28) A PLT saját megyei napilapjait, magazinjait és szórólapokat nyomtat, külső napilap megrendelése nincs.

29) Coldset nyomdai szolgáltatást az összefonódásban érintett vállalkozáscsoportokon kívül több vállalkozás is végez Magyarországon:

- Ringier Axel Springer csoporthoz tartozó RAS-Nyomda Nyomdaipari Kft. (Kecskemét), amely a csoportjába tartozó bulvár (országos) napilapot, a Blikk-et és megyei napilapjait, valamint magazinokat nyomtat;
- Russmedia Kft. (Debrecen), amely a saját megyei napilapjait és szórólapokat nyomtat;

- Lapcom Kiadói Zrt. (Szeged, Győr), amely csoportjába tartozó Bors c. bulvár (országos) napilapot, a saját megyei napilapjait, valamint a Szlovákiában megjelenő Pravda napilapot nyomtatja, illetve szórólapok és magazinok nyomtatását is végzi;
- Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó Kft. (Lajosmizse), amely a Magyar Hírlap napilapot nyomtatja.

30) A fentiekén túl releváns körülmény, hogy egy kisebb példányszámú országos napilapot (Színes Ász) Szlovákiában nyomtatnak.

31) A napilap nyomtatási piacra az értékesített napilapok példányszámának csökkenő trendje miatt jellemző a kapacitások kihasználatlansága.

32) A napilap nyomtatási piacon az alábbi táblázat mutatja be a piaci részesedéseket bevételek, példányszám és a releváns kapacitás adatok alapján számolva.²

Piaci részesedések a napilap nyomtatási piacon (százalék)	Árbevétel alapon	Példányszám alapon	7 órás összkapacitás alapján számított
Mediaworks	[25-35]	[35-45]	[20-30]
PLT	[10-20]	[20-30]	[20-30]
Felek együttesen	[40-50]	[55-65]	[45-55]
Lapcom	[10-20]	[10-20]	[10-20]
RAS	[30-40]	[10-20]	[10-20]
Russmedia	[5-15]	[5-15]	[10-20]
Közlönynyomda	[0-5]	[0-5]	[10-20]

33) A Mediaworks-csoport és a PLT-csoport együttes részesedése a szórólap nyomtatás piacán 10-15% közötti.

A lapterjesztés

34) A nyomtatott lapok terjesztése két módon valósul meg, egyrészt árusítóhelyi értékesítés útján, másrészt előfizetéses terjesztéssel. Az összefonódásban részes felek csak előfizetéses terjesztési szolgáltatást nyújtanak.

35) Az előfizetéses lapterjesztés a lapok kiadóktól való átvételét és az előfizetők lakhelyére történő eljuttatását jelenti, végzéséhez kiterjedt kézbesítői hálózat, valamint logisztikai és szállítási eszközpark szükséges.

36) Az előfizetéses lapterjesztésen belül a napilapok és az időszakos lapok (magazinok) terjesztése eltérő jellemzőkkel bír, különös tekintettel a napilapok terjesztésével szemben támasztott azon követelményére, hogy a kézbesítésnek a megjelenés napján a kora reggeli órákban meg kell történnie. Szintén elkülöníthető piacot alkot az országos és a regionális (megyei) lapok előfizetéses terjesztése.³

37) A Mediaworks-csoport a MediaLog Zrt. által országos előfizetéses lapterjesztési tevékenységet végez, valamint terjeszti saját megyei napilapjait.

38) A megyei napilapok előfizetéses terjesztését jellemzően az azokat kiadók saját terjesztőhálózatai végzik, így a PLT is saját maga végzi a megyei napilapjainak előfizetéses terjesztését.

² A pontos adatokat, amelyek üzleti titkot képeznek, a Vj/58-63/2016 sz. vizsgálati jelentés tartalmazza.

³Ld. pl. Vj/6/2014, Vj/40/2014. sz. eljárásokat

IV. A piaci szereplők véleménye

- 39) Az eljárás vizsgálati szakaszában a GVH adatkéréssel kereste meg a napilap nyomtatást végző öt magyarországi nyomdát, valamint kilenc napilapkiadással foglalkozó vállalkozást. A megkeresések egyrészt az összefonódás értékelése szempontjából releváns tényadatok, piacok működésére vonatkozó információk beszerzését célozták, másrészt lehetőséget biztosítottak a megkeresettek számára az összefonódás várható hatásaival kapcsolatos véleményük kifejtésére.⁴
- 40) A megkeresett nyomdák, mint versenytársak véleménye az összefonódás hatásairól nem egységes: van amelyik hatásokkal egyáltalán nem számol, van amelyik korlátozott hatásokkal számol, és olyan is, amelyik erős hatásokat valószínűsít, azonban egyik válaszadó sem támasztotta alá a hatásokkal kapcsolatos álláspontját érdemben figyelembe vehető érvekkel (az összefonódó felek növekvő kapacitására való hivatkozáson túl).
- 41) A megkeresett kiadók, mint vevők többségének véleménye, hogy az összefonódás nem lesz hatással a nyomdai szolgáltatások piacára és vállalkozásukra sem, tekintettel a piacon elérhető nagy kapacitásokra, azonban volt olyan kiadó, amelyik – álláspontja érdemi alátámasztása nélkül – áremelést valószínűsített, illetve a saját vállalkozására nézve kedvezőtlen hatásokat jelzett előre.

V. Az engedélykérési kötelezettség

Összefonódás

- 42) A Tpv. 23. § (1) bekezdés b) pontja értelmében vállalkozások összefonódása jön létre, ha a vállalkozás irányítást szerez egy tőle független vállalkozás felett.
- 43) A Tpv. 23. § (2) bekezdés a) pontja szerint közvetlen irányítással rendelkezik a vállalkozás, ha a másik vállalkozás többségi szavazati jogot biztosító részvényeivel rendelkezik.
- 44) A PLT üzletrészeinek 100 százaléka többségi szavazati jogot, azaz közvetlen irányítást biztosít, így ennek a kérelmező által történő megszerzése vállalkozások összefonódásának minősül a Tpv. hivatkozott rendelkezései alapján.

A küszöbértékek

- 45) A Tpv. 24. § (1) bekezdése szerint a vállalkozások összefonódásához a Gazdasági Versenyhivaltól engedélyt kell kérni, ha valamennyi érintett vállalkozáscsoport [26. § (5) bekezdés], valamint az érintett vállalkozás-csoportok tagjai és más vállalkozások által közösen irányított vállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevétele együttesen a tizenöt milliárd forintot meghaladja, és az érintett vállalkozáscsoportok között van legalább két olyan vállalkozáscsoport, melynek az előző évi nettó árbevétele a vállalkozáscsoport tagjai és más vállalkozások által közösen irányított vállalkozások nettó árbevételével együtt ötszázmillió forint felett van.

⁴ Az adatszolgáltatásokat a Vj/58-21, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 35, 36, 37, 38, 39, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 54/2016 alszámú iratok tartalmazzák.

- 46) A Tpvt. 26. § (5) bekezdése alapján összefonódással érintett vállalkozás-csoportoknak a Mediaworks-csoport és a PLT-csoport minősülnek.
- 47) A fenti két vállalkozás-csoportnak a kérelem benyújtásának időpontjában rendelkezésre álló utolsó hitelesen lezárt üzleti évben (2015.) elért együttes nettó árbevétele meghaladta a tizenötmilliárd forintot, és ezen belül mindkettő esetében az ötszázmillió forintot. Ezért a kérelmezett összefonódáshoz a Tpvt. 24. § (1) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal engedélye szükséges.

VI.

Az összefonódás értékelése

- 48) A Tpvt. 30. § (2) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal nem tagadhatja meg az engedély megadását, ha – az (1) bekezdésben foglaltakat figyelembe véve – az összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacon, különösen gazdasági erőfölény létrehozása vagy megerősítése következményeként.
- 49) A Tpvt. eddigi alkalmazási tapasztalatai alapján az eljáró versenytanács az összefonódások horizontális-, vertikális- és portfólióhatásait vizsgálta [lásd a Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2014. számú Közleménye (a továbbiakban: Közlemény) 11. pontját].

Az érintett piacok

- 50) A Tpvt. 14. § értelmében az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni. Az érintett termékpiac 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) a fogyasztó, illetve 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.
- 51) 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 érintett piacok vizsgálata szükséges, amelyekre nézve a fentebb hivatkozott versenyhatások fennállhatnak.

Árupiacok

- 52) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint - egyezően a Versenytanács korábbi döntéseivel (Vj/169/2004., Vj/155/2008., Vj/6/2014) - a napilapok és az időszakos lapok (magazinok), továbbá azokon belül az eltérő tematikájú lapok olvasói szempontból elkülönült árupiacokhoz tartoznak. Szintén érvényesnek tartja az eljáró versenytanács azt a korábbi versenytanácsi gyakorlatot, hogy az országos politikai és a megyei napilapok olvasói szempontból nem tartoznak azonos árupiacokhoz (Vj/169/2004., Vj/6/2014), mely megállapítást megerősítette a Bell Research Kft. által a Vj/42/2010. eljárásban végzett kutatása.
- 53) A hirdetési piac meghatározását a Versenytanács eddigi döntéseiben nyitva hagyta, és annak egyértelmű meghatározását az eljáró versenytanács a jelen eljárásban sem látta szükségesnek, álláspontja szerint ugyanis nincs olyan reálisan szóba jöhető árupiac meghatározás, amely

mellett káros versenyhatások merülnének fel a hirdetés piacán (ld. a határozat összefonódás hatásait értékelő részét).

- 54) Az eljáró versenytanács a korábbi gyakorlatával egyezően egymástól elkülönült árupiacokként azonosította a napilapok, illetve az időszakos lapok országos előfizetési terjesztését, valamint a megyei lapok terjesztését.
- 55) A más típusú nyomdai szolgáltatásoktól eltérő árupiachoz tartozónak minősítette az eljáró versenytanács a napilapok nyomtatására alkalmas coldset nyomdai szolgáltatást.

Földrajzi piac

- 56) Érintett földrajzi piacként az eljáró versenytanács a fenti árupiacok esetében - a megyei napilapok kivételével - Magyarország egész területét vizsgálta. Az egyes megyei napilapok esetében érintett földrajzi piacnak az a megye minősül, amelyben kiadásra kerül.

Az összefonódás hatásainak értékelése

Horizontális hatások

- 57) Az összefonódásnak horizontális összefüggésben azokon az érintett piacokon lehet hatása a gazdasági versenyre, amelyeken az összefonódásban résztvevő mindkét vállalkozáscsoport (ténylegesen vagy potenciálisan) jelen van.
- 58) Az összefonódásban részes két vállalkozáscsoport időszakos lapok (magazinok) tekintetében azonos tematikájú lapok hiányában nincs jelen azonos árupiacokon. A regionális (megyei) lapok kiadásának olvasói piaca, a regionális lapterjesztés piaca tekintetében pedig az összefonódásnak nem azonosítható horizontális hatása, mivel a termékpiaconak nincs olyan földrajzi piaca, amelyen mindkét vállalkozáscsoport jelen lenne (azaz ugyan hasonló termékekkel, de eltérő földrajzi területeken aktívak, így tényleges átfedés nincs a tevékenységi köreik között).
- 59) A regionális/megyei célú hirdetési szolgáltatásokat szintén különböző földrajzi piacokon nyújtanak a felek, köztük ugyan nem zárható ki teljesen a versenytársi viszony (pl. egy médiaügynökség szempontjából egy általában megyei napilapokra szánt, de nem konkrét területeket célzó költségkeret esetében), de megállapítható, hogy alapvetően – a különböző regionális, helyi hirdetési célcsoportok elérése miatt – az egyes megyei napilapok inkább kiegészítői, mint helyettesítői egymásnak, erre tekintettel káros horizontális hatás e vonatkozásban nem várható.
- 60) A hirdetési piac, illetve a nyomtatott sajtóban történő hirdetési felület értékesítése, az online hirdetések, valamint a szórólapok nyomtatása esetében a felek együttes piaci részesedése 20%-nál alacsonyabb, amely szint alatt a Közlemény szerint nem valószínűsíthetőek káros horizontális versenyhatások.
- 61) Az összefonódás kapcsán érdemi átfedés csak a napilapok coldset technológiával történő nyomtatásának piacán volt azonosítható, amely piacon a felek együttes részesedése jelentősen meghaladja a Közlemény szerinti 20%-os értéket és az összefonódás általi növekmény is az 5%-ot.
- 62) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint azonban a piaci részesedési adatok és a piac koncentráltasága ellenére sem várható az összefonódás következtében káros horizontális hatás (így az árak emelkedése) a napilap nyomtatási piac vonatkozásában, az alábbiakra tekintettel:

- A piacon jelentős a szabad kapacitás és a piaci kereslet további szűkülésére lehet számítani, ami tovább növeli a szabad kapacitásokat.
- Több, összesen négy (a tényleges teljesítmény és kapacitás mutató alapján is) érdemi versenytárs is marad a piacon, amelyekre a váltás továbbra is lehetséges lesz.
- A közvetlen versenytársakon kívül a külföldi nyomdák is képesek lehetnek versenynyomást gyakorolni a piacra, amit alátámaszt, hogy van olyan magyar napilap, amit Szlovákiában nyomtatnak.
- A rendelkezésre álló adatok alapján a szolgáltató váltás nem ütközik jelentős nehézségekbe és a kiadók viszonylag árzékenyek.
- A Mediaworks és a PLT nem tekinthetők egymás közeli versenytársainak. Ezt önmagában az alátámasztja, hogy a Mediaworks budapesti telephelyről több nem a csoportjába tartozó napilapot is nyomtat, míg a PLT veszprémi telephelyen végzett napilap nyomtatási szolgáltatását PLT-csoporton kívüli kiadó nem veszi igénybe.⁵ Emellett a megkeresett kiadók (vevők) sem tekintik a feleket egymás közeli versenytársainak, a jelenleg a Mediaworks szolgáltatását igénybe vevő kiadók közül csak egy nyilatkozott úgy, hogy első helyen a PLT-re váltana.
- A jellemző vertikális integráció miatt kevés a napilap nyomtatást igénybe vevő kiadó, így ezek – egy érdemi kapacitásfelesleggel jellemezhető piacon – képesek lehetnek vevői erőt kifejteni.
- A megkeresett vevők többsége nem számít érdemi káros versenyhatásokra.

63) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az összefonódás koordinatív hatásokkal sem fog járni, mivel ennek szükséges feltételei hiányoznak: a piac szerkezete az összefonódást követően még kevésbé lesz szimmetrikus, emellett a piaci árak és feltételek koordinációt lehetővé tevő transzparenciája sem igazolható.

Vertikális hatás

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

65) Az összefonódás révén nem jön létre új vertikális kapcsolódás, a vertikálisan kapcsolódó érintett piacok (mint a napilap nyomtatás és a lapkiadási tevékenység) tekintetében az összefonódás hatásait a horizontális hatások között elemezte az eljáró versenytanács. Horizontális hatások (azaz áremelési képességet biztosító piaci erő létrejötte) hiányában a vertikális hatások (piaci erő átvitelének képessége) sem merülhetnek fel. Minderre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint vertikális hatások nem azonosíthatóak.

Portfólió hatás

⁵ Ez arra utal, hogy az országos napilapok esetében, logisztikai szempontok miatt jelentősége van a nyomda országon belüli elhelyezkedésének is.

- 66) 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 vállalkozás-csoportba. 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 lehet versenykorlátozó magatartás (pl. árukapcsolás) érvényesítésére.
- 67) Portfólió hatás esetén a Versenytanács - a nemzetközi versenyjogi gyakorlattal egyező - gyakorlata szerint az összefonódás csak akkor tiltható meg, ha azonosíthatóak azok a konkrét mechanizmusok, amelyeken keresztül a portfólióbővülés károsan befolyásolja a versenyfolyamatot (Vj/169/2004.).
- 68) A lapkiadás olvasói piacán az érintett két vállalkozás-csoport áruai között nem volt azonosítható olyan, árukapcsolásra alapot adó kapcsolat, amely portfólió hatásokhoz vezethetne.
- 69) A Versenytanács a Vj/6/2014. számú eljárásban értékelte az országos és regionális napilapokban megjelenő hirdetések kiegészítő jellege miatt esetlegesen felmerülő portfólió hatásokat és arra a következtetésre jutott, hogy a hirdetések közötti alacsony átfedésre, a visszaeső hirdetési keresletre, a hirdetési piac rugalmasságára, valamint a hirdetési és olvasói bevételek arányára tekintettel egy árukapcsoláson alapuló versenykorlátozó stratégia (sem a direkt, sem az indirekt formában) nem reális alternatíva.
- 70) A kérelmező által benyújtott adatok⁶ szerint az országos és megyei napilapokban való hirdetések kapcsolt értékesítése azóta sem jellemző gyakorlat.
- 71) Az eljáró versenytanács álláspontja szerint jelen tranzakció a Vj/6/2014. számú eljárásban értékelt helyzethez képest a hirdetési piacokat érintően nem okoz érdemi fúzió specifikus változást, így jelen tranzakció kapcsán sem várhatóak káros portfólió hatások.

Összegzés

- 72) Mindezek alapján az eljáró versenytanács a Tptv. 76. § (1) bekezdés a) pontja szerinti határozatában – egyezően a Tptv. 71. § (2) bekezdés c) pontja szerinti vizsgálói indítvánnyal – a kérelmezett összefonódást engedélyezte.

VII.

Eljárási kérdések

- 73) A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tptv. 45. §-án, illetékessége a Tptv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal jár el versenyfelügyeleti eljárásban a Tptv. rendelkezéseinek megsértése esetén – a 86. § (1) bekezdése alapján a bíróság hatáskörébe tartozó ügyek kivételével –, továbbá azokban a hatósági ügyekben, amelyek tekintetében törvény az eljárást hatáskörébe utalja, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
- 74) Az eljáró versenytanács határozatát a Tptv. 73. § (2) bekezdése és 74. § (1) bekezdése alapján tárgyalás tartása nélkül hozta meg.

⁶Vj/58/2016 úrlap üzleti titkot képező M/8 melléklete

- 75) Az eljáró versenytanács a 2016. július 6-ai Vj/58-5/2016. számú végzésével a Tpv. 72. § (3) bekezdése alapján az összefonódás piaci hatásai teljes körű vizsgálatának szükségességéről döntött, mire tekintettel a jelen eljárásban nem alkalmazta a Ket. 72. § (4) bekezdés a) pontja szerinti egyszerűsített döntést [lásd a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 3/2014. számú közleménye 17. a) pont].
- 76) A kérelmező a Tpv. 62. § (1) bekezdés b) pontja szerinti igazgatási szolgáltatási díjat, továbbá az eljáró versenytanács Tpv. 72. § (3) bekezdésének alkalmazásáról szóló döntését követően a Tpv. 62. § (1) bekezdés a) pontjának megfelelően kiegészített igazgatási szolgáltatási díjat határidőben leróta.
- 77) Az eljárást befejező döntést a Tpv. 63. § (3) bekezdése szerint négy hónapon belül kell meghozni, ha az eljáró versenytanács a Tpv. 72. § (3) bekezdése alapján az összefonódás piaci hatásainak teljes körű vizsgálatának szükségességéről döntött. A ügyintézési határidő kezdőnapja a Ket. 65. § (1) bekezdése alapján a kérelem beérkezését követő nap, azaz 2016. július 5. Ennek megfelelően – figyelemmel a Ket. 33. § (3) bekezdésének c) pontjára, melyek értelmében a hiánypótlás kiadásától és a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő (a jelen eljárásban együtt: 14 nap) az ügyintézési határidőbe nem számít be – az ügyintézési határidő 2016. november 21., figyelemmel a Ket. 65. § (3) bekezdésére is, mely szerint, ha a határidő utolsó napja olyan nap, amelyen a hatóságnál a munka szünetel (jelen esetben: 2016. november 19.), a határidő a legközelebbi munkanapon jár le.
- 78) Az ügyfeleket [Tpv. 52. § aa) pont] megillető jogorvoslati jog a Tpv. 83. § (1) bekezdésén alapul.

Budapest, 2016. augusztus 3.

Dudra Attila s.k.
előadó versenytanács tag

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

dr. Miks Anna s.k.
versenytanács tag