

1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 211
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: Vj/8/2018.
Iktatószám: Vj/8-535/2018.

BETEKINTHETŐ!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa

- a Réczicza Dentons Europe LLP (1061 Budapest, Andrásy út 11.; eljáró ügyvédek: dr. G. T. és dr. T. T.) által képviselt **Yamaha Music Europe GmbH** (Siemenstrasse 22-34., 25462 Rellingen, Németország),
- a **Hangszerdiszkont.hu Kft.** (9026 Győr, Kormorán utca 21.),
- a Szecskay Ügyvédi Iroda (1055 Budapest, Kossuth Lajos tér 16-17.) által képviselt **Cs. K. egyéni vállalkozó**
- a **Bookangel Kft.** (6725 Szeged, Dobó utca 12. B. ép.),
- a BITAI Ügyvédi Iroda; eljáró ügyvéd: dr. B. Zs.) által képviselt **Tajti-Music Kft.** (7831 Pellérd, Vasút utca 8. 1. lház),
- a Dr. I. A. J. Ügyvédi Iroda által képviselt **Eurhythmic Kft.** (1107 Budapest, Száva utca 6.),
- a dr. B. Z. ügyvéd által képviselt **Sch. K. egyéni vállalkozó**
- a Germus és Társai Ügyvédi Iroda (1013 Budapest, Pauler utca 11.) által képviselt **Hangszerker Kft.** (1125 Budapest, Istenhegyi út 50-52. C. ép. V. em. 21.),
- **Sz. T. M. egyéni vállalkozó**
- a **Pécsi Direkt Kft. „f.a.”** (1115 Budapest, Keveháza utca 3.; felszámoló: KVANTÁL Gazdasági Tanácsadó és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság; K. K. felszámolóbiztos),
- a **Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”** (1126 Budapest, Németvölgyi út 8. félemelet 2.; felszámoló: CÉL-ORG Tanácsadó Korlátolt Felelősségű Társaság; Dr. K. M. D. felszámolóbiztos),
- a **Könyv Plaza Kft.** (2475 Kápolnásnyék, Tó utca 20.),
- a **Könyvbazár Kft. „f.a.”** (2011 Budakalász Bokros utca 28., felszámoló: Fiskális Gazdasági és Pénzügyi Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság; Z. T. felszámolóbiztos),
- a **Friendly House Kft.** (1061 Budapest, Paulay Ede utca 22-24.),
- a BITAI Ügyvédi Iroda; eljáró ügyvéd: dr. B. Zs.) által képviselt **Hangszer Pláza Kft.** (1072 Budapest, Rákóczi út 30. fszt. 4.), valamint
- a Dezső és Társai Ügyvédi Iroda (1011 Budapest, Fő u. 14-18.) által képviselt **Muziker, A.S.** (Drieňová 1/H 821 01 Bratislava, Szlovákia)

eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben gazdasági versenyt korlátozó megállapodás tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

- I. Az eljáró versenytanács a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 76. § (1) bekezdés f)

pontja alapján megállapítja, hogy az alábbi vállalkozások a Yamaha márkájú hangszer- és hangtechnikai termékek, továbbá a Yamaha által forgalmazott, általa tulajdonolt vállalkozások által gyártott további hangszer- és hangtechnikai termék márkák (Line6, Steinberg) vonatkozásában az eladási árak közvetlen meghatározására irányuló versenykorlátozó magatartást folytattak, mellyel a Tpv. 11. § (2) bekezdés a) pontjába, valamint az Európai Unió működéséről szóló szerződés (a továbbiakban: EUMSZ.) 101. cikk (1) bekezdés a) pontjába ütköző egységes és folyamatos, komplex jogsértést követtek el:

- a Yamaha Music Europe GmbH 2010-től 2017 júliusáig,
- az Eldorádó Hangszerboltot működtető eljárás alá vont vállalkozások, az általuk való működtetés során, 2009. márciusa és 2018. áprilisa között (2009. márciusától 2012. szeptemberig Szikszai Tímea e.v., 2012. szeptember és 2014 április között a Pécsi Direkt Kft., „f.a.”, 2014. április és 2015. március között a Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”, 2015. március és 2017. április között a Könyv Plaza Kft., 2017 áprilisától kezdődően 2018. áprilisáig a Bookangel Kft.),
- Csámpai Károlyné e.v., Schmidt Károly e.v., és a Tajti Music Kft. 2009. márciusa és 2018. áprilisa között,
- a Hangszerdiszkont.hu Kft. 2011 júliusától 2018 áprilisig,
- a Hangszerker Kft. 2011 júliusától 2018 áprilisáig
- a Muziker a.s., 2014 februártól 2017 októberéig
- a Friendly House Kft. 2013 májusától 2017 áprilisáig,
- a Hangszer Pláza Kft. 2015 augusztustól 2018 áprilisáig.

II. A fenti jogsértés megállapításán túl az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés k) pontja alapján kötelezi

- Szikszai Tímea Mária egyéni vállalkozót 4.000.- Ft, azaz négyezer forint
- a Pécsi Direkt Kft. „f.a.”-t 1.300.000,- Ft, azaz egymillió-háromszázezer
- a Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”-t 6.000.000,- Ft, azaz hatmillió forint
- a Könyv Plaza Kft.-t 800.000,- Ft, azaz nyolcszázezer forint
- a Bookangel Kft.-t 2.300.000, -Ft, azaz kétmillió-háromszázezer forint
- Csámpai Károlyné egyéni vállalkozót 8.300.000.- Ft, azaz nyolcmillió-háromszázezer forint
- Schmidt Károly egyéni vállalkozót 230.000.-Ft, azaz kétszázharmincezer forint,
- a Tajti-Music Kft.-t 7.400.000.- Ft, azaz hétmillió-négyszázezer forint,
- a Hangszer Pláza Kft.-t 10.600.000.- Ft, azaz tízmillió-hatszázézer forint,
- a Hangszerker Kft.-t 6.500.000.-Ft, azaz hatmillió-ötszázézer forint,
- a Hangszerdiszkont.hu Kft.-t 11.900.000.- Ft, azaz tizenegymillió-kilencszázezer forint
- a Friendly House Kft.-t 7.400.000.- Ft, azaz hétmillió-négyszázezer forint,
- a Muziker a.s.-t 39.000.000.- Ft, azaz harminckilencmillió forint

versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amely összeget az eljárás alá vontak a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú Versenyfelügyeleti Bírságszámlája javára kötelesek megfizetni a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül.

A kiszabott versenyfelügyeleti bírságot a Hangszer Pláza Kft. huszonnégy részletben köteles megfizetni akként, hogy

- az első részletet, 480.000.- Ft-ot (azaz négyszáznyolcvanezer forintot) a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül,
- a további, egyenként 440.000.- Ft-os (azaz négyszáznegyvenezer forintos) részleteket pedig az első részlet esedékességét követő hónaptól havonta, az adott hónap utolsó napjáig köteles teljesíteni.

A kiszabott versenyfelügyeleti bírságot a Tajti-Music Kft. huszonnégy részletben köteles megfizetni akként, hogy

- az első részletet, 500.000.- Ft-ot (azaz ötszázezer forintot) a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül,
- a további, egyenként 300.000.- Ft-os (azaz háromszázezer forintos) részleteket pedig az első részlet esedékességét követő hónaptól havonta, az adott hónap utolsó napjáig köteles teljesíteni.

A kiszabott versenyfelügyeleti bírságot Csámpai Károlyné e.v. huszonnégy részletben köteles megfizetni akként, hogy

- az első részletet, 480.000.- Ft-ot (azaz négyszáztízezer forintot) a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül,
- a további, egyenként 340.000.- Ft-os (azaz háromszázharmincezer forintos) részleteket pedig az első részlet esedékességét követő hónaptól havonta, az adott hónap utolsó napjáig köteles teljesíteni.

Bármely részlet elmaradása esetén a még fennálló teljes tartozás esedékessé válik.

Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). Ha a kötelezett a pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság (és az esetleges késedelmi pótlék) meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

III. Az eljáró versenytanács kötelezi a Hangszerker Kft.-t, a Muziker Kft.-t, hogy a jelen határozat kézhezvételétől számított hat hónapon belül vezessék be az általuk vállalt megfelelési programot, és ezt követően 15 napon belül igazolják a bevezetés megtörténtét, továbbá kötelezi a bevezetett megfelelési programnak további, legalább öt évig történő, működtetésére. Az eljáró versenytanács kötelezi továbbá a megfelelési programot már az eljárás folyamán bevezető Hangszer Pláza Kft.-t, a Tajti-Music Kft.-t és Csámpai Károlyné e. v.-t, megfelelési programjának további, legalább öt évig történő, működtetésére. A Gazdasági Versenyhivatal a kötelezésben foglaltak teljesülését utóvizsgálat keretében ellenőrizheti.

IV. A Yamaha Music Europe GmbH-val szemben a bírság mellőzésére irányuló engedékenységi kérelme elfogadására tekintettel az eljáró versenytanács a bírság kiszabását mellőzi a Tptv. 78/A. (2) bekezdés a) pontja alapján.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap¹ használatával, amely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A Törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

Az eljáró versenytanács meghozta továbbá az alábbi

v é g z é s t .

A Eurhythmic Kft. és a Könyvbazár Kft. eljárás alá vontak tekintetében az eljáró versenytanács az eljárást megszünteti a Tptv. 60/A. § (1) bekezdés b pontja alapján.

A végzés ellen a közlésétől számított nyolc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap² használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

* * *

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslással él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

INDOKOLÁS

1. A vizsgálat indításának körülményei és tárgya

1.1. Ügyindító végzés

1. A Gazdasági Versenyhivatal 2018. április 17-én versenyfelügyeleti eljárást indított a Yamaha Music Europe GmbH (továbbiakban Yamaha), a Hangszerdiszkont.hu Kft., Csámpai Károlyné egyéni vállalkozó, a Bookangel Kft., a Tajti-Music Kft., az Eurhythmic Kft., Schmidt Károly egyéni vállalkozó, Hangszerker Kft., vállalkozásokkal szemben, mivel észlelte, hogy a YAMAHA Music Europe GmbH („Yamaha”), magyarországi viszonteladóival együttműködve, 2005-től 2017 márciusáig, a különféle MI (akusztikus és elektronikus hangszer) és MIPA (hangtechnikai eszközök) hangszer termékek vonatkozásában minimális fogyasztói eladási árakat meghatározó üzletpolitikát folytatott Magyarországon.
2. Az ügyindító végzésben foglaltak szerint továbbá, alaposan feltehető, hogy a Yamaha által régiós szinten, külföldi pénznemben meghatározott minimálárak hatékonyabb magyarországi alkalmazhatóságának elősegítése érdekében a magyarországi viszonteladók egy csoportja – feltehetően 2008-tól több alkalommal – az árfolyamváltozások átvezetésével, magyar forintban készített, és a betartatás érdekében folyamatosan egyeztetett, a Yamaha által meghatározottól eltérő, de azt alapul vevő, a magyarországi piacra alkalmazandó árlistát

¹ https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/urlapok/GVH_gvh_k01_19_01.jar&inline=true

² http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

alkotott meg, majd 2013-ban találkozót szervezett az árlista szélesebb körű bevezetése és működtetése érdekében.

3. Az eljárás alá vont vállalkozások e magatartásukkal a Tpvt. 11. § (2) bekezdésének a) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértették a Tpvt. 11. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
4. Azáltal, hogy a fenti magatartások részben az Európai Unió másik tagállamában székhellyel rendelkező Yamaha viszonteladók online értékesítési árainak magyarországi érvényesülése ellen is irányultak, valamint a vizsgált magatartások Magyarország egész területét lefedik, azok a tagállamok közötti kereskedelem érintettségéről szóló bizottsági közlemény³ szerint alkalmasak lehetnek arra, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre érzékelhető hatást gyakoroljanak, következésképpen azok valószínűsíthetően egyúttal az EUMSZ. 101. cikk (1) bekezdésében, illetve annak a) pontjában foglalt tilalmat is megsértették.

1.2. További vállalkozások eljárásba történő bevonása

5. A vizsgálat az Eldorádó Hangszerbolt üzemeltetési láncolatának feltárása nyomán 2018. szeptember 18-án kelt, VJ/8-26/2018. iktatószámú végzésével ügyfélként vonta be Szikszai Tímea Mária egyéni vállalkozót, a Pécsi Direkt Kft. „f.a.”-t, a Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”-t, valamint a Könyv Plaza Kft.-t, illetve 2018. december 13-án kelt, VJ/8-33/2018. iktatószámú végzésével ügyfélként vonta be a Könyvbazár Kft. „f.a.”-t, mivel ezen vállalkozások működtették a vizsgált időszakban az Eldorádó Hangszerboltot, így valószínűsíthetően részesei voltak a vizsgált magatartásnak.
6. Ezt követően a vizsgálat 2019. július 19-én kelt, VJ/8-89/2018. iktatószámú végzésével, az eljárás során feltárt információk alapján a versenyfelügyeleti eljárásba bevonta a Friendly House Kft.-t, a Hangszer Pláza Kft.-t és a Muziker a.s.-t, mivel feltehetően részesei voltak a vizsgált magatartásnak.

1.3. Az eljárás kiterjesztése

7. A vizsgálók 2020. szeptember 3-án kelt, VJ/8-235/2018. iktatószámú végzésükkel kiterjesztették az eljárást a Yamaha Music Europe GmbH által forgalmazott, általa tulajdonolt vállalkozások által gyártott további hangszer- és hangtechnikai termék márkákra, illetve a VJ/8-2/2018. számú végzésben megjelölt időszakon túl, az eljárás alá vontak által 2018 áprilisáig tanúsított magatartásra.

1.4. Egyezségi eljárás

8. Az eljáró versenytanács 2022. február 2-án az eljárás alá vontakkal közölte az előzetes álláspontját⁴, illetve felhívta az eljárás alá vontakat, hogy nyilatkozzanak arról, részt kívánnak-e venni a Tpvt. 73/A. §-a szerinti egyezségi eljárásban.
9. A felhívásra az alábbi eljárás alá vontak jelezték azon szándékukat, hogy egyezségi eljárásban vennének részt:

³ A Bizottság közleménye: Iránymutatás a kereskedelemre gyakorolt hatásnak a Szerződés 81. és 82. cikke szerinti fogalmáról (2004/C 101/07).

⁴ VJ/8-413/2018.

- Csámpai Károlyné e.v
- Tajti Music Kft.
- Schmidt Károly e.v.
- Hangszerker Kft.
- Szikszai Tímea Mária e.v.
- Hangszer Pláza Kft.
- Muziker A.S.

10. Az egyezségi eljárás eredményeként a 9. pontban nevezett eljárás alá vontak egyezségi nyilatkozatot⁵ tettek, az előzetes álláspontban foglaltakkal lényegében azonosan elismerve a jogsértő magatartást.
11. Ezt követően az eljáró versenytanács 2022. május 4-én megküldte a kiegészítő előzetes álláspontját⁶ az eljárás alá vontaknak, amelyben a jogsértést elismerő egyezségi nyilatkozatokat az előzetes álláspontban szereplő megállapításainak további bizonyítékként vette figyelembe.
12. A kiegészítő előzetes álláspontra az eljárás alá vontak úgy nyilatkoztak⁷, hogy a kiegészítő előzetes álláspontban foglaltak megfelelnek az egyezségi nyilatkozatban rögzítetteknek és nem kérték tárgyalás tartását.

2. Érintett piac

2.1. A Yamaha termékek és ezek jellemzői

13. A vizsgálat az eljárás alá vontak mellett, húsz másik, a hangszer-kiskereskedelem területén aktív vállalkozást keresett meg a hangszer- és hangtechnikai piac feltárása érdekében. A beérkezett válaszok alapján az alábbiak állapíthatók meg.
14. A Yamaha hangszer- és hangtechnikai termékeit két átfogó kategóriába sorolja; MI – azaz musical instruments – és CA – azaz commercial audio.⁸
15. A Yamaha jellemzően minden ún. nyugati hangszer kategóriában gyárt és forgalmaz termékeket, a belépő szintű daraboktól a mesterhangszer kategóriáig kínál alternatívákat⁹.
16. Az MI kategóriát alkotó hangszerek többféleképpen csoportosíthatók. Alapvetően klasszikus és könnyűzenei piaci szegmens különböztethető meg. Ezekben belül a hangszerre jellemző tulajdonságok alapján sorolhatóak be a hangszerek különböző csoportokba: ütős, billentyűs, fúvós, pengetős, vonós. Emellett működés elve szerint is fel lehet osztani a hangszereket; az akusztikus hangszerek működtetéséhez szükséges az emberi erő, így például befűvás vagy

⁵ VJ/8-474/2018., VJ/8-475/2018., VJ/8-477/2018., VJ/8-478/2018., VJ/8-479/2018., VJ/8-481/2018., VJ/8-482/2018.

⁶ VJ/8-487/2018.

⁷ VJ/8-489/2018., VJ/8-491/2018., VJ/8-492/2018., VJ/8-493/2018., VJ/8-494/2018., VJ/8-495/2018., VJ/8-498/2018. alszámú iratok

⁸ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 2. kérdésre adott válasz

⁹ VJ/8-77/2018. sz. adatszolgáltatás 6. kérdésre adott válasz

ütés, az elektroakusztikus és elektronikus hangszerek elektromos árammal működnek, a hangok elektronika segítségével szólalnak meg.

17. A Yamaha az ütős hangszereken belül gyárt többek közt akusztikus és elektromos dobokat, elektronikus akusztikus dob modulokat, timpanikat, xilofonokat, marimbákat, metalofonokat és vibrafonokat.
18. A billentyűs hangszerek a Yamaha magyarországi forgalmának [ÜZLETI TITOK] %-át teszik ki, így ez a leghangsúlyosabb termékcsoporth¹⁰. A hangszercsoporton belül elkülöníthetők az akusztikus és digitális zongorák.
19. A fúvós hangszerek fa- és rézfúvós hangszerekre oszthatók. A Yamaha mindkét szegmensben aktív, többek között fuvolákat, szaxofonokat, oboákat, harsonákat, kürtöket, furulyákat és tubákat, valamint ezek tartozékait gyártja.
20. Pengetős hangszerek közül gitárgyártással és forgalmazással foglalkozik a Yamaha. Ezen termékek között is elkülöníthetők az akusztikus, elektromos, klasszikus és húros gitárok, valamint a basszusgitárok.
21. A vonós hangszerek között Yamaha márkájú akusztikus és elektromos hegedűk érhetőek el.
22. A hangszerek mellett az MI termék kategóriába tartoznak még a hangszerekhez kapcsolódó, hangtechnikai eszközök is (musical instruments professional audio). A MIPA termékcsoporthba tartoznak például a zenekari hangkeverők, a stúdió monitor hangfalak, valamint a hangosítási, úgynevezett PA hangfalak¹¹, ezen termékek jóval nagyobb hangnyomásra, teljesítményre képesek.
23. A CA termék kategóriába tartozó termékek a MIPA alkategóriával mutatnak rokonságot, hiszen ebbe a csoportba is keverők, hangfalak tartoznak, azonban ezek nagyobb, komplexebb termékek, melyek nem otthoni, hanem profi alkalmazásra használatosak. A Yamaha által 2005-ben¹² megvásárolt Steinberg márka nagyobb képességű termékei ebbe a kategóriába tartoznak, míg a kisebb képességűek a MIPA alkategóriába.¹³ Az eljárás alá vontak egyikének sincs a CA termék kategóriára vonatkozó szerződése¹⁴, a Yamaha nyilatkozata alapján [ÜZLETI TITOK]¹⁵ A CA kategóriába tartozó termékek értékesítését nem a Yamaha kereskedelmi képviselője támogatja.¹⁶

¹⁰ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány B pont

¹¹ VJ/8-106/2018. sz. adatszolgáltatás 6. kérdésre adott válasz

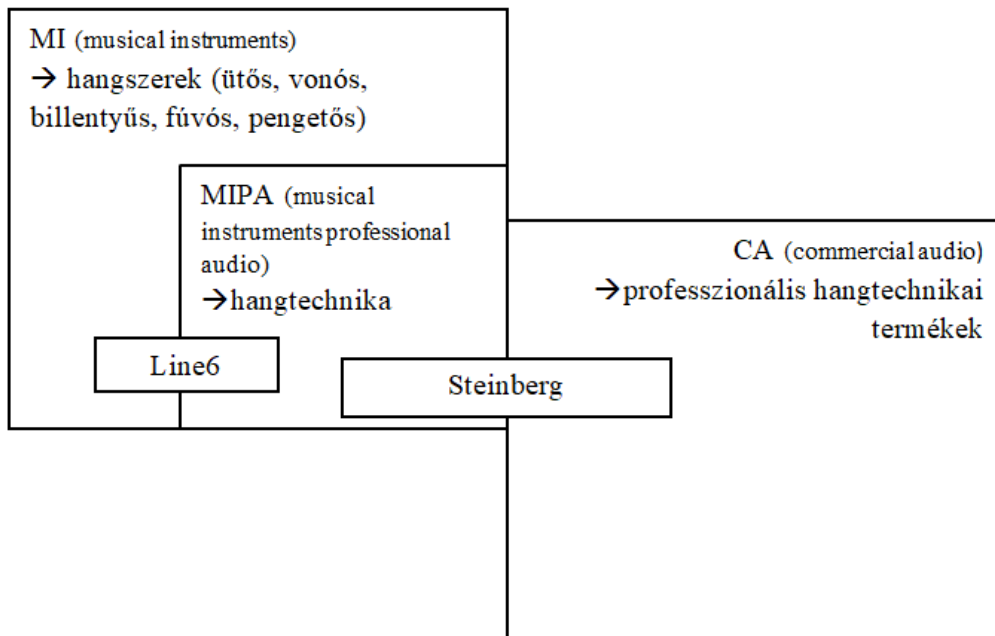
¹² VJ/8-72/2018. s. adatszolgáltatás 2. kérdésre adott válasz

¹³ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 2. kérdésre adott válasz

¹⁴ VJ/8-104/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet

¹⁵ VJ/8-193/2018. sz. adatszolgáltatás

¹⁶ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 2. kérdésre adott válasz



1. ábra Yamaha termékek csoportosítása

24. A Yamaha nyilatkozata alapján, a vállalkozáscsoport tagjai az elmúlt két évtizedben több vállalatfelvásárlást¹⁷ hajtottak végre, így a Yamaha Magyarországon nem csak Yamaha termékek, hanem Line 6, Bösendorfer és Steinberg márkák nagykereskedelmi értékesítésével is foglalkozik.
25. A Yamaha 2015. január 1-től vette át a Line 6 termékek magyarországi forgalmazását.¹⁸ A Line 6 termékek között megtalálhatók az MI termékkategóriába tartozó gitárok, illetve a MIPA alkategóriába tartozó hangtechnikai eszközök is. Értékesítésük a Yamaha termékekkel azonosan, a kereskedelmi képviselő közreműködésével történik.¹⁹
26. A Bösendorfer zongorák az MI termékcsoporthoz tartoznak, azokat a Yamaha forgalmazza Magyarországon, azonban a vállalkozás nyilatkozata alapján a Yamaha márkájú termékektől eltérő módon és feltételekkel kerülnek értékesítésre.²⁰
27. A vizsgált időszakban a Yamaha Steinberg termékeket is forgalmazott Magyarországon, ezek egy része azonban, ahogy korábban is említésre került, a CA kategóriába tartoznak.²¹ A márkák termékei közé tartoznak többek között szoftverek, hangkártyák, interfészek és vezérlők.
28. A hangszer- és hangtechnikai termékek között felhasználói kör, illetve felhasználás célja szerint is különbség tehető. A beérkezett válaszok alapján fontos elkülöníteni az intézményi vásárlókat és a magánszemélyeket, illetve az amatőr, a félprofesszionális és a professzionális felhasználókat. A termékek szokásos ára alapján elkülöníthetők az olcsóbb, belépő szintű termékek, a középkategóriás és a prémium termékek csoportja.

¹⁷ VJ/8-72/2018. sz. adatszolgáltatás 2. oldal

¹⁸ VJ/8-193/2018. sz. adatszolgáltatás

¹⁹ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 2. és 3. kérdésére adott válasz

²⁰ VJ/8-193/2018. sz. adatszolgáltatás

²¹ VJ/8-193/2018. sz. adatszolgáltatás és a VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 2. kérdésre adott válasz

29. A Yamaha Magyarország egész területén ellátja a Yamaha termékek nagykereskedelmi értékesítését. Az eljárás alá vont kiskereskedők elsősorban Budapesten üzemeltetnek hangszerboltokat (ezen túlmenően Csámpai Károlyné e.v. rendelkezik Egerben két hangszerbolttal, illetve a vizsgált időszak egy részében Hatvanban és Salgótarjánban is működtetett hangszerboltot, a Tajti Music Pécssett, a Hangszerdiszkont Győrben működtet üzletet).²² Az eljárás alá vont vállalkozások mindegyike rendelkezik az egész ország területén elérhető és kiszállítást vállaló internetes áruházzal.

2.2. A Yamaha piaci részesedése és versenytársai az egyes szegmensekben

30. Kevés olyan gyártó van hangszer- és hangtechnikai termékek piacán, mely a hangszerek ilyen széles körét gyártja és forgalmazza. Jellemző az egyes termékcsoportokra szakosodás, például a CASIO termékek között billentyűs hangszerek érhetőek el, a Tama dobok és kiegészítői gyártásával foglalkozik. A Yamaha piaci részesedése az egyes szegmenseken belül is eltérő.

31. A Yamaha nyilatkozata szerint a vállalkozás magyarországi forgalmának [ÜZLETI TITOK]-át teszik a billentyűs hangszerek értékesítései²³. A szegmensben a legtöbbször által említett versenytársai a Roland, a CASIO, a Kawai és a Korg.

32. A vonós, illetve fúvós hangszerek között a Yamaha a prémium kategóriában a legnépszerűbb márka, azonban az értékesítések csekély százalékát teszik ki ezen termékek, a fogyasztók inkább az alacsony, illetve középkategóriás termékeket keresik. Népszerű márkák a vonós hangszerek között a Savona, a Gewa, a Stentor és az Amati. A fúvós hangszerek között a márka versenytársa például a Trevor J James, a Yanagisawa, a Roy Benson.

33. A pengetős termékek között a Yamaha saját, illetve az általa forgalmazott Line6 gitártermékekkel van jelen. A válaszadók versenytársaként jelölték meg többek közt a Cort, a Stagg, az Ibanez, a Gibson és a Fender márkákat.

34. Az ütős hangszerek esetében a hangszer- és hangtechnikai termékek piacán elérhető további márka például a Stagg, a Tama, a Mapex és a Paiste.

35. A MIPA, azaz a hangtechnikai eszközök kategóriája rendkívül sok terméket ölel fel, ezért a versenytársak száma is nagyobb, példaként említették a válaszokban: Voice Kraft, Electrovoice, JBL, Allen&Heath, Behringer.

36. A beérkezett adatszolgáltatások alapján számolt piaci részesedési adatokat összesítő táblázatot a kiegészítő vizsgálati jelentés 2. sz. melléklete tartalmazza. A 2. sz. melléklet a termékcsoportonkénti felosztás mellett, akusztikus- elektronikus és MIPA csoportok szerinti felosztásban is tartalmazza a Yamaha termékek becsült piaci részesedését. Az ezzel kapcsolatban megkeresett vállalkozások becslésének átlaga alapján a Yamaha termékek piaci részesedése akusztikus hangszerek esetében 10-15% körülire, elektronikus hangszereknél 10-

²² a VJ/8-246/2018. számú jegyzőkönyvben (betekinthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.), a 10. kérdésre adott válasz szerint a forgalom „Jellemzően ez Budapestre koncentrálódott, de azért Debrecen, Pécs és Győr is felsorakozott e szempontból a főváros mellé.”

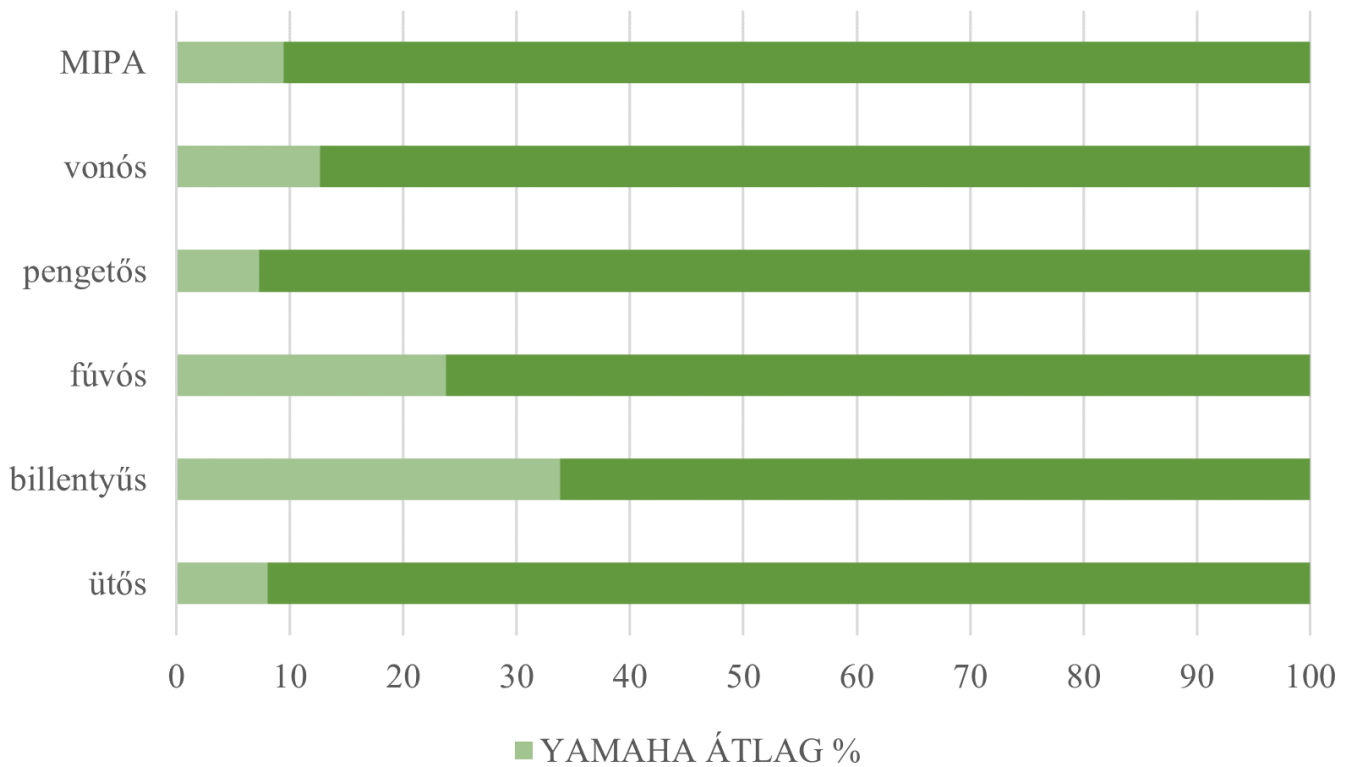
²³ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány B pont

15%-ra és MIPA csoport esetében 5-10%-ra tehető. A három kategóriában együtt a Yamaha termékek részesedését 10-15%-ra becsülték a megkérdezettek.²⁴

37. A megkeresett eljárás alá vont vállalkozások beérkezett adatszolgáltatásaikban kiemelték, hogy a Yamaha termékek piaci részesedése, a legtöbb termékcsoporthoz tartozó esetében a vizsgált időszak során fokozatosan csökkent, válaszaik a jelenlegi piaci részesedési adatokra vonatkozó becsléseket tartalmazzák.²⁵ Ebből következően a bemutatott adatok a vizsgált időszak egészére vonatkozóan konzervatív becslést tartalmaznak, a tényleges piaci részesedési adatok azoknál magasabbak lehetnek.
38. A beérkezett adatszolgáltatások szerint a Yamaha márka piaci részesedése termékcsoporthoz tartozóként eltérő; a beérkezett adatszolgáltatásokban szereplő piaci részesedésre vonatkozó becslések átlaga a pengetős termékeknél a legalacsonyabb (mintegy 5-10%), a legnagyobb részesedését billentyűs termékek esetében (kb. 30-35%) becsülték a megkeresett vállalkozások.
39. A Yamaha termékek termékcsoporthoz tartozó részesedésére vonatkozó becslések átlagát az alábbi ábra mutatja be.

²⁴ VJ/8-398/2018; A piaci részesedésekre vonatkozó adatok a mellékletben termékcsoporthoz tartozóként, valamint akusztikus, elektronikus és MIPA felosztásban szerepelnek. A beérkezett adatszolgáltatások engedékenységi kérelmezők, eljárás alá vontak, és megkeresett harmadik felek szerint kerültek csoportosításra a táblázatban. A táblázat, a könnyebb kezelhetőség érdekében a válaszadó által megjelölt két versenytársát tünteti fel, az adatszolgáltatásokban azonban ettől több versenytárs szerepelt. A 2. sz. melléklet a termékcsoporthoz tartozó felosztás mellett, akusztikus- elektronikus és MIPA csoportok szerinti felosztásban is tartalmazza a Yamaha termékek becsült piaci részesedését. Az egyes termékcsoporthoz tartozhatnak mind akusztikus mind elektronikus hangszerek, a két felosztásba tartozó termékek így nem feleltethető meg egymásnak teljesen. Az ezzel kapcsolatban három megkeresett vállalkozás becslésének átlaga alapján a Yamaha termékek piaci részesedése akusztikus hangszerek esetében 12% körülire, elektronikus hangszereknél 12-13%-ra és MIPA csoport esetében 6-8%-ra tehető. A három kategóriában együtt a Yamaha termékek részesedését 10-11%-ra becsülték a megkérdezettek

²⁵ VJ/8-379/2018. sz. adatszolgáltatás, táblázatban szereplő megjegyzések, VJ/8-381/2018. sz. adatszolgáltatás 1. pont, VJ/8-382/2018. sz. adatszolgáltatás 9. pont.



2.3. A magyar hangszer- és hangtechnikai termékek kiskereskedelmi piacának jellegzetességei

40. A Yamaha hangszerek kiskereskedelmi értékesítése túlnyomórészt fizikai vagy online szakboltokban történik, a Yamaha Magyarországon körülbelül [ÜZLETI TITOK] hangszerbolttal áll kapcsolatban.²⁶ A forgalom körülbelül 60-70%-a Budapestre koncentrálódik.²⁷
41. Az eljárás alá vont kiskereskedők együttes piaci részesedése mintegy 30-45% közé tehető²⁸, a Yamaha magyarországi forgalmának pedig összesen mintegy 40%-át adják.²⁹
42. Ezek a hangszerkereskedések bár általában a termékek szélesebb körét forgalmazzák, specializálódnak egy-egy termékcsoporthoz, melyek esetében nagyobb szakértelem, illetve választék áll rendelkezésre a boltokban.
43. A hangszer- és hangtechnikai termékek kiskereskedelmének piacán a megkeresett kereskedők és eljárás alá vont vállalkozások legjelentősebb változásként az internetes kereskedelem fokozatos térnyerését emelték ki.
44. A folyamat 2004-ben, az ország uniós csatlakozásával indult, melynek következményeként több külföldi webáruház megjelent a magyar hangszer- és hangtechnikai eszközök piacán. Ezekre az internetes boltokra jellemzők az alacsonyabb árak, és az alacsonyabb szintű terméktámogatási rendszer, ezért a piacra jellemző a potyautas probléma, amikor is a fizikai boltokban rendelkezésre álló kiállított termékek kipróbálása, illetve az eladók szakértelmének igénybe vétele után a fogyasztók inkább az interneten rendelik meg a terméket alacsonyabb

²⁶ VJ/8-113/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet

²⁷ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.) 3. kérdés adott válasz

²⁸ VJ/8-398/2018. A 2. sz. melléklet 2. sz. munkalapja

²⁹ VJ/8-398/2018. A 2. sz. melléklet 3. sz. munkalapja

áron, olyan áron értékesítő vállalkozásoktól, melyek nem tartanak fenn egyáltalán, vagy kevésbé frekvenciált helyen tartanak fenn, jellemzően alacsonyabb színvonalú fizikai üzleteket.

45. A nagy külföldi internetes webáruházak, mint a vizsgált időszak elején a Thomann, majd 2011-től a Muziker a magyar piacon referenciává váltak az árazás tekintetében. A kereskedők részére egy elfogadható minimum árszínvonalat jelentettek az ezen webshopok által alkalmazott árak, saját áraik kialakítása során figyelembe vették azokat. A Yamaha felé elvárás volt a magyar kiskereskedők részéről az árak legalább ezen a szinten való stabilizálása.³⁰
46. A vizsgált időszakban fokozatosan jelentek meg a magyar hangszerkereskedők online áruházai, melyek a magyar piacra koncentrálnak, a Yamaha nyilatkozata szerint akadnak köztük melyek kiváló színvonalúak, de vannak olyan kereskedők, melyek küzdenek az online jelenléttel.³¹ A Yamaha nyilatkozata alapján az értékesített termékek [ÜZLETI TITOK]-a talál gazdára az interneten, [ÜZLETI TITOK]-a fizikai boltban.³²
47. A kiskereskedők internetes webáruházai megnyitásával megjelentek az országban elérhető nagyobb ár-összehasonlító oldalakon is, melyek segítségével a végfelhasználók könnyedén ki tudták keresni a legalacsonyabb árakat kínáló vállalkozásokat.³³
48. A hangszer kereskedők elmondása szerint, a hangszerértékesítés során gyakori, hogy a boltba az internetes árak alapján betérő fogyasztókkal a kereskedők, a terméken szereplőtől eltérő, egyedi árban állapodnak meg.³⁴
49. A magyar hangszer- és hangtechnikai termékek piacára jellemző sajátosság, hogy a nagyobb kiskereskedők általában ellátják egy-egy márka nagykereskedelmi képviselőjét az országban. A jelenség más környező országokban nem figyelhető meg.³⁵
50. A magyar hangszer- és hangtechnikai termékek piacán a Yamaha nagykereskedelmi képviselőjét az Atlantisz Kft. látta el. A disztribútori státuszának megszűnését követően a Yamaha közvetlenül tartotta a kapcsolatot a kiskereskedőkkel, melyek nagyobb forgalmat bonyolító szereplői elsősorban Budapesten voltak megtalálhatóak, így az egymást követően számos vállalkozás által működtetett Eldorádó Hangszeráruház³⁶, valamint a Hangszerker, a Coda Hangszerbolt és a későbbiekben a Mezzoforte Hangszerbolt, továbbá ide sorolható a Pécsen és Budapesten is hangszerboltot működtető Tajti Music. Ugyancsak a későbbi időszakban vált e piac meghatározó szereplőjévé a győri Hangszerdiszkont. A Eurhythmic Kft. kiskereskedelemmel, illetve Yamaha termékek kereskedelmével egyáltalán nem foglalkozott, azonban a Hangszer Plázában a Tajti Music-kal közösen tulajdonnal rendelkezik. A szlovákiai Muziker Magyarországon online értékesítést végzett.

³⁰ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.) 5. kérdésre adott válasz

³¹ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 7. kérdésre adott válasz

³² VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány B pont

³³ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.) 5. kérdésre adott válasz

³⁴ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-349/2018. sz.) 25. kérdésre adott válasz

³⁵ VJ/8-215/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) 3. kérdésre adott válasz

³⁶ Szikszai Tímea e.v. által alapított hangszerbolt, mely 2012-ben az Alexandra könyvesboltokat működtető vállalkozások érdekkörébe került, ezt követően több alkalommal változott a hangszerboltot üzemeltető vállalkozás, azonban [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] a vizsgált időszak során végig a hangszerbolt üzletvezetői maradtak. A hangszerbolt egyike az ország legrégebbi és legjelentősebb kereskedéseinek.

2.4. Hangszeresek Országos Szövetsége

51. A Hangszeresek Országos Szövetsége (a továbbiakban: HANOSZ, Szövetség) a magyar hangszer-nagykereskedelemmel és kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozásokat tömörítő szervezet.
52. A Szövetséget 2003-ban 13, a hangszer nagykereskedelmi piacon tevékenykedő vállalkozás alapította, az élő hangszeres zenélés, illetve a könnyűzene népszerűsítése céljából. Az első három évben nem volt gyakorlati működése a szövetségnek, nem rendelkezett operatív munkatárssal.³⁷ 2006 óta állandó fizetett alkalmazottként egy főtitkár segíti a Szövetség céljainak megvalósítását, ezt a pozíciót 2006 óta [SZEMÉLYES ADAT] tölti be.³⁸
53. A Szövetség legfőbb célkitűzése a magyarországi hangszerkiállítás³⁹ megszervezése, valamint az élőzene és a hangszeres zene népszerűsítése, továbbá a kereskedők edukációja. Kifejezetten nagykereskedők, disztribútorok szövetségeként jött létre, később kiskereskedők is csatlakoztak a szövetséghez. A tagság legnagyobb vonzereje a kiállításon való részvétel, ami a tagok részére kedvezményes tarifával működik.⁴⁰ A kiállítás sikerének köszönhetően a taglétszám később 60 körülire duzzadt, jelenleg 40 körüli tagot számlál.⁴¹
54. A HANOSZ elnökséggel és felügyelő bizottsággal rendelkezik. Ez a két szerv irányítja az operatív munkát a közgyűléseken meghatározott elvek alapján.⁴² Az eljárás alá vontak közül az Eldorádó Hangszerboltot éppen aktuálisan működtető vállalkozás képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] volt a Szövetség megalapításától kezdve 2014-2015-ig tagja az elnökségnek⁴³, illetve az Eurhythmic Kft. mindenkori cégvezetője jelenleg is a HANOSZ elnökségének tagja, azonban nyilatkozata szerint operatív tevékenységet nem folytat az elnökségben⁴⁴.
55. A HANOSZ tagjainak listája megtalálható a Szövetség honlapján⁴⁵, általánosságban a vizsgált időszak vonatkozásában elmondható, hogy inkább nagykereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozások voltak tagok. A nagykereskedés mellett a hang-, fény- és látványtechnikai szolgáltatás is jellemzően a tagok tevékenységi körébe tartozott. 2013 körül 4-5 tag lehetett az 50-ből, amely foglalkozott hangszer-kiskereskedelemmel, mára már nagyobb ez az arány, amelynek az az oka, hogy van, akinek már van márkaboltja, vagy elkezdett webshopokban árusítani.⁴⁶
56. Az első alkalommal 2006-ban, majd azt követően éves rendszerességgel megrendezett budapesti hangszerkiállításon 2008-tól a Yamaha is rendszeresen képviseltette magát, azonban mivel nem volt tagja a HANOSZ-nak, tekintettel arra, hogy csak Magyarországon bejegyzett vállalkozások lehetnek tagjai, a Yamaha pedig nem rendelkezik ilyen vállalkozással, nem közvetlenül állította ki termékeit, hanem a Yamaha termékek kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozó viszonteladói segítségével.

³⁷ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 3. kérdésre adott válasz

³⁸ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 6. kérdésre adott válasz

³⁹ Budapest Music Expo, Hangfoglalás

⁴⁰ VJ/8-247/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-349/2018. sz.) jegyzőkönyv 18. kérdésre adott válasz

⁴¹ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 4. kérdésre adott válasz

⁴² VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 6. kérdésre adott válasz

⁴³ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 4. kérdésre adott válasz

⁴⁴ VJ/8-257/2018. sz. adatszolgáltatás 5. kérdésre adott válasz

⁴⁵ VJ/8-319/2018. sz. feljegyzés 1. sz. melléklet

⁴⁶ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 5. kérdésre adott válasz

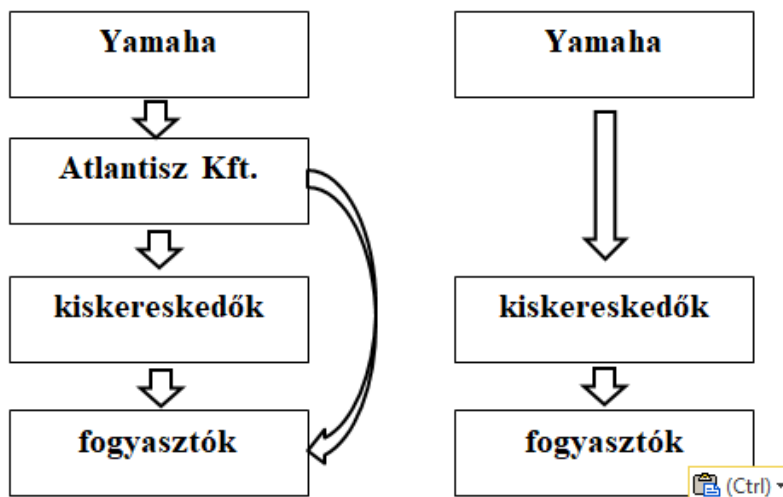
57. Az eljárás alá vontak közül az Eldorádó Hangszerbolt a kezdetektől, a Mezzoforte Hangszerüzlet, a Hangszer Pláza, illetve Tajti Music Kft. pedig a későbbiekben alkalmanként, az Eldorádó Hangszerbolttal közösen állított standot a Yamaha termékeknek. A vásárra közös árlistával készültek az említett hangszerkereskedők, illetve több személyes egyeztetést tartottak. A Yamaha kölcsöntermékekkel, illetve marketing hozzájárulással támogatta a kereskedőket. A kiállítás után a Yamaha kereskedelmi képviselője általában meghívta ezen hangszerboltok képviselőit egy vacsorára. A Hangszer Pláza képviselőjének nyilatkozata szerint ezeken a vacsorákon semmiféle komoly dologról nem esik szó, a munka ilyenkor félre van téve.⁴⁷

58. A hangszerkiállítást utolsó alkalommal 2018-ban szervezték meg.

2.5. A Yamaha termékek forgalmazási rendszere

59. A Yamaha termékek jelenlegi forgalmazási rendszerét a Yamaha 2005-ben alakította ki. 2005 előtt egy magyar nagykereskedelmi vállalkozáson, az Atlantisz Kft.-n⁴⁸ keresztül juttatta az országba termékeit.

60. 2005-től kezdődően szelektív értékesítési rendszert alkotó kereskedőkön keresztül látja el termékekkel a Yamaha a magyar fogyasztókat. A hangszer-kiskereskedőkkel a kapcsolatot egy, a Yamaha alkalmazásában álló magyar kereskedelmi képviselő tartja⁴⁹. A kereskedelmi képviselő feladatkörébe tartozik annak ellenőrzése, hogy a kiskereskedők betartják-e a termékek értékesítése során a szerződésben foglaltakat, illetve a Yamaha márka népszerűsítése érdekében promóciók, hangszerbemutatók szervezése egyedül, vagy együttműködésben egy vagy több kiskereskedővel.⁵⁰



2. ábra Yamaha termékek értékesítése 2005 előtt és után

61. A Yamaha termékek az értékesítés szempontjából két csoportba sorolhatók; nyitott és szelektív termékek. A nyitott termékek kereskedelmi célú továbbértékesítése nem tiltott,

⁴⁷ VJ/8-213/2018. sz. jegyzőkönyv 19. kérdésre adott válasz

⁴⁸ Az Atlantisz Kft. kiskereskedőként 2013-ig maradt aktív, a levelezésekben gyakran megjelenő képviselője [SZEMÉLYES ADAT].

⁴⁹ A Yamaha által alkalmazott kereskedelmi képviselő 2005 és 2016. között [SZEMÉLYES ADAT] volt, 2016-tól [SZEMÉLYES ADAT] tölti be a pozíciót.

⁵⁰ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 1. kérdésre adott válasz

ellenben szelektív terméket csak az adott termék kategóriára vonatkozó szerződéssel rendelkező vállalkozás részére lehet továbbértékesítési céllal továbbadni.

62. Ahhoz, hogy valaki a Yamahától tudjon vásárolni hangszer- vagy hangtechnikai terméket, szükséges egy alapszerződés megkötése. Az alapszerződésben egyebek mellett szabályozzák az értékesítés általános feltételeit és kitérnek a szelektív kereskedők kiválasztásának kritériumaira.
63. Az alapszerződés megkötésével a nyitott termékek érhetőek el a vállalkozások számára, a szelektív termékek egy szerződés kiegészítés, azaz annex megkötésével válnak rendelhetővé.
64. Az annexek egy-egy termékcsoporthoz vonatkoznak, és tartalmazzák a mennyiségi és minőségi elvárásokat az egyes termékcsoporthoz vonatkozásában, mint például azt, hogy az egyes kedvezmények eléréséhez mennyi és milyen fajtájú terméket kell kiállítani a boltban, milyen forgalmi elvárásoknak kell megfelelni az egyes bónusz kategóriák eléréséhez. Az annexekben termékcsoporthozként részletezik a biztosítandó értékesítés utáni szolgáltatásokat, a személyzettel szembeni elvárásokat. A Yamaha nyilatkozata szerint ritka az olyan vállalkozás, amely csak alapszerződéssel rendelkezik.⁵¹
65. A termékek megrendelése többféle módon lehetséges a Yamahától: személyesen, a kereskedelmi képviselőnél, e-mailben, telefonon, vagy egy B2B felületen, az úgynevezett Yamaha Extraneten, melyet 2010-2011 környékén vezettek be.⁵² Ezen a felületen minden kereskedőnek regisztrálnia kell, de a kereskedő döntése, hogy melyik lehetőséget választja a rendelések leadásánál.⁵³
66. Az Extraneten a kereskedők az egyes termékek nagykereskedelmi árát látják, melyből a saját beszerzési áraik kiszámolásához le kell vonniuk a szerződésükben biztosított, illetve az eseti kedvezményeket úgy, mint ahogy a Yamaha által az évente több alkalommal, e-mailben kiküldött termékcsoporthoz tartozó árlistákból. A nagykereskedelmi árak mellett a felületről marketing anyagok, termékfotók is letölthetőek.
67. A szelektív termékek forgalmazását (is) vállaló kereskedők a nagykereskedelmi árból többféle kedvezményt vehetnek igénybe. A megszerzhető kedvezmények között érdemes elkülöníteni az állandó és az időleges kedvezményeket. A nagykereskedelmi árból minden kereskedő kap alapkedvezményt. További állandó kedvezmény az úgynevezett display discount, melynek különböző fokozatait a kereskedők a boltban kiállított termékek alapján érhetik el. A kereskedők kedvezményt kaphatnak akkor is, ha előre utalták rendelésük értékét. Időleges kedvezmények a frankfurti zenei vásár idejére meghirdetett akciók, illetve a budapesti hangszerkiállításon közreműködő vállalkozások számára nyújtott kedvezmények, továbbá a kifizető termékekhez is alacsonyabb áron lehet hozzájutni. Nagyobb rendelések esetén el lehet érni egyedi kedvezményeket is, illetve a lojális kereskedők jutalmazására elérhető volt az úgynevezett Joker kedvezmény, mely alkalmazásának a Yamaha nyilatkozata szerint nem voltak világosan rögzített feltételei, például azon kereskedők számára volt elérhető, amelyek profitját erodálta egy alacsony áron árazó másik kereskedő.⁵⁴

⁵¹ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 8. kérdésre adott válasz

⁵² VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 12. kérdésre adott válasz

⁵³ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 17. kérdésre adott válasz

⁵⁴ VJ/8-250/2018. sz. adatszolgáltatás 2. kérdésre adott válasz

68. A kedvezményrendszeren a vizsgált időszak során egy alkalommal történt jelentősebb változtatás, 2017 nyarán-őszén, amelynek bevezetése hosszabb időszakot ölelt fel. Ekkor a korábbi kedvezményeket jelentősen átalakította a Yamaha, csökkent az alapedvezmény és display discount mértéke is, az újonnan bevezetett negyedéves visszatérítések váltak hangsúlyos elemmé.
69. Mint ahogy a fentiekben említésre került, a szerződéses kritériumoknak való megfelelést a kereskedelmi képviselő ellenőrzi az egyes vállalkozásoknál. Ezen látogatások alkalmával a kereskedelmi képviselő ellenőrzi a kirakatképet, a kiállított hangszerek mennyiségét és minőségét. A látogatásokra egy úgynevezett Blue Book⁵⁵ alapján készül fel, ez tartalmaz egy tárgyalási útmutatót, és tanácsokat az ellenőrzés lefolytatásához. A látogatásokról a kereskedelmi képviselő a Yamaha intranetére pársoros összefoglalót készít. A kereskedelmi képviselő hiányosság észlelése esetén felszólíthatja a kereskedőt ezek pótlására, többszöri nem teljesítés esetén többféle szankciót alkalmazhat. Ezen szankciók köre a szállítás felfüggesztésétől a szerződés felmondásáig terjedhet.

3. Az eljárás alá vontak

3.1. Yamaha Music Europe GmbH (YME)

70. A Yamaha 1897 óta foglalkozik hangszerek gyártásával, a hangszerek és audio eszközök és más kapcsolódó termékek piacainak globális szereplője, mind a gyártás mind a termékek értékesítése terén. Első audio termékeit 1954-ben fejlesztette ki. A gyártott hangszerek köre az 1960-as években jelentősen bővült, az 1970-es években kezdte meg az elektronikus komponensek fejlesztését, ami lehetővé tette digitális hangszer és audio készülékek gyártását. Elsődleges üzleti tevékenységei közé tartozik hangszerek, audio és video eszközök, valamint PA eszközök forgalmazása. A vállalkozás egyedüli irányítója a japán székhelyű Yamaha Corporation Japan. A YME hozzávetőleg 39 országban forgalmaz Yamaha márkájú hangszer- és hangtechnikai eszközöket. A vállalkozás székhelye Németországban, Rellingenben található. A vállalkozás bécsi fiókjából felügyeli a kelet-közép európai régiót, így Magyarországot is 2005 óta.⁵⁶ A vállalkozásnak a magyarországi kereskedelmi képviselők közvetlen felettesének pozícióját betöltő vezetői a vizsgált időszakban, 2005-től 2007-ig [SZEMÉLYES ADAT], 2007-től 2011-ig [SZEMÉLYES ADAT], 2011-től 2013-ig [SZEMÉLYES ADAT],⁵⁷ 2013-tól 2017-ig [SZEMÉLYES ADAT],⁵⁸ 2017-től [SZEMÉLYES ADAT]⁵⁹ voltak.
71. A foglalkoztatottak száma és az éves árbevétel adatok alapján a YME nem minősül kis- vagy közepes méretű vállalkozásnak.⁶⁰

3.2. Szikszi Tímea e.v.

72. A vállalkozás 1994 májusa és 2020. március 2.-a között működött. Az Eldorádó Hangszerüzletet 1994. és 2012. szeptembere között üzemeltette, 2015 év elejétől az egyéni

⁵⁵ VJ/8-156/2018. sz. adatszolgáltatás 3. pont

⁵⁶ 2005 és 2010 között Yamaha Music Holdings Europe néven.

⁵⁷ VJ/8-250/2018. sz. adatszolgáltatás 6. pont

⁵⁸ VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás 2. pont

⁵⁹ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 1. kérdésre adott válasz

⁶⁰ VJ/8-290/2018. sz. adatszolgáltatás

vállalkozói tevékenységet szüneteltette. 2012-ben a vállalkozás teljes árukészletét, illetve eszközei jelentős részét átadta a Pécsi Direkt Kft.-nek.⁶¹

73. [SZEMÉLYES ADAT] 1994-től foglalkozik hangszer-kereskedéssel, így Yamaha termékek értékesítésével az Eldorádó Hangszerüzlet keretében, az Eldorádó az egyik legrégebbi hangszerbolt az országban.

3.3. Pécsi Direkt Kft. „f.a.”

74. 2012 szeptembere és 2014 áprilisa között működtette az Eldorádó Hangszerüzletet. 2012-ben felvásárolta az egyéni vállalkozás raktárkészletét és minden tárgyi eszközét, valamint átvette a bolt alkalmazottait, így [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] is, akik ezt követően divízióvezetőként felelősek voltak a hangszer-kereskedelem működtetésért. [SZEMÉLYES ADAT] 2019 óta nem dolgozik a hangszerüzletben.

75. A vállalkozás az Alexandra Könyvhálózatot üzemeltette, a hangszerbolt shop-in-shop formában működött a Nyugati téri Alexandra Könyvárúháiban. A bolt működtetője 2014 után több alkalommal is cserélődött az Alexandra cégcsoporthoz köthető vállalkozások között.

76. A Pécsi Direkt Kft. „f.a.” nyilatkozata szerint nem minősül kis- és középvállalkozásnak.⁶²

3.4. Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”

77. A vállalkozás 2010. április 16-án alakult, 2014. április 3-tól 2015. március 17-ig működtette az Eldorádó Hangszerüzletet. Jelenleg a vállalkozás felszámolás alatt áll. A vállalkozás tulajdonosi köre személyi átfedést mutat a Pécsi Direkt Kft. és a Könyvbazár Kft. tulajdonosi körével.

3.5. Könyvbazár Kft. „f.a.”

78. 2006. december 22-én alapították a vállalkozást jogelőd nélkül. A vállalkozás főtevékenysége a vegyes termékkörű nagykereskedelem, jelenleg, a felszámolási eljárás okán, tevékenységet nem folytat. Az Eldorádó Hangszerbolt webshopjának üzemeltetését végezte 2015 környékén, másfél éves időszakban. Ebben az időszakban a Könyv Plaza Kft. működtette a fizikai boltot. A vállalkozás tulajdonosi köre személyi átfedést mutat a Pécsi Direkt Kft. és a Rainbow Üzletlánc Kft. tulajdonosi körével.

3.6. Könyv Plaza Kft.

79. A vállalkozás könyv, CD, DVD, ajándéktárgyak, kiegészítők, bor, játékok, hangszerek kiskereskedelmével foglalkozott korábban kettő, egyenként 1000 nm-t meghaladó budapesti üzletben. A hangszerek kereskedelme csak a budapesti Nyugati téren található Eldorádó nevű üzletben folyt 2015 márciusa és 2017 áprilisa között. 2017-ben az üzlet működtetését átvette a Bookangel Kft., a vállalkozás ettől kezdve nem foglalkozik hangszer kereskedéssel.

80. A vállalkozás nyilatkozata szerint KKV-nak minősül.⁶³

⁶¹ VJ/8-56/2018.

⁶² VJ/8-285/2018. sz. adatszolgáltatás

⁶³ VJ/8-301/2018. sz. adatszolgáltatás

3.7. Bookangel Kft.

81. A vállalkozás 2012. december 18-án alakult, jogelőd nélkül. A fő tevékenysége könyv kiskereskedelem, emellett 2017 áprilisától hangszer kiskereskedelemmel is foglalkozik a vállalkozás az Eldorádó Hangszerüzlet működtetése által. Line6 termékek forgalmazásával nem foglalkozik a Hangszerüzlet, Steinberg termékek kereskedelmére rendelkezik szerződéssel, de nem bonyolít jelentős forgalmat.⁶⁴

3.8. Csámpai Károlyné e.v.

82. Az egyéni vállalkozást 1989-ben alapították, elsősorban új és használt hangszerek kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozik Mezzoforte Hangszeráruház néven, pengetős és billentyűs hangszerekre, illetve kiegészítőikre fókuszálva. A Yamahával 2004-től, az új forgalmazási rendszer bevezetése óta áll kapcsolatban a vállalkozás. Korábban több vidéki boltot is működtetett, illetve 2018 őszéig⁶⁵ Budapesten egy üzletet. Jelenleg Egerben üzemeltet két boltot, online áruháza a www.hangszeraruhaz.hu internetes címen működik. Az üzletet a [SZEMÉLYES ADAT] és férje vezették, a Yamaha találmányokra és hangszerkiállításokra azonban fiuk, [SZEMÉLYES ADAT] is elkísérte őket, aki üzletvezető a budapesti boltban, a többi hangszerbolttal is ő tartotta a kapcsolatot.

83. A vállalkozás nyilatkozata szerint KKV-nak minősül.⁶⁶

3.9. Hangszerdiszkont.hu Kft.

84. A vállalkozást 2003-ban alapították Szász Kft. néven. 2009 áprilisától foglalkozik hangszerkereskedéssel, ekkor változott a vállalkozás tulajdonosa és ügyvezetője, illetve cégneve. A vállalkozás ügyvezetője [SZEMÉLYES ADAT]. Ő képviseli a vállalkozást a Yamaha által szervezett partnertalálkozókon. A vállalkozás működteti a hangszerdiszkont.hu oldalt, illetve egy 300 nm-es boltot Győrben. A vállalkozás honlapja szerint „*a Hangszerdiszkont.hu Kft. mára már Magyarország egyik legjelentősebb és legsikeresebb hangszerüzlete és webáruháza, több mint 50 000 regisztrált taggal és napi átlag 12 000 látogatóval és több, mint 100 000 elégedett vásárlóval országosan*”. A Yamahával először 2013. április 12-én kötött szerződést, az értékesített termékek köre a vizsgált időszak során fokozatosan bővült, Steinberg termékeket 2014-től, Line 6 termékeket 2016-ban és 2017-ben értékesített. A nyílt termékek a 2013-as szerződéskötést megelőzően is elérhetőek voltak a vállalkozás honlapján. A beszámolója szerint 2010-ben még csak 2 fő alkalmazottal működő vállalkozásnak 2013-ban már 5 fő, 2014-ben 6 fő, 2017-ben pedig 7 fő alkalmazottja volt.

85. A vállalkozás nyilatkozata szerint KKV-nak minősül.⁶⁷

3.10. Schmidt Károly e.v.

86. A vállalkozás 1999. február 1-jén kezdte meg működését, ettől az időponttól kezdődően foglalkozott hangszertermékek és tartozékaik, illetve kiegészítőik kiskereskedelmi értékesítésével, CODA Hangszerbolt néven. A boltban forgalmazott márkák köre, a vásárlói

⁶⁴ VJ/8-19/2018. sz. adatszolgáltatás 1. pont

⁶⁵ 2018 őszétől a budapesti boltot és a vállalkozás webshopját a Custom Shop Kft. működteti, mely ügyvezetője [SZEMÉLYES ADAT].

⁶⁶ VJ/8-293/2018. sz. adatszolgáltatás

⁶⁷ VJ/8-293/2018. sz. adatszolgáltatás

igényekhez igazodva folyamatosan változott az évek során, Yamaha termékekkel 2004-től foglalkozott, először szintetizátorok és digitális pianínók, később gitárok és egyéb hangszerek kiskereskedelmi értékesítését végezte. A CODA Hangszerbolt 2018 júliusában befejezte működését. Az egyéni vállalkozás 2020. április 15-én megszűnt. [SZEMÉLYES ADAT]azóta nem végez üzleti tevékenységet. Működése idejében az egyike volt a legnagyobb Yamaha forgalmat bonyolító hangszerboltoknak az országban.⁶⁸

3.11. Tajti Music Kft.

87. A vállalkozást 2000. július 7-én alapította [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT]. Pécssett és 2015-ig Budapesten működtetett hangszerboltot. Yamaha termékek forgalmazásával a vállalkozás megalapítása óta foglalkozik. 2015-ben az Eurhythmics Kft.-vel közösen megalapította a Hangszer Pláza Kft.-t. A vállalkozás egyike a legnagyobb Yamaha forgalmat bonyolító hangszerboltoknak az országban.

88. A Tajti-Music Kft. által működtetett hangszerbolt ügyvezetője [SZEMÉLYES ADAT], illetve 2015 augusztusáig [SZEMÉLYES ADAT] volt ([SZEMÉLYES ADAT] ezt követően a Hangszer Pláza Kft. ügyvezetője lett).⁶⁹

89. A vállalkozás nyilatkozata alapján KKV-nak minősül.⁷⁰

3.12. EURHYTHMICS Kft.

90. Az EURHYTHMICS Hangszer Nagy- és Kiskereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság 2004. június 1-jén kezdte meg működését Magyarországon. Kiskereskedelmi tevékenységet a vállalkozás nyilatkozata alapján nem folytat, 2008. és 2019. között nem értékesített Yamaha MI és MIPA terméket. Nagykereskedelmi tevékenysége során a viszonteladói partnerhálózata közreműködésével biztosítja Magyarországon a hangtechnikai berendezéseknek a végfelhasználókhoz való eljutását. A vállalkozás weboldala alapján 11 márka képviselőjét látja el.

91. A vállalkozás, nagykereskedelmi tevékenységén túlmenően komplex audiovizuális-rendszerek, előadótermek, konferencia és tolmács-rendszerek, vezeték- nélküli mikrofon- és fülmonitor-rendszerek tervezésével, üzembe helyezésével, rendszer-telepítéssel foglalkozó partnerei által kivitelezett projektek támogatásával, valamint szakirányú képzéssel, üzemeltetési tanácsadással foglalkozik.

92. 2015-ben a Tajti Music Kft.-vel közösen megalapították a Hangszer Pláza Kft.-t, mely ügyvezetésében a vállalkozás nyilatkozata szerint sem tulajdonosa, sem korábbi vagy jelenlegi vezető tisztségviselői nem vesznek, illetve korábban nem vettek részt.

93. A vállalkozás nyilatkozata szerint KKV-nak minősül.⁷¹

⁶⁸ VJ/8-113/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet

⁶⁹ VJ/8-70/2018., VJ/8-223/2018., VJ/8-317/2018.

⁷⁰ VJ/8-289/2018. sz. adatszolgáltatás

⁷¹ VJ/8-257/2018. sz. adatszolgáltatás

3.13. Hangszer Pláza Kft.

94. A vállalkozást 2015-ben alapította a Tajti Music Kft. és az EURHYTHMICS Kft., hangszerek és hangtechnikai eszközök forgalmazásával foglalkozik. Szinte minden Magyarországon kereskedelmi képviselettel rendelkező gyártó, forgalmazó termékeit forgalmazza folyamatos készleten tartás vagy rendelés esetén egyedi beszerzések mellett. Elsősorban végfelhasználók számára értékesít, mind hagyományos, fizikai boltban, mind interneten, webshopon keresztül. A vállalkozás ügyvezetője annak 2015-ös megalakulása óta, [SZEMÉLYES ADAT], aki a Tajti Music Kft. résztulajdonosa is. [SZEMÉLYES ADAT] korábban a Tajti Music Kft. ügyvezetője volt.

95. A vállalkozás nyilatkozata alapján KKV-nak minősül.⁷²

3.14. Hangszerker Kft.

96. A vállalkozást 2009-ben alapították, hangszerek és azok tartozékai értékesítésével foglalkozik. A forgalmazott márkák köre 2009 óta fokozatosan bővült. A vállalkozás ügyvezetője [SZEMÉLYES ADAT], 2000 óta foglalkozik hangszer-kereskedéssel. A vállalkozás résztulajdonosa [SZEMÉLYES ADAT]. A vállalkozás működteti a www.hangszerker.hu internetes címen elérhető webshopot, mely szerint a hangszerbolt az ország legnagyobb Yamaha márkakereskedése.⁷³

97. A vállalkozás nyilatkozata szerint KKV-nak minősül.⁷⁴

3.15. Friendly House Kft.

98. A vállalkozás 2011-ben alakult, jogelőd nélkül az Ausztriában működő Friendly House Handels-GmbH leányvállalatként, részben magyar tulajdonosi körrel. Elsősorban hang-, fény-, dj-, és stúdiótechnikai eszközök kereskedelmével foglalkozik. A vállalkozás Yamaha MI hangszerek értékesítésével jellemzően nem foglalkozik, abból bevétele a cég megalapítása – 2017 márciusa közötti időszakban, nyilatkozata szerint nem származott. A vállalkozás tulajdonosa 2019. október 1-től megváltozott, a korábbi munkavállalók sem állnak már a vállalkozás alkalmazásában, illetve a Friendly House hangszerbolt jelenleg nem működik.

3.16. Muziker a.s.

99. A vállalkozást 2002-ben alapították, hangszerek és professzionális hangtechnikai eszközök értékesítésével foglalkozik. Több kiskereskedelmi üzletet működtet Szlovákiában és Csehországban, illetve webshopot magyar nyelven. A hangszereken kívül további szabadidős- és sporttevékenységekhez kapcsolódó termékek értékesítésével is foglalkozik (pl. sí, golf, hajózás). Magyar nyelvű honlapját 2008-ban indította, az országban alacsony árrairól ismert. A magyar piaccal foglalkozó személyek száma a vállalkozásnál az évek során fokozatosan bővült, jelenleg 3-4 értékesítő foglalkozik a magyar vásárlókkal.

100. A vállalkozás nyilatkozata alapján KKV-nak minősül.⁷⁵

⁷² VJ/8-288/2018. sz. adatszolgáltatás

⁷³ <https://www.hangszerker.hu/>

⁷⁴ VJ/8-302/2018. sz. adatszolgáltatás

⁷⁵ VJ/8-287/2018. sz. adatszolgáltatás

4. Tényállás

4.1. A tényállás összefoglalása

101. A 2004-2005-ös években két országos szintű változás gyakorolt együttesen hatást a hazai hangszer- és hangtechnikai termékek piacára. Egyrésztől 2004-ben Magyarország az Európai Unió tagjává vált, mely időponttól az Unió határain belül e termékekkel is szabadon lehetett kereskedni az országhatárokon tekintet nélkül. Másrészt, e folyamattal párhuzamosan megkezdődött a hangszer- és hangtechnikai eszközök online történő értékesítésének elterjedése. E két folyamat a magyarországi hangszerkereskedőkben feszültséget generált egyrészt a nagyobb méretű, a magyar fogyasztók számára is ajánlatokkal élő uniós kereskedők, másrészt a hazai, kizárólag online értékesítő kereskedők tevékenysége kapcsán.
102. A Yamaha hangszer- és hangtechnikai termékek vonatkozásában a hazai kereskedők egyrészt azt nehezményezték, hogy a Yamaha nem működik közre olyan piaci környezet megteremtésében, amely kompenzálná őket a jelentős tőkeerővel rendelkező, országhatáron túli hangszerkereskedések hazai piacon való megjelenése miatt. A Yamaha által szabott feltételeknek megfelelő üzlethelyiséget fenntartó kereskedők továbbá a náluk mérhetően kisebb költségekkel üzemelő, hangszereket kizárólag webshopok működtetésével értékesítő, a „potyázás” (free-riding) jelenségét kihasználó kereskedők árletörő gyakorlatának szankcionálását is várták a Yamahától.
103. A Yamaha közvetlen beavatkozásának kiskereskedők általi igénylése nem függetleníthető attól a körülménytől, hogy a Yamaha ebben az időszakban, 2005-ben változtatta meg kereskedelmi konstrukcióját, mely Magyarországon oly módon valósult meg, hogy a korábbi hivatalos magyarországi disztribútorától (Atlantisz Kft.) megvonta kizárólagos nagykereskedői jogosultságait, és – kereskedelmi képviselőjén keresztül – közvetlen kapcsolatot épített ki a hangszer- és hangtechnikai termékeit a fogyasztóknak (vagy egymásnak) értékesítő kiskereskedői hálózatával.
104. A Yamaha tudomásul vette a kiskereskedők problémáit, azonban eleinte aktívan nem működött közre annak megoldásában. Ebben vélhetően szerepe volt annak a körülménynek, hogy az Európai Bizottság 2003 nyarán, hosszú ideig egyetlen viszonteladási ármegkötés miatt hozott bizottsági döntésében⁷⁶ jelentős bírsággal sújtotta a Yamahát a szelektív disztribúciós rendszerében⁷⁷ kifejtett fogyasztói ármegkötési gyakorlata miatt.
105. Egyes kiskereskedők erre a helyzetre azzal reagáltak, hogy a Yamaha tudtával maguk jelölték ki a Yamaha hangszer- és hangtechnikai termékek árazásának – kezdetben, 2009-től a magatartásban résztvevő vállalkozások számára, később, 2013-tól minden hazai hangszerkereskedő számára irányadó kereteit. E folyamat a 2006. évtől kezdődött és a 2009-től bizonyíthatóan kifejtett magatartás elsősorban az Eldorádó Hangszeráruház kezdeményezésére és a jelentősebb hangszerkereskedők, így a Mezzoforte Hangszerbolt, a Coda Hangszerbolt, és a Pécsen és Budapesten is hangszerboltot működtető Tajti Music részvételével zajlott, mely gyakorlatban a Yamaha bár formálisan nem vett részt, arról

⁷⁶ COMP/37.975 PO/Yamaha (2003. július 16.)

⁷⁷ A Yamaha a hangszer- és hangtechnika piacon szelektív értékesítési rendszert alkalmaz. A közép és felső árkategóriába tartozó szelektív terméket csak az érintett termék kategóriára történő, a forgalmazás feltételeit részletesen meghatározó külön megállapodás megkötése esetén szállít. A termékpaletta 90%-át kitevő, jellemzően olcsóbb árkategóriájú nyitott termékek értékesítésére ezzel szemben bármely kiskereskedő jogosult, ahhoz az alapszerződés aláírásán felül további előírások betartása nem szükséges.

tudomással bírt. Az együttműködéstől a hangszerkereskedők azt várták, hogy az egész piac követni fogja az általuk végrehajtott ármódosításokat, tekintettel arra, hogy ők a legnagyobb hangszerboltok az országban. Jelentős piaci szerepük miatt bíztak abban, hogy a Yamaha idővel aktív támogatást is nyújt számukra céljaik elérésében, azaz a magyar piacon kialakult árak külföldi kereskedőktől való „megvédésében” (amely a külföldi kereskedők által generált árazási nyomás kiküszöbölését jelenti), valamint az alacsonyabb költséggel működő vidéki kereskedők árainak felemelésében.

106. A kiskereskedők ahhoz, hogy elképzeléseik megvalósításába a Yamahát is bevonják, egy olyan, a bizottsági döntés fényében számára elfogadhatónak tűnő konstrukció kidolgozásán dolgoztak, mely fogalomhasználata szerint nem a végfelhasználói árak minimális szintjének megkötését, hanem az ún. legkisebb hirdethető ár meghatározását jelentette a forgalom kb. háromnegyedét adó, „TOP25” Yamaha termék vonatkozásában. A gyakorlatban azonban ez a tevékenység a fogyasztó számára nyilvánosan megjelenő (webshopokban hirdetett, üzletben közzétett) árak minimális szintjének meghatározására irányult annak érdekében, hogy az abban résztvevő hangszerkereskedők által közösen kitűzött haszonelvárás biztonsággal realizálható legyen. Az árak meghatározása során az említett legjelentősebb termékek esetében a kereskedők árlistákat készítettek, melyekben szerepelt a termékek javasolt fogyasztói ára, mely kialakításához referencia árként a legnagyobb külföldi online kereskedők árait vették figyelembe. Az árlisták alkalmazása során szerzett tapasztalataikat személyes találkozók során beszélték meg.

107. A Yamaha e folyamatról tudomással bírt és azt saját RPM politikája alkalmazásával támogatta is. A Yamahanak ugyanis az volt az érdeke, hogy a magyarországi piacon a termékeit az általa előírt feltételek szerint bemutató, üzlethelyiséggel rendelkező, és addig jelentős forgalmat generáló hangszerkereskedők fennmaradjanak, valamint a Yamaha prémium termékei megfelelő árszínvonalon kerüljenek meghirdetésre, és ezáltal a kialakított termékimázs ne sérüljön. Ezért a Yamaha legkésőbb 2010-től már bizonyíthatóan közreműködött a hangszerkereskedői ármegetartásra irányuló törekvések ellen ható magatartások letörésében saját RPM gyakorlatának alkalmazásával is. Ezen felül a Yamaha a hozzá lojális hangszerkereskedőket azzal is támogatta, hogy a fogyasztó számára nyilvánosan megjelenő árak minimális szintjének meghatározása eredményeként esetenként megvalósuló kontraproduktív, a Yamaha termékek versenyképességét veszélyeztető árszintnövekedés megszüntetése érdekében, vagy a kiskereskedőknek a külföldi webshopok, vagy az egyeztetett árakat be nem tartó kiskereskedők gyakorlata okán keletkezett „veszteségei” miatt eseti, kompenzációs célú kedvezményeket alkalmazott.

108. A Yamaha rendszeres időközönként, 2010-től kezdődően árlistát küldött, illetve jelentetett meg B2B oldalán⁷⁸ a hangszerkereskedők részére, melyben termékenként megjelölte az ún. javasolt végfelhasználói árakat. Ezen árakat azonban a hangszerkereskedők az aktuális piaci viszonyok között nem tartották versenyképesnek, továbbá egy részük számára az árlisták alapján történő árszámítás is nehézséget jelentett a Yamaha által alkalmazott bonyolult kedvezményrendszer miatt.

109. A hangszerkereskedők között erre tekintettel igényként jelent meg az árszámítási módszerekkel, illetve árazási döntéseikkel kapcsolatos információk megosztása, mely elősegítette, hogy a piacon a Yamaha kedvezményrendszerének bonyolultsága ellenére is

⁷⁸ A szerződött hangszerkereskedők által regisztrációt követően igénybe vehető extranet rendszer.

egységes árszint alakulhasson ki. Ennek okán a hangszerkereskedők több találkozót is szerveztek 2013 elején, aminek eredményeként kidolgoztak egy útmutatót a Yamaha termékek kiskereskedelmi árainak kiszámításához. Ezen útmutató, hasonlóan a korábbi árlistákhoz, egy külföldi online kereskedő (a Thomann helyett ekkor már az egyre jelentősebbé váló Muziker) árait vette alapul. Azon termékek esetében, melyek nem voltak elérhetőek a Muzikernél, saját számítási módszert alkalmaztak, mely 25%-os haszonkulcsot vett alapul, illetve a Muziker árait is felülbírálta abban az esetben, ha a terméken elérhető hasznot túl alacsonynak találta.

110. Ebben az időszakban – az Eldorádó Hangszerbolttól a kezdeményező szerepet átvéve – a Mezzoforte Hangszerbolt a Yamaha hangszerkereskedők számára az aktuális piaci helyzetre vonatkozó árazási tanácsokat adott, és a piaci viszonyokra tekintettel kijelölte a legkisebb végfelhasználói ár kívánt szintjét. Ezzel párhuzamosan a Hangszerdiszkont önként magára vállalta az egységes árazási gyakorlat megvalósulásának ellenőrzését, melynek módja az árösszehasonlító oldalak (Árgép, Árukereső) figyelése, és a termékeiket az egyeztetett árszint alatt kínáló kiskereskedések figyelmeztetése volt. A két vállalkozás e célból közösen használta a Mezzoforte Hangszerbolt által létrehozott, zenead@gmail.com e-mail címhez tartozó Admin Music e-mail fiókot. Az árazással kapcsolatban ezen e-mail címről kiküldött e-mailek felölelték a termékek jelentős részét, és széles hangszerkereskedői címzetti kör részére kerültek kiküldésre.
111. Az így kialakuló gyakorlat egyaránt eredményezte az árak egységes szinten való meghatározását a külföldi webshopok (Thomann, és a későbbiekben ismertetett módon az idővel a magatartás részesévé váló Muziker) kompetitív árazására is visszavezethető piaci expanziója elleni védekezés érdekében, illetve az árak emelését is, amennyiben a piaci körülmények az alacsonyabb árak megtartását nem indokolták (pl. a külföldi webshopok emeltek áraikon), és nagyobb haszon realizálása vált lehetővé.
112. A fogyasztó számára nyilvánosan megjelenő árak minimális szintjének meghatározása elsősorban az internetes árakat célozta, amelyek egyes kiskereskedőknél (pl. Coda Hangszerbolt, Hangszerdiszkont) megegyeztek az üzletekben alkalmazott árakkal.
113. A Yamaha a végfelhasználói árak megkötését illetően az irányítást a 2014 júliusától alkalmazandó ún. máltai árlista használatának előírásával, és ehhez kapcsolódóan a Purple Book bevezetésével vette magához. A máltai árlista a Yamaha Music London weboldaláról letölthető olyan árlista volt, amely – a két ország ÁFA-kulcsának hasonlósága okán – egy viszonylag egyszerű számítás alkalmazásával lehetővé tette a magyar hangszerkereskedők számára, hogy termékenként kiszámolják a Yamaha által elvárt minimális végfelhasználói árakat. A Purple Book pedig, a bevezetésének hivatalos indokával, azaz a Yamaha termékek értékesítésével kapcsolatosan elvárt minőségi követelmények részletes írásba foglalásának szükségességével szemben, azzal a céllal született, hogy az előírt minimális fogyasztói ártól eltérő árazást alkalmazó hangszerkereskedők értékesítési gyakorlatában észlelhető legkisebb hiba esetén – a máltai árlista alapján történő árazás kikényszerítése érdekében – a Yamaha velük szemben szankciót alkalmazhasson (ami elsősorban a szállítás felfüggesztését jelentette).
114. A hangszerkereskedők ettől kezdve a saját maguk által kialakított, és egymás között közzétett árlisták helyett a máltai árlista forintra átszámított árakat tartalmazó változatát

alkalmazták, melynek elkészítésében és a hangszerkereskedőkhöz való eljuttatásában a Mezzoforte Hangszerbolt vállalt kiemelt szerepet. A piacon kialakult árak figyelését, az áreltérésekre való figyelmeztetések kiküldését továbbra is a Hangszerdiszkont végezte.

115. A Yamaha 2017 márciusáig gyakorolt ilyen módon nyomást a kiskereskedőkre, ugyanakkor a 2014 júliusa óta működő szerződéses rendszer, a Purple Book és a máltai árlista alkalmazása, és ezzel összefüggésben az ármegkötésen alapuló üzletpolitika megváltozásáról a kiskereskedők csak 2017 nyarán értesültek a Yamahától.

116. A kiskereskedők közötti, árázással kapcsolatos levelezés 2018 év elejéig azonosítható.

4.2. A magyar hangszerpiac problémái, a közös árlisták kezdeti időszaka (2006-2008.)

117. Az alábbiakban részletesen bemutatott bizonyítékok alapján a 2006-2008-ig terjedő időszak vonatkozásában összefoglalóan megállapítható, hogy a jelentős fogalmat bonyolító kereskedői kör érdekeinek „hangadója”, az Eldorádó hangszerkereskedés nevében eljáró [SZEMÉLYES ADAT] kezdetben a Yamaha képviselőit igyekezett meggyőzni az új piaci környezet jelentette kettős kihívás, azaz a kizárólag webshopokon keresztül értékesítő kereskedők, valamint az uniós tagság okán határok nélkülivé vált árumozgás miatt e kereskedői kört ért hátrányok kompenzálása, megszüntetése érdekében támogató-szankcionáló intézkedések megtételére. A Yamaha e problémafelvetésről a legfelsőbb szinten is tudomással bírt, az e kereskedői kör kivívott pozíciójának megőrzése érdekében tett lépésekkel való egyetértését informális fórumokon ki is fejezte, azonban ebben az időszakban elhárította azon megkereséseket, melyek a kereskedők e köre számára hátrányos piaci körülmények kompenzálásában való aktív közreműködését szorgalmazták. [SZEMÉLYES ADAT] ennek legfőbb eszközét egy közös minimális fogyasztói ár meghatározásában látta, mely együttműködésben érdekelt kereskedői kör kifejezett egyetértését igazoló válaszreakciók a vizsgálat során ezen időszak vonatkozásában nem voltak beazonosíthatók.

4.2.1. *A közös árázási politika megfogalmazódásának okai*

118. A vizsgált időszak kezdetén a fogyasztó számára nyilvánosan megjelenő árak minimális szintje meghatározásának szándéka a Yamaha termékek vonatkozásában az e termékeket is árusító hangszerkereskedőkben fogalmazódott meg, melynek eredményes végrehajtásához azonban elvárták a Yamaha közreműködését. A kereskedők közötti összefogást nyíltan az Eldorádó Hangszerbolt képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] sürgette, aki üzeneteivel a nagyobb forgalmat bonyolító hangszerkereskedői réteget célozta meg. E közös árázással kapcsolatos felvetéseivel határozott egyetértést kifejező, vagy annak gyakorlati megvalósulása érdekében tett intézkedésekre utaló kereskedői válaszynilatkozat ezen kezdeti időszakban nem azonosítható.

119. A Yamaha vonatkozásában megállapítható, hogy e kereskedői szándékot jóváhagyólag tudomásul vette, azonban az aktív közreműködéstől ekkoriban még elzárkózott.

4.2.2. *A Yamaha megváltozott forgalmazási rendszerének hatása a kereskedőkkel kapcsolatos viszonyára, a 2006. júniusi találkozó*

120. A Yamaha 2005-ben átalakította magyarországi forgalmazási rendszerét: ettől az évtől kezdődően már nem egy hazai importőrön keresztül (Atlantisz Kft.) értékesítette termékeit a

hazai kereskedők részére, hanem közvetlen kapcsolatba került a hazai kiskereskedőkkel, azokat közvetlenül a Yamaha szolgálta ki. E megváltozott viszonyban a Yamaha és a kiskereskedők közötti kommunikáció a Yamaha kereskedelmi képviselője és a kereskedők közötti elektronikus és telefonos úton történő kapcsolattartás, valamint a Yamaha képviselői általi személyes boltlátogatás mellett rendszeres, jellemzően a Yamaha által kezdeményezett találkozókban való részvétel keretében valósult meg.

121. E találkozók jellemzően informális keretek között zajlottak. E körülményt támasztja alá az Eldorádó képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] által a Yamaha képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] részére 2006. június 21-én küldött, „Re: meghívó egy kerekasztal beszélgetésre 2006. június 29.-re” tárgyú e-mail⁷⁹, melyben [SZEMÉLYES ADAT] megerősíti az ő és felesége, [SZEMÉLYES ADAT] részvételi szándékát a Corinthia Aquincum Hotelben 2006. június 29-én tartott kerekasztal beszélgetésen.

122. A kerekasztal beszélgetésen a Yamahát [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] képviselte. [SZEMÉLYES ADAT] az Atlantisz Kft. disztribútori pozíciójának megszűnésétől, 2005. júniustól 2016. március végéig volt a Yamaha kereskedelmi képviselője, melynek keretében a magyarországi értékesítési tevékenység koordinálása, a kereskedőkkel való kapcsolattartás, a promóciók megszervezése, a hangszerkiállítások látogatása voltak a feladatai.⁸⁰ [SZEMÉLYES ADAT]nek [SZEMÉLYES ADAT] volt az első közvetlen felettese, 2005-től 2007-ig.⁸¹

123. A rendelkezésre álló adatok alapján a találkozón jelenlévő – az e-mail alapján azonban egyenként nem beazonosítható – kereskedők problémafelvetése a [SZEMÉLYES ADAT] által „*moderált*” találkozón „*értő fülekre talált*”. Ezt igazolja az 1. sz. védett tanú tanúvallomása, mely szerint a kereskedők Yamaha termékek árazásával kapcsolatos problémafelvetéseit érintően [SZEMÉLYES ADAT] egyfajta békebíróként próbált fellépni ezen a találkozón azzal, hogy jelezte, a Yamaha nem szólhat bele a kiskereskedelmi árakba, a kiskereskedők egyezzenek meg egy mindenki által elfogadható árszínvonalban, és „*tolják együtt a Yamaha szekerét*”.⁸²

124. [SZEMÉLYES ADAT] ezzel a Yamahának a Purple Book bevezetését megelőző időszakban tanúsított magatartása lényegét foglalmazta meg. A Yamaha ugyanis 2014 nyaráig, a máltai árlista magyar kereskedők általi alkalmazása előírásának és az e magatartás kikényszerítése céljából megalkotott Purple Book bevezetésének időpontjáig nem vállalt aktív és kezdeményező szerepet a hazai fogyasztói árak minimális szintjének meghatározásában, hozzáállását ebben az időszakban, a kereskedők árengységesítésre irányuló törekvését illetően a tudomásulvétel és 2010-ig a hallgatóságos egyetértés, azt követően, a saját RPM politikáján keresztül eseti támogató közreműködés jellemezte, melyet informálisan, a kereskedőkkel közvetlen kapcsolatban lévő képviselőin keresztül fejtett ki. E fokozatos involválódás feltehető oka, hogy a Yamaha képviselőiben a vizsgált időszak kezdeti szakaszában még nagyon frissen élhetett az Európai Bizottság által eladási ármegkötés miatt 2003 júliusában kiszabott jelentős mértékű bírság emléke.⁸³ A 2010-ig tartó időszakban tehát a Yamaha

⁷⁹ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

⁸⁰ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 1. kérdésre adott válasz (betekínthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.)

⁸¹ VJ/8-250/2018. sz. adatszolgáltatás 6. pont

⁸² VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 25. kérdésre adott válasz (betekínthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.)

⁸³ A [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2008. november 12-én továbbított „Fw: levél” tárgyú e-mailben foglaltak szerint „*a Yamaha nem akar/mer tenni a fogyasztói árak normalizálódása érdekében*”, továbbá a

kommunikációját egyfajta kettősség jellemezte: írásban elutasított minden ilyen irányú megkeresést, az informális találkozókban azonban elfogadólag nyilatkozott. A 2. sz. védett tanú tanúvallomásaiban úgy fogalmazott, hogy [SZEMÉLYES ADAT] az ezen időszak hivatalos Yamaha kommunikációjához képest a találkozón „*megértőbbnek tűnt a problémafelvetéseikkel kapcsolatban*”, mely kijelentés nem értékelhető másként, minthogy a Yamahát a szabad árazás korlátozásával kapcsolatban jellemző írásban történő elhatárolódással szemben [SZEMÉLYES ADAT] „*békebíróként*” a találkozón minden bizonnyal a [SZEMÉLYES ADAT] által hangoztatottakkal azonos, azaz az egyéni árazás korlátozásának szükségességére irányuló felvetéseket érintően megértést mutatott.⁸⁴

125. Azt a körülményt, hogy e 2006 júniusi találkozó témájaként az árkérdés már korábban meghatározásra került, azaz annak terítékre kerülésével a Yamaha is számolhatott, igazolja, hogy az Eldorádó képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] által a Yamaha képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] részére 2006. június 13-án küldött, „Re: továbbképzés” tárgyú e-mail⁸⁵ előzményében [SZEMÉLYES ADAT] egy, a levél keletkezését megelőző héten tartott szakmai napokkal kapcsolatban hasznosnak minősítette az ott felvetett „*árkérdés*” jelentősebb kereskedők részvételével való személyes megbeszélését. Erre reflektálva [SZEMÉLYES ADAT] a 2006. június 29-én megtartott találkozót jelöli meg megfelelő platformként a [SZEMÉLYES ADAT] levelében megfogalmazott problémák felvetésére.⁸⁶

126. Megjegyzendő, hogy [SZEMÉLYES ADAT] ezen előzménylevelében az árazás kérdését nemcsak általánosságban említi, hanem konkrét utalást tesz a Yamaha képviselője részére e kereskedői körnek az árkérdés megoldására irányuló közös szándékra.⁸⁷

127. Hogy konkrétan mire utalhatott [SZEMÉLYES ADAT] burkolt módon, arra támpontot ad, az árazás problémakörének fontosságát felvető levelének végén szereplő gondolat, mely szerint „*a komolyabb dealerek közül mindenki nyitott arra, hogy leüljünk és meghatározzunk bizonyos minimál árakat, amit komolyan is kell venni minden részről. A legfontosabb kulcs modellek áraiban meg kell egyezni, mi legyen az a minimálisan hirdethető ár, ami akár újságban akár interneten megjelenhet, és aki ezt megszegi, azt szankcionálni kell*”.

128. Az eljáró versenytanács fontosnak tartja megemlíteni, hogy [SZEMÉLYES ADAT] szóhasználatában jellemzően a „*minimálisan hirdethető ár*” jelenik meg, mely feltehetőleg a Yamaha magatartását 2003 nyarán szankcionáló bizottsági döntés okán került bevezetésre azzal a céllal, hogy az annak egységesítésére irányuló kereskedői szándék a Yamaha számára elfogadhatónak tűnő megoldásként legyen kommunikálható. A valóságban azonban a minimális hirdethető ár a kereskedő által alkalmazott fogyasztói ár szinonimája volt, és a szándék is az utóbbi minimális szintjének mindenki által elfogadott mértékű meghatározására irányult.⁸⁸

[SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2009. március 26-án küldött „Fw: levél” tárgyú e-mail melléklete (VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló) szerint a Yamaha az EU-tól a fogyasztói árak befolyásolása miatt kapott büntetésre hivatkozva nem lépett a kereskedők kérésére.

⁸⁴ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 22. kérdésre adott válasz

⁸⁵ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

⁸⁶ Ez a találkozó, a korábban ismertetett Corinthia Hotelben zajlott találkozó.

⁸⁷ „*az egyik ilyen probléma, amit már pedzegettünk az árkérdés, ott is minden komolyabb kereskedő egyetértett abban, hogy kezelni kell a kérdést*”

⁸⁸ A [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2009. március 26-án küldött, „Fw: levél” tárgyú e-mail mellékletében (VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló) megfogalmazottak szerint „*kiemelem, hogy mindvégig a*

- 129.A találkozóon is felvetett probléma megoldásaként javasolta [SZEMÉLYES ADAT] az előzménylevelében, hogy a Yamahának a kereskedők által a szerződéskötés során vállalt készlet meglétét kellene ellenőriznie, amely olyan mértékű kiadásra kényszerítene minden kereskedőt, hogy már nem lesz érdekelt az alacsonyabb árús felvállalásában, ezáltal az árak csökkentésében, vagy eltántorítja a kereskedőt a jelentősebb készleten tartástól. Utóbbi helyzet következménye, hogy a Yamahától kevesebb kedvezményben részesülne, ezáltal alacsonyabb árat kínálni a kisebb árús felvállalásával nem tud.⁸⁹
- 130.[SZEMÉLYES ADAT] az előzménylevelében előrevetíti, hogy milyen következményekkel fog járni, amennyiben a Yamaha ezen általa szükségesnek vélt lépéseket nem teszi meg: a „tisztességes” kereskedő csak magasabb árszínvonalon tud dolgozni, ezáltal nem tudja eladni az árut, a fogyasztó a „garázsüzletekben” a termék jó hírnevének fenntartásához szükséges szakmai támogatást nem kapja meg, a nehezebben eladható, drágább termékek eltűnnek a polcokról, melynek következtében a Yamaha eladások visszaesnek.
- 131.Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a levélben foglaltak alapján kijelenthető, hogy a kereskedők ebben az időszakban lényegében a „potyázás” (free-riding) problémájával szembesültek, melyet a „tisztességes”, azaz üzletet fenntartó, szakképzett alkalmazottakkal és jelentős árukészlettel rendelkező kereskedők és a csak vevői igény esetén rendelő „garázsüzletek” szembenállásaként értékelték.
- 132.Ezt támasztja alá II. sz. védett tanú nyilatkozata is, mely szerint a cél egy minimális hirdethető árban való megegyezés volt.⁹⁰
133. Az I. sz. védett tanú, tanúvallomásában az e-mailt jó példának minősítette arra, hogy a kereskedők céljaik elérése érdekében nemcsak szóban, hanem írásban is próbáltak nyomást gyakorolni a Yamahára. Elmondása szerint azonban a Yamaha ekkor nem működött közre a kereskedői szándék megvalósításában a [SZEMÉLYES ADAT] javaslatai között szereplő szankciók alkalmazásával.⁹¹
- 134.Ugyanez a problémakör vetődik fel a [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2007. május 24-én küldött, „Re: Arkedvezményes akció május végéig!” tárgyú e-mailben⁹², melyben a Yamaha által a kiskereskedők számára biztosított display diszkonton felüli, a levélben felsorolt termékekre vonatkozó extra 10 %-os kedvezmény felajánlására

minimálisan hirdethető árról beszéltem. Az, hogy az adott eladási szituációban, ismerve a pillanatnyi készleteit, fizetnivalóit ki milyen árban állapodik meg a vevővel, az egy másik kérdés. Hiszek benne, hogy ha a vevő 3-4 helyen megnézte az árat, mindenütt ugyanazzal az árral találkozik, akkor nem leszünk ilyen rossz helyzetben, és nem fognak minket egymással szemben kijátszani a vevők.”

⁸⁹ „Ezek mind azért nagyon fontosak, mert a fogyasztói árszínvonalat nagyban befolyásolják. Hiszen az a kereskedő, aki nem rendelkezik készlettel, könnyen adhat árengedményt, ha csak rendelésre dolgozik, akkor elég a 10 % is neki. Ez viszont hosszútávon senkinek nem jó: - nem jó a tisztességes kereskedőnek, aki investál, készletet tart, komoly üzletet és hozzáértő eladókat tart fenn, ugyanakkor nem tudja eladni az árut, mert kénytelen magasabb árszínvonalon dolgozni, mint a "garázsüzlet", aki csak rendelésre hoz mindent - nem jó a vevőnek, mert ahol megveszi a terméket ott nem vagy csak nagyon csekély supportot tud kapni a termékhez, ami pedig elengedhetetlen a termék jó hírnevének öregbítéséhez (az a kis üzlet, aki olyan terméket ad el, amit még csak nem is látott soha mit tud segíteni a vevőnek?), majd a nehezebben eladható, drágább termékek mindenütt eltűnnek a polcokról - s végül, de nem utolsósorban nem jó a Yamahának sem hiszen azok a kereskedők, akik ma még tartják a készletet, de eladni nem tudják (vagy csak nagyon nyomott áron), azok egy idő után megúnják, hogy az ő hátukon mások nyereszkeskednek és ők sem fogják tartani a komolyabb termékeket és a Yamaha eladások emiatt visszaesnek, hiszen eladni csak azt lehet, amit a kedves vevő látott, hallott, kitudott próbálni, de ha így megy tovább, nem lesz hol kipróbálni, mert senki nem fog tartani”

⁹⁰ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 21. kérdésre adott válasz (betekinthető verzió: VJ/8-349/2018. sz.)

⁹¹ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 24. kérdésre adott válasz (betekinthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.)

⁹² VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

[SZEMÉLYES ADAT] elégedetlenséggel reagál.⁹³ A kedvezmény felajánlása mutatja, hogy a Yamaha a [SZEMÉLYES ADAT] által a jövőre nézve felvázolt negatív folyamatoknak próbált elébe menni, mégpedig a számára is előnyt biztosító olyan módon, hogy a rendelkezésre álló készlet növelését megemelt kedvezménnyel honorálja. A válaszból kiderül azonban, hogy a nagyobb méretű, a készletezés terén amúgy is jóval a többiek előtt járó kiskereskedői kör ezen intézkedéssel nem került közelebb a céljához, mert az csak a készleten lévő termékek számának gyarapításával járt, de a kedvezménnyel kikalkulálható árrés nem tette versenyképessé áraikat a webshopok kínálati áraival szemben.

135.[SZEMÉLYES ADAT] ezért felveti a kompenzáció lehetőségét, mint olyan eszközt, ami a kedvezményt megfelelő készlet rendelkezésre állása esetén nem köti további feltételekhez.⁹⁴ [SZEMÉLYES ADAT] és az általa képviselt kereskedői körnek tehát az volt az érdeke, hogy a *hosszabb ideje fennálló helyzeti előnyüket*⁹⁵ konzerválják, melyben a Yamaha úgy segíti őket, hogy esetükben a piac kihívásaival szemben rájuk szabott egyedi kedvezményeket alkalmaz. E helyzetet a Yamaha tudomásul vette, az érintett kereskedői kör pozíciója megtartásával kapcsolatos törekvését érintően, informális módon megértést mutatott, és elfogadólag nyilatkozott, azonban kezdetben még igyekezett távol maradni attól, hogy e folyamatok aktív közreműködője legyen.

4.2.3. Az Eldorádó Hangszerboltot képviselő [SZEMÉLYES ADAT] szervező szerepe

136.[SZEMÉLYES ADAT] a tárgyalt időszakban, mint a jelentősebb forgalmat lebonyolító hangszerkereskedések egyik meghatározó tagjának hangszerforgalmazásért felelős képviselője folyamatosan aktív, szervező jellegű tevékenységet végzett az Eldorádó számára is veszélyeket rejtő, a fogyasztói forgalmat a webshopok felé terelő új piaci környezetből eredő problémák mihamarabbi, hatékony megoldásáért. E körben nemcsak a Yamahát igyekezett rávenni e kereskedői kör megváltozott piaci helyzetből adódóan elszenvedett hátrányainak kompenzálására, hanem az ebbe a körbe tartozó kereskedőket is érdekeik védelme érdekében a közös árazási politika kialakítására, és abban való aktív közreműködésre buzdította.

137. A közös árazási politika kialakítására vonatkozó törekvés mutatkozik meg a [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT], az Atlantisz képviselője, [SZEMÉLYES ADAT], a Tajti-Music képviselője, valamint a Mezzoforte képviselője részére, továbbá a zongora@zongora.hu és a hmi@hmi-dallam.hu e-mail címekre 2007. július 19-én küldött, „árak” tárgyú e-mailben.⁹⁶ [SZEMÉLYES ADAT] ugyanis levelében azon „*meghatározó üzletekhez*” szól, amelyek „*a Yamaha forgalomban jelentős szerepet játszanak*”. [SZEMÉLYES ADAT] az összefogás szükségességére hívja fel a figyelmüket a fentebb is ismertetett azon helyzetre tekintettel, hogy az interneten olyan árak jelentek meg, amelyek az általuk kínált (illetve érkező termékre tekintettel kínálni szándékozott) árakhoz képest érzékelhetően alacsonyabbak.

⁹³ „Nem biztos, hogy ez a megfelelő válasz a kialakult szituációra...”

⁹⁴ „A többiből sajnos vastagon van raktáron, ezért nem örülök annyira az ilyen akcióknak (mondjuk találkoztam már olyannal, hogy kompenzáltak ilyen esetben...)”

⁹⁵ Azaz azt, hogy ezen boltok régebb óta a piacon vannak, többen ismerik a nevüket, korábbi eredményeiknek köszönhetően képesek frekvenciált helyen üzlet fenntartására, és drága termékekkel való megtöltésére.

⁹⁶ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

- 138.[SZEMÉLYES ADAT] két úton látja megoldhatónak a problémát: egyrészt továbbra is a Yamaha hathatós támogatására számít, melynek ilyen irányú intézkedéseit azonban nem tartja adekvátnak. Ebből az okból egyre inkább szükségesnek látja az érintett kereskedői kör közötti közvetlen, Yamaha termékek árazására irányuló összefogást.⁹⁷
- 139.[SZEMÉLYES ADAT] levelében egy olyan közös árpolitikát javasolt a címzetti kör részére, melynek keretében meghatároznak egy „*legalacsonyabb hirdetett ár*”-at. E közösen meghatározott legalacsonyabb árat pedig olyan szinten szándékozott meghatározni, amely az árakat „letörő” webshopok számára is vonzóvá teszi magasabb árak alkalmazását, hiszen az egységesen megemelt árak alá történő árazás jelentősebb árrés kialakítását teszi lehetővé. [SZEMÉLYES ADAT] ugyanis a levélben foglaltak szerint hitt abban, hogy e kereskedői kör közös fellépése olyan erőteljes hatást gyakorol majd az árazásra, hogy az összes hazai kereskedő hozzájuk lesz kénytelen igazodni. A minimális árszintet a legjelentősebb európai hangszer-kiskereskedő, a német Thomann árai alapján javasolta megállapítani.⁹⁸
- 140.A levélből kiolvashatóan [SZEMÉLYES ADAT] célja a jelentősebb forgalmat realizáló hangszerboltok tekintetében kialakult status quo fenntartása, az árazási gyakorlatoknak a kialakult versenyhelyzet kényszerítő körülményeitől független, szabad alakíthatóságának fenntartása, azaz az „*árháború*” elkerülése volt.⁹⁹
141. [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte képviselője meghallgatásán előadta, hogy nem emlékszik a levélre, elmondása szerint nem volt az ilyen levelezés egy rutindolog, és nem állapodtak meg a levél keltét megelőzően, hogy milyen áron kellene szerepeltetni az e-mailben szereplő terméket. Nyilatkozata szerint [SZEMÉLYES ADAT] a hosszú múltra visszatekintő boltok kényelmes pozícióban lévő alkalmazottja volt, ellenben a Mezzoforte és a Hangszerdiszkont jelentéktelen partnerek voltak ekkoriban.¹⁰⁰
- 142.A Tajti-Music képviseletében [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán előadta, hogy nem emlékszik a levélre, ha ilyen, vagy hasonló levelet kapott, figyelmen kívül hagyta azokat, és akkor is saját maga árazott.¹⁰¹
- 143.Arra a körülményre, hogy a Yamaha is tudomással bírt a jelentősebb forgalmat bonyolító hangszerkereskedők [SZEMÉLYES ADAT] által rendszeresen kommunikált problémáiról, bizonyíték a [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2007. szeptember 7-én küldött, „Re: Clavinova image kampány” tárgyú e-mail,¹⁰²

⁹⁷ „Az elmúlt évek tapasztalatai azt mutatják, hogy a Yamaha eszköz (vagy szándék?) híján nem tud/nem akar hathatósan fellépni az árak, azaz tulajdonképpen a kereskedők védelmében.” „Ha persze tudnánk egy kicsit határozottabban és egységesebben fellépni, akkor rákényszeríthetnénk a Yamahát, hogy vegye komolyabban a dolgot, de sajnos erre nem sok esélyt látok.”

⁹⁸ „meg tudnak állapodni egy árpolitikában, akkor a többiek ehhez fognak igazodni. Biztos lesz olyan, aki a mi általunk használt "legalacsonyabb hirdetett ár"-hoz képest alacsonyabb árat fo[g] kínálni, de nem mindegy, hogy mihez képest alacsonyabb az az ár. Ha mi eleve nagyon alacsony árat hirdetünk meg, akkor is lesz olyan partizán, aki annak alá fog menni (ezt sajnos nem tudjuk megakadályozni), de ha a mi kiinduló árunk, amit használunk magasabb [,] akkor sült bolond lenne ennek mélyen alámenni. Ezt a szintet pedig szerintem nyugodtan belőhetjük a Thomann árakhoz.”

⁹⁹ „Számítalanszor beszélünk már meg-mindenki egyetértéssel - hogy egy ilyen árháborúnak mindannyian csak vesztesei lehetünk és nem csak mi, hanem meggyőződésem, hogy hosszútávon a vásárlók is!!! Ennek ellenére mindig valamilyen termék kapcsán elindul a csata és végeredményben most ott tartunk, hogy az országos Yamaha forgalom messze elmarad a várakozásoktól és már a fele annyi lakosságú és kisebb vásárlóerővel rendelkező Szlovákiában is több Yamahát adnak el, mint [m]i itt Magyarországon!”

¹⁰⁰ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 19. kérdésre adott válasz

¹⁰¹ VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 19. kérdésre adott válasz

¹⁰² VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

melynek előzményében [SZEMÉLYES ADAT] a Yamaha termékekből jelentősebb forgalmat bonyolító kereskedőknek egy felsőkategóriás digitális zongorátípus (Clavinova) népszerűsítése érdekében meghirdetett kampányban való részvétel lehetőségét ajánlja fel.¹⁰³

144. A kampányban való részvétel feltételül a Yamaha előírta az érintett termékekből megfelelő készlet rendelkezésre állását, és üzletben való kihelyezését.¹⁰⁴ Az ajánlat a kampányban résztvevő kiskereskedők részére azzal az előnnyel járt, hogy a hirdetésekben nevük és elérhetőségük feltüntetésre került.¹⁰⁵

145. [SZEMÉLYES ADAT] válaszában, a promócióban való részvételt ahhoz a feltételhez kívánja kötni, hogy a kampány időszakában kizárólag azok a kiskereskedők juthassanak hozzá az érintett termékekhez, amelyek részt vesznek abban.¹⁰⁶ [SZEMÉLYES ADAT] ezzel az e-mailben foglaltak alapján ismét azt kívánja biztosítani, hogy az általa képviselt Eldorádó Hangszerbolthoz hasonló, nagyobb forgalmat bonyolító, de egyben nagyobb költséggel is üzemelő kiskereskedések befektetései biztosan megtérüljenek.¹⁰⁷

146. [SZEMÉLYES ADAT] válaszában kétségeit fejezi ki abban a tekintetben, hogy [SZEMÉLYES ADAT] piacot korlátozó intézkedési javaslatát a Yamaha felső vezetése elfogadja, de biztosítja [SZEMÉLYES ADAT] arról, hogy a problémát ismerteti dr. [SZEMÉLYES ADAT]nal,¹⁰⁸ aki ebben az időszakban a Yamaha régiós igazgatói pozícióját töltötte be.¹⁰⁹

147. [SZEMÉLYES ADAT] válaszában ironikus módon megint jelzi [SZEMÉLYES ADAT] számára, hogy nem találja megfelelőnek a Yamaha hozzáállását a probléma rendezésében. [SZEMÉLYES ADAT] egyben láthatóan ismét nyomást kíván gyakorolni a Yamahára azzal, hogy mint az ezen időszak egyik legjelentősebb magyarországi hangszerkereskedőjeként kilátásba helyezi, hogy követni fogja azt a kereskedői gyakorlatot, amellyel szembeni harcában a Yamaha nem kíván megfelelő módon részt venni: befektetés hiányában, azaz költségeinek csökkentésével fogja majd a más kiskereskedők által népszerűsített Yamaha termékeket vevői igény esetén megrendelni, és ezáltal összességében olcsóbban eladni.¹¹⁰

148. A 2. számú védett tanú úgy nyilatkozott, hogy dr. [SZEMÉLYES ADAT] osztotta a Yamaha azon felsővezetői álláspontját, hogy mindenki azt csinálja a fogyasztói árak területén, amit akar.¹¹¹

¹⁰³ „cég[ü]nk [ő]sszel [ü]n. Clavinova Image reklámkampányt végez Magyarországon. A kampány célja, hogy népszerű[ü]sitse és elkezdje a k[ö]ztudatba "emelni" fels[ő]kategóriás digitális zongoráinkat.”

¹⁰⁴ „Hogy egy keresked[ő] Clavinova Center-ként beker[ü]ljön a hirdetésekbe a k[ö]vetkez[ő] modellekkel kell, hogy rendelkezzen és [ü]zletében kihelyezze azokat”

¹⁰⁵ „A hirdetésekben felt[ü]ntetj[ü]k azon márkakeresked[ő]ink nevét és elérhet[ő]ségét amelyek részt k[í]válnak venni a kampányban [ü]n. Clavinova Center-ként.”

¹⁰⁶ „csak akkor vagyok hajlandó bevállalni ilyen nagyságrendben nehezen eladható Yamaha hangszereket, ha garantálni tudjátok azt, hogy ez időszak alatt a megadott termékekből csak olyan kereskedőknek adtok, akik maguk is részt vesznek ebben a kampányban”

¹⁰⁷ „Nem szeretném ugyanis ebben az esetben is azt megélni, hogy mi többmilliósi kiadással beszerezzük a kért berendezéseket, s más pedig nem investálva egy vasat sem rohögve eladja olcsóbban rendelésre.”

¹⁰⁸ „Mindenesetre tovább[í]tom neki(k) megjegyzéseidet”

¹⁰⁹ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 2. kérdésre adott válasz

¹¹⁰ „...a gyors orvosi beavatkozás ellenére a beteg életben maradt...” Ha viszont ez lesz a hivatalos álláspont is, akkor én személy szerint kivételesen a nyerő pozícióba helyezkednék bele, azaz nem veszek semmit és rendelésre olcsóbban adom, mint a többi.”

¹¹¹ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 26. kérdésre adott válasz

149. Az 1. sz. védett tanú szerint a Yamaha a Purple Book bevezetéséig nem kívánt beleszólni a kiskereskedelmi árakba.¹¹²
150. A jelentősebb forgalmat lebonyolító kereskedők egyik találkozóhelye, kapcsolattartási pontja volt a HANOSZ által szervezett Hangfoglalás vagy, ahogy a későbbiekben nevezik Budapesti Music Expo (BME),¹¹³ amely 2006-tól kezdődően egy minden évben megrendezett hangszerkiállítás volt. Ezen esemény alkalmával Yamaha termékek is kiállításra kerültek, melyen a Yamaha – Magyarországon bejegyzett leányvállalat híján – közvetetten, a kiskereskedőin keresztül jelent meg.¹¹⁴ E kiállítás megszervezésével kapcsolatban már 2007-ből azonosíthatók olyan e-mailek, melyekből kiolvasható [SZEMÉLYES ADAT], az Eldorádó képviselőjének a kiskereskedői közös árazás iránti szándéka.¹¹⁵
151. A jelentősebb forgalmat bonyolító hangszerkereskedők piaci helyzetét ért másik kihívás a csak webshopokon keresztül értékesítő kereskedőkön kívül Magyarország uniós taggá válásának eredményeként, hogy az Európai Unió határain belül korlátok nélkül lehetett kereskedni – a hangszertermékekkel is.
152. E lehetőséget a leghatékonyabban a szomszédos Szlovákiában székhellyel rendelkező, idővel magyar nyelvet beszélő munkatársakkal is felszerelkező Muziker használta ki, mely 2008-ban indította el magyar nyelvű honlapját.¹¹⁶
153. A [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2008. január 30-án küldött, „Re: muziker” tárgyú e-mailben¹¹⁷ [SZEMÉLYES ADAT] már rögtön a Muziker megjelenésekor jelezte aggályait [SZEMÉLYES ADAT], és – szándéka szerint rajta keresztül – dr. [SZEMÉLYES ADAT]¹¹⁸ részére, a jelenséget „nem egészségesnek” minősítve. [SZEMÉLYES ADAT] válaszában arról tájékoztat, hogy a muziker.hu honlap üzemeltetője érvényes márkakereskedői szerződéssel rendelkezik, és vázolja, hogy az Európai Unión belül miért megengedett ez a tevékenység.¹¹⁹ [SZEMÉLYES ADAT] ezenfelül felveti, hogy az uniós tagság a magyar kiskereskedők részére is biztosítja ezt a lehetőséget.¹²⁰
154. [SZEMÉLYES ADAT] válaszában a [SZEMÉLYES ADAT] által írtakat „hivatalos rizsának” bélyegzi, a Muzikert „egy újabb élősködőnek” minősíti, és hivatkozik a HANOSZ előző napi, 2008. január 29-i ülésére, melyen a Muziker magatartását az összes résztvevő hazai disztribútor elítélte, akik – a levél szerint – hasonló hozzáállást vártak el a Yamahától is.

¹¹² VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 27. kérdésre adott válasz

¹¹³ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 2. kérdésre adott válasz

¹¹⁴ VJ/8-243/2018. sz. jegyzőkönyv 32. kérdésre adott válasz

¹¹⁵ Fejesker és Meggyesi Zongoraterem) részére 2007. október 2-án, „Re: alaprajz” tárgyban küldött e-mail, melyben [SZEMÉLYES ADAT] jelezte az általa kiállítandó Yamaha termékek árát, valamint az azokra vonatkozóan adandó árkedvezmény mértékét, ennek bizonyítékaul lásd még a [SZEMÉLYES ADAT] által a Meggyesi Zongoraterem és [SZEMÉLYES ADAT], a Tajti-Music képviselője részére 2007. október 25-én küldött, „Clavinova árak” tárgyú e-mailt is, melyben [SZEMÉLYES ADAT] a Clavinova termékek egységes árazásával kapcsolatban kér visszajelzést - VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹¹⁶ VJ/8-215/2018. sz. jegyzőkönyv 1. kérdésre adott válasz (betekínthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.)

¹¹⁷ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹¹⁸ Yamaha régiós igazgató

¹¹⁹ „Az EU országain bel[ü]l szabad kereskedelem van [i]gy egy szlovák keresked[ő] miért ne értékes[i]tethne magyar végfelhasználók számára?”

¹²⁰ „az is lehetséges volna [,] hogy bármelyik magyar márkakeresked[ő]nk kész[i]tene idegen nyelv[ü] weboldalt a k[ü]lf[ö]ldi végfelhasználók megnyerésére.”

155.[SZEMÉLYES ADAT] e tárgyban egy levelet is megfogalmazott a Yamaha európai központjának, melyet az általa [SZEMÉLYES ADAT] részére 2008. február 19-én, „levél” tárgyú e-mail¹²¹ mellékleteként küldött meg. Ebben a fentieket részletesen kifejtve szerződésszegő magatartásnak minősíti a Yamahának a Muziker magyar piacon való megjelenésével kapcsolatban gyakorolt passzív magatartását. Azért jut erre a következtetésre, mert meglátása szerint a magyarországi üzlettel nem rendelkező Muziker a Yamaha szerződéses szabályai szerint nem értékesíthetne a szelektív disztribúciós rendszerbe tartozó termékeket, emellett meglátása szerint nem tudja teljesíteni a szakképzett személyzettel, illetve a vásárlást követő vevőszolgálattal kapcsolatos magas szintű követelményeket. [SZEMÉLYES ADAT] e levelében összességében a csak webshopokon keresztül értékesítő kereskedőkkel kapcsolatos problémáit veti fel ismét, azaz a költségek vállalása nélküli, üzletet üzemeltető hazai kereskedők kárára történő „könnyű” haszonszerzést.¹²²

156.[SZEMÉLYES ADAT] a levelet az általa a cegvezetes@studiotech.hu e-mail címre, 2008. február 20-án küldött, „Fw: Yamaha-ügy” tárgyú e-mail¹²³ előzménylevelének mellékleteként megküldte a kereskedők egy részének is abból a célból, hogy a Yamahát kimozdítsa álláspontjából, és a kereskedők közötti összefogással rávegye, hogy lépéseket tegyen a Muziker megjelenése jelentette kihívás legyőzése érdekében.¹²⁴ A levéllel kapcsolatos címzetti válaszreakciót azonban a vizsgálat nem tárt fel.

157.A Muziker képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] úgy nyilatkozott, hogy [SZEMÉLYES ADAT] hangadó volt a magyarországi kereskedők körében, aki mindig kifejezte nemtetszését a Muziker árpolitikájával kapcsolatban, amellyel az sok kisebb vállalkozás életét megnehezítette. Elmondása szerint a magyar hangszerpiac szószólójaként keresték meg, nem egyénileg, sokszor hivatkozva a HANOSZ-ra is.¹²⁵

158.[SZEMÉLYES ADAT] a [SZEMÉLYES ADAT]¹²⁶, a Yamaha munkavállalója részére 2008. november 12-én továbbított „Fw: levél” tárgyú e-mail¹²⁷ mellékleteként ismételt a Yamaha európai központjának címzett levelet küldött, melyben a Yamahának a kereskedői árázással kapcsolatban tanúsított aktív közreműködésének hiányát, az árfolyamkockázat hazai kereskedőkre hárítását és a forint elleni devizaspekulációt felelőssé téve ír a kereskedők nehéz helyzetéről. E tényezők eredményeként állítása szerint a hangszerkiállításon résztvevő azon kereskedők, melyek biztosították a kiállításon meghirdetett 10%-os árengedményt, árrés nélkül voltak kénytelenek értékesíteni termékeiket.¹²⁸

¹²¹ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹²² „Arról van szó, hogy egy cseh/szlovák cég semmilyen erőfeszítést nem tesz, csak lefordítja a weboldalát (már amit) magyarra és forintban teszi fel az árait, azaz csak lekaszálni akarja azt, amiért a magyar kereskedők dolgoztak meg. Igen, nevezük nevén a gyereket, tudjuk, hogy hangszert nem vesz valaki csak úgy az interneten, azt előbb kipróbálja a mi általunk bérelt, fűtött-hűtött boltban, a mi általunk megvásárolt hangszereken, a mi általunk fizetett alkalmazott segítségével stb. Nekünk jut a befektetés, költség és a munka és neki a forgalom”

¹²³ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹²⁴ „szeretném ezt minél több emberrel aláíratva eljuttatni a Yamaha vezetőségéhez. (...) Minél többen lépünk fel egységesen a nekünk ártó jelenségekkel szemben, annál hatékonyabb lehet a fellépés.”

¹²⁵ VJ/8-215/2018. sz. jegyzőkönyv 14. kérdésre adott válasz (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.)

¹²⁶ A Yamaha Magyarországgal foglalkozó számlázással foglalkozó munkatársa.

¹²⁷ VJ/8-260/2018. sz. jegyzőkönyv

¹²⁸ „Ha ehhez még hozzáteszük azt, hogy azok a kereskedők, akik részt vettek a kiállításon és az ott meghirdetett 10% árengedményt megadták a vevőknek, gyakorlatilag lenullázták az árrésüket (5% engedmény a saját árrésükből + 15% árfolyam veszteség = a 20% körüli szokásos árrés).”

159.E levelet a fenti levél előzményeként [SZEMÉLYES ADAT] [SZEMÉLYES ADAT]nek is megküldte, melyben a hazai piacon „*legtöbb gondot okozó*” problémák között a levélben is tárgyalt árfolyamcsökkenés mellett ismét megemlíti a Yamahának a fogyasztói árak „*normalizálásával*”, azaz a túlzottan alacsonyan árazó kereskedők meggyőzésével kapcsolatos inaktív hozzáállásában megnyilvánuló felelősségét, mely probléma okán a Yamaha – állítása szerint – a német Thomann vonatkozásában „*hosszas unszolásra*” hajlandó volt közbeavatkozni, és „*megszelídítette a Thomann*”. [SZEMÉLYES ADAT] szerint Magyarországon is erre lenne szükség a „*renitensek*” meggyőzése érdekében, mégpedig úgy, hogy „*ki kell jelölni a határokat, amik között játszunk*”. [SZEMÉLYES ADAT] az e-mailben újra felveti, hogy a Yamaha nem védi meg a tisztességes kereskedőket a szerződéssel nem rendelkező, vagy a vállalt termékkihelyezést (display) nem teljesítő, illetve Yamaha termékeket tiltott módon, a márkához nem méltó helyen ajánló vállalkozásokkal szemben.

160.Az e-mail tartalmából kiderül, hogy egy korábbi ebéd során [SZEMÉLYES ADAT] ezen elképzeléseit a Yamaha felsővezetőivel is ismertette, akik – meglátása szerint – dr. [SZEMÉLYES ADAT]tól¹²⁹ nem kapták meg a megfelelő tájékoztatást.

161.[SZEMÉLYES ADAT] a [SZEMÉLYES ADAT] részére 2008. november 13-án küldött „Re: Fw: levél” tárgyú válaszlevelében¹³⁰ a problémák felsővezetők elé tárásával kapcsolatos tapasztalatai okán kialakult azon álláspontját közölte, hogy a Yamaha [ÜZLETI TITOK] a kereskedők árazásának szabályozása érdekében.

162.A Yamaha értékelése szerint [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]¹³¹

4.3. A kereskedők első szervezett lépései a közös fogyasztói árak kialakításáért, a kereskedők közötti áregyeztetések (2009-2012)

163.2009 márciusától [SZEMÉLYES ADAT] kezdeményezésére az Eldorádó Hangszerbolt mellett a Mezzoforte Hangszerbolt, a Tajti-Music és a Coda Hangszerbolt, 2011 közepétől a Hangszerker és a Hangszerdiszkont csatlakozásával, a Yamaha tudomásával, mely már a kezdeti, 2009-es időszaktól fennállt, egyetértésre jutottak abban, hogy a fogyasztók számára nyilvánosan megjelenő árak vonatkozásában közös árazási politikát alakítanak ki.

164.Mivel az Eldorádó képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] a Yamahának a jelentősebb forgalmat lebonyolító kereskedői kör törekvéseivel kapcsolatos, informálisan kifejezett egyetértését – konkrét intézkedések hiányában – elégtelennek találta, 2009-től közvetlenül az érintett kereskedői körhöz fordult, akiket a forgalmazói érdekek hatékony érvényesítése, valamint a nyereség piaci helyzetből eredő kockázatokat kiszűrő növelése érdekében közös árazási politika folytatására hívott fel.

165.E kereskedői kör az időszak folyamán kisebb mértékben bővült, részükről az e-mailekben foglaltaktól való elhatárolódást igazoló kommunikáció nem áll rendelkezésre. Ebben az időszakban kifejezett egyetértést kifejező nyilatkozatok csak a Mezzoforte Hangszerbolt

¹²⁹ Yamaha régiós igazgató

¹³⁰ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00271242 azonosítószámú e-mail

¹³¹ a VJ/8-175/2018. adatszolgáltatás 1. sz. mellékletének 7. sorában a Yamaha nyilatkozatában „RPM”-ről beszél, valamint a VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyvben, a 21. kérdésre adott válasz szerint „A Purple Book előtti időszakban voltak próbálkozások a kereskedők részéről, mert hiába kérték a Yamahát, hogy oldja meg a helyzetet, ezért a maguk kezébe vették az irányítást. Kéáltak valamilyen Thomann és Muziker árakat alapul vevő, forintosított árlistát, és ezt köröztették a magyar piacon.”

képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] tekintetében azonosíthatók, azonban a rendelkezésre álló közvetlen és közvetett bizonyítékok a Hangszerker, a Hangszerdiszkont, a Tajti-Music és a Coda Hangszerbolt közreműködését is alátámasztják.

166.[SZEMÉLYES ADAT] a termékek egységes árazásnak kialakítására irányuló célja elérése érdekében 2009. márciusában levelet írt e kereskedői körnek („*nekünk, a legnagyobb Yamaha dealereknek kell lépniük*”), melyben felhívta őket első körben a legjobban eladható 25 termék honlapon meghirdethető ára minimális szintjének közös meghatározására. A levelet [SZEMÉLYES ADAT] [SZEMÉLYES ADAT]¹³² részére 2009. március 26-án, „*Fw: levél*” tárgyú e-mailje,¹³³ valamint annak előzmény e-mailje mellékleteként a Tajti-Musicot képviselő [SZEMÉLYES ADAT] és a Meggyesi Zongoraterem részére küldte meg előzetes véleményezésre.

167.Az egységes árazást [SZEMÉLYES ADAT] szerint az indokolta, hogy a magyarországi Yamaha termékek forgalmazásából származó bevétel 15%-a még a kereskedőknél maradhatna, ha „*a fogyasztói árakat sikerül helyretenniük*”. A célja [SZEMÉLYES ADAT] tehát az árak összehangolt emelése volt, mely számukra jelentősebb árbevételt eredményez, és az árak letörését gyakorló „*partizán*” vállalkozásokat is arra a belátásra juttatja, hogy a „*vevők magához csalogatásához*” elég kevéssel a nagyobb kereskedők egységesen alkalmazott minimum árai alá menniük. [SZEMÉLYES ADAT] számítása szerint e jelenség bekalkulálásával is növekedne a nagyobb kereskedők összbevétele.¹³⁴

168.[SZEMÉLYES ADAT] javaslatának elfogadhatóbbá tétele érdekében itt is hangsúlyozza, hogy „*minimális hirdethető árról*” beszél, melytől az esetleges üzleti alku során el lehet térni, ugyanakkor annak célja az volt, hogy a vevők se a vállalkozások honlapján, se azok üzleteiben a közösen meghatározott árszint alatti árakkal ne találkozzanak.¹³⁵ [SZEMÉLYES ADAT] az egységes minimális árszint meghatározása érdekében a Yamaha magyarországi forgalmából való nagyobb szelet kihasználásával kecsegtette az abban való részvételre kapacitált vállalkozásokat, akikre nyomást is gyakorolt oly módon, hogy javaslatainak el nem fogadása esetén „*árháborúval*” fenyegette meg őket.¹³⁶

¹³² Atlantisz Kft., korábbi Yamaha nagykereskedő, azóta megszűnt hangszerbolt.

¹³³ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹³⁴ „*Biztos lesz olyan a jövőben is – mint ahogy mindig is volt – aki elkezd partizánkodni és próbálkozik, de nem mindegy, hogy milyen körülmények között. Egy példa: ha mi elhatározzuk, hogy egy adott termék minimálisan hirdethető ára 100 Ft (amit ma 85 Ft-ért adunk és 75 Ft-ért veszünk) és valaki olcsó árakkal akarja magához csalogatni a vevőt, akkor 90-95 Ft között fogja árulni. Ugyanez a bolt ma is bizonyára hasonló árpolitikát folytat, olcsóbb akar lenni a piaci árnál, ezért 80 Ft-ért adja ezt a terméket. Mi történik tehát legrosszabb esetben is nem 10 Ft keresünk ezen a terméken, mint ma, hanem 15-20 Ft-ot. Ebből látható, hogy ha lesznek is partizánok (mert lesznek), akkor is jobban járunk, ha egységesen alakítjuk ki a minimálisan hirdethető árat és be is tartjuk. A kereskedők nagy része pedig követni fogja a mi általunk kialakított árakat, mert Ő sem ellensége a saját pénzének és boldog lesz, hogy végre kereshet a Yamahán.*”

¹³⁵ „*Nekünk, a legnagyobb Yamaha dealereknek kell lépniük, mert meggyőződésem, hogy minket fog követni mindenki, mi határozzuk meg a piaci árakat*” [...] „*akkor is jobban járunk, ha egységesen alakítjuk ki a minimálisan hirdethető árat és be is tartjuk*” [...] „*ha a vevő 3-4 helyen megnézte az árat, mindenütt ugyanazzal az árral találkozik, akkor nem leszünk ilyen rossz helyzetben, és nem fognak minket egymással szemben kijátszani a vevők.*”

¹³⁶ „*Ha nem tudunk közösen megoldást találni, akkor olyat fogok tenni, amire már sokszor gondoltam, de még egyszer sem léptem meg: háborút kezdek. Minden Yamaha terméket meghatározatlan ideig beszerzési ár +5%-os áron fogok adni.*”

169. A Tajti-Music képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán úgy nyilatkozott, hogy a levél egy „bosszankodás”, amelynek nem lett semmilyen fogantaja. Elmondása szerint a levélre nem emlékezett, az ilyenekkel nem foglalkozott.¹³⁷
170. [SZEMÉLYES ADAT] a jelentősebb forgalmat bonyolító kereskedőknek, így a Mezzoforte Hangszerboltnak, az Atlantisznak, a Meggyesi Zongorateremnek, a Coda Hangszerboltnak és a Tajti-Music képviselőjének, valamint a [SZEMÉLYES ADAT] e-mail címre pár nappal később, 2009. március 30-án küldött „Yamaha” tárgyú e-mailjében¹³⁸ már erről a legjobban eladható, azaz számukra „*legfontosabb*” 25 Yamaha termék listájáról készített táblázatot küld, mely a Thomann árait alapul vevő, azokhoz képest különböző mértékben eltérő – adott esetben 40 %-kal magasabb – fogyasztói árak feltüntetését (is) tartalmazza a számítás módjára való utalással („*felülről 25%-os árréssel*”).
171. Az e-mailben hivatkozás található arra, hogy annak megküldését szóbeli egyeztetések előzték meg, melyek során [SZEMÉLYES ADAT] majdnem teljes egyetértést tapasztalt az e-mailben foglaltakkal.¹³⁹ Az e-mail pedig tartalma szerint egyértelműen a Yamaha termékek forgalmának jelentős részét (75 %-át) kitevő termékekre kiterjedő áregyeztetésre hív fel a mellékelt táblázat alapján azzal, hogy az abban szereplő árakat minden címzett a lehető leghamarabb tegye fel honlapjára, és alkalmazza azokat.¹⁴⁰
172. A 2. sz. védett tanú előadta, hogy azért lehetett fontos, hogy még a Frankfurti Vásár előtt felkerüljenek az árak, hogy „*legyen egy olyan időszak, amelyben ez elindult*”. Előadása szerint a melléklet erre a két hétre szólt, hogy elinduljon valami egy olyan irányban, hogy az érintett kereskedőknél legalább a hirdetett árak szintjén legyen egy „*nagyjából egységes ár*”. Az üzletben kitett ár ugyanis elmondása szerint nem biztos, hogy a tényleges eladási árat jelenti, az egy kiindulási alap a vevők számára, főleg nagyobb értékű termékek esetén.¹⁴¹
173. A levél megfogalmazásából azonban kiderül, hogy kizárólag azért kéthetes időszakra vonatkozik az árlista, mert azt követően új árak életbelépésére lehetett számítani.¹⁴² Azaz valójában az egységes árazásra vonatkozó szándék a mellékletben szereplő termékeken terjedelmében¹⁴³, az e-mailben szereplő időintervallumon pedig idejében túlnyúlt, és az összes Yamaha termék vonatkozásában, hosszabb távon célozta a nagyobb forgalmat lebonyolító kereskedők közötti áregyesítést.¹⁴⁴
174. A Mezzoforte képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] úgy nyilatkozott, hogy nem emlékszik, hogy ennek az e-mailnek lett-e valamilyen eredménye. Előadása szerint az együttműködésre való hajlam megvolt benne, ugyanis szeretett volna bekerülni a nagy múltú hangszerkereskedők közé, de azért a saját útját járta. [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] is különutasnak volt tekinthető véleménye szerint, a többiek azonban egyetértettek üzleti kérdésekben egymással. Nem zárta ki, hogy erre a felhívásra átárazta a

¹³⁷ VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 21. kérdésre adott válasz

¹³⁸ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Yamaha_2)

¹³⁹ „*Mindenkivel beszéltem és szinte kivétel nélkül egyetértettünk a leirtakban.*”

¹⁴⁰ „*még Frankfurt előtt tegyük fel az oldalakra és kezdjük el használni. Én a saját üzleteinkben és weboldalunkon szerda reggel 10.00 h-ra ezt megteszem.*”

¹⁴¹ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 35. kérdésre adott válasz

¹⁴² „*Mivel április 15-től új árak lépnek életbe felesleges volna a többszáz Yamaha terméket teljeskörűen átárazni erre a kis időre. Ezt a 25 terméket viszont át lehet árazni könnyen és gyorsan*”

¹⁴³ „*melyekre vonatkozóan célszerű volna az első körben megegyeznünk*”

¹⁴⁴ „*ez alatt a két hét alatt kiderül, hogy tud-e működni a dolog*”

termékeit, de a táblázatban szereplő termékek közül csak a „PSR” termékekben volt érdekelt. Előadta továbbá, hogy találkozó ezen e-maillal kapcsolatban nem volt.¹⁴⁵

175.A [SZEMÉLYES ADAT] által az előző e-maillal megegyező címzetti kör részére 2009. március 31-én küldött, „árak” tárgyú e-mail¹⁴⁶ alapján azonban megállapítható, hogy [SZEMÉLYES ADAT] az előző e-mailre konstruktív visszajelzéseket kapott, melyek alapján az árlistán változtatásokat hajtott végre.

176.Az e-mailben foglaltak alapján számára nem az ár mértéke volt a fő kérdés, hanem az, hogy az egységes legyen a kereskedők között, és ennek nyílt felvállalásával a Frankfurti Vásáron már egységesen, nagyobb erővel tudják képviselni a [SZEMÉLYES ADAT] által a Yamaha aktív közreműködésének hiányára is visszavezetett érdeksérrelmeiket.¹⁴⁷

177.A 2. sz. védett tanú valószínűsítette, hogy az e-mail célja az volt, hogy a Yamaha részére felmutatható legyen, hogy tudnak nagyjából egységesen mozdulni, mert akkor komolyabban fogják őket venni, addig ugyanis nem foglalkoztak a problémáikkal. Elmondása szerint a Yamaha hozzáállásán szerettek volna változtatni annak érdekében, hogy tudjanak pénzt keresni a termékeik eladásán. A korábbi gyakorlatuk szerint kiindulási alapot nyújtó ajánlott fogyasztói ár szerepét akarták a minimális hirdetett árra bízni.¹⁴⁸

178.[SZEMÉLYES ADAT] a „*finomhangolt*” árlistát a fenti címzetti körnek 2009. március 31-én, ugyanezen tárgyú e-mailjének¹⁴⁹ mellékleteként küldi meg, mely mérsékeltebb árakat tartalmaz az első verzióhoz képest. [SZEMÉLYES ADAT] az e-mailben megerősíti, hogy a legfontosabbnak az árak egységesítését tartja, azaz, hogy 2009. április 1-jétől a levél címzettjeinél azonos kínálati árak szerepeljenek.

179.A 2. sz. védett tanú előadta, hogy az ajánlott fogyasztói ár „*gyakorlatilag*” a minimális hirdethető árat jelenti. Elismerte ugyanakkor, hogy az e-mail szöveggörnyezetében leírtak arra irányultak, hogy az üzletek ugyanazokat az árakat kínálják a webshopokon.¹⁵⁰

180.[SZEMÉLYES ADAT] e-mailben foglalt kommunikációja alapján egyértelműen megállapítható, hogy a „*minimális hirdetett ár*” alatt az előzetes egyeztetés alapján kialakított egységes kínálati árakat értette: „*[a] legfontosabbnak pedig továbbra is azt tartom (...), hogy egységesítsük az árakat!*” A nagyobb forgalmat lebonyolító kereskedők közötti ilyen irányú összefogás valódi célját pedig a fogyasztói érdekek és a hazai piac védelme helyett a bevételeik növelésében látta: „*[k]eressünk PÉNZT!*”

181.[SZEMÉLYES ADAT] a Mezzoforte képviseletében előadta, hogy nem emlékszik erre a levélre, és meglepődését fejezte ki, hogy [SZEMÉLYES ADAT] ilyen aktívan nyilatkozott meg e téren, ugyanis elmondása szerint annál racionálisabb embernek ismerte meg. Hozzátette, hogy az Eldorádó volt a legnagyobb kereskedés ebben az időszakban a Tajti-Music mellett. Nyilatkozata szerint az lehetett a konstruktív hozzáállás a részéről, hogy

¹⁴⁵ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 20. kérdésre adott válasz

¹⁴⁶ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló; „*A visszajelzések alapján próbálunk még finomhangolni az árlistán így reményeim szerint még ma továbbítom a végleges változatot. Az a határozott meggyőződés, hogy első körben a legfontosabb az, hogy ki tudunk alakítani egy egységes árat, s nem az, hogy ez az ár milyen.*” (árak_1.msg)

¹⁴⁷ „*ha Frankfurtban ezt már fel tudnánk mutatni, akkor talán komolyabban vesznek minket, mert egységesen tudunk fellépni az érdekeink védelmében*”

¹⁴⁸ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 36. kérdésre adott válasz

¹⁴⁹ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, (árak_2.msg)

¹⁵⁰ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 37. kérdésre adott válasz

belement ebbe az árazásba, mely abból a szándékából adódott, hogy szeretett volna bekerülni ebbe a körbe, mivel nem voltak olyan fontos szereplői a piacnak.¹⁵¹

182. [SZEMÉLYES ADAT] a Tajti-Music képviseletében előadta, hogy nem emlékszik változásra az árazást tekintve ebben az időszakban, és arra nem is figyelt, mert nem volt arra energiája, hogy ezekkel a levelekkel foglalkozzon.¹⁵²

183. [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte képviselője [SZEMÉLYES ADAT] és a levél többi címzettjének 2009. március 31-én küldött, „RE: árak” tárgyú válaszlevelében¹⁵³ a bizonyos összeghatár feletti termékek árának alacsonyabb szorzóval való kiszámítását javasolta a piaci árszínvonaltól való jelentősebb elszakadásnak, és ezáltal az árak letörését eredményező vállalkozások nagyobb aktivitásának az elkerülése érdekében. A Mezzoforte képviseletében [SZEMÉLYES ADAT] tehát válaszlevelével kinyilvánította a [SZEMÉLYES ADAT] e-mailjében szereplő elgondolással való egyetértését, sőt, azzal kapcsolatosan konstruktív javaslatokkal is élt annak érdekében, hogy a közösen meghatározott árakkal e kereskedői kör elérje célját, és árverseny nélkül, a kockázatok jövőbeni közös kiiktatásával biztos bevételre tehesen szert.

184. A Mezzoforte képviseletében [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán előadta, hogy az e-mail alapján azt gondolja, hogy a TOP 25 terméknél megegyeztek abban, hogy a [SZEMÉLYES ADAT] leveléhez csatolt árlistát tartják, azaz egységesen áraznak a levelezésben résztvevő boltokkal. Továbbra is fenntartotta, hogy a Mezzoforte nem volt komolyan vett szereplője a piacnak ebben az időszakban szemben a Hangszerdiszkonttal, éppen hanyatlóban volt, mivel a bolt online jelenléte helyett új fizikai boltok nyitására koncentrált, melyek nem hozták meg a kívánt eredményt, így azok egy idő után be is zártak¹⁵⁴. Emlékei szerint telefonon kommunikálhatott e témában [SZEMÉLYES ADAT], személyes találkozóra nem került sor.¹⁵⁵

185. A 2. sz. védett tanú úgy nyilatkozott, hogy [SZEMÉLYES ADAT] is készített egy árlistát, amit átküldött. [SZEMÉLYES ADAT] egy olyan csökkentést javasolt, ahol a piaci árakhoz igazítja az ajánlott fogyasztói árat.¹⁵⁶

186. A [SZEMÉLYES ADAT] által a fenti címzetti körnek 2009. április 28-án megküldött „új árak” tárgyú e-mail¹⁵⁷ igazolja, hogy az árak egységesítésének szándéka nemcsak egy kéthetes periódus vonatkozásában állt fenn a résztvevők között, hanem az április 15-i árváltozásokat követően is. Az e-mail szerint az áregységesítés szándéka ebben az időszakban még mindig a forgalom 75%-át kitevő legfontosabb 25 termékre terjedt ki. A tapasztalatok megosztása érdekében levelében [SZEMÉLYES ADAT] felajánlotta a személyes találkozás lehetőségét is.¹⁵⁸

¹⁵¹ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 21. kérdésre adott válasz

¹⁵² VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 22. kérdésre adott válasz

¹⁵³ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁵⁴ Salgótarján és Hatvan

¹⁵⁵ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 22. kérdésre adott válasz

¹⁵⁶ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 38. kérdésre adott válasz

¹⁵⁷ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁵⁸ „Érdemes lenne személyesen is találkozni, ha nyitottak vagytok rá, hogy megbeszéljük a tapasztalatokat.”

- 187.A 2. sz. védett tanú tanúvallomása szerint a tapasztalatcsere során olyanok hangzottak el, hogy a kereskedők közül ki mit érzékelt, a forgalom hogyan változott, mik voltak a tényleges eladási árak, a kereskedő elégedett volt-e azzal a változással, ami történt.¹⁵⁹
- 188.[SZEMÉLYES ADAT] a [SZEMÉLYES ADAT] részére 2009. április 29-én küldött, „RE: új árak” tárgyú e-mailjében kijelentette, hogy [SZEMÉLYES ADAT] kérésére a Mezzoforte által kínált termékek árait – egy kivétellel – átírta, valamint nyitott a [SZEMÉLYES ADAT] által ajánlott személyes találkozóra.¹⁶⁰
- 189.[SZEMÉLYES ADAT] a Mezzoforte meghallgatása során elismerte, hogy ő együttműködő magatartást tanúsított, de hogy a címzetti körből más is ugyanezt tette-e, arról elmondása szerint nem rendelkezett tudomással.¹⁶¹
- 190.A közös árazás gyakorlatban való megvalósulására utal, hogy a [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT], a HMI Dallam képviselőjével kiegészült fenti címzetti körnek 2009. április 29-én küldött, „találkozó” tárgyú e-mail¹⁶² szerint [SZEMÉLYES ADAT] a címzetti kör forgalmi adatainak vizsgálatával kívánt meggyőződni a közös árazás eredményéről, mellyel kapcsolatos személyes megbeszélést javasolt az e-mail megküldését követő hétre.
- 191.A Mezzoforte képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] úgy nyilatkozott, hogy nem emlékszik a találkozóra, vagy ilyen tartalmú visszajelzésekre. Azt azonban vallomásában megerősítette, hogy a Mezzoforte ebben az időszakban már egy olyan körbe tartozott, akiknek az együttműködését a hangadó üzletek elérték.¹⁶³
- 192.[SZEMÉLYES ADAT], a Coda Hangszer képviselője úgy nyilatkozott, hogy az e-mailben javasolt találkozón nem vett részt, azonban megerősítette, hogy voltak olyan kereskedők, akiknek az volt az érdekük, hogy a többi kereskedő ne rontsa le az általuk alkalmazott, magasabb árakat.¹⁶⁴
- 193.[SZEMÉLYES ADAT] a Tajti-Music képviselőjében előadta, hogy nem vett részt ilyen találkozón, nem is tud ilyenről, és nem számolt be a többi kereskedőnek a forgalmi adatairól.¹⁶⁵
- 194.A [SZEMÉLYES ADAT] által e címzetti kör részére 2009. május 4-én küldött „találkozó” tárgyú e-mailben foglaltak szerint e találkozóra 2009. május 6-án került sor, a Budapest IX. kerületi Claro kávézóban.¹⁶⁶
- 195.A 2. sz. védett tanú elismerte, hogy a találkozóra ebben az időpontban sor került, bár a résztvevők személyére nem emlékezett.¹⁶⁷

¹⁵⁹ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 39. kérdésre adott válasz

¹⁶⁰ VJ/8-265/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁶¹ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 24. kérdésre adott válasz

¹⁶² VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁶³ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 25. kérdésre adott válasz

¹⁶⁴ VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 34. kérdésre adott válasz

¹⁶⁵ VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 23. kérdésre adott válasz

¹⁶⁶ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁶⁷ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 42. kérdésre adott válasz (betekinthető verzió VJ/8-349/2018. sz.)

- 196.[SZEMÉLYES ADAT] a Mezzoforte képviselőjében¹⁶⁸, valamint a Tajti-Musicot képviselő [SZEMÉLYES ADAT]¹⁶⁹ nem emlékezett sem a kávézóra, sem arra, hogy részt vett volna ezen a találkozón, ahogyan [SZEMÉLYES ADAT], a Coda Hangszer képviselője¹⁷⁰ is tagadta ezt.
- 197.Az eljárás alá vontak által megfogalmazott kijelentésekkel szemben a forgalom háromnegyedét hozó 25 termékkel kapcsolatos 15%-os akció érintett kereskedői kör általi közös elhatározásáról tanúskodik a [SZEMÉLYES ADAT] által a fenti címzett körnek 2009. május 08-án küldött, „árak” tárgyú e-mail,¹⁷¹ mely szerint többek javaslatára az akciós árat a csatolt táblázatban szereplő javasolt fogyasztói árok helyett a kalkulált fogyasztói árok alapulvételével számították ki.
- 198.Az egyeztetett akciós árok alkalmazásáról [SZEMÉLYES ADAT] vissza is jelzett a [SZEMÉLYES ADAT] által a Mezzoforte Hangszerbolt részére 2009. május 11-én küldött, „Re: árok” tárgyú e-mail¹⁷² előzményében: „*[é]n feltettem az árakat*”. [SZEMÉLYES ADAT] válaszában arra kérte [SZEMÉLYES ADAT]t, hogy bárhogy is tünteti fel az árakat, az jelenjen meg a honlapján, hogy „*Yamaha akció van június 30-ig*”.
- 199.[SZEMÉLYES ADAT] a Tajti-Music képviselőjében előadta, hogy ha látta is a mellékelt árlistát, azt az árazása során nem vette figyelembe, de nem is emlékszik a levelezésre.¹⁷³
- 200.A Mezzoforte képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] nem tudott visszaemlékezni a levélre, nem tudta megmondani, hogy milyen akcióról lehet szó abban.¹⁷⁴ Véleménye szerint a Yamaha hirdethette meg ezt az akciót, bár elmondása szerint a 15% soknak tűnik, mert a Yamaha 4-5%-os akciót szokott adni.¹⁷⁵
- 201.A [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte képviselője által a fenti címzett körnek 2009. június 10-én küldött „RE: árok” tárgyú e-mail előzménylevele¹⁷⁶, melyet [SZEMÉLYES ADAT] írt, valóban tartalmaz olyan utalást, mely szerint a Yamaha néhány termék esetén csökkentette átadási árait. Az e-mail azonban ettől független körülményként említi e kereskedői kör „*közös -15 %-os akcióját*”, mint ami azt indokolja, hogy a csökkentett átadási árakat ne érvényesítsék a fogyasztói árakban. („*Az a véleményem, hogy ezt nem volna célszerű egyelőre a hirdett árainkban érvényesíteni*”) [SZEMÉLYES ADAT] e javaslatával kapcsolatosan a közös 15%-os akció által az elmúlt hetekben generált forgalom jelentéktelenségére, valamint a vásárlók gyakori árváltoztatások okozta elbizonytalanodásának káros voltára hivatkozik.
- 202.Ebből következően megállapítható, hogy a kereskedők által meghirdetett közös akció *megelőzte* a Yamaha által bevezetett árcsökkentést, azaz a kereskedők a Yamaha döntésétől függetlenül állapodtak meg egy közös kedvezmény alkalmazásában.

¹⁶⁸ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 26. kérdésre adott válasz

¹⁶⁹ VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 24. kérdésre adott válasz

¹⁷⁰ VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 35. kérdésre adott válasz

¹⁷¹ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁷² VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁷³ VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 25. kérdésre adott válasz

¹⁷⁴ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 27. kérdésre adott válasz

¹⁷⁵ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 28. kérdésre adott válasz

¹⁷⁶ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

203. Válaszlevelében [SZEMÉLYES ADAT] is egyetért abban, hogy amíg nem észlelnék az árak „*lehúzását*” előidéző piaci magatartást valaki részéről, addig tartsák meg a Yamaha termékek átadási áraiban bekövetkezett csökkenésből származó bevételtöbbletet.¹⁷⁷ Előzménylevelében [SZEMÉLYES ADAT] e többletre egy esetleges alkupozícióban való tartalékként tekint, mint ami ugyancsak indokoltta teszi a kedvezmény fogyasztói árakban való érvényesítésétől való eltekintést.¹⁷⁸

204. [SZEMÉLYES ADAT] a Mezzoforte képviselőjében nem emlékezett a levélre, sem arra, hogy miért írta azt.¹⁷⁹

205. Az 1. sz. védett tanú tanúvallomásában azt feltételezte, hogy ekkor már kitört a gazdasági válság Magyarországon, és lehetett valamiféle nagykereskedelmi árcsökkentés ebben az időszakban.¹⁸⁰

206. [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]¹⁸¹

207. A [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte képviselője által a fenti címzett körnek 2009. július 17-én küldött „RE: Yamaha” tárgyú e-mail¹⁸² előzménylevelében [SZEMÉLYES ADAT] egy „*többekkel egyeztetett*” Yamaha árlista elkészültéről számol be, melynek kapcsán már indokoltnak látja a Yamaha által alkalmazott akciót a termékek fogyasztói árában is érvényesíteni. Levelében az árak kialakításának fő szempontjaként a versenyképesség megtartása mellett azonban továbbra is a kellő haszon realizálását jelöli meg („*azért keresni lehet velük*”). [SZEMÉLYES ADAT] válaszában kijelenti, hogy a „*legnépszerűbb termékei*” vonatkozásában az Eldorádó áraihoz igazítja árait, melyek alatt nyilvánvalóan a résztvevők által korábban egyeztetett TOP 25 terméket értette.

208. [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte által az info@hangszerker.hu e-mail címre 2009. november 28-án küldött „árak” tárgyú e-mailben¹⁸³ felhívja a Hangszerker figyelmét arra, hogy az árak haszonkulcs számítással ellenőrizve nem mutatnak következetességet. Bár a levelében [SZEMÉLYES ADAT] hivatkozik arra, hogy nem áregyeztetési szándék vezérelte a levele megírásakor, az abban szereplő részletes levezetések, összehasonlító áradatok alapján megállapítható, hogy a levél valódi célja a közös árazási gyakorlat fenntartása, és abba – annak folyamatában – a működését 2009 júliusában megkezdő Hangszerker bevonása volt („*Yamaha hangtechnika árlistát készítettem, és egyeztettem pár árat a ti oldalatokon lévõvel*”). Ezt támasztja alá, hogy [SZEMÉLYES ADAT] a Hangszerker által alkalmazott árakról készített táblázatában a beszerzési árak alatti árazásra mutat rá, és a levél végén a „*túl magas*” árak miatt kapott kritikák miatt kéri a Hangszerker árainak az „*aktualizálását*” (emelését).

209. A 2009. év vége és 2011. év eleje közötti időszak vonatkozásában az azt követő időszak viszonylatában feltárt bizonyítékok alapján az érintett kereskedői és termékkör vonatkozásában észlelhető átfedések, a kommunikáció korábbi évekkal megegyező tárgya és

¹⁷⁷ „*Szerintem addig amíg nem jelenik meg egy régi/új piaci szereplő, aki húzza lefelé az árakat, addig nem érdemes változtatni.*”

¹⁷⁸ „*az alku pozícióban ily módon marad egy kis tartalékunk, amivel szabadon gazdálkodhatunk*”

¹⁷⁹ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 29. kérdésre adott válasz

¹⁸⁰ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 31. kérdésre adott válasz

¹⁸¹ VJ/8-84/2018. sz. adatszolgáltatás 4a. melléklet, 00334026 azonosítószámú dokumentum

¹⁸² VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁸³ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

iránya miatt arra lehet következtetni, hogy a fent bemutatott magatartás folyamatossága ezen időszak alatt is fennállt e kereskedői kör részvételével, illetve nem merült fel arra vonatkozó bizonyíték, hogy a jogsértés ebben az időszakban megszűnt volna. Ezt a helyzetet plasztikusan jellemzi a 2. sz. védett tanú azon nyilatkozata¹⁸⁴, mely szerint a minimális hirdetett árazási koncepciónak több alkalommal is nekifutottak, de az nem működött egybefüggően, azaz a kiskereskedőknek az anyagi helyzetük stabilizálásával, javításával kapcsolatos elképzelése végig változatlan volt, az idő múlásával annak csak az intenzitása változott. Az 1. sz. védett tanú meghallgatásán tett azon nyilatkozata is alátámasztja a ezt a következtetést, amely szerint a kereskedők próbálkozásai a közös árlista bevezetésére és alkalmazására egészen 2014-ig, a Purple Book bevezetéséig tartottak.¹⁸⁵

210. Az engedékenységi kérelmező által csatolt, [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT], a Yamaha kelet-közép-európai fiók ekkori vezetője részére 2011. február 24-én küldött „Re: Fw: [SZEMÉLYES ADAT] CODA HU” tárgyú e-mail¹⁸⁶ [ÜZLETI TITOK].

211. A Yamaha értékelése szerint [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]¹⁸⁷

212. A Yamaha engedékenységi kérelmében foglalt nyilatkozata szerint [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]¹⁸⁸

213. A levélváltás azt igazolja, hogy a Yamaha részéről létezett a termékei árszintje irányában fennálló elvárás, melynek alkalmazása érdekében a Yamaha már ebben az időben is árfigyelést alkalmazott, és a meghatározott ársávból „kilépő” kereskedőket az adott ország kereskedelmi képviselőjén keresztül figyelmeztette a túlzottan alacsony árazás – adott esetben az érintett kereskedőt is érő – negatív következményeire, mely aktív és tudatos magatartás volt a részéről.

214. [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].

215. A Yamaha engedékenységi kérelméhez kapcsolódó adatszolgáltatásában kifejtette, [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].¹⁸⁹

216. Az e-mailben foglaltak megerősítik, hogy a Yamaha a viszonteladói árak magas szinten tartásával próbált reagálni a kereskedői panaszokra.

217. [SZEMÉLYES ADAT] ebben az időszakban már a 2009-es évre kialakult, jelentősebb forgalmat lebonyolító hangszerkereskedések egy szűkebb csoportjának címezte árazással kapcsolatos leveleit.

218. A Coda Hangszernek, a Mezzoforte Hangszerboltnak, a Hangszerkernek és a Tajti-Musicot képviselő [SZEMÉLYES ADAT]nak 2011. június 30-án küldött, „Yamaha” tárgyú e-mailje¹⁹⁰ mellékleteként [SZEMÉLYES ADAT] egy újabb, továbbra

¹⁸⁴ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv (betekínthető verzió: VJ/8-349/2018. sz.), 52. kérdésre adott válasz

¹⁸⁵ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv (betekínthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.), 5. kérdésre adott válasz

¹⁸⁶ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00314105 azonosítószámú e-mail

¹⁸⁷ VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet 12. sor

¹⁸⁸ VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás 3. pontja

¹⁸⁹ VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás illetve annak 1. sz. melléklete 14. sor

¹⁹⁰ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

is csak a forgalom jelentős részét adó Yamaha termékekre vonatkozó táblázatot csatolt, mely a Thomann árazását alapul véve a maximális kedvezménnyel számolt beszerzési árakat, a kalkulált fogyasztói árakat, az Eldorádó saját fogyasztói árait, valamint a minimálisan hirdethető árakat¹⁹¹ tartalmazó oszlopokkal rendelkezik.

219. [SZEMÉLYES ADAT] a Mezzoforte képviselőjében a fenti címzetti körnek 2011. július 4-én megküldött, „RE: Yamaha” tárgyú válaszlevelében¹⁹² a [SZEMÉLYES ADAT] által szabott feltételeknek megfelelő árlistájának az elkészítéséről számolt be.
220. [SZEMÉLYES ADAT] a Mezzoforte képviselőjében előadta, hogy a levélből látható, hogy együttműködött ezen üzleti körrel. Azonban előadása szerint ez az időszak „kiesett” a számára, rendszerszintű együttműködést felidézni nem tudott, emlékei szerint a „*legnagyobb szervezkedés*” 2013-ban volt.¹⁹³
221. [SZEMÉLYES ADAT] a Tajti-Music képviselőjében úgy nyilatkozott, hogy nem emlékszik a levélre, és nem vette figyelembe az ilyeneket.¹⁹⁴
222. [SZEMÉLYES ADAT] a Hangszerker képviselőjében tett vallomásában úgy nyilatkozott, hogy ő e leveleket kéretlenül kapta, azokat nem nézte meg, elmondása szerint azért nem kérte, hogy vegyék ki a címzetti körből, mert nem gondolta, hogy ezt kellene tennie.¹⁹⁵
223. Azt a körülményt, hogy a kereskedők által folytatott e gyakorlatról a Yamaha tudomással bírt, igazolja, hogy [ÜZLETI TITOK].
224. A [SZEMÉLYES ADAT], a Hangszerdiszkont képviselője által a Mezzoforte Hangszerbolt részére 2011. július 8-án küldött, „Yamaha árak” tárgyú e-mailben ezt írta „*Javaslom kb 10 napra levinni a yamaha árakat 10% haszonnal. Én nem kérek belőle jutalékot. Ez az egyetlen út hogy a dunaújvárosi észrevegye magát- És majd fájni fog neki hogy olyan dologba teszi a pénzét amin majd NEM KERES.* <http://www.argep.hu/main.asp?sucheall=yamaha+423&x=0&y=0&min=&max=>”.¹⁹⁶
225. [SZEMÉLYES ADAT] a Mezzoforte képviselőjében a 2011. július 21-én, „FW: Yamaha”¹⁹⁷ tárgyú e-mailjének mellékleteként továbbította az ebben az időszakban Yamaha termékeket – a Yamahával fennálló szerződéses viszony híján¹⁹⁸ – a Mezzofortétól beszerző Hangszerdiszkont képviselőjének [SZEMÉLYES ADAT] ártáblázatát azzal, hogy a „*MAP oszlopban lévő*” árakat kell tartani, melyektől csak a felfelé való eltérés engedélyezett

¹⁹¹ „MAP” – minimum advertised price

¹⁹² VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (RE_Yamaha_2)

¹⁹³ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 30. kérdésre adott válasz

¹⁹⁴ VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 26. kérdésre adott válasz

¹⁹⁵ VJ/8-186/2018. sz. jegyzőkönyv 25. kérdésre adott válasz

¹⁹⁶ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Yamaha árak_1)

¹⁹⁷ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

¹⁹⁸ A Hangszerdiszkont ebben az időszakban a termékeket a Mezzofortétól szerezte be, mivel a szelektív termékek szerződéssel nem rendelkező vállalkozások részére való értékesítése tilos a Yamaha szerződése alapján, a szelektív termékeket hivatalosan a Mezzoforte adta el, a Hangszerdiszkont jutalékot kapott az üzletért, így a Yamaha termékeken elérhető árrés, és így azok fogyasztói ára nem volt mindegy a Hangszerdiszkont részére sem.

(„*Drágább nyilván lehet*”). A Hangszerdiszkontot képviselő [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán tagadta, hogy ilyen felhívásnak ő eleget tett volna.¹⁹⁹

226. Azt, hogy az áradatok megosztása e kereskedői körben nem eseti jellegű volt, igazolja a [SZEMÉLYES ADAT], az Eldorádó munkavállalója által a Coda Hangszernek, a Mezzoforte Hangszerboltnak és a Hangszerkernek 2011. október 21-én küldött, „yamaha árak” tárgyú e-mail²⁰⁰ is, mely szerint az Eldorádó az ilyen formátumú árlistáit ebben az időszakban rendszeresen megküldte e kereskedői körnek, feltüntetve levelében az árak alkalmazásának kezdő időpontját is („*Csatolva küldöm az új Yamaha fogyasztói árainkat, amelyek 2011.10.24-től lépnek érvénybe*”).

227. A [SZEMÉLYES ADAT] által az azonos címzetti körnek 2011. október 24-én küldött „RE: yamaha árak” tárgyú e-mailben²⁰¹ a Mezzoforte képviselője visszaigazolta az egységes ármozgáshoz részéről szükséges lépések megtételét.

228. A 2. sz. védett tanú előadta, hogy [SZEMÉLYES ADAT]nek „*nyilván tudomása volt*” a minimális hirdetett ár koncepcióról, de akkoriban a Yamaha nem avatkozott ebbe bele, és nem is támogatta.²⁰²

229. A Mezzoforte képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] úgy nyilatkozott, hogy véleménye szerint az ilyen, áradatok előzetes megosztásával kapcsolatos e-mailek eseti jellegűek voltak.²⁰³

230. Ugyanakkor a gyakorlat eseti jellegét cáfolja a [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte képviselője által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2012. január 18-án küldött, „Yamaha” tárgyú e-mail,²⁰⁴ melyben [SZEMÉLYES ADAT] jelzi [SZEMÉLYES ADAT] részére, hogy „*frissítette*” a Yamaha árakat, melyek ellenőrzésére hív fel egyidejűleg.

231. [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte meghallgatásán előadta, hogy ez az e-mail azért születhetett, mert a közzétett árak nem voltak egységesek, melynek érdekében ő a szükséges lépéseket megtette. Állítása szerint azonban az ellenőrzésre vonatkozó rész nem felszólítás volt [SZEMÉLYES ADAT] számára.²⁰⁵

232. A [SZEMÉLYES ADAT], a Hangszerdiszkont képviselője által a Mezzoforte Hangszerbolt részére 2012. március 1-jén küldött, „yamaha” tárgyú e-mailben²⁰⁶ [SZEMÉLYES ADAT] a Yamaha termékek interneten megjelenő árazását kifogásolja. Levele megfogalmazásából („*ezek az árak hogy vannak? senki nem tartja be?*”) egyértelműen megállapítható, hogy az egyeztetett minimál árak alatti kínálati árak kínálatban való megjelenését kifogásolja annál a Mezzoforténál, aki számára az összekötő kapocs volt a Yamaha termékekhez, és akitől korábban a [SZEMÉLYES ADAT] által készített ártáblázatot kapta.

¹⁹⁹ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 21. kérdésre adott válasz

²⁰⁰ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

²⁰¹ VJ/8-263/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

²⁰² VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-349/2018. sz.) 49. kérdésre adott válasz

²⁰³ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 31. kérdésre adott válasz

²⁰⁴ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Yamaha_3)

²⁰⁵ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 32. kérdésre adott válasz

²⁰⁶ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Yamaha_4)

233. Az ugyancsak [SZEMÉLYES ADAT] által 2012. március 1-jén „Yamaha árak” tárgyú, [SZEMÉLYES ADAT] és a Mezzoforte Hangszerbolt-nak címzett e-mailjében a küldő aziránt érdeklődött, hogy az-mailjében belinkelt boltok „...nem tartják be a yamaha árakat?”. Ebből szintén egyértelműen megállapítható, hogy a Hangszerdiszkont az egyeztetett árak betartására utal.²⁰⁷
234. [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán nem emlékezett arra, hogy miért írta a levelében foglaltakat, és milyen árakra gondolt. Előadta, hogy egy-két nyitott Yamaha terméket árult, a szelektíveket pedig [SZEMÉLYES ADAT]tól szerezte be, akitől jutalékot kapott. Az áregységesítéssel érintett kört – amelyre ugyancsak nem emlékezett – a Mezzoforte, a Hangszerpláza és az Eldorádó személyében határozta meg.²⁰⁸
235. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a Hangszerpláza²⁰⁹ és a Tajti-Music azonos tulajdonosi körbe tartozik, melynek megjelölésére a kereskedők „szinonimaként” használják a két megnevezést.²¹⁰
236. A [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2012. március 1-jén küldött „Fw: YAMAHA Árak” tárgyú e-mail előzménylevelében [ÜZLETI TITOK].²¹¹
237. Ez az e-mail azt mutatja, hogy egyrészt a Hangszerker is aktívan részt vett az áregységesítés folyamatában azzal, hogy annak gyakorlatban való megvalósulását ellenőrizte, és jelezte kifogását, amennyiben eltérést észlelt az előzetesen megbeszéltektől. Másrészt annak igazolására is alkalmas, hogy [SZEMÉLYES ADAT] ebben az időszakban sem hagyott fel tevékenységével, és továbbra is a Yamahának a nagyobb forgalmat bonyolító kereskedői kör szempontjából túlzottan alacsonyan árazó kereskedők „meggyőzésében” való aktív részvételét szorgalmazta.
238. A Yamaha az e-mail értékelése kapcsán előadta, [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].²¹²
239. A [SZEMÉLYES ADAT] által a Mezzoforte Hangszerbolt és [SZEMÉLYES ADAT], az Eldorádó képviselője részére 2012. április 17-én küldött, „Yamaha árak?” tárgyú e-mail²¹³ is alátámasztja, hogy a Hangszerdiszkont továbbra is folyamatosan részese volt az Eldorádó és a Mezzoforte által aktívan támogatott áregységesítésnek, hiszen az e-mailben [SZEMÉLYES ADAT] egy árosszehasonlító oldal Yamaha hangszertermékre mutató linkjének bemásolásával ismételtelen számon kéri a címzetteken, azaz az árlistát készítő Eldorádón és az azt részére továbbító Mezzofortén a „megbeszélte dolgokat”.
240. [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán előadta, hogy a „megbeszélte dolgok” alatt a [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] között megbeszélteket értette. Elmondása szerint azért írta ezt, mert kapott tőlük [SZEMÉLYES ADAT] által készített árlistát, és

²⁰⁷ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Re_Yamaha árak)

²⁰⁸ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 22. kérdésre adott válasz

²⁰⁹ A Hangszer Pláza 2015-ben kezdte meg működését.

²¹⁰ VJ/8-186/2018. sz. jegyzőkönyv 28. kérdésre adott válasz

²¹¹ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00008623 azonosítószámú e-mail

²¹² VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet 21. sor

²¹³ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

észlelte, hogy nem annak megfelelően áraznak. Állítása szerint neki azt nem volt kötelező betartani.²¹⁴

241.A 2. sz. védett tanú, azt feltételezte, hogy [SZEMÉLYES ADAT] a „megbeszélt dolgok” alatt az árgépen megjelenő árra utalt, amely nem felelt meg a minimális hirdetett árnak.²¹⁵

242.A [SZEMÉLYES ADAT] által a Hangszerdiszkont képviselőjében a Mezzoforte Hangszerboltnak 2012. szeptember 29-én küldött, „Yamaha” tárgyú e-mail²¹⁶ („Hali! 232.000 Ft árazzam? Vagy legyen 239.900? <http://www.argep.hu/main.asp?sucheall=yamaha+emx-5014&x=0&y=0&min=&max=>”) alátámasztja, hogy [SZEMÉLYES ADAT] egységes árázással kapcsolatos magatartására befolyással volt a Mezzofortéval a Yamaha termékek okán fennálló üzleti kapcsolata, melynek eredményeként az átárázással kapcsolatos döntései tekintetében igyekezett a Mezzoforte magatartásához igazodni.

243.[SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán úgy nyilatkozott, hogy nem tudja, miért volt szükség az e-mailjében feltett kérdésre, de elismerte, hogy annak oka az lehetett, hogy valószínűleg próbált az e kör által kialakított árakhoz igazodni. Állítása szerint azonban azokat utána „felrúgta”.²¹⁷

244.A [SZEMÉLYES ADAT] által a Mezzoforte részére 2012. november 22-én küldött „Re: Arius árázás” tárgyú e-mail²¹⁸ előzménylevelében [ÜZLETI TITOK].

245.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].²¹⁹

246.A [SZEMÉLYES ADAT] által a Mezzoforte részére 2012. november 26-án küldött „Re: Arius árázás” tárgyú e-mail²²⁰ előzményében [ÜZLETI TITOK] és az eljáró versenytanács álláspontja szerint [ÜZLETI TITOK].

247.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].²²¹

4.4. A kereskedők közötti koordináció új alapokra helyezése (2013)

248.A 2013-as évtől kezdve a már korábban is résztvevő vállalkozások mellé 2013 májusában a Friendly House Kft, majd 2014 februárjában a Muziker a.s. csatlakozott. Ebben az időszakban, egy anonim e-mailcím alkalmazásával az árlisták által elért kereskedők köre kibővült.

249.2013-tól kezdődően a rendelkezésre álló nyilatkozatok, adatszolgáltatások és e-mailes bizonyítékok alapján az eljárásban vizsgált magatartás struktúrája, illetve az egyes vállalkozások ezzel kapcsolatos aktivitása megváltozott. A kereskedők közötti koordinátor szerepét [SZEMÉLYES ADAT]ól [SZEMÉLYES ADAT] vette át, aki már a korábbiakban is

²¹⁴ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 23. kérdésre adott válasz

²¹⁵ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 50. kérdésre adott válasz

²¹⁶ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Yamaha_5)

²¹⁷ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 24. kérdésre adott válasz

²¹⁸ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00039315 azonosítószámú e-mail

²¹⁹ VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet 29. sor

²²⁰ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00039551 azonosítószámú e-mail

²²¹ VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet 30. sor

aktívnak mutatkozott a kereskedők között. Ebben az időszakban a közös árlisták, és így az egységes árak alkalmazása jelentősen több vállalkozáshoz jutott el.

250.A HANOSZ égisze alatt 2013 év elején több alkalommal is találkozó jött létre néhány hangszer-kiskereskedő részvételével, melyen legalább egy alkalommal a Yamaha magyarországi kereskedelmi képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] is jelen volt. Ezen találkozók az érintett vállalkozások többségének nyilatkozata szerint a Yamaha termékek közös árlistájának létrehozásáról, illetve egy kereskedői együttműködés felépítéséről szóltak, mely célja a piacon tapasztalható nehézségekkel szemben való közös fellépés volt. A találkozók szervezésének időszakában az érintett vállalkozások között zajló, az alábbiakban ismertetett levelezés is ezt támasztja alá.²²²

251.A találkozók eredményeképp megszületett egy közös árlista, mely a korábbiakkal szemben nem a Thomann, hanem a Muziker által alkalmazott árakhoz igazította a Yamaha termékek ajánlott fogyasztói árait, illetve létrehozta egy anonim e-mail címet, melyről a kiskereskedők szélesebb körének is elküldték ezentúl a [SZEMÉLYES ADAT] által elkészített árlistákat.

252.A fentieket a Csámpai Károlyné e.v. engedékenységi kérelmében benyújtott alábbi bizonyítékok támasztják alá.

253.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]

254.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].

255.A vizsgálat meghallgatta [SZEMÉLYES ADAT]t²²³ a 2013 év elején történtek feltárása érdekében. [SZEMÉLYES ADAT] előadta, hogy a kereskedők edukációjának célja is kiemelt szerepet játszik a Szövetségen belül. Ennek megvalósítása érdekében 2012. év végén – amikor még [SZEMÉLYES ADAT] is az elnökség tagja volt – az elnökségtől a HANOSZ főtítkára feladatként kapta a Szövetségen belül, egy kiskereskedelmi tagozat létrehozása lehetőségének megvizsgálását.

256.[SZEMÉLYES ADAT]nyilatkozata alapján, e tagozat létrehozatalára a HANOSZ megalakulásától kezdve volt törekvés. A főtítkár nyilatkozata szerint a tagozatra azért volt szükség, mert kiskereskedők csekély számban vettek részt a hangszerkiállításon, és a Szövetségen belül úgy gondolták, ha többen lennének tagok a kiskereskedők közül, nagyobb lenne a részvételi kedvük, illetve csatlakozásukkal megnőne a Szövetség tagdíjából származó bevétele is, ami által több programot tudnának megvalósítani.

257.Az elnökségből [SZEMÉLYES ADAT] feladata volt, hogy a kiskereskedelmi tagozat létrehozatalával kapcsolatos munkában a főtítkár segítségére legyen. A kiskereskedelmi tagozattal kapcsolatban több személyes találkozót is szervezett [SZEMÉLYES ADAT], több hangszerbolt képviselője és a Yamaha akkori kereskedelmi képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] részvételével.

258.A meghallgatottak²²⁴ három²²⁵ ilyen találkozóra emlékeztek vissza a HANOSZ Visegrádi utcai irodájában, 2013 év elejéről. Az első találkozó a nyilatkozatok értelmében szűk körben

²²² VJ/8-229/2018. sz. beadvány 1. sz. melléklete

²²³ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv

²²⁴ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz, VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 16. kérdésre adott válasz

zajlott, [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] részvételével, utóbbi két személy által működtetett hangszerboltok nem voltak tagjai a HANOSZ-nak. [SZEMÉLYES ADAT] úgy emlékezett, hogy a meghívót a találkozóra [SZEMÉLYES ADAT]ól kapta.²²⁶ [SZEMÉLYES ADAT] szerint a tagságuk hiányának ellenére is kapcsolatban volt a HANOSZ ezzel a két hangszerbolttal, mivel alkalmanként állítottak ki az expón, és mivel meghatározó szereplői a fővárosi hangszerkiskereskedelemnek, így voltak velük informális beszélgetéseik is.²²⁷

259. Az első találkozó célja [SZEMÉLYES ADAT] visszaemlékezése alapján annak megbeszélése volt, hogy hogyan keltsék fel a kiskereskedők érdeklődését a tagozat iránt. [SZEMÉLYES ADAT] terve, bevallása szerint egy, a kiskereskedők szélesebb köre általi találkozó megszervezése volt. Ezzel a találkozóval kapcsolatban, a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján meg is kezdték a résztvevők az előkészítés folyamatát, amennyiben is összeírták a meghívottak listáját.²²⁸ Az első találkozó résztvevőinek nyilatkozata alapján, ez a széleskörű találkozó nem valósult meg.²²⁹

260. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata nem támasztható alá abban a vonatkozásban, hogy a találkozó célja a kiskereskedők figyelmének felkeltése, és elsődlegesen a kiskereskedelmi tagozat létrehozatala lett volna. [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]²³⁰

261. [SZEMÉLYES ADAT] a Yamaha bevonásának szükségessége tekintetében előadta, hogy a találkozón jelenlévők megállapodtak abban, hogy a kiskereskedői tagozat megszervezése nem lehet sikeres, ha nem vonják be a Yamahát a folyamatba, melyre [SZEMÉLYES ADAT] visszaemlékezése szerint azért volt szükség, mivel ő a világ legnagyobb hangszergyártója. Ezért a hívták meg a Yamaha akkori magyarországi kereskedelmi képviselőjét, [SZEMÉLYES ADAT]t a találkozókra.²³¹

262. A [SZEMÉLYES ADAT] részvételével zajló másik találkozón a jelenlévők között vita bontakozott ki, ezért [SZEMÉLYES ADAT] kiment a teremből, [SZEMÉLYES ADAT] viszont végig jelen volt. [SZEMÉLYES ADAT] állítása szerint azért ment ki a teremből, mivel résztvevők *„egymással szembeni sérelmeiket sorolták, hogy hangszertermékek forgalmazásával kapcsolatban ki kinek vette el az üzletét”*.²³² A találkozón történtek miatt nem szerveztek további megbeszéléseket, a tagozat megszervezésének folyamata elakadt: *„A tagozat végül nem jött létre, nem volt meg ugyanis az a fajta összetartás a kiskereskedőkben, ami ahhoz kellett volna, hogy képesek legyenek felülemelkedni a napi problémáikon, a napi*

²²⁵ A meghallgatottak 3 találkozót említettek, azonban a pontos történések és időpontok csak két találkozó esetében voltak feltárhatóak. [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata alapján a találkozók időpontjai: január 8. és 15., február 12. (Ld. VJ/8-231/2018. sz. adatszolgáltatás 12. kérdésre adott válasz)

²²⁶ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 34. kérdésre adott válasz

²²⁷ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 12. kérdésre adott válasz

²²⁸ HANOSZ által az Eldorádó, a Mezzoforte Hangszeráruház, a Tajti Music, a Coda Hangszerbolt, az Eurhythmics és a Hangszerker részére, 2013. január 23-án, 11 óra 03 perckor megküldött, „Re: Kiskereskedői találkozó” tárgyú e-mailt és előzményei (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

²²⁹ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 13-14. kérdésre adott válasz, VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 34. kérdésre adott válasz, VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 52. kérdésre adott válasz, VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 29. kérdésre adott válasz

²³⁰ Hangszeresek Országos Szövetsége e-mailcíméről az Eldorádó, a Mezzoforte, a Tajti és a Coda hangszerboltok és az Eurhythmics részére 2013. január 09-én küldött „Találkozó 2012. 01. 08” tárgyú e-mail (VJ/8-229/2018. sz. beadvány 1. sz. melléklet) – [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]

²³¹ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

²³² VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

szinten meglévő, egymással konkuráló magatartásukon, nem tudtak egymással a felmerülő kérdésekben megegyezni. Ezért azóta fel sem merült újra a tagozat létrehozatalának ötlete.”²³³

263.[SZEMÉLYES ADAT]bevallása szerint részt vett a HANOSZ irodájában szervezett egyik találkozón, meghallgatása során ő arra emlékezett, hogy ez a fogyasztói árakról szól, nem a kiskereskedői tagozatról²³⁴. Rajta kívül [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT] részvételére emlékezett vissza.²³⁵ [SZEMÉLYES ADAT] úgy nyilatkozott²³⁶, hogy bár a címzettek közt szerepelt, nem vett részt a találkozón, ezt [SZEMÉLYES ADAT] is megerősítette²³⁷.

264.[SZEMÉLYES ADAT] is elismerte részvételét egy találkozón, melyet a HANOSZ szervezett, és témája a magyarországi piaci helyzet volt²³⁸. [SZEMÉLYES ADAT] előadta²³⁹, hogy ő a HANOSZ-szal csak a hangszerkiállítás miatt került kapcsolatba. [SZEMÉLYES ADAT]²⁴⁰ is elismerte jelenlétét a találkozón.

265.A HANOSZ főtitkára úgy nyilatkozott, hogy a HANOSZ csak a kiállítás általános kereteit biztosította, a Yamaha kiállításon való részvételének részleteiről nem bír tudomással, azt a kiskereskedők és a Yamaha egymás között intézte.²⁴¹ Ezért a hangszerkiállítás témájában tartott egyeztetés, [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] által említett lehetősége nem megalapozott. A HANOSZ főtitkára meghallgatása során végig kitartott amellett, hogy a találkozók célja a kiskereskedői tagozat létrehozatala volt, azonban fent leírt konfliktusból is látszik, hogy a kiskereskedők inkább egymás áráiról, a korábbi közös árlisták alkalmazása során kialakult sérelmeikről beszéltek ezeken.

266.A fenti következtetést támasztja alá a találkozón résztvevő kiskereskedők visszaemlékezése is, amely szerint a találkozók fő témája a Yamaha márka, illetve egy létrehozandó új közös árlista volt, ami miatt szükség volt a Yamaha kereskedelmi képviselőjének meghívására. Erre csatlakozott rá a kiskereskedelmi tagozat létrehozása, ami által biztosítható lehetett volna a hangszer-kiskereskedők széleskörű összetartása.

267.Az [SZEMÉLYES ADAT] által leírt, a találkozón kiobbant vitát szemlélteti a Mezzoforte Hangszeráruház által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2013. február 4-én megküldött „RE: Kiskereskedői találkozó” tárgyú²⁴² e-mail előzményeiben a találkozók résztvevői között zajló vita. [SZEMÉLYES ADAT] üzenetéből²⁴³ kiderül, hogy a kiskereskedők között volt egy szóbeli megállapodás, melyet felrúgtak, amely tényről a kereskedők úgy győződhetnek meg, ha megnézik az árgépen a populáris Yamaha termékeket.

²³³ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 9. kérdésre adott válasz

²³⁴ VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 32. kérdésre adott válasz

²³⁵ VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 29. kérdésre adott válasz

²³⁶ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 15. kérdésre adott válasz

²³⁷ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

²³⁸ VJ/8-186/2018. sz. jegyzőkönyv 16. kérdésre adott válasz

²³⁹ VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 28. kérdésre adott válasz

²⁴⁰ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 16. kérdésre adott válasz

²⁴¹ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 7. kérdésre adott válasz

²⁴² VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

²⁴³ „Szeretném mindenkinek felhívni a figyelmét arra az apróságra, hogy megint ki az, aki felrúgta a szóbeli megállapodásunkat. Tessék megnézni az árgépen a "populáris" YAMAHA termékeket. Gratulálok!”

- 268.[SZEMÉLYES ADAT] [SZEMÉLYES ADAT] üzenetére válaszolva azt írta, hogy vannak olyan boltok, melyek másfél hét után áraztak át, így a Coda visszaállította árait a Hangszerkerére. Az üzenet végén jelzi, hogy 2 órán belül visszaállítja a bolt internetes árait a *megbeszélre*.
- 269.Az eljáró versenytanács szerint a fentiekből egyértelműen megállapítható, hogy a kereskedők megegyeztek a Yamaha termékek áraiban, mely betartása a találkozón résztvevők között sem ment zökkenőmentesen.
- 270.[SZEMÉLYES ADAT] az e-mailfolyam folytatásában [SZEMÉLYES ADAT] azt írja, hogy az „igazi nyűg” nem az árazás, hanem az, hogy „2(!) kereskedőt folyamatosan, heti 1-2 órában nyugtatgatni, és terelni az ésszerű kereskedés felé... De ezt nyilván Te pontosan jól tudod :)”. Az eljáró versenytanács szerint ezzel az utolsó mondatával [SZEMÉLYES ADAT] [SZEMÉLYES ADAT] a kiskereskedők közötti együttműködésben korábban betöltött koordinátori szerepére céloz, és egyértelműen a korábbi e-mail váltásban érintett Codára és a Hangszerkerre utal.
- 271.Az idézett e-mail is bemutatja, hogy a találkozókra résztvevő vállalkozások elhatározták, hogy egy olyan közös árlistát fognak alkalmazni, melyet a korábbiakban használttól eltérően [SZEMÉLYES ADAT] gondozott, és – az alábbiakban bemutatottak alapján – részleteit közösen dolgozták ki. Az árlista a kereskedők szélesebb köre számára készült, ennek alkalmazásához hosszú magyarázatot fűztek, így azért, hogy ez mindenki számára érthető legyen, [SZEMÉLYES ADAT] készített egy próbaverziót, melyet a találkozó résztvevői és a korábban nem említett Eurhythmic Kft. számára küldött meg, 2013. január 17-én „ahogy az árakat mi számoljuk” tárggyal.²⁴⁴
- 272.Ebben az e-mailben leírja, hogy látja, többen nem tudják kezelni az euróban kapott árlistákat, így az általa készült táblázatok célja, hogy segítséget nyújtson a kereskedőknek, hogyan határozzák meg áraikat, és így a termékek értékesítésével elért hasznukat.²⁴⁵
- 273.[SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata²⁴⁶ alapján az első, januári találkozó eredményeképp született meg az „ahogy az árakat mi számoljuk” tárgyú e-mail. Visszaemlékezése szerint, [SZEMÉLYES ADAT] már ezen a találkozón is jelen volt és ő bocsátotta [SZEMÉLYES ADAT] rendelkezésére a címlistát, melyre a létrehozott árlista a későbbiekben kiküldésre került. [SZEMÉLYES ADAT] ezen az első találkozón vállalta az árlista elkészítését és kiküldését, mely vállalásáról a Yamaha a kezdetektől fogva tudott. Visszaemlékezése szerint a céljuk egy reális fogyasztói árakat tartalmazó árlista létrehozatala volt, hiszen ebben az időszakban csak a Yamaha által kiküldött, a korábbiakban ismertetett hivatalos árlisták

²⁴⁴ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Re_ahogy az árakat mi számoljuk)

²⁴⁵ „természetesen mindenki saját belátása szerint árazzon, de a mellékelt táblázatok segíthetnek abban, hogy Ti is könnyen belőhessétek, hogy egy-egy terméke[n] mennyit lehet/tudtok keresni. Azért osztom meg veletek a mi módszerünket, mert láttam, hogy sok kereskedő nem tud mit kezdeni az eur[ó]s árlistákkal. Az adatok, amelyeket adok azért nem titkosak, azért merjük kiadni, mert ezek a számadatok mindegyikötök számára nyilvánosak, a legutolsó átküldött Yamaha árlistákból számolódnak. [...] Nem tudom, ti hogy vagytok vele, nekünk a Muziker a legnagyobb konkurensünk, ezért számunkra az ő áraik a mérvadóak. („Muziker oszlop”). Mi minden esetben a Muziker árakat vesszük alapul, azt lekerekítjük 900 Ft-os végződésűre, így alattuk leszünk árban. De szükség van egy kalkuláció oszlopra is, ami akkor kell, ha valamelyik termék nincs fent a Muzikernél: a Yamaha által megadott alap átadói árakból 10%-ot levonunk, felszorozzuk az Áfával, és 25% haszonnal (alulról számítás, ez felülről 20% lesz) illetve az árfolyammal. A 10% egy saccolás, mert termékkörönként/kereskedő besorolás[on]ként ez változik, de ilyen komplex árlistát nem nagyon lehet máshogy számítani. [...]”

²⁴⁶ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 33. kérdésre adott válasz

léteztek, melyekben szerepelt ugyan ajánlott fogyasztói ár, azonban ezt a megkérdezett kiskereskedők mind a valóságtól elrugaszkodottnak ítélték.

274. Az új árlista elkészítése során a kiskereskedők megnézték, hogy milyen áron lehet reálisan eladni a terméket, melyhez jó viszonyítási alapot jelentettek a Muziker által alkalmazott árak, a vállalkozás [SZEMÉLYES ADAT] bevallása szerint jóval előttük járt már abban az időszakban a webshopjában nyújtott szolgáltatások tekintetében. Saját közreműködését az árlisták elkészítésében úgy értékelte, hogy a „*Yamaha feladatát végeztem el ezzel, a Yamaha tudomásával*”.²⁴⁷

275. [SZEMÉLYES ADAT] a találkozó után, 2013. február 15-én „Re: cimbalom” tárgyú, a Csutor Hangszer részére küldött e-mailjében, amikor [ÜZLETI TITOK].²⁴⁸

276. Ebben az időszakban [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata szerint komoly problémát jelentettek a ritkán frissülő weboldalak, melyeken a vásárlók gyakran találkoztak nem aktuális árakkal, ami rontotta az ő üzletét. Az árlista, illetve az ezzel járó reformként²⁴⁹ („*Elkezdtek egy páran a reformot (Coda, Hangszerdiszkont, Tajti és mi [Mezzoforte]), de szeretnénk, ha ez a kezdeményezés nem fulladna itt meg [...]*”) is hivatkozott kezdeményezés célja a hangszerkereskedők felrázása volt, a kereskedők ésszerű kereskedés felé való terelése, ami [SZEMÉLYES ADAT] értelmezésében annak elérését jelentette, hogy a kereskedők nézzék meg az egyes termékeken elért árreéseiket és ennek fényében alakítsák fogyasztói áraikat.²⁵⁰ Az eljáró versenytanács megjegyzi a fenti idézet kapcsán, hogy az e-mailfolyamban, melyből az idézet származik, címzettként szerepel a kiskereskedők közül [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] is, utóbbi a levélfolyamban jelzi a többiek részére, hogy nem ért egyet azzal, hogy van olyan kereskedő, aki nem tartja be a megállapodást.

277. A 2. sz. védett tanú, nyilatkozatában kiemelte, hogy a megbeszélések és így a létrehozott árlista a korábbiakhoz²⁵¹ hasonlóan egy minimálisan hirdethető ár kialakításáról szóltak, melyekkel azért kellett a kiskereskedőknek foglalkozniuk, mert a Yamaha nem tette ezt meg, álláspontja szerint: „*sokaknak okozott gondot az árak kiszámolása, a Yamaha szisztémája sem volt mindig egyértelmű, a Yamaha átküldött árlistái, a B2B felületén szereplő árak sem voltak egyértelműek a kereskedők számára*”. Ezért sok kereskedő küzdött azzal, hogy a saját beszerzési árait ki tudja számolni.²⁵²

278. [SZEMÉLYES ADAT] azonban másik aspektusát emelte ki az árlista-készítés ötletének, álláspontja szerint ebben az időben a magyar hangszerboltok megélhetésükért küzdöttek a Muziker és Thomann alacsony árai miatt, mellyel „*sárba döngölték a piacot*”. Ebben a helyzetben keresték meg egymást a hangszerboltosok, és „*kialakították azt a közös*

²⁴⁷ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 15. kérdésre adott válasz

²⁴⁸ [ÜZLETI TITOK] - VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00041703 azonosítószámú e-mail

²⁴⁹ 2013. február 04-én [SZEMÉLYES ADAT] által a Mezzoforte Hangszerbolt részére küldött „Re: Kiskereskedői találkozó” tárgyú e-mail előzménye (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

²⁵⁰ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 34. kérdésre adott válasz

²⁵¹ „A „reform” a minimális hirdett árazási koncepciót takarta, amelynek többször nekifutottunk, de nem működött egybefüggően.” VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv (betekínthető verzió: VJ/8-349/2018. sz.), 52. kérdésre adott válasz, a korábbi árlisták tekintetében lásd a jelen határozat 4.3 pontja

²⁵² VJ/8-247/2018. sz. (betekínthető verzió: VJ/8-349/2018. sz.) jegyzőkönyv 51. kérdésre adott válasz

*gondolatmenetet, amit ebben a helyzetben tenni lehet, de az árak meghatározása rá volt bízva mindenkire.*²⁵³

279.A Muziker képviselője is hallott a kiskereskedők azon törekvéséről, hogy közösen védjék meg a magyar piacot bizonyos kihívásoktól.²⁵⁴

280.Mivel az árlistában az árakat a Muziker árai alá állították, és arra törekedtek, hogy a hirdetett áraik a Muziker-énél minimálisan alacsonyabbak legyenek, a Muziker honlapját rendszeresen figyelték, és lekövezték az ármozgásokat.²⁵⁵

281.A hivatkozott e-mailben²⁵⁶ új szereplőként megjelent az Eurhythmic Kft. is. [SZEMÉLYES ADAT] emlékezete szerint a találkozón való ötletelésnek részese volt az Eurhythmic Kft. részéről [SZEMÉLYES ADAT]. [SZEMÉLYES ADAT] az e-mailre válaszolva javaslatot is tett az árlista szemléletesebbé tétele érdekében. Az Eurhythmic Kft. adatszolgáltatásában azt nyilatkozta²⁵⁷, hogy nincs tudomása arról, hogy mi indokolta az árlista elkészítését, illetve a számítási módszer megosztását, korrigálást, illetve elhatárolódott [SZEMÉLYES ADAT] válaszából, mivel a vállalkozás nem foglalkozik Yamaha termékek kiskereskedelmi értékesítésével, a válasza csak személyes érdeklődéséből fakadhatott. [SZEMÉLYES ADAT] sem tudta felidézni pontosan, milyen okból volt jelen [SZEMÉLYES ADAT] a megbeszélésen, tekintettel arra, hogy az Eurhythmic Kft. nem foglalkozik kiskereskedelmi értékesítéssel.²⁵⁸

282.A találkozón való részvételét más jelenlévő vállalkozás nem erősítette meg. Az Eurhythmic a HANOSZ elnökségének tagja, így valószínűleg tudott a Szövetség keretein belül zajló találkozóról, az azokon törtétekről.

4.4.1.A zenead@gmail.com e-mail cím

283.A vizsgált magatartással összefüggésben, az árazás koordinációjára az eljárás alá vontak 2013 márciusában egy anonim email címet hoztak létre, illetve vettek igénybe. A levelezési fiókot [SZEMÉLYES ADAT] hozta létre, és az e címre küldött leveleket – többek közt – az eljárás alá vont kereskedők kapták, és arról a Yamaha is tudomással bírt.

284.A 2013 év eleji találkozók keretében írt, „*ahogy az árakat mi számoljuk*” tárgyú e-maillal összefüggésben, a megalkotott árlista szélesebb körű publikálása érdekében, [SZEMÉLYES ADAT] létrehozott egy anonim e-mail címet, melyet a vizsgált időszakban 2013. március 16-tól kezdve, a vizsgált időszak végéig használtak a kiskereskedők az egymás közti egyeztetések során. Később hozzáférést adott az e-mailfiókhoz [SZEMÉLYES ADAT] részére, aki szintén használta a kiskereskedőkkel való kommunikációra azt. Az e-mailek kiküldője a nyilatkozatok szerint, azok megfogalmazásának jellegzetességei alapján

²⁵³ VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 28. kérdésre adott válasz

²⁵⁴ VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 3. kérdésre adott válasz

²⁵⁵ Lásd például a 2013. január 17-én „ahogy az árakat mi számoljuk” tárgyú e-mailt, és VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 15. kérdésre adott válasz

²⁵⁶ a Mezzoforte Hangszerbolt által a HANOSZ, az Eldorádó, a Tajti-Music, a Coda Hangszerbolt, az Eurhythmic és a Hangszerker részére 2013. január 17-én megküldött „ahogy az árakat mi számoljuk” tárgyú e-mail (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

²⁵⁷ VJ/8-257/2018.sz. adatszolgáltatás 15-16. pont

²⁵⁸ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 15. kérdésre adott válasz

megállapítható. A nyelvi jellegzetességek vizsgálata alapján megállapítható, hogy [SZEMÉLYES ADAT] is használta a kereskedőkkel való kommunikációra az e-mailcímet.

285. Az e-mailek címzetti köre nagy volt, több mint 50 vállalkozásból; a magyar Yamaha kiskereskedők, illetve a Muziker, valamint a Yamaha kereskedelmi képviselőjéből áll össze.

286. A [SZEMÉLYES ADAT] által 2013-2014 júliusáig megalkotott árlisták a Muziker által alkalmazott árakat vették alapul, mivel a Yamaha által javasolt fogyasztói árak a kereskedők értékelése alapján nem voltak alkalmazhatók a piacon, hiszen azok túl magasak voltak.

287. Az árlisták havi rendszerességgel készültek, több változatban, melyek között azok terjedelmében volt különbség, az elkészült árlistákat az anonim e-mailcímhöz tartozó Google Drive-ra mentették fel. A megalkotott árlista célja a kívánatosnak tartott árszint és a hangszerboltok saját piaci pozícióinak az ezen árszintnél alacsonyabb árakat alkalmazó kereskedőkkel szembeni védelme volt, azáltal, hogy a Muziker árai alapján egységes szinten igyekeztek tartani sajátjaikat, így ellehetetlenítve a Muziker magyar értékesítéseit, illetve a kereskedők felrázása volt, mivel voltak, akik honlapjukat és az azon szereplő árakat ritkán frissítették.

288. 2014 februárjától kezdődően a Muziker is megkapta a kiküldött árlistákat, és az e-mailekre adott válaszai alapján árazása során figyelembe vette azokat. A Yamaha vezetése az e-mailcím működéséről tudott, a kereskedelmi képviselő fellépett az árlistában szereplő árak érvényesítése érdekében, mivel számára is kedvező volt, ha a kiskereskedők magas nyereséget tudtak realizálni a termékei értékesítése során, hiszen így nagyobb kedvvel ajánlották őket a fogyasztók számára, valamint az általánosan magasabb árszint a márka presztízs jellegének fenntartására irányuló céljaikat is támogatta.

289. 2013-ban, a találkozók nyomán, [SZEMÉLYES ADAT] létrehozta a zenead@gmail.com e-mail címet, melyhez tartozó felhasználónév az „Admin Music”. Nyilatkozata szerint kezdetben ő használta, azonban a fiókhöz tartozó jelszó mások előtt is ismert volt²⁵⁹, az anonim fiók azt szolgálta volna, hogy ne érezzék úgy a kiskereskedők, hogy egy másik kiskereskedő kívánja az ő üzleti döntéseiket meghatározni.²⁶⁰ Bevallása szerint, egy évig használta a fiókot, ebben az időben, a címről a kereskedők szélesebb körének kiküldött levelek címzetti körében nagy változás nem volt.²⁶¹

290. A címről az e-mailek aláírás nélkül, vagy Admin aláírással kerültek kiküldésre. Az innen származó e-mailek között két nagy csoportot lehet elkülöníteni; az e-mailek egy része kifejezetten hosszú, alaposan megfogalmazott, nyelvtanilag helyes, másik részük rövid, általában az árgép.hu oldalra mutató hivatkozást tartalmaz, és egyes termékek, egyes vállalkozásoknál megjelenő árait kifogásolja, illetve néhány e-mail nyelvezete alapján kilóg ebből a két csoportból.

²⁵⁹ [SZEMÉLYES ADAT] mellett [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT], [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT]

²⁶⁰ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 39. kérdésre adott válasz

²⁶¹ A vizsgálat, ahogy a továbbiakban bemutatásra kerül, a [SZEMÉLYES ADAT] által elismert egy évig tartó használat után is azonosított olyan e-maileket, melyek az e-mailcímről származnak és ő írta őket. Továbbá bemutatásra kerülnek olyan e-mailek is, melyeket az árazás témakörében saját e-mailcímről küldött ki 2014-et követően. VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 41. kérdésre adott válasz

291. A zenead@gmail.com e-mail címről származó, illetve azzal kapcsolatban a kiskereskedők között a 2013. márciusától 2018 márciusig zajlott levelezésről készült összefoglaló táblázatot a jelen határozat 1. sz. melléklete foglalja össze időrendi sorrendben a küldő (illetve feltételezett küldő), a címzett és a tartalom megjelölésével.
292. [SZEMÉLYES ADAT] elismerte, hogy a rövidebb e-mailek tőle származnak, ő is használta az e-mail fiókot, a hozzá tartozó jelszót [SZEMÉLYES ADAT] adta meg neki e-mailben. Ezen e-mailek elküldésekor nyilatkozata szerint [SZEMÉLYES ADAT] elvárásainak próbált megfelelni, elsősorban a máltai árlista alkalmazásának időszakában. Az e-mailek elküldését meghallgatásán hibaként értékelte, úgy gondolja, hogy nem kellett volna elküldenie ezeket a leveleket.²⁶² A két csoporttól eltérő nyelvi jegyeket mutató néhány e-mail²⁶³ [SZEMÉLYES ADAT] álláspontja szerint, a megszólításuk és megfogalmazásuk alapján [SZEMÉLYES ADAT]ól származhat. A [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatása során megnevezett ezen e-mailek nyelvi jellegzetességeit összevetve az eljárás során birtokba vett, [SZEMÉLYES ADAT] által küldött e-mailekkel, az eljáró versenytanács szerint [SZEMÉLYES ADAT] is használhatta kommunikációra az anonim e-mailcímet.
293. Az e-mailcímről származó árlisták tekintetében [SZEMÉLYES ADAT], a Hangszerker képviselője előadta, hogy nem tudja, mely vállalkozás állhatott az e-mailek mögött, [ÜZLETI TITOK], furcsállta az e-mailek érkezését, amelyek minden előzetes értesítés nélkül érkeztek részére, a megküldött árlistákat állítása szerint nem vette figyelembe.²⁶⁴
294. A vállalkozástól a helyszíni kutatás során birtokba vett levelezés alapján azonban megállapítható, hogy jelentős részük a vállalkozás e-mail címéről továbbítva lett [SZEMÉLYES ADAT] magán e-mail címére, illetve több alkalommal is kérdéssel, panasszal fordult az Adminhoz²⁶⁵, illetve közvetlenül [SZEMÉLYES ADAT]hoz is²⁶⁶, így ez alapján nyilatkozata nem tűnik valóságnak megfelelőnek.
295. Az 1. sz. védett tanú elmondta, hogy az e-mailcím létezéséről a Yamaha vezetése is tudott, de szemet hunyt felette, mert nem mondhatta meg [SZEMÉLYES ADAT]nak, hogy mit csináljon. A Yamahanak nem volt érdeke, hogy a kiskereskedők a kiskereskedelmi árak leszorítását tekintve folyamatosan háborúzzanak egymással, ezért a Yamaha egyfajta békebírói szerepben lépett fel²⁶⁷. A Yamahához intézett kérésre példa a [SZEMÉLYES ADAT] által 2014. január 9-én [SZEMÉLYES ADAT] részére megküldött „YAMAHA Fúvós árak” tárgyú e-mail²⁶⁸, melyből kiderül, hogy [ÜZLETI TITOK]. Az e-mail az eljáró versenytanács szerint ismételten igazolja, hogy a Yamaha megpróbálta az általa alacsonynak vélt viszonteladói árakat az általa elvárt minimális szinthez igazítani.
296. Az e-mailcímről a kiskereskedők szélesebb köre részére az első e-mailt 2013. március 16-án küldték ki „Hangszer-kiskereskedők információ” tárgyú²⁶⁹. Ebben az e-mailben tájékoztatták a kiskereskedőket egy kezdeményezés létrejöttéről, amely több szempontból is hasznukra válhat, példaként említi a közös reklámozást, a piac megvédését, az

²⁶² VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 20. kérdésre adott válasz

²⁶³ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 37., 53. és 60. kérdésre adott válasz

²⁶⁴ VJ/8-186/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

²⁶⁵ VJ/8-263/2018. sz. bizonyítékösszefoglaló

²⁶⁶ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00007782 azonosítószámú e-mail

²⁶⁷ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.) 46. kérdésre adott válasz

²⁶⁸ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00007781 azonosítószámú e-mail

²⁶⁹ VJ/8-259/2018. sz. bizonyítékösszefoglaló

adminisztratív munkák egyszerűsítését, információk és tapasztalatok megosztását. Az e-mail szerint a kereskedőknek össze kell fogniuk azért, nehogy még több új kereskedés jelenjen meg és kényszerítse térdre őket. Ezért javasolta, hogy egy valaki figyelje az ár-összehasonlító oldalakat a Yamaha termékek esetében, hiszen „*a Yamaha ajánlott fogyasztói árakat az árlistában mindig közöl, de ezek általában valóságtól elrugaszkodott árak, a Muziker – aki eléggé meghatározza a magyar árakat – például jóval olcsóbban árazza be termékeit*”.

297. Az e-mail úgy zárul, hogy „*természetesen mindenki olyan árat szab, amelyet szeretne, de érdemes ezeket az árakat szem előtt tartani, ezek annyira nyomott árak, hogy alá menve már nem realizálható haszon.*”

298. Az e-mailben megjelenik a korábban ismertetett²⁷⁰, „ahogy az árakat mi számoljuk” tárgyú, a 2013. januári személyes találkozókon résztvevők részére elküldött e-mailben szereplő számítási módszer, illetve az árak a Muziker áraihoz történő igazítása, mint ahogy a korábbi „próba” levélben is szerepel. Az üzenetben kiemelik, hogy az összefogás által elkerülhetővé válik újabb piaci szereplők megjelenése.

299. [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatása során többször is hangsúlyozta, hogy a részéről ajánlott árak voltak ezek, nem ellenőrizte, hogy a többiek ennek megfelelően átáraznak-e. Nem volt célja, hogy bárki áraiba beleszóljon, azt akarta, hogy tudja többi kereskedő, hogy mit csinál. Az e-mailekben általában szerepel, hogy minden kiskereskedő a saját belátása szerint áraz. Azonban azt elismerte, hogy az első „*tesztlevelzés*” célja az **áregységesítés** volt, de fenntartotta, hogy amiatt nem szólt senkinek, hogy nem árazott át.²⁷¹

300. Az egyeztetett minimál árak áregységesítő jellegét támasztja alá, hogy az e-mailcímről több alkalommal is olyan e-mailek lettek kiküldve, melyek az egyes termékek túl alacsony áaira hívják fel a figyelmet, illetve a többi eljárás alá vont vállalkozás is panaszkodott a piacon kialakult árakra és felhívta mások figyelmét az áremelés szükségességére. Valamint előfordult, hogy [SZEMÉLYES ADAT] jelentette [SZEMÉLYES ADAT]nek azokat a vállalkozásokat, amelyek nem áraztak át egy újabb árlista publikálása esetén.²⁷²

301. [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata szerint a kezdeményezéssel a cél mindig is az volt, hogy mindenkit bevonjanak abba. A fenti levélről előadta, hogy ez már egy egyeztetett szövegű levél, ebben lett összefoglalva, amit a HANOSZ irodában tartott három találkozón megbeszéltek.²⁷³

302. Az e-mailnek 56 darab címzettje van, ezek között van olyan e-mailcím, mely láthatóan ugyanahhoz a hangszerbolthoz tartozik²⁷⁴. [SZEMÉLYES ADAT] elmondása szerint a listát [SZEMÉLYES ADAT]tól kapta. Az 1. sz. védett tanú szerint ekkoriban már minden kereskedőnek volt internetes felülete, amelyen [SZEMÉLYES ADAT] megtalálhatta az elérhetőségeket, a lista onnan származhat.²⁷⁵

303. [SZEMÉLYES ADAT] munkahelyi, illetve magán e-mail címe is több alkalommal szerepel a címzettek között. [SZEMÉLYES ADAT] előadta, hogy azért küldte [SZEMÉLYES ADAT]

²⁷⁰ Lásd a jelen határozat 271. pontja

²⁷¹ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 74. kérdésre adott válasz

²⁷² Lásd az 1. sz. mellékletet

²⁷³ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 39. kérdésre adott válasz

²⁷⁴ Az Eldorádó Hangszerboltnak két, a Tajti Musicnak négy e-mail címe szerepel a címzettek között.

²⁷⁵ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv (betekinthető verzió: VJ/8-348/2018. sz.) 19. kérdésre adott válasz

magán e-mailcímére az üzeneteket, mert abban „*aggályos dolgok voltak, például a Muzikerre és mások árázására vonatkozó kérdések*”²⁷⁶.

- 304.[SZEMÉLYES ADAT] előadta, hogy tudomása szerint [SZEMÉLYES ADAT] sokat egyeztetett [SZEMÉLYES ADAT]al, aki saját listáját [SZEMÉLYES ADAT] javaslatára készítette el, és ezen árlista betartásának elmaradása esetén „*szólt rá*” [SZEMÉLYES ADAT] a kiskereskedőkre.²⁷⁷ A fentiekre példa a 2013. április 26-án [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] között „RE: Yamaha átárazás” tárgyban lezajlott levélváltás. [SZEMÉLYES ADAT] egyes termékek alacsony árát kifogásolta, amire [SZEMÉLYES ADAT] jelezte, hogy előző nap küldött figyelmeztetést a kiskereskedőknek, de következő hét elején megnézi, hogy mely vállalkozások nem árazták át, és ezt jelzi [SZEMÉLYES ADAT]nek, aki rájuk fog szólni.²⁷⁸
- 305.[SZEMÉLYES ADAT] az idézett e-mail kapcsán előadta, hogy nem volt jellemző a részéről, hogy [SZEMÉLYES ADAT] segítségét kérte ilyen ügyekben, de tud olyan esetről, hogy [SZEMÉLYES ADAT] telefonált ilyen tárgyban.²⁷⁹
- 306.A Yamaha engedékenységi kérelmében úgy nyilatkozott, hogy [ÜZLETI TITOK].²⁸⁰
- 307.A hangszerkereskedők szélesebb körének szóló árlistákat általában havonta dolgozták át, és küldték ki az anonim e-mailcímről. Az árlistában a Yamaha által havonta, a kereskedők részére megküldött euró-forint árfolyam alapján számoltak, így az árlista frissítése az új árfolyam megküldésének idejéhez igazodott. Emellett hónap közben figyelték az árlista viszonyítási pontjaként szolgáló Muziker árainak mozgását, és tekintettel voltak a Yamaha által nyújtott kedvezményekre is.²⁸¹
- 308.Az árlisták a feltárt e-mailek szerint három különböző terjedelemben készültek: minimál, melyben a termék nevét, árát, kódját, haszonkulcsát jelezték, közepes, amely a legfontosabb információkat tartalmazta, illetve részletes, melyben képletek is szerepeltek²⁸². Továbbá, hogy az árlistákban szerepelt egy „*felülbírált oszlop*”²⁸³ is, mely a túl alacsony piaci ár

²⁷⁶ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 84. kérdésre adott válasz

²⁷⁷ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 31. kérdésre adott válasz

²⁷⁸ Mezzoforte Hangszeráruház által Hangszerdiszkont részére 2013. április 26-án megküldött „RE: Yamaha átárazás” tárgyú e-mail és előzménye (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

²⁷⁹ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 75. kérdésre adott válasz

²⁸⁰ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány C pont [ÜZLETI TITOK].

²⁸¹ 2013. március 29-én; „*Hamarosan, (ahogy lesz új Euro árfolyam) újra átnézzük a teljes árlistát!*” 2013. április 29-én [SZEMÉLYES ADAT] [SZEMÉLYES ADAT] részére; „*Jó volna, ha ma meg tudnád írni, hogy milyen árfolyammal számolhatunk májusban, mert készíteném az árlistát.*”; 2013. március 29-én írta az Admin; „*A Muziker – egyik kereskedő észrevétele alapján – megemelte a Yamaha 01V96i termék árát 741000 Ft-ra., 2013. május 13-án a következő e-mailt küldték az Adminról; „A Yamaha árakat az egyik külföldi cég csökkentette, ezért mi is utána megyünk! [...]”;* 2013. június 06-án: „*[SZEMÉLYES ADAT] a fogyasztói áras árlista körbeküldése után írta meg, hogy az YDP-C71 modell árát csökkentik: [...] Emiatt javaslom ennek a terméknek az átárazását [...]*” (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, továbbá ld. az 1. sz. mellékletet)

²⁸² a zenead@gmail.com e-mailcímről a hangszer-kereskedők részére 2013. május 02-án küldött „Re: Hangszer-kiskereskedők információ” tárgyú e-mail és előzménye: „*[...] Az árlistával kapcsolatban várom az észrevételeket, javaslatokat. Csütörtökön elkészítem a végleges változatot, három formátumban (teljes, közepes és egyszerű), attól függően, hogy ki hogy szereti. A teljes változat képleteket tartalmaz, így, aki szeretné látni a számításokat, ezen megteheti. A közepes változat csak a legfontosabb információkat fogja tartalmazni, az egyszerű pedig csak termék nevet, kódot, árat és haszonkulcsot. [...]*” (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, továbbá ld. az 1. sz. mellékletet) (Re: Hangszer-kiskereskedők információ_3)

²⁸³ A zenead@gmail.com e-mailcímről a hangszer-kereskedők részére 2014. január 04-én küldött „Re: Yamaha árlista” tárgyú e-mail (Re: Yamaha árlista_7, VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

felülbírálatára szolgált. A piaci ár, az a végfelhasználói ár, melyet a Muziker árai alapján alakítottak ki az árlistában.

309. Az árlistákat a fiókhoz tartozó Google Drive platformra töltötték fel, az aktuális árlistára mutató hivatkozásokat a kiküldött e-mailek tartalmazták.

310. [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata szerint a címlistában a fiók alkalmazása során nem történt jelentős változás. Egy vállalkozás címlistához adását, azonban az egyik, az e-mailcímről kiküldött levélben is kiemeli; 2014. február 21-én az Admin a következőket írta a hangszerboltoknak a „Re: Yamaha árlista” tárgyú e-mailben²⁸⁴; „az érdekessége a mostani árlista küldésnek az, hogy ezt az árlistát a Muziker.hu is megkapja és ők is figyelembe veszik árképzésükkor. Tehát, ha nem jön közbe semmi (pl. az, hogy a környező országok még sem áraznak át), akkor szombaton vagy hétfőn megy az új árlista!”

311. [SZEMÉLYES ADAT] 2014. január 22-én vette fel a kapcsolatot [SZEMÉLYES ADAT]nal, a Muziker Magyarországgal foglalkozó munkavállalójával, az elküldött e-mail²⁸⁵ mellékletében kigyűjtötte a Muziker által alkalmazott, véleménye szerint gyanúsán alacsony árakat, és figyelmeztette őt, hogy a magyar kereskedők figyelembe veszik a konkurencia árait és le fognak árazni, ami „ha megtörténik, nincs visszaút”. [SZEMÉLYES ADAT] február 8-án²⁸⁶ továbbított egy Yamaha termékeket érintő árrés kalkulációt és az árfolyamot, amit a magyar kereskedők minden hónapban megkapnak a Yamahától.

312. A Muziker nyilatkozata szerint úgy került kapcsolatba [SZEMÉLYES ADAT]jal, hogy megkereste az egyik általa forgalmazott márkával kapcsolatban, és így került fel az Admin levelezőlistájára.²⁸⁷

313. [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata szerint a Muziker megkapta az árlistákat, azonban arra nem tudott visszaemlékezni, hogy mennyire tartotta be az abban szereplő árakat.²⁸⁸

314. A Muziker a hangszerkereskedők tudomása szerint panasszal élt a Yamahánál amiatt, hogy a magyar kereskedők mindig az árai alá mennek, és emiatt nem tudott értékesíteni az ország területére.²⁸⁹ A Muziker előadta, hogy az értékesítési stratégiája az volt, hogy az ő általa kínált árak legyenek a legalacsonyabbak a piacon.²⁹⁰

315. A Muziker írásban²⁹¹ azt jelezte a magyar kereskedők részére, hogy megnézi az általuk küldött árlistát, meghallgatásán azonban úgy nyilatkozott, hogy annak figyelembevétele a

²⁸⁴ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, Re: Yamaha árlista_8

²⁸⁵ A Mezzoforte Hangszeráruház által a Muziker részére, 2014. január 22-én küldött „[SZEMÉLYES ADAT]nak” tárgyú e-mail (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

²⁸⁶ A Mezzoforte Hangszeráruház által a Muziker részére, 2014. február 08-án küldött „[SZEMÉLYES ADAT]nak” tárgyú e-mail (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

²⁸⁷ VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

²⁸⁸ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 32. kérdésre adott válasz

²⁸⁹ Hangszerdiszkont által a Mezzoforte részére 2013. május 27-én küldött „Re: Yamaha ajánlott fogy. áras árlista” tárgyú e-mail és előzményei (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

²⁹⁰ VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 9. kérdésre adott válasz

²⁹¹ Muziker által a Mezzoforte Hangszeráruház részére 2014. február 22-én küldött „Re: [SZEMÉLYES ADAT]nak” tárgyú e-mail, VJ/8-259/2018., (Re_ [SZEMÉLYES ADAT]nak_1)

nyilvánvalóan rossz árak esetében történhetett meg, hiszen ekkor veszteséggel értékesítették volna a termékeket.²⁹²

316.A feltárt e-mailek alapján a Muziker azonban több alkalommal is jelezte egyes kiskereskedők számára, hogy azok árai nem megfelelőek. A Muziker meghallgatása során a bemutatott e-mailek kapcsán elismerte, hogy volt a részéről ilyen kommunikáció.²⁹³

317.A címzetti körből több kereskedő is reagált egy-egy kiküldött e-mailre.

318.A Hangszerker, mely meghallgatása során végig tagadta részvételét az együttműködésben, illetve úgy nyilatkozott, hogy csak feltételezi, hogy [SZEMÉLYES ADAT] áll az anonim e-mail cím mögött, több esetben is érdeklődött egy-egy termék árazása tekintetében. A Hangszerker 2014. január 4-én a zenead@gmail.com e-mail címre küldött „Re: Yamaha F310 ár” tárgyú e-mailjében²⁹⁴ érdeklődött a tárgyban nevezett hangszer árának feljebb vitelének lehetőségéről: „[a]zt szeretnénk megkérdezni, hogy nem tudnánk-e esetleg a Yamaha F-310 akusztikus gitár árát feljebb vinni, mondjuk 38.900 Ft-ra? Azért kérdezem, mert a Muziker is 39.600 Ft-ért adja.” Továbbá január 17-én „Re: YAMAHA YDP 162 ÁRVÁLTOZÁS!!?” tárgyú e-mailjében²⁹⁵ is kérdéssel fordult az Adminhoz: „[s]zeretnék érdeklődni mi lehet az oka annak, hogy olcsóbban tudják adni a YAMAHA YDP 162 digitális zongorát? Van esetleg rá valami akció?”

319.A Friendly House, amely 2011-ben nyitotta meg boltját Budapesten, [SZEMÉLYES ADAT]ral és [SZEMÉLYES ADAT]al 2013. május 29-én folytatott, „Re: Yamaha ajánlott fogy. áras árlista” tárgyú levelezésében²⁹⁶ kifejti, hogy elkezdte a termékek átárzását a kiküldött árlista alapján, azonban felháborodott azon, hogy a Muziker 100-200 forinttal alá megy mindenki árainak. Meglátása szerint a megoldás a kialakult helyzetre az lenne, ha a Yamaha meghatározna egy mindenki által elfogadható street price-ot, és ezt kikényszerítenék a Muzikerből is.

320.[SZEMÉLYES ADAT] továbbította [SZEMÉLYES ADAT]nak az e-mailt, aki válaszában felvetette, hogy találkozzanak négyen együtt [SZEMÉLYES ADAT]ral, [SZEMÉLYES ADAT] és vele.

321.A vállalkozás adatszolgáltatása alapján a korábbi munkavállalók sem állnak már alkalmazásában, így a vállalkozás nem tudott nyilatkozni a vizsgálat megkeresésére²⁹⁷. [SZEMÉLYES ADAT] nem emlékezett²⁹⁸ az e-mailben felmerült találkozóra, a hangszerbolt képviselőjével egy alkalommal találkozott, de az azon történetekre sem emlékezett.

322.[SZEMÉLYES ADAT], illetve az általa használt hanosz@hanosz.hu e-mail cím, a 2013 év eleji találkozók idejében több alkalommal címzettként szerepel az árlistákkal kapcsolatos e-maileken. [SZEMÉLYES ADAT]jével kapcsolatban előadta, hogy tapasztalta, hogy a kiskereskedők továbbra is küldözgettek egymásnak e-maileket, hogy ki hogyan képzeli a

²⁹² VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 19. kérdésre adott válasz

²⁹³ VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 35. kérdésre adott válasz

²⁹⁴ VJ/8-263/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

²⁹⁵ VJ/8-263/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

²⁹⁶ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

²⁹⁷ VJ/8-176/2018. sz. és a VJ/8-183/2018. sz. adatszolgáltatás

²⁹⁸ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 44. kérdésre adott válasz

kereskedést²⁹⁹, elmondta, hogy ő az ilyen, árlistákkal foglalkozó üzeneteket el sem olvassa, sőt meg se nyitja.

323. A hangszer-kiskereskedőknek címzett első levéllel kapcsolatban, a levelezés tanúsága, illetve saját bevallása szerint többen is megkeresték [SZEMÉLYES ADAT]t, mivel annak feladója nem volt ismert többek előtt. Ennek tekintetében előadta, hogy „*ebből is látszik, hogy én nem mindenbe voltam belevonva. De az utolsó találkozó után nem foglalkoztunk már a tagozat létrehozatalának kérdésével, emlékeim szerint több ilyen találkozó nem is volt*”.³⁰⁰ A vizsgálat a 2013-as találkozókat követően nem talált olyan e-mailt, amely arra utalna, hogy a HANOSZ további találkozókat szervezett volna, illetve nem volt címzettje a levelezésnek sem.

4.5. A Yamaha RPM politikájának kiteljesedése (2014-2017.)

324. A Yamaha 2014-ben olyan új feltételeket vezetett be a közte és az eljárás alá vont kiskereskedők közötti szerződések vonatkozásában, amelynek révén lehetővé vált részére a fogyasztók számára nyilvánosan megjelenő árakra vonatkozó magatartást nem betartó kereskedőkkel szembeni aktív fellépés és szankcionálás. Ezzel, ebben az időszakban, a kereskedők horizontális egyeztetését kiegészítve, ugyanazon célok által vezérelten a Yamaha az egységes minimális árszint meghatározásában központi szerepet vállalt, és a szankcionálás lehetőségével élt is.

4.5.1. *A Purple Book*

325. 2014 júliusában a Yamaha új szerződést kötött kereskedőivel. A szerződés felépítése azonos volt a korábbival³⁰¹, azaz egy alapszerződésből és a termékcsoportonként megkötött annexekből állt. Új elemként a szerződés mellett megjelent az úgynevezett Purple Book. A Purple Book vonatkozott mind a szelektív, mind nyitott termékekre, előbbiek esetében az annexek melléklete lett, utóbbiak esetében a termékeket a Purple Book elvárásainak megfelelő feltételekkel kínálták a kereskedők részére.³⁰²

326. A Purple Bookban foglalta össze a Yamaha a termékértékesítés minőségi kritériumait. A Purple Book tartalmazott rendelkezést a fizikai bolt berendezésére, tisztaságára, a termékek, promóciós anyagok elhelyezésére, illetve a hangszerboltok internetes oldalára is. A Purple Book egy összefoglalója volt annak, hogy mit vár el a Yamaha a viszonteladótól. Ez egy részletes, füzet formájában kiadott tájékoztatás, amelyben a Yamaha felvezette az értékesítési stratégiát, a display-jel kapcsolatos elvárásait.³⁰³

327. A füzetben foglalt elvárások a Purple Book bevezetése előtt is léteztek, de annak bevezetésével fektették le azokat egyértelműen, az alapszerződésben jogi nyelvezettel megfogalmazott minőségi kritériumokat a hétköznapi gyakorlatához közelítette.³⁰⁴

328. A Yamaha engedékenységi kérelme mellékleteként csatolta [ÜZLETI TITOK]³⁰⁵. Az e-mailekből kiderül, [ÜZLETI TITOK].³⁰⁶

²⁹⁹ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

³⁰⁰ VJ/8-256/2018. sz. jegyzőkönyv 17. kérdésre adott válasz

³⁰¹ Ld. a jelen határozat 2.5 fejezetét

³⁰² [ÜZLETI TITOK]

³⁰³ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 5. kérdésre adott válasz

³⁰⁴ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 7. kérdésre adott válasz

329. A Purple Book alapján, a Yamahának valóban lehetősége nyílt a kereskedők kedvezményeinek terjesztési kritériumok megsértésére hivatkozással való csökkentésére: „[a] Yamaha a kereskedők számára 25%-os alapengedményt biztosít az ajánlott kereskedelmi árból (RRP) (áfa kivételével) azzal a feltétellel, hogy a kereskedő megfelel a terjesztési kritériumoknak, melyeket a jelenleg érvényben lévő Purple Book és a megrendelés idején érvényben lévő szerződések szabnak meg. Ha kereskedő megszegi az alábbi csoport(ok)ra vonatkozó kritériumokat, vagy azok egyikét, úgy a Yamaha fenntartja a jogot arra, hogy csak az alapárrés engedményét kínálja, melynek értéke legfeljebb 5%. Ez az összes alábbiakban ábrázolt érintett csoportkritériumra vonatkozik [...]” A következő kritérium csoportokat jelöli meg a könyv; „shop, kijelző, alkalmazottak, hirdetések, szerviz”.³⁰⁷
330. A Purple Bookban lefektetett szempontokat a Yamaha kereskedelmi képviselője látogatásai során ellenőrizte is. [SZEMÉLYES ADAT] például úgy nyilatkozott, hogy figyelmeztetésben részesült, mert a Yamaha képviselője nem talált kiállítva valamilyen terméket.³⁰⁸
331. A Muziker is a követelmények szigorúbb betartatásáról számolt be Purple Book bevezetése után: „[a Purple Book bevezetése] azt eredményezte, hogy egyre szigorúbban vették a Yamaha termékek értékesítési feltételeit. A Purple Book a Yamaha hivatkozási alapja is volt, a mi esetünkben a továbbértékesítéssel kapcsolatban nehezményezték azt, ha továbbértékesítettünk olyan terméket, ami nem mindenki számára elérhető.”³⁰⁹
332. [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán előadta, hogy 2016 februárjában a Yamaha felhívta a figyelmüket a weboldaluk hiányosságaira. Amíg ezt nem javították, addig a Yamaha blokkolta a szállításokat. Emlékezete szerint ez egy jó két hétig tartott, habár egy héten belül orvosolta a hiányosságokat, azt követően még egy hétig nem kapott termékeket.³¹⁰
333. [SZEMÉLYES ADAT] szerint³¹¹ a Purple Book azonban nem csak az értékesítés minőségi kritériumait érintette, hanem finoman árazási kérdéseket is szabályozott, például a 4.1 pont kilencedik bekezdése.³¹²
334. A 2. sz. védett tanú úgy fogalmazott³¹³, hogy a Purple Book volt a Yamaha „ostora”, hogy ha valaki a máltai árlistához képest jelentősen eltérő hirdetett árakkal jelenik meg a piacon, akkor találni lehetett benne olyan részletszabályt, amelynek az adott vállalkozás nem felelt meg, és a renitens kereskedők erre hivatkozással lettek megrendszabályozva.

³⁰⁵ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt A01214252 azonosítószámú e-mail

³⁰⁶ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt A01214252 azonosítószámú e-mail

³⁰⁷ VJ/8-8/2018. sz. jegyzőkönyv, 1. sz. végzés, 1. sz. melléklete utolsó oldal

³⁰⁸ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 2. kérdésre adott válasz

³⁰⁹ VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 4. kérdésre adott válasz

³¹⁰ VJ/8-186/2018. sz. jegyzőkönyv 8. kérdésre adott válasz

³¹¹ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 52. kérdésre adott válasz

³¹² A hivatkozott pont az alábbiakat tartalmazza: „[h]a a kereskedő egy általa nyújtott árengedménnyel a Yamaha árjavaslata alatti értékesítési áron reklámoz egy terméket, úgy megfelelő lépéseket kell tennie annak érdekében, hogy elkerülhető legyen a potenciális vevők megtévesztésének kockázata. A kereskedőnek különösen azt kell érthetővé tennie, hogy melyik országban érvényes a vonatkozó Yamaha árjavaslat, és hogy az árjavaslat tartalmazza-e az adott országban értékesítési országban érvényes áfa értékét, vagy sem.”

³¹³ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 58. kérdésre adott válasz

4.5.2.A Máltai Árlista

- 335.A Purple Book 2014. nyarán történt bevezetésével egy időben, ahhoz kapcsolódóan megjelent a Yamaha londoni kiskereskedője által publikált máltai árlista, mely alkalmazása felváltotta a korábban, kiskereskedők által, a Muziker árai alapján készített és alkalmazott árlistát.
- 336.A Purple Book volt a kulcsa a máltai árlistában foglalt árak betartatásának, egy jogszerűnek tűnő indok a renitens kereskedők jobb belátásra bírásához. Habár formailag a Purple Book a Yamaha értékesítési hálózatában való részvétel minőségi követelményeit határozta meg, valójában azonban a Yamaha ezen keresztül gondoskodott arról, hogy a kiskereskedők betartsák a máltai árlistában szereplő árakat, így a Yamaha írásbeli kommunikációja a jogszerűség látszatát kelthette, a Purple Book valódi tartalma csak a kereskedelmi képviselő látogatásain került ismertetésre.
- 337.A magyar kiskereskedők örömmel fogadták ezt az árlistát, mely értékelésük szerint reális, a piacon alkalmazható árakat állapított meg. [SZEMÉLYES ADAT] 2014 júliusában, a Purple Book bevezetésével egyidőben elkészítette az árlista forintosított változatát, melyet a korábban bemutatott zenead@gmail.com e-mailcímről küldött ki.
- 338.2015-től az e-mail fiókot [SZEMÉLYES ADAT] is használta, azonban az árlista egyes nagyobb változásai alkalmával [SZEMÉLYES ADAT] írt hosszabb, magyarázó jellegű e-mailt a kereskedők részére.
- 339.A Purple Book alapján a Yamaha felfüggesztette a szállítást a Hangszerker részére, így kényszerítve a vállalkozást az árlista betartására, illetve a Hangszerkert és a Coda Hangszert is írásban figyelmeztette a Purple Bookban foglalt követelmények betartására. Több eljárás alá vont számolt be az árazásukat érintő szóbeli figyelmeztetésekről.
- 340.A bemutatott rendszer egészen 2017 márciusáig működött, mikor is a Yamaha felhagyott a kereskedők árazásának alakításával, azonban az anonim e-mail címről egyes kereskedők egymás közt egészen 2018 év elejéig fenntartották az árlista működését, illetve 2018 áprilisában is volt köztük olyan levelezés, amely az anonim e-mailfiókot érintette.
- 341.Az eljárás során vizsgált, többször is „*keménymagként*”³¹⁴ hivatkozott kereskedők köre a vizsgált időszak során nem változott, ezen eljárás alá vontak között zajlott a levelezés, akik egymás árait figyelték, és részt vettek az egyes találkozókön. E szereplők a magyar hangszerkiskereskedelmi piac legnagyobb, legrégebbi és legjelentősebb szereplői. A később indult vállalkozások, melyek kezdetben főként online jelenlétükre koncentráltak, a vizsgált időszak során megnyitották fizikai boltjaikat, ezáltal az ő költséghányaduk is megnőtt, így a levelezés „*problémás*” címzettjeiből feladóvá váltak, akik számára is fontossá vált az árak egységesen magasabb szinten való tartása.
- 342.A Purple Book bevezetésével egy időben megváltozott a Yamaha által kiküldött árlisták felépítése, amennyiben azokban már nem szerepelnek nagykereskedelmi árak, hanem azokat a

³¹⁴ Mezzoforte Hangszeráruház, az Eldorádó Hangszerbolt, a Hangszerker és a Hangszerpláza, illetve a Tajti Music és a Hangszerdiszkont.

kiskereskedőknek kell kiszámolniuk a feltüntetett ajánlott kiskereskedelmi árból.³¹⁵ Az euróból történő átszámításhoz 322-es fix árfolyamszorozót javasolt a Yamaha.³¹⁶

343.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]³¹⁷

344.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]³¹⁸, [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]³¹⁹

345.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].³²⁰

346.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]³²¹

347.Az 1. sz. védett tanú meghallgatásán úgy nyilatkozott, hogy a Purple Book bevezetésénél „*az volt a hivatalos álláspont, hogy a hangszerpiac nehéz helyzetben van, a szórakoztató elektronikai eszközök elvonják a figyelmet róla, ezért kell még jobb megjelenítést biztosítani a termékeknek, de az egész burkolt célja az árak betartása volt.*” A Yamaha jellemzően telefonon, de volt, hogy személyes látogatás során adta elő a Purple Book valódi célját, amikor tájékoztatta a kiskereskedőket a Yamaha Music London honlapján szereplő árlista alkalmazásának szükségességéről is. ”³²²

348.[SZEMÉLYES ADAT] megerősítette, hogy [SZEMÉLYES ADAT] a boltlátogatások alkalmával felhívta figyelmét az árlista betartásának fontosságára.³²³

349.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]³²⁴

350.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]³²⁵

351.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]³²⁶

352.A kereskedők panaszai alapján a Yamaha jellemzően felhívta a kiskereskedőt, és a Purple Book valamely szigorúbb előírására hivatkozva jelezte, hogy az előírás megsértése a termék kiszállításának megvonását vonhatja maga után.³²⁷

353.A máltai árlistában nem csak az egyes termékek árai voltak elérhetők, hanem azt is meghatározták benne, hogy az egyes termékekhez való ajándékadás esetén mennyivel kell növelni a termék árát.

354.Az 1. sz. védett tanú előadta³²⁸, hogy a magyar kereskedők közül többen ugyan tartották az árakat, melyek már Magyarországon a máltai árlista előtt is meghatározásra kerültek, de a

³¹⁵ [SZEMÉLYES ADAT] által a Yamaha kiskereskedők számára 2014. június 25-én küldött „Új Nyitott Termék árlista - magyarázatokkal - FONTOS!” tárgyú e-mail, VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³¹⁶ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 48. kérdésre adott válasz

³¹⁷ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány

³¹⁸ A Yamaha Music London online értékesít az Egyesült Királyságban, Írországon és Máltán

³¹⁹ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány

³²⁰ Vj/8-175/2018. sz. Yamaha adatszolgáltatás

³²¹ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány

³²² VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 19. sz. kérdésre adott válasz. A boltlátogatások alkalmával történő figyelmeztetéseket a kereskedelmi képviselő boltlátogatásáról készült feljegyzések is alátámasztják. Ezeket a vizsgálat felhívására a Yamaha kereskedőnként VJ/8-156/2018. sz. és VJ/8-157/2018. sz. beadványához mellékelte.

³²³ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 46. kérdésre adott válasz

³²⁴ VJ/8-250/2018. sz. adatszolgáltatás

³²⁵ Yamaha regionális vezetője, a magyar kereskedelmi képviselők közvetlen felettese

³²⁶ VJ/8-250/2018. sz. adatszolgáltatás 4. pont

³²⁷ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 19. kérdésre adott válasz

termékek mellé ajándékot adtak, például szintetizátorhoz állványt. A Yamaha árlistája alapján a kereskedőknek a kiegészítő árával meg kellett emelnie a termék árát, a Yamaha kiegészítőkkal ellátott termékcsomagokat bundle-nak nevezte.

355. A Muziker nyilatkozata szerint ő is gyakran hozott létre csomagokat, mely gyakorlata a Yamahának nem tetszett, ezért azokon módosítania kellett.³²⁹

356. [SZEMÉLYES ADAT] előadta, hogy ő sem tartotta be a máltai árlistában szereplő árakat azáltal, hogy ajándékot kínált a termékei mellé. A Purple Book bevezetését követően ezzel a gyakorlatával kapcsolatban megkereste a Yamaha őt is 2014 decemberében. Erről [SZEMÉLYES ADAT] beszámolt meghallgatásán is, illetve a vizsgálat a vállalkozás levelezésében megtalálta a Yamaha részére ehhez kapcsolódóan küldött e-mailt.³³⁰

357. Ebben a Coda Hangszerbolt részéről [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] részére 2014. december 18-án megküldött, „Szerződés szegés” tárgyú e-mailben [SZEMÉLYES ADAT] leírja, hogy [SZEMÉLYES ADAT] telefonon figyelmeztette, hogy amennyiben nem távolítja el honlapjáról az ajándékokat, talál egy olyan pontot a szerződésben, melyet a vállalkozás megszegett. A levelére [SZEMÉLYES ADAT] felettese, [SZEMÉLYES ADAT] válaszában megjegyezte, hogy valószínű csak félreértette [SZEMÉLYES ADAT] szavait, aki a Purple Bookra és az abban megfogalmazott minőségi kritériumokra utalt, amelyeket néhány ponton megsértett.³³¹

358. [SZEMÉLYES ADAT] ezután [SZEMÉLYES ADAT] vel 2015 januárjában látogatást tett a vállalkozásnál. [SZEMÉLYES ADAT] előadta, hogy a találkozó során is előkerült az ajándékozási gyakorlata, amelyet túl nagy kedvezményként értékelték.³³²

359. A Coda Hangszer és a Hangszerker a Purple Bookban foglalt követelmények kapcsán írásbeli figyelmeztetésben is részesült 2015 szeptemberében.

360. [SZEMÉLYES ADAT] mindkét vállalkozás esetében elküldött egy e-mailt, melyben megjelölt egy, a Purple Bookban foglalt minőségi követelményt, melynek az adott hangszerbolt elmulasztott megfelelni. A Hangszerkernél³³³ ez a következő volt; *„Az Ön esetében a következő szerződés szegést azonosítottuk: 2.1.1 Yamaha termékek Ha egy Yamaha termék bemutatásához fejhallgató megléte szükséges, úgy azoknak megfelelő minőségűeknek kell lenniük, biztosítva, a hangzás megfelelő minőségét. Ha egyetért vele, kérjük, hogy orvosolja a problémát amint lehet. Web-alapú szerződésszegéseket helyre kell hozni 48 órán belül. [...]”*. A Coda Hangszernél³³⁴ a Purple Book 2.1.2 pontjára hivatkozott; *„Minden, a Yamaha által rendelkezésre bocsátott display, vagy POS felszerelés kizárólag a Yamaha termékeire használható. Nem engedélyezett más gyártók termékeinek elhelyezése a Yamaha displayeire (sem fordítva)”*.

³²⁸ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 51. kérdésre adott válasz

³²⁹ VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 9. kérdésre adott válasz

³³⁰ VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 5. kérdésre adott válasz és a Coda Hangszerbolt által [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] részére 2014. december 18-án küldött „Szerződés szegés” tárgyú e-mail és melléklete (VJ/8-262/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

³³¹ 2014. december 18-án küldött „Re: Szerződés szegés” tárgyú e-mail (VJ/8-262/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

³³² VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv 7. és 16. kérdésre adott válasz

³³³ [SZEMÉLYES ADAT] által a Hangszerker részére 2015. szeptember 17-én küldött „FW: Purple Book - emlékeztető” tárgyú e-mail (VJ/8-263/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

³³⁴ [SZEMÉLYES ADAT] által a Coda Hangszerbolt részére 2015. szeptember 17-én küldött „FW: Purple Book - emlékeztető – SÜRGŐS” tárgyú e-mail (VJ/8-262/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

361. Az 1. sz. védett tanú nyilatkozata szerint a fejhallgatóval kapcsolatos probléma csak ürügy volt a máltai árak betartatására.³³⁵
362. A feltártak alapján ez a két kereskedő részesült figyelmeztetésben, illetve szankcióban az árazásuk miatt, azonban ezek híre elterjedt a magyar kiskereskedők között.
363. [SZEMÉLYES ADAT] előadta³³⁶, hogy a Hangszer Plázát szankció ugyan nem érte, de hallott olyan kiskereskedőkről, akiket a Yamaha az árak be nem tartása miatt nem szolgált ki. Előfordult, hogy részére is jelezte a Yamaha kereskedelmi képviselője boltlátogatásai alkalmával, ha valami nem volt megfelelő a honlapon. Az Eldorádó Hangszerboltnál is hallottak arról, hogy a Yamaha felfüggesztette a szállítást a Coda részére, ezért amikor akciót hirdettek pár termékükre, [SZEMÉLYES ADAT]ban felmerült, hogy a Yamaha termékek alacsony áraiból esetleg problémájuk származhat.³³⁷
364. [SZEMÉLYES ADAT] vállalta, hogy elkészíti a máltai árlista forintosított változatát, és körbeküldi azt a kiskereskedők között, a korábban használt zenead@gmail.com e-mailcímről. Nyilatkozata szerint,³³⁸ illetve a levelezés alapján³³⁹, az árakon nem módosított, csupán felszorozta azokat a Yamaha által javasolt 322-es szorzóval. [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán előadta, hogy *„nekem ez sok munkával járt, és nem kaptam meg a Yamahától azt a támogatást, hogy a kiskereskedőket biztosítsa, hogy én a Yamaha nevében szóljak, ezért 2014-ben felhagytam ezzel.”*³⁴⁰
365. Az 1. sz. védett tanú, erre az időszakra a következőképp emlékezett vissza: *„[a] kereskedők ezt [a Purple Book és a máltai árlista rendszerét] kezdetben örömmel fogadták, de a gyakorlatban már nehezebben ment a követés, hiszen a hullámzó forint árfolyam miatt nehezen lehetett követni a londoni oldal árait. Ekkor jelentkezett [SZEMÉLYES ADAT], aki önként vállalta, hogy készít egy forintosított változatot, amit kiküldött az Admin Music címről a többi kiskereskedő részére.”*³⁴¹
366. A Yamaha és Admin viszonyát példázza a 2014. július 3-án [SZEMÉLYES ADAT] részéről a Mezzoforte Hangszerboltnak megküldött, „FW: Bundle termékek!” tárgyú e-mail.³⁴² [SZEMÉLYES ADAT] ebben elküldte [SZEMÉLYES ADAT]nak az információt, hogy hol találja a bundle-ökre vonatkozó szabályokat, és kérte őt, hogy tudassa a többi kiskereskedővel is ezt az információt. [SZEMÉLYES ADAT] az anonim e-mailcímről 2014. július 3-án, „Re: Yamaha árlista” tárgyú e-mailében³⁴³ kiküldte a körüzenetet a többi kiskereskedő részére, melyben tájékoztatta a címzetteket arról, hogy a máltai árlistában szerepel egy új rész, mely arra ad választ, hogy ha a kereskedő ajándékot ad a termék mellé, akkor a fogyasztói árat mennyivel kell megnövelni. A

³³⁵ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 61. kérdésre adott válasz

³³⁶ VJ/8-213/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

³³⁷ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 69. kérdésre adott válasz

³³⁸ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 79. kérdésre adott válasz

³³⁹ A Hangszerdiszkont által a Mezzoforte Hangszeráruház részére 2015. június 10-én küldött „Re: Line6 árlista” tárgyú e-mail és előzményei (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

³⁴⁰ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 39. kérdésre adott válasz

³⁴¹ VJ/8-246/2018. sz. jegyzőkönyv 19. kérdésre adott válasz

³⁴² VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁴³ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

tájékoztatás megtörténtéről értesítette [SZEMÉLYES ADAT]t is az eredeti e-mailére adott válaszában.³⁴⁴

367. A levélváltás alapján megállapítható, hogy a Yamaha a viszonteladóival való közvetlen kommunikáció elkerülése érdekében igénybe vette [SZEMÉLYES ADAT] segítségét, azáltal, hogy az árak betartásával kapcsolatos tájékoztatást rajta, és az általa létrehozott zenead@gmail.com fiókon keresztül intézte. Ezt megerősíti a Hangszerdiszkont nyilatkozata is.³⁴⁵

368. 2015-től kezdődően megfigyelhető, hogy a rövid, egy-egy termékre vonatkozó árazási felhívások kerülnek előtérbe az Adminról folytatott levelezésben, melyek [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata alapján, tőle származnak. [SZEMÉLYES ADAT] a továbbiakban is küld a kiskereskedők részére e-maileket, ezek közül már azonban van olyan, melyet a saját e-mail címéről, ilyenre példa a 2015. november 4-én a Line6 kereskedők részére küldött „LINE6” tárgyú e-mail³⁴⁶, melyben kifejti, hogy a Line6 márka esetében is irányadó a máltai árlista, melyben szereplő fogyasztói árak átszámítása, a Yamaha termékek esetében is alkalmazott 322-es szorzóval történik.

369. A kereskedők panaszai nyomán, a Yamaha az ismertetett eszközökkel próbálta jobb belátásra bírni az érintett kereskedőt. Az eljárás alá vont kiskereskedők azonban először egymás között próbálták rendezni a kérdéseket, akkor fordultak a Yamahához, ha ez nem sikerült, ilyen esetre példa a NPV-60 és 80 zongorák esete.

370. A Hangszerkert 2016. január 26-án a vállalkozás részére küldött „NPV60 és 80” tárgyú e-mailjében³⁴⁷ megkérte az Admin, hogy „nézzen rá” ezen termékek árára, mivel már több kiskereskedő is jelzett neki. [SZEMÉLYES ADAT]a vállalkozás munkavállalója február 11-én, „NP-V60/V80 árak” tárgyú e-mailében³⁴⁸ tájékoztatta [SZEMÉLYES ADAT]t, „[ú]gy tudtuk, ezek a modellek kifutó darabok, és 25%-os kedvezménnyel kaphatóak a Yamaha Extranet rendszerben, így arra gondoltunk, akciós áron kínálhatjuk őket ügyfeleinknek. Minden esetre a szóban forgó típusok árát már régebben megemeltük a webshopunkon, az ÁrGép.hu-n viszont nem frissültek be az áraink.” Ez a válasz azonban feltehetőleg nem oldotta meg a nézeteltérést, [ÜZLETI TITOK].³⁴⁹

371. Meghallgatásán [SZEMÉLYES ADAT] úgy nyilatkozott, hogy véleménye szerint édesanyja túlreagálta a kérdést, továbbá fenntartotta nyilatkozatát, hogy a Yamaha nem kereste meg az egyes termékek árazásával kapcsolatban.³⁵⁰ Voltak olyan esetek is, amikor a kereskedők a Yamaha bevonása nélkül is sikeresen kezelték a felmerült árazási problémát, ilyenre példa a [SZEMÉLYES ADAT] és Coda Hangszerbolt közötti levélváltás. [SZEMÉLYES ADAT]

³⁴⁴ [SZEMÉLYES ADAT] által a Mezzoforte Hangszeráruház részére, 2014. július 03-án, 18 óra 46 perckor megküldött, „RE: Bundle termékek!” tárgyú e-mail (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

³⁴⁵ A „Yamaha képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] úr megkérte - feltehetőleg az anyacég nyomására - az egyik legrégebbi partnerét, [SZEMÉLYES ADAT] urat - a Mezzoforte hangszeráruház ügyvezető tulajdonosát -, hogy készítse el a Yamaha által kiadott euró pénznemben publikált Máltai árlista - "sales price incl. local vat" oszlopát a 27%-os magyarországi áfát figyelembe véve - forintosiott (HUF) változatát, és juttassa el valamilyen csatornán a többi viszonteladó partnerhez is. Így született meg a "zenead@gmail.com" e-mail cím, amit [SZEMÉLYES ADAT] hozott létre ezen típusú árlisták elküldéséhez valamikor 2012-2013-as években ...” (VJ/8-248/2018. 8. sz. kérdésre adott válasz)

³⁴⁶ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁴⁷ VJ/8-263/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁴⁸ VJ/8-263/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁴⁹ VJ/8-263/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁵⁰ VJ/8-186/2018. sz. jegyzőkönyv 37. kérdésre adott válasz

2015. március 9-én egy az árukereső oldalára mutató hivatkozást küldött meg a Coda részére „Re: ár” tárgyú e-mail³⁵¹ előzményében. A Coda válaszából kiderül, hogy a honlapjukon átállították a kifogásolt termék árát, melyet [SZEMÉLYES ADAT] válaszában megköszön, de jelzi, hogy az ár az Árukeresőn nem frissült még.

372.[SZEMÉLYES ADAT] az e-mailt nyilvánvalóan az árak módosítása érdekében küldte, és nem elégedett meg csak a Coda honlapján való átírással, hiszen jelezte, hogy az az Árukeresőn nem frissült. [SZEMÉLYES ADAT] az e-mail kapcsán előadta meghallgatásán, hogy biztos abban, hogy a levél a „lavírozásának” része volt, „*lehet, hogy már bosszantottak ezek az e-mailek, és azért írtam, hogy ne küldjenek ilyeneket. De nem emlékszem sajnos ezekre a levelekre, hogy milyen okból születtek. Egy telefonhívás, vagy valami kérdés lehetett, amiért én azt írtam, hogy az „Árukeresőn nem jó”, mert ez nem jellemző rám.*”³⁵²

373.[SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán végig kitartott amellett, hogy ő nincs tisztában a magatartás részleteivel, ő a piacon maradása érdekében próbált lavírozni az egyes érdekek között, és az árazásra vonatkozó kérések inkább zavarták őt, mintsem előnyére váltak. Ennek az álláspontnak mond ellent a fenti e-mail³⁵³, mivel bemutatja, hogy aktívan része volt az együttműködésnek, és bár a tőle származó írásos megnyilvánulások más eljárás alá vontakkal összehasonlítva ritkábbak, egészen 2007 óta címzettje volt a kereskedők közötti levelezésnek, illetve meghívottja a közös egyeztetéseiknek.

374.[SZEMÉLYES ADAT] előadta, hogy [SZEMÉLYES ADAT] előtt sem volt titok az anonim e-mail cím belépési jelszava, bár passzívabb szereplőként jellemezte őt, de kiemelte, hogy konstruktívan állt a problémák megoldásához.³⁵⁴ [SZEMÉLYES ADAT] is megerősítette, hogy [SZEMÉLYES ADAT] ismerte a zenead@gmail.com e-mail cím megalkotása mögött húzódó kereskedői kezdeményezést, része volt a „*keménymagnak*”.³⁵⁵

375.Mivel a Yamaha által korábbiakban kiadott árlistán szereplő ajánlott fogyasztói árak a piaci viszonyokhoz képest túl magasak voltak³⁵⁶, [SZEMÉLYES ADAT] nyilatkozata alapján a kiskereskedők közösen próbálták elérni, hogy legyen egy olyan árlista, amely a magyar viszonyoknak megfelel; ez a máltai árlista bevezetésével meg is történt.³⁵⁷ A II. sz. védett tanú előadta, hogy a máltai árlista egy nagyjából reális piaci árat határozott meg, bevezetése nem okozott generális áremelkedést, de az extrém árazásokat, így például a beszerzési ár alatti árazást eltüntette.³⁵⁸

376.A Yamaha nyilatkozata szerint³⁵⁹ [ÜZLETI TITOK]. [SZEMÉLYES ADAT] (a Yamaha [SZEMÉLYES ADAT]t követő kereskedelmi képviselője) amennyiben egy kiskereskedő részéről árazással kapcsolatos megkeresés érkezett hozzá, ebben az időszakban egy sablon

³⁵¹ VJ/8-262/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁵² VJ/8-214/2018. sz. jegyzőkönyv 33. kérdésre adott válasz

³⁵³ Ld. továbbá: 2016. június 30-án [SZEMÉLYES ADAT] részére küldött „Yamaha” tárgyú e-mailt (VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

³⁵⁴ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 44. kérdésre adott válasz

³⁵⁵ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 55. kérdésre adott válasz

³⁵⁶ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 9. kérdésre adott válasz, VJ/8-236/2018. sz. jegyzőkönyv 11. kérdésre adott válasz

³⁵⁷ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 17. kérdésre adott válasz

³⁵⁸ VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 59. kérdésre adott válasz

³⁵⁹ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány

választ küldött, melyben az állt, hogy a viszonteladók szabadon értékesíthetnek az általuk meghatározott árakon.³⁶⁰

377.A Yamaha a Purple Book megszűnéséről csak 2017 július 10-én és 11-én egy a Yamaha bécsi központjában tartott kereskedői találkozó alkalmával³⁶¹ tájékoztatta a kiskereskedőket. Ennek okán a kiskereskedők márciust követően (amikor a Yamaha állítása szerint már nem alkalmazta az RPM politikáját) továbbra is alkalmazták a máltai árlistát.

378.A magyar kiskereskedők elkészítették a máltai árlista újabb változatát, melyet 2017. március 1-jén küldtek körbe az Adminról, mely a Mezzoforte és Hangszerdiszkont között zajlott 2017. március 1-jei Re: „Yamaha/Line6 árlista” tárgyú üzenet³⁶² szerint, az árlistában bekövetkezett 2016. októberi áremelkedést érvényesíti, és ezért kéri a változások mihamarabbi életbeléptetését a kereskedőktől. Az e-mail szövegét [SZEMÉLYES ADAT] fogalmazta, azonban a körbeküldésére [SZEMÉLYES ADAT]t kérte meg, aki néhány, az árlistában szereplő áron változtatott, azokat az alacsony árrés miatt magasabbra állítva.

379.[SZEMÉLYES ADAT] 2017. március 1-jén, [SZEMÉLYES ADAT]t „RE: Yamaha Málta” tárgyú emailében kérte³⁶³, hogy tájékoztassa felettesét, Masahiro Aritát, arról, hogy a máltai árlista fordítása miatt megy számára lassan. [SZEMÉLYES ADAT] az előbbieken ismertetett sablon választ küldte a részére, amire válaszul [SZEMÉLYES ADAT] elnézést kért, hogy rossz címre küldte a levelet. [SZEMÉLYES ADAT] válasza bemutatja, hogy a kereskedők számára nem volt egyértelmű, hogy a Yamaha felhagyott a kiskereskedők árazásába történő beavatkozással, a kereskedelmi képviselő által küldött elzárkózó e-mailek ugyanis korábban is jellemezték a Yamaha hivatalos kommunikációját.³⁶⁴ [SZEMÉLYES ADAT] meghallgatásán előadta, hogy *„Én szerettem volna, ha a Yamaha „nagykövetévé” válhatok, ezért próbáltam egyfajta pedáns diákként fellépni. A máltai árlista forintosítását a Yamaha elzárkózó, [SZEMÉLYES ADAT] által közvetített kommunikációja okán hagytam abba, de konkrétan arról nem értesített senki, hogy arra már nincsen szükség.”*³⁶⁵

380.A levél alapján megállapítható, hogy a korábbiakkal összhangban a Yamaha tudott a máltai árlista forintosításáról, illetve annak folyamatáról. Annak a kereskedők általi kommunikálása nem szűnt meg 2017 márciusában, hanem továbbra is folytatódott, ahogy azt az Adminról „Yamaha” tárgyban, 2017. március 28-án több hangszerkereskedő részére kiküldött e-mail³⁶⁶ is alátámasztja. Az e-mailben azt kéri a címzettekől, hangtechnikai és billentyűs termékek árgépes oldalára mutató hivatkozások megszüntetésével,

³⁶⁰ „Köszönjük a levelet. Nem vagyunk benne biztosak, hogy milyen célból osztotta meg velünk az alábbi linkeket vagy tartalmakat. Meggyőződésünk szerint, azzal nyilvánvalóan tisztában van, hogy a Yamaha számára nem lehetséges az árak kérdésében állást foglalni, mivel viszonteladóink szabadon értékesíthetnek az általuk meghatározott árakon. Más ügyekkel kapcsolatos kérdésekben, kérem, keressen bizalommal az alábbi telefonszámon.” VJ/8-262/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, 2017. március 16-án küldött „Re: Yamaha máltai árlista” tárgyú e-mailfolyam

³⁶¹ VJ/8-156/2018. sz. adatszolgáltatás 1. pont

³⁶² VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁶³ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁶⁴ Ezen következtetést 2. sz. védett tanú tanúvallomása is alátámasztja: „A Purple Book megszűnéséről akkor szereztünk tudomást, amikor a Yamaha bejelentette egy kereskedői találkozó keretében, a bécsi székhelyén az új viszonteladói struktúráját, ez 2017. július-augusztus hónap környékén volt. Addig lehettek hivatkozások rá, ahogyan az e-mail is mutatja.” (VJ/8-247/2018. sz. jegyzőkönyv 75. kérdésre adott válasz)

³⁶⁵ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 91. kérdésre adott válasz

³⁶⁶ VJ/8-262/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

hogy „[m]indenekinek érdeke, hogy REND legyen”, továbbá tájékoztatja a címzetteket arról, hogy a Muziker is végzett az átárazással.

381. Az Admin április 1-jén a hangszerkereskedők részére megküldött „Purple Book” tárgyú e-mailjében³⁶⁷ ezúttal a kereskedők szélesebb körének figyelmét hívta fel a Purple Book szabályainak betartására ugyanezen termékcsoportok esetében, jelezve a számukra, hogy az árak be nem tartása „nem korrekt a többi becsületes üzlettel szemben”.

382. Az árlistára a kereskedők még 2017 őszén is hivatkoztak az Admin által a Coda, Hangszerker, Mezzoforte és Kővári János részére kiküldött, „SÜRGŐS - YAMAHA YDP, P széria” tárgyú e-mailben³⁶⁸, jelezve, hogy a kiskereskedők között felháborodás van, ezért kéri mielőbbi intézkedésüket az e-mailben foglalt termékek esetében. A Yamaha ebben az időben már bejelentette új kereskedelmi feltételeit, azaz a Purple Book megszűnését, és új kedvezményrendszert jelentett be, mely bevezetése 2018 év elején valósult meg teljesen. Erről a kereskedőket egy ügyvéd jelenlétében folytatott bécsi találkozón tájékoztatták. A találkozó után az anonim e-mailcímről küldött e-mailek címzetti köre szűkebbé vált, ismételten elsősorban a „keménymagként” ismert, eljárás alá vont kereskedőket célozta, ahogy ezt a jelen határozat mellékletét képező táblázat is bemutatja.

383. [SZEMÉLYES ADAT] egy 2018. január 4-i [SZEMÉLYES ADAT], „Re: ?” tárgyban folytatott levélváltás³⁶⁹ kapcsán előadta, hogy a máltai árlista ekkor már nem élt, az árakat a piachoz igazították, a Yamaha részéről való árazást érintő megkeresések is megszűntek. A zenead@gmail.com e-mailcímet sem használták ezután, emlékei szerint ez az utolsó ilyen e-mailváltás, ami ebben a tárgyban született.³⁷⁰ [SZEMÉLYES ADAT] az e-mailben [SZEMÉLYES ADAT]ól azt kérdezi, hogy az egyik termék esetében miért megy folyton 100 forinttal az árai alá, mire [SZEMÉLYES ADAT] egy, a Hangszerdiszkontnál általa 1000 forinttal olcsóbban kínált termékre hivatkozik válaszában. Ennek kapcsán [SZEMÉLYES ADAT] kifejti, hogy az ára a Hangszerker árára volt válasz, de többet nem foglalkozik árakkal ezek után.

384. [SZEMÉLYES ADAT] és [SZEMÉLYES ADAT] között a vizsgálat rendelkezésére álló e-mailek alapján nem ez az utolsó a 100 forintról szóló e-mail, hasonló tartalmú levelezés zajlott köztük 2018. március 27-én is, „Re: Yamaha” tárgyban.³⁷¹

385. Az átalakított kereskedelmi és bónuszrendszer nem győzte meg a kiskereskedőket, annak bonyolultsága miatt, illetve amiatt, hogy az értékesítés pillanatában még nem állapítható meg egy termék valódi beszerzési ára, mivel a kedvezményeket utólag számolta el a Yamaha. A kereskedők közötti levelezésben a rendszerrel kapcsolatos aggodalmaik gyakran megjelentek, a téma egyik fő hangadója [SZEMÉLYES ADAT], aki ismét a kereskedők közös fellépését sürgette, például több hangszer-kiskereskedő és az Admin részére 2018. április 6-án, a GVH helyszíni kutatása előtt csupán 11 nappal küldött „Yamaha” tárgyú e-mailében.³⁷²

³⁶⁷ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁶⁸ VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁶⁹ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

³⁷⁰ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 62. kérdésre adott válasz

³⁷¹ „Szia Peti! Nem azt mondtad, hogy nem a 100 Ft-on múlik?!” (VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló)

³⁷² VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló

5. Az eljárás alá vontak álláspontja

5.1. Bookangel

386.A vállalkozás előadta, hogy 2017. április 03. napjától kezdődően foglalkozik csak hangszerkereskedéssel, az előző üzemeltetéstől teljesen függetlenül, mindenfajta jogfolytonosságtól mentesen.³⁷³

387.A vállalkozás nyilatkozata szerint fő tevékenységi köre a könyvkiadás és könyvkereskedelem. Attól az időszaktól kezdve, amikortól az Eldorádó Hangszerbolt működtetője a Bookangel Kft. lett, a hangszer-értékesítés jelentős veszteségeket termel. Olyan mértékű veszteségekről van szó, hogy egy-egy termékcsoport árának bármilyen beállításával nem lenne képes előnyt elérni.³⁷⁴

5.2. Csámpai Károlyné e.v.

388.A vizsgálatban feltárt magatartással kapcsolatban előadta, hogy a hangszerkereskedők csak magukat próbálták megvédeni, elsősorban a hangszerpiac legnagyobb szereplőitől, a német Thomantól, a szlovák Muzikertől és a cseh Kytarytól.

389.Az internetes kereskedés megjelenésének nyerteseiként – annak elismerésével, hogy az a kiskereskedők számára lehetőséget is hozott – a nagy európai hangszerboltokat és gyűjtő oldalakat jelölte meg.³⁷⁵

390.A vállalkozás a piaci helyzet jobb megértéséhez a vizsgált időszak általános problémájaként említette, hogy a kiskereskedők – melyek rendszerint egyéni vállalkozók vagy kis családi vállalkozások formájában működtek – adójogi és számviteli ismeretekkel egyáltalán nem rendelkeztek, így igényük mutatkozott ezzel kapcsolatos ismeretterjesztésre és képzésre. A kiskereskedők nagy része nem volt tisztában olyan alapvetőnek tűnő kérdésekkel sem, hogy hogyan kell készletet, költségeket nyilvántartani, és hogy milyen közterhek rakódnak a végfelhasználói árakra. A kiskereskedők többsége nem volt tisztában alapvető árazási kérdésekkel, nem vezetett naprakész nyilvántartást a beszerzett termékek árairól és egyéb költségeiről, és így nem tudta azt sem, hogy egy termék értékesítése adott áron számára nyereséget vagy veszteséget termel-e.

391.A vállalkozás szerint ez volt az oka annak, hogy a kiskereskedői találkozókra a kereskedői árazással kapcsolatos témák is szóba kerültek, és hogy arról egyeztettek, hogy segítséget nyújtanak a kiskereskedőknek az árazás kapcsán.³⁷⁶

392.A Yamahára nem lehetett nyomást gyakorolni, csak a kiskereskedők érdekében álló dolgokat közvetítették a számára. A Mezzoforte szeretett volna bekerülni a nagy múltú hangszerkereskedők közé, de ettől eltekintve a saját útját járta.³⁷⁷

³⁷³ VJ/8-19/2018. sz. adatszolgáltatás 1. pont

³⁷⁴ VJ/8-236/2018. sz. jegyzőkönyv 35. kérdésre adott válasz

³⁷⁵ VJ/8-62/2018. sz. adatszolgáltatás 6c. pont

³⁷⁶ VJ/8-231/2018. sz. adatszolgáltatás 12. kérdésre adott válasz

³⁷⁷ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 20. kérdésre adott válasz

5.3. Eurhythmics

393.A vállalkozás előadása szerint kiskereskedelmi tevékenységet sosem folytattak, kifejezetten nagykereskedelmi tevékenységet végeznek. A vállalkozás a 2008-2019. márciusig terjedő időszakban nem értékesített egyetlen Yamaha MI vagy Yamaha MIPA terméket, de egyetlen Yamaha típusú berendezést sem.

394.A vállalkozás álláspontja szerint működése a teljes iparághoz viszonyítva nem jelentős mértékű.³⁷⁸

5.4. Hangszerdiszkont.hu

395.A vizsgált időszakban uralkodó piaci viszonyokkal kapcsolatban előadta, hogy az egy évtizeddel korábbi állapothoz képest a hangszer-kereskedők száma a felére csökkent. A nagyobb forgalmú vállalkozások helyzete évről-évre nehezebbé vált, ugyanis 2010. után megjelentek a hazai piacon is az Európát behálózó tőkeerős külföldi szereplők. Velük csak az árazás területén vehették fel a harcot, így a korábbi években realizálható átlag 20-25%-os profit 15%-ra, egyes márkák – így a Yamaha esetén – esetén 13% alá csökkent.³⁷⁹

396.A vállalkozás azonosulni, egyetérteni a Yamaha máltai árlistáinak áraival sosem tudott, hiszen az akkor már erős piaci szereplővé vált szlovák Muziker által generált árverseny miatt annak elfogadásával versenyhátrányba kényszerültek volna, így az árakat szabadon határozták meg. Jellemzően rendkívül alacsony, átlagosan 10-15%-os árréssel tudtak dolgozni a hatalmas piaci árverseny miatt.

397.A legtöbb hazai Yamaha viszonteladó önfejlesztő módon tanulta meg a kereskedelmet, az uniós versenyjogi joggyakorlattal nem volt tisztában, ahogyan a vállalkozás maga sem. Az árlistákkal kapcsolatos e-mailek áregyeztetést nem szültek, inkább a kereskedők közötti ellentétek kiéleződéséhez vezettek, mert mindenki a saját üzletpolitikájának elképzelése alapján szeretne meghatározni árait, nem egy kényszer szülte árlista szerint.³⁸⁰

398.A vállalkozás forgalma 2017-2018-ig nem indokolta, hogy a komolyabb kereskedők közé sorolható legyen. A többi kiskereskedő sokáig el sem fogadta a vállalkozást, mivel internetes kereskedőként indultak.³⁸¹

5.5. Hangszerker

399.A vállalkozás a vizsgált időszak egésze alatt nem változtatott azon árazási stratégiáján, hogy az általa forgalmazott termékek fogyasztói árának kialakítása során a beszerzési árat vette alapul, amire szezonális változásokat figyelembe véve 15-25 %-os árrést próbált rátenni.

400.A vállalkozás a zenead@gmail.com e-mail címről érkező e-mailek tartalmát megtekintette, de teljes mértékben ignorálta, a kapcsolódó levelezésnek a vállalkozás üzletpolitikájára érdemi hatása nem volt.

³⁷⁸ VJ/8-52/2018. sz. adatszolgáltatás

³⁷⁹ VJ/8-64/2018. sz. adatszolgáltatás 5/c. pont

³⁸⁰ VJ/8-248/2018. 11. pont

³⁸¹ VJ/8-240/2018. sz. jegyzőkönyv 13. kérdésre adott válasz

401. A vállalkozás kizárólag saját használatra készített fogyasztói árakat tartalmazó árlistát, de ezeket soha semmilyen formában és csatornán nem továbbította más viszonteladóknak vagy a Yamahának.
402. A vállalkozás által látogatott rendezvényeken termék, illetve innovációk bemutatása történt, forgalmazással kapcsolatos kérdések nem merültek fel.³⁸²
403. A vállalkozás a zenead@gmail.com e-mail címről érkező árlistákat nem vette figyelembe az árai meghatározása során. A Yamaha árlistáira sem tudtak hagyatkozni, mert azok túl magas árakat tartalmaztak, nem voltak versenyképesek.³⁸³

5.6. Schmidt Károly e.v.

404. A vállalkozás előadása szerint a vizsgált időszakban jelentek meg Magyarországon az Európai Unió területén működő, magyar nyelvű honlappal is rendelkező webáruházak, melynek nagyon jelentős árleszorító hatása volt. Olyan alacsony áron kínálták a vállalkozás által forgalmazottal azonos, vagy ahhoz hasonló termékeket, hogy azzal bolttal rendelkező kiskereskedőként nem tudott versenyezni.³⁸⁴
405. Előadása szerint a Purple Book bevezetése után az árképzésén a vállalkozás nem változtatott, a piaci árakat a piaci helyzet határozta meg.
406. A vállalkozás a zenead@gmail.com e-mail cím létrehozatalának hátterét nem ismerte, ha bármilyen levél érkezett erről a címről, arra nem reagáltak, vagy automatikusan törölték.³⁸⁵
407. A vizsgált időszakban kialakult piaci helyzetben ahhoz, hogy a vállalkozás életben maradásához szükséges haszonkulcsot biztosítani tudják, külföldi webáruházból, a Thomantól is érdemes volt beszerezni az árut. Végül, a halmozódó veszteségek miatt arra jutottak, hogy be kell fejezni a tevékenységüket.
408. A Yamaha a Purple Bookban meghatározta, hogy milyen feltételekkel lehet a termékeivel kereskedni. Akik nem tartották be e feltételeket, azoknak csökkentették a haszonkulcsukat. A Yamaha a máltai, euróban megadott árakhoz igazította a magyarországi árakat, a mindenkor érvényes euró árfolyam alapján. A vállalkozás azonban ettől a javasolt fogyasztói ártól eltért azzal a gyakorlattal, hogy a termékekhez ajándékokat is kínált. Amikor ezt a Yamaha képviselői nehezményezték, akkor sem változtatott e gyakorlatán.
409. A kiskereskedői találkozókön angolul folyt a kommunikáció. Mivel a vállalkozás képviselője nem beszél és ért angolul, nem tudta, miről folyt a szó.³⁸⁶

5.7. Tajti-Music

410. A vállalkozás nyilatkozata szerint a vizsgált időszak nehézsége volt, hogy a Yamaha termékeket már csak európai raktárakból kapták. Az európai forgalmazók a vállalkozás által kínálnál 15-20%-kal kedvezőbb ajánlatai miatt ezekből a termékekből az elmúlt évek során a

³⁸² VJ/8-170/2018. sz. adatszolgáltatás

³⁸³ VJ/8-186/2018. sz. jegyzőkönyv 10. kérdésre adott válasz

³⁸⁴ VJ/8-68/2018. sz. adatszolgáltatás 4. oldal

³⁸⁵ VJ/8-164/2018. sz. adatszolgáltatás I/8. pont

³⁸⁶ VJ/8-199/2018. sz. jegyzőkönyv

kereskedelmi értékesítéseik mennyisége, valamint az éves profit mértéke jelentősen csökkent. A tőkeerős szereplők mellett egy magyar kereskedő csak minimális profittal tudott kalkulálni. Az EU-s webshopok hazai kiskereskedők számára szinte elérhetetlen ajánlatai sok tízmilliárdos kárt okoznak a hangszer-kereskedelem területén. Közülük 4-5 jelentős kereskedő a magyar piacon megjelenő vállalkozásainak és webshopen keresztül folytatott értékesítési gyakorlatának köszönhetően éves szinten több milliárd forintnyi forgalomtól ejtette el a magyar hangszerkereskedőket.³⁸⁷

411. A vállalkozás nyilatkozata szerint teljes mértékben megfelel a versenyjogi szabályozásoknak, illetve az azok által támasztott követelményeknek. A vállalkozás célja az, hogy a fogyasztók érdekeit megfelelően védje és biztosítsa. A vállalkozás számára kiemelten fontos, hogy az általa forgalmazott termékekhez már az értékesítés során megfelelő szakértelem társuljon, hiszen nagyobb értéket képviselő hangszerekről és hangtechnikai eszközökről van szó, melyeket egy átlagfogyasztó hosszabb időre vásárol, így ez a háztartás költségeit jobban megterhelő vásárlást jelent. Amennyiben szakmai felhasználók vásárolják ezen termékeket, számukra szintén anyagilag jelentős beruházást, megterhelő költséget jelentenek. Továbbá e termékek megvásárlása előtt és használata során is fontos a megfelelő segítség és tanácsadás a fogyasztók és a végfelhasználók számára, valamint kiemelten fontos a kapcsolódó szavatossági/jótállási/szerviz igények megfelelő ellátása is. A vállalkozás előadása szerint eddig sem tanúsított és ezt követően sem fog tanúsítani olyan magatartást, mely a szabad versenyt bármilyen módon korlátozná.

412. [ÜZLETI TITOK]. A vállalkozás a tevékenysége során arra törekedett, hogy a Yamaha által megszabott, betartandó árakat ne vegye figyelembe árazási stratégiája során, célja az önálló árazás kialakítása volt, a piaci körülmények figyelembevételével.³⁸⁸

413. A vállalkozás benyújtott egy, [SZEMÉLYES ADAT] által készített, elemzést a hangszerek (MI) és hangtechnikai eszközök (MIPA) piacait illetően - azok földrajzi és termékpiaci dimenzióira, illetve az eljárás alá vontak piaci részesedéseire is kiterjedően. Álláspontja szerint az elemzésből megállapítható, hogy a GVH által vizsgált magatartások sem az európai MI és MIPA piacok innovációs folyamataira, sem azok árképzésére, illetve termékminőségére nem gyakoroltak számottevő hatást. Sőt mivel a vizsgálat alá vontak részesedése, minden tárgyévben a releváns piac 1%-a körül mozog, ezért erre potenciálisan képes sem lehetett, úgy ahogy valószínűsíthetően más az Iránymutatásban felsorolt mutató vonatkozásában sem. Erre tekintettel kérte az eljárás megszüntetését.³⁸⁹

5.8. Muziker

414. A vállalkozás nyilatkozata szerint kezdetben a magyar vásárlóknak nem volt vonzó az, hogy a vállalkozástól vásároljanak, mert egyrészt az internetes értékesítés speciálisnak számított ezen a területen, másrészt a jótállást is Szlovákiában tudták volna csak érvényesíteni. Ezért a magyar vásárlók megnyerésére kialakított üzletpolitikájuk az volt, hogy a legjobb árat ők kínálják. Ez változott onnantól, hogy magyarországi beszállítókkal is dolgozni kezdtek. Ehhez ugyanis a magyar beszállítók egy feltételt támasztottak, hogy a vállalkozásnak be kell tartania

³⁸⁷ VJ/8-70/2018. sz. adatszolgáltatás 6. pont

³⁸⁸ VJ/8-223/2018. sz. adatszolgáltatás

³⁸⁹ VJ/8-368/2018. sz.

a magyar piac árazását, akár egy külön Magyarországra alkalmazandó árlista készítésével. Ennek kikényszerítését a termékek vagy a felhasználói útmutatók visszatartásával érték el.

415.A vállalkozás álláspontja szerint időközben azonban az üzleti körökben rájöttek, hogy nem ez az út az érvényesüléshez, ezért ennek a dolognak már nincs létjogosultsága, a nagy nemzetközi webshopok megállíthatatlanok, az ilyen gyakorlatot folytató kiskereskedők ellehetetlenülnek. Ezért az előzőekben tárgyalt gyakorlat 2017. év végétől fokozatosan eltűnt.³⁹⁰

5.9. Hangszer Pláza

416.A vállalkozás álláspontja szerint az Európai Unióhoz való csatlakozás jelentette az első nagyobb változást, amikor is a teljes piacnyitás eredményeképpen a magyar vásárlók a jóval kedvezőbb árú külföldi webshopok felé fordultak. Ezzel párhuzamosan, az elmúlt évek alatt egyre több gyártó hagyta ki a magyar nagykereskedelmi céget a disztribúciós láncból, és saját kézbe vette a kiskereskedelmi partnerek kiszolgálását, vagy egy nagy európai nagykereskedelmi cégnek adta át a forgalmazási jogot, így ma már a legtöbb márka Magyarországra is egy külföldi, európai központból érkezik.

417.A vállalkozás nyilatkozata szerint a költségalapú árképzés miatt szinte lehetetlen volt a hatalmas költségekkel működő fizikai boltoknak versenyre kelni a webshopok áraival, a szolgáltatásnyújtással járó munka és költségek a fizikai boltokra hárultak, míg a forgalom egyre nagyobb része realizálódott a webshopoknál.³⁹¹

418.A vállalkozás előadása szerint teljes mértékben megfelel a versenyjogi szabályozásoknak, illetve az azok által támasztott követelményeknek. A vállalkozás célja az, hogy a fogyasztók érdekeit megfelelően védje és biztosítsa. A vállalkozás számára kiemelten fontos, hogy az általa forgalmazott termékekhez már az értékesítés során megfelelő szakértelem társuljon, hiszen nagyobb értéket képviselő hangszerekről és hangtechnikai eszközökről van szó, melyeket egy átlagfogyasztó hosszabb időre vásárol, így ez a háztartás költségeit jobban megterhelő vásárlást jelent. Amennyiben szakmai felhasználók vásárolják ezen termékeket, számukra szintén anyagilag jelentős beruházást, megterhelő költséget jelentenek. Továbbá a termékek megvásárlása előtt és használata során is fontos a megfelelő segítség és tanácsadás a fogyasztók és a végfelhasználók számára, valamint kiemelten fontos a kapcsolódó szavatossági/jótállási/szerviz igények megfelelő ellátása is. A vállalkozás nyilatkozata szerint eddig sem tanúsított és ezt követően sem fog tanúsítani olyan magatartást, mely a szabad versenyt bármilyen módon korlátozná.

419.[ÜZLETI TITOK]. A vállalkozás a tevékenysége során arra törekedett, hogy a Yamaha által megszabott, betartandó árakat ne vegye figyelembe árazási stratégiája során, célja az önálló árazás kialakítása volt, a piaci körülmények figyelembevételével.³⁹²

420.A vállalkozás szerint a Music Expóval kapcsolatos megbeszélések során csak a kiállítás körülményeiről egyeztettek, piaci kérdésekről nem.³⁹³

³⁹⁰ VJ/8-215/2018. sz. (betekínthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv

³⁹¹ VJ/8-100/2018. sz. adatszolgáltatás c) pont

³⁹² VJ/8-220/2018. sz. adatszolgáltatás

³⁹³ VJ/8-213/2018. sz. jegyzőkönyv 15. kérdésre adott válasz

421.A vállalkozás szintén benyújtotta a Tajti-Music által is beadott közgazdasági elemzést, melyre tekintettel kérte az eljárás megszüntetését.³⁹⁴

6. Jogi értékelés

6.1. Alkalmazandó jog

6.1.1. *Tpvt. alkalmazhatósága, hatálya*

422.A Tpvt. 1. § (1) bekezdése szerint e törvény hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak – ideértve a külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepét is a VI. fejezetben szabályozott magatartások kivételével – (a továbbiakban az előzőek együtt: vállalkozás) Magyarország területén tanúsított piaci magatartására, kivéve, ha törvény eltérően rendelkezik. A törvény hatálya alá tartozik továbbá – a II-III. fejezetekben szabályozott magatartások kivételével – a vállalkozás külföldön tanúsított magatartása is, ha annak hatása Magyarország területén érvényesülhet.

6.1.2. *A GVH hatásköre, illetékessége*

423.A Tpvt. 33. § (1) bekezdése szerint a GVH ellátja mindazon feladatokat, amelyeket az európai közösségi versenyszabályok a tagállami versenyhatóság hatáskörébe utalnak.

424.A Tpvt. 44. § (2) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárást a Gazdasági Versenyhivatal folytatja le. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpvt. 45. §-a állapítja meg.

425.Az 1/2003/EK rendelet 5. cikke szerint a tagállamok versenyhatóságainak hatáskörük van arra, hogy egyedi esetekben az EUMSZ. 101. cikkét alkalmazzák.

6.1.3. *Az alkalmazandó EUMSZ. szabályok*

426.A Tpvt. 1. § (2) bekezdése alapján az EUMSZ. 101. cikkének alkalmazása során az e cikk hatálya alá tartozó piaci magatartásra is a Tpvt. eljárási rendelkezéseit kell alkalmazni akkor, ha a Szerződés 81. és 82. cikkében foglalt versenyszabályok végrehajtásáról szóló 2002. december 16-i 1/2003/EK tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1/2003/EK rendelet) alapján a Gazdasági Versenyhivatal eljárásának van helye.

427.Az 1/2003/EK rendelet 3. cikk (1) bekezdése kimondja, hogy amikor a tagállamok versenyhatóságai az EUMSZ. 101. cikk (1) bekezdése szerinti megállapodásokra, vállalkozások társulásainak döntéseire vagy összehangolt magatartásokra – amelyek az ezen előírás szerinti értelemben befolyásolhatják a tagállamok közti kereskedelmet (a továbbiakban: TKKÉ) – nemzeti versenyjogot alkalmaznak, akkor az ilyen megállapodásokra, döntésekre vagy összehangolt magatartásokra az EUMSZ. 101. cikkét ugyancsak alkalmazzák.

428.Annak eldöntésére, hogy az adott megállapodás vagy összehangolt magatartás alkalmas-e arra, hogy érintse a tagállamok közötti kereskedelmet, a TKKÉ közlemény szolgál eligazításul.

³⁹⁴ VJ/8-367/2018. sz.

- 429.A TKKÉ közlemény 13. pontja szerint a kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma az EUMSZ. 101. cikke alkalmazásának hatókörét azokra a megállapodásokra és magatartásokra korlátozza, amelyek alkalmasak arra, hogy az Unión belül legalább minimális szinten, határokon átnyúló hatást gyakoroljanak.
- 430.A kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma egy olyan önálló, uniós jogi kritérium, amelyet minden esetben egyedileg kell értékelni. Joghatóság elhatároló kritérium, amely meghatározza a közösségi versenyjog alkalmazásának hatókörét.³⁹⁵
- 431.Az EUMSZ. 101. cikk megfogalmazásából, valamint az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlatából következik, hogy a kereskedelemre gyakorolt hatás kritériumának alkalmazásakor különösen három összetevővel kell foglalkozni: 1) a tagállamok közötti kereskedelem, 2) a hatás lehetősége, valamint 3) az érzékelhetőség fogalma.
- 432.A jelen eljárásban vizsgált magatartás kapcsán Magyarország teljes területe érintett. A TKKÉ közlemény 78. pontja szerint az egy tagállam egészére kiterjedő a versenytársak közötti olyan megállapodások, melyek közvetlen vagy közvetett célja az árak rögzítése hatást gyakorolhatnak a tagállamok közötti kereskedelemre. A TKKÉ közlemény 88. pontja szerint az egy tagállam egészére kiterjedő és forgalomképes termékre vonatkozó vertikális megállapodás hatást gyakorolhat a tagállamok közötti kereskedelemre, még akkor is, ha nem képezi a kereskedelem közvetlen akadályát. Erre figyelemmel tehát a jelen eljárás során vizsgált magatartások hatással lehetnek a tagállamok közötti kereskedelemre.
- 433.Ami az érzékelhetőség kritériumát illeti, annak kapcsán a TKKÉ közlemény az ún. NAAT-szabályt tartalmazza, amely a 101. cikk (1) bekezdése szerinti megállapodásokra vonatkozóan egy negatív vélelmet állít fel. E szerint egy horizontális vagy egy vertikális megállapodás elvileg nem alkalmas arra, hogy érzékelhető hatást fejtessen ki, ha a felek együttes piaci részesedése egyetlen olyan, a Közösségen belüli érintett piacon sem haladja meg az 5%-ot, amelyre a megállapodás hatással van és – horizontális megállapodás esetén – az érintett vállalkozások, – vertikális megállapodások esetén – a szállítók megállapodás tárgyát képező termékekkel megvalósított összesített éves közösségi forgalma nem haladja meg a 40 millió eurót.³⁹⁶
- 434.Az olyan megállapodások esetén, amelyek természetüknél fogva képesek hatást gyakorolni a tagállamok közötti kereskedelemre, mint például az exportot vagy importot érintő vagy a több tagállamra is kiterjedő magatartások, pozitív megdönthető vélelem áll fenn az érzékelhetőségre, ha a közösségi forgalom meghaladja a 40 millió eurót. Szintén feltételezhető az érzékelhetőség az ilyen megállapodások esetén, amennyiben a felek piaci részesedése nagyobb, mint 5%.³⁹⁷
- 435.A TKKÉ közlemény 54. pontja értelmében a 40 millió eurós értékhatár tekintetében a forgalom számításának alapja az érintett vállalkozások által az előző üzleti évben a megállapodás tárgyát képező termékekkel (szerződéses termékek) megvalósított, adózás előtti teljes közösségi értékesítés.

395 TKKÉ közlemény 12. pontja, 56/64. és 58/64. sz. egyesített ügyek, Consten és Grundig (EBHT 1966., 429. o.), valamint 6/73. és 7/73. sz. egyesített ügyek, Commercial Solvents (EBHT 1974., 223. o.)

396 Lásd a TKKÉ Közlemény 52. pontját

397 Lásd a TKKÉ Közlemény 53. pontját

436.Figyelemmel a fenti 2.2 és 2.3 pontokban bemutatott piaci részesedési adatokra, összességében a hangszer- és hangtechnikai termékek piacán a Yamaha piaci részesedése az eljárás során feltártak alapján biztosan meghaladja az 5 %-ot, illetve az eljárás alá vontak piaci részesedése is jelentős, 40% körül van. Ezen kívül a Yamaha Music Europe Gmbh közösségi forgalma önmagában is meghaladja a 40 millió eurót, tehát a pozitív vélelem ezen az alapon fennáll.

437.A jelen eljárásban vizsgált vállalkozások együttes piaci részesedése tehát az érintett piacon az 5 %-ot meghaladja és közösségi forgalma szintén meghaladja a 40 millió eurót. A vizsgált magatartás a fentiek szerint jellegénél fogva képes érzékelhető hatást gyakorolni a tagállamok közötti kereskedelemre, így a fenti pozitív vélelem alkalmazható. A viszonteladási árat rögzítő megállapodások közvetlen hatást gyakorolhatnak a tagállamok közötti kereskedelemre a más tagállamokból érkező behozatal növelésével és az érintett tagállamból megvalósuló kivitel csökkentésével. A viszonteladási árat rögzítő megállapodások a kereskedelem szerkezetére nagyon hasonló módon hathatnak, mint a horizontális kartellek. Amennyiben a viszonteladási ár rögzítéséből adódó ár magasabb, mint a más tagállamokban érvényesülő, ez az árszint csak akkor tartható fenn, ha a más tagállamokból származó behozatal ellenőrzés alatt tartható. A Yamaha, illetve az előbbieken bemutatottaknak megfelelően az eljárás alá vont kiskereskedők továbbá jelentős szereplői az eljárás során vizsgált érintett piacnak, illetve a kiskereskedők között létrejött megállapodás az előbbieken bemutatottak szerint a külföldi online kereskedők magyar piactól való távoltagezését is szolgálta.

438.Előbbiekre tekintettel a szóban forgó magatartás – annak jellegéből és a piac fentebb részletezett jellemzőiből fakadóan – érzékelhető mértékben érintheti a tagállamok közötti kereskedelmet, így az eljárás alá vont vállalkozások magatartására – a Tpv. 11. §-a mellett – az EUMSZ. 101. cikkét is alkalmazni szükséges.

439.A Tpv. és az EUMSZ. megállapodásokra vonatkozó anyagi jogi szabályainak tartalmi egyezőségére és az 1/2003/EK rendelet fent hivatkozott rendelkezésére tekintettel az eljáró versenytanács a vizsgált magatartást együttesen értékelte az EUMSZ. 101. cikke és a Tpv. 11. §-a alapján. Ennek megfelelően az eljáró versenytanács a továbbiakban együtt kezeli e két jogszabályt, kitérve az esetleges különbségekre. Az értékelés során az eljáró versenytanács figyelemmel volt az EUMSZ. és a Tpv. alkalmazása körében kialakult, jelen ügyben releváns hatósági és bírói joggyakorlatra is.

6.1.4. Érintett piac

440.Ármeghatározó, illetve piacfelosztó kartell (kőkemény kartell) esetén a piaci részesedés meghatározásának nincs jelentősége, tekintettel arra, hogy a csekély piaci részesedésen alapuló mentesülés kőkemény kartell esetén kizárt. Ennek következtében az érintett piacnak a Tpv. 14. § rendelkezéseiben foglaltak szerinti meghatározásának nincs kiemelt jelentősége,³⁹⁸ ezért azt teljes pontossággal nem is kell meghatározni.³⁹⁹

441.Az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazásakor csak akkor szükséges az érintett piac meghatározása, ha e meghatározás nélkül nem állapítható meg, hogy a szóban forgó megállapodás, a vállalkozások társulása által hozott döntés vagy az összehangolt magatartás

³⁹⁸ Leg. Bír. Kfv.IV.37.236/2009/11., Vj-20-2005

³⁹⁹ Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.195/2012/6.számú ítélet, Vj-162/2004

érintheti-e a tagállamok közötti kereskedelmet, és a belső piacon belül a verseny akadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza-e, vagy ilyen hatása van-e.⁴⁰⁰

442.A versenykorlátozó célú megállapodások esetében az érintett piacot a megállapodásban részes felek magatartása határozza meg, amennyiben is versenyellenes tevékenységüket e piacra összpontosítják.⁴⁰¹

443.Az Európai Bíróság⁴⁰² és a GVH joggyakorlata⁴⁰³ is azt támasztja alá, hogy a Bizottság az érintett piac meghatározása során jogosult azon termékek körét az érintett piacként meghatározni, amivel kapcsolatban a felek a megállapodást megkötötték. A GVH és a bíróságok következetes gyakorlata értelmében az érintett piac meghatározása a versenykorlátozó célú megállapodások és összehangolt magatartások esetében jellemzően a csekély jelentőség megállapítása szempontjából bírhat relevanciával.

444.A jelen eljárásban a hangszer- és hangtechnikai termékek kiskereskedelmi értékesítése tekintendő a vizsgált magatartással érintett termékpiacnak. Az eljárás a Yamaha termékek végfogyasztói árai kapcsán a kiskereskedők és a Yamaha magatartását vizsgálta.

445.Az eljárás alá vont vállalkozások a termelési és értékesítési lánc két eltérő szintjén vannak jelen; a Yamaha, a Yamaha termékek nagykereskedelmi szintjét képviseli, az eljárás alá vont kiskereskedők, a kiskereskedelmi szinten online és offline hangszerboltokat működtetnek az ország területén, illetve külföldön, magyar fogyasztókat célozva.⁴⁰⁴

446.Az egyes, Yamaha által gyártott és forgalmazott termékcsoportok, illetve akár az azokba tartozó egyes hangszerek, hangtechnikai eszközök keresleti és kínálati szempontból, azok speciális tulajdonságai miatt nem helyettesítő termékei egymásnak. Ugyanakkor a vizsgált megállapodás tárgya és az értékesítési hálózat kialakításának jellege alapján, a hangszer- és hangtechnikai termékek kiskereskedelmi piacának egésze tekinthető érintett termékpiacnak, az alábbi, részletesen kifejtett szempontok figyelembevételével.

⁴⁰⁰ T-396/10. sz. *Zucchetti Rubinetteria SpA Európai Bizottság* ügyben hozott ítélet [EBHT 2013., 000 o.]28. pontja

⁴⁰¹ T-71/03. sz. *Tokai Carbon kontra Bizottság* ügyben hozott ítélet [EBHT 2005., 10. o.] 90. pontja

⁴⁰² T-71/03, 74/03, 87/03, 91/03 egyesített ügy, 90. pont In so far as Tokai alleges that the Commission erred in defining the worldwide market as being that for isostatic graphite in blocks and cut blocks, its plea is manifestly irrelevant. It is not the Commission which arbitrarily chose the relevant market but the members of the cartel in which Tokai participated who deliberately concentrated their anti-competitive conduct on unmachined products, that is isostatic graphite in blocks and cut blocks.), COMP/C.39181 ügy, 263. pont.[The Commission is entitled to base its description of the relevant market in cartel cases on the conduct of the participating undertakings. At paragraph 90 of its judgment in Tokai Carbon and others v Commission, (Joined Cases T-71/03, T-74/03, T-87/03 and T-93/03 Tokai Carbon and others v. Commission [2005] ECR I-10, paragraph 90.) the Court of First Instance states: “It is not the Commission which arbitrarily chose the relevant market but the members of the cartel in which [the Applicant] participated who deliberately concentrated their anti-competitive conduct on [the identified] products.” The Commission equally recalls that following the consistent jurisprudence of the Community courts (See for example Case T-38/02 Groupe Danone v Commission , [2005] ECR II - 4407, paragraph 99, and Case T-48/02 Brouwerij Haacht NV v Commission, [2005] ECR II-5259, paragraph 58 and the jurisprudence cited in these paragraphs.) the Commission was, in the circumstances, under no duty to define the relevant market, given that the agreements or concerted practices in question were liable to affect trade between Member States and had as their object the restriction and distortion of competition within the common market.]

⁴⁰³ A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a Tpv-tel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései, 2019. 14.3. A megállapodással érintett piacot maguk a megállapodásban részes vállalkozások határolják be azzal, hogy versenyellenes magatartásukat tudatosan terjesztik ki a termékek, illetve szolgáltatások meghatározott körére.

(Vj/3/2008.)

⁴⁰⁴ Az érintett piac ily módon történő szétválasztását követi a svéd versenyhatóság hangszertermékeket vizsgáló 187/2018. sz. döntésében.

Lásd: <https://www.konkurrensverket.se/globalassets/dokument/konkurrens/beslut/avskrivningsbeslut/18-0187-musikinstrument.pdf> (angol nyelven VJ/8-393/2018. sz. feljegyzés melléklete)

447. A Yamaha az általa gyártott és forgalmazott termékeket nagykereskedelmi értékesítése során egységesen kezeli. E körben kiemelendő, hogy a vizsgálattal érintett egyes termékcsoportok értékesítését ugyanaz a kereskedelmi képviselő látja el, az egyes termékcsoportokra vonatkozó szerződések a hangszerboltokban kiállított termékekre vonatkozó mennyiségi szabályok tekintetében térnek el csupán, az értékesítés fő szabályai megegyezők, így az eljárás során vizsgált Purple Book, és így a máltai árlista is, minden Yamaha termékre alkalmazandó volt.
448. Az egységes értékesítési kritériumok mellett a Yamaha a termékekre vonatkozó árlistákat is egységes szerkezetben adja ki, így az eljárás során vizsgált magatartás is egységesen, minden azonosított termék kategóriát érintett. Az árlisták ugyan termékcsopontonként kerültek kiküldésre, azonban azok tartalma, a feltüntetett árak kiszámításának módja megegyezik bennük. Fontos megjegyezni, hogy a vizsgált időszak kezdetén az eljárás alá vontak által készített árlista a legnépszerűbb 25 Yamaha termékre terjedt ki („TOP 25 termék”), azonban ezek a termékek is több termékcsoportot lefedtek, ilyen módon, ebben az időszakban is egységesen kezelték a termékeket.
449. A kiskereskedelmi szint tekintetében, a vizsgálati jelentéssel egyezően, megállapítható, hogy a hangszerboltok jellemzően a termékcsoportok széles körét forgalmazzák, így több termékcsoportra szerződnek mind online, mind offline áruházaikban, bár egy-egy termékcsoport esetében nagyobb szakértelem és választék áll rendelkezésre, a kiskereskedők versenyeznek egymással termékválasztékuk szélességével is.
450. Tekintettel arra, hogy a vizsgált magatartás a Yamaha termékek kiskereskedelmi értékesítését érinti, melynek során a Yamaha termékeket mind a Yamaha, mind az eljárás alá vont kiskereskedők egységesen kezelték, az értékesítésük során általános, minden termékcsoportra kiterjedő szabályokat alkalmaztak, az érintett termékpiac termékenkénti, termékcsopontonkénti meghatározása nem indokolt.
451. Érintett földrajzi piacként Magyarország területe azonosítható, tekintettel arra, hogy a Yamaha az ország egész területét egy egységként kezeli, az eljárás alá vont kiskereskedők online áruházai az ország egész területén kiszállítanak, valamint az eljárás alá vont kiskereskedők üzletei az ország különböző pontjain megtalálhatóak.
452. Az eljárás során vizsgált magatartás lényeges eleme a kiskereskedők által összeállított Magyarországra vonatkozó, forintban megjelenő árlista, melyet az ország valamennyi kiskereskedőjének eljuttattak, annak érdekében, hogy a Yamaha termékek az általuk elérni kívánt árszínvonalon jelenjenek meg.
453. Az eljárás során megkeresett vállalkozások, illetve a feltárt elektronikus bizonyítékok alapján a magyar kiskereskedők jelentős versenytársként tartanak számon külföldi, online hangszerkereskedéssel foglalkozó vállalkozásokat,⁴⁰⁵ ezen vállalkozásokban közös, hogy magyar nyelvű oldalt és magyar nyelvű ügyfélszolgálatot üzemeltetnek, így célozva a magyar fogyasztókat. Figyelemmel erre, illetve az ország specifikus árlistára, a földrajzi piac Magyarország területénél szélesebben történő meghatározása nem indokolt.

⁴⁰⁵ A az eljárás alá vontak által legtöbbet említettek a Muziker mellett a Thomann és a Kytary

454.A Yamaha a hangszerek és hangtechnikai eszközök széles választékát gyártja és forgalmazza, ez a széles kínálat nem jellemző többi versenytársára, így az egyes termékcsoportokban eltérő vállalkozások vannak jelen a Yamaha mellett a piacon. Az egyes termékcsoportok között, illetve azokon belül a termékek eltérő tulajdonságai miatt nem értelmezhető a keresleti és kínálati helyettesíthetőség. A más márkák azonos fajtájú termékei viszont helyettesítő termékei a Yamaha termékeinek.

455.A Yamaha értékesítési rendszere az egész ország területére kiterjed, az eljárás alá vont kiskereskedők az eljárás során feltártak alapján a fogyasztó számára nyilvánosan megjelenő árak minimális szintjének meghatározását tűzték ki célul, mely árazás általában véve országos volt, és az árlisták elérték az ország különböző pontjain lévő kiskereskedőket.

6.1.5. Versenykorlátozó megállapodások tilalma

456.A Tpv. 11. §-a szerint tilos a vállalkozások közötti megállapodás és összehangolt magatartás, valamint a vállalkozások társadalmi szervezetének, a köztestületnek, az egyesülésnek és más hasonló szervezetnek a döntése (a továbbiakban együtt: megállapodás), amely a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza, vagy ilyen hatást fejthet, illetve fejt ki. Nem minősül ilyennek a megállapodás, ha egymástól nem független vállalkozások között jön létre. A Tpv. 11. § (2) bekezdése alapján ez a tilalom vonatkozik különösen a) a vételi vagy az eladási árak, valamint az egyéb üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett meghatározására.

457.Az EUMSZ. 101. cikke a Tpv.-vel érdemében azonos szabályozást tartalmaz. Az EUMSZ. 101. cikke szerint a közös piaccal összeegyeztethetetlen és tilos minden olyan vállalkozások közötti megállapodás, vállalkozások társulásai által hozott döntés és összehangolt magatartás, amely hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre, és amelynek célja vagy hatása a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása, így különösen a) a beszerzési vagy eladási árak, illetve bármely egyéb üzleti feltétel közvetlen vagy közvetett rögzítése.

6.1.6. Megállapodás és összehangolt magatartás a versenyjogban

458.A vállalkozások közötti megállapodások és összehangolt magatartások versenyjogi megítélésének kiindulópontja azon követelmény, hogy a vállalkozások piaci döntéseiket önállóan hozzák meg, mellőzve a versenytársaikkal akarategységben tanúsított piaci magatartást.⁴⁰⁶ A piaci szereplőknek saját maguknak, önállóan kell kialakítaniuk a piacon általuk alkalmazott üzletpolitikát, követett magatartást.⁴⁰⁷

459.A Tpv. 11. §-a szerinti megállapodás nem esik egybe a polgári jogi vagy társasági jogi értelemben vett megállapodással. A versenyjogi értelemben vett megállapodás nemcsak írásos szerződés formájában, hanem egyéb módon is létrejöhet. A megállapodás ténye lehet a résztvevők magatartásával kifejezett vagy abba beleértett, azaz szükséges és egyben elegendő feltétel, ha az érintett felek akarategyezsége megállapítható vagy a felek megállapodásra utaló magatartást tanúsítanak.⁴⁰⁸ Megállapodás jön létre a felek között, ha csatlakoznak egy közös

⁴⁰⁶ Ld. pl. a Fővárosi Ítélet tábla 2.Kf.27.798/2006/7., 2.Kf.27.232/2007/14., 2.Kf.27.052/2007/22. számú ítéleteit.

⁴⁰⁷ Vj-69/2008/538., Vj-69/2008/539., Vj-69/2008/564. sz. határozat 198-201. pont

⁴⁰⁸ Lásd a T-325/01. sz. DaimlerChrysler AG kontra Európai Közösségek Bizottsága ügyben 2005. szeptember 15-én hozott ítélet [EBHT 2005., II-3319. oldal] 199-200. pontjait.

tervhez, amely korlátozza, vagy feltehetőleg korlátozza önálló gazdasági tevékenységüket azáltal, hogy meghatározza a piacon követendő magatartás, vagy magatartástól tartózkodás irányát. Írásba foglalása, formális elemek jelenléte, szerződéses jogkövetkezmények vagy végrehajtási intézkedések meghatározása nem szükséges a megállapodás létrejöttéhez.⁴⁰⁹

460. Jóllehet a Tpv. 11. §-a különbséget tesz a megállapodás és az összehangolt magatartás fogalma között, ennek célja, hogy e jogszabályhely tilalma alá vonja az együttműködés minden olyan formáját is, amely esetében az ugyan nem éri el egy megállapodásként aposztrofálható szintet, de amely elegendő ahhoz, hogy a felek tudatosan, tényleges együttműködésre cseréljék a verseny kockázatait.

461. A függetlenség követelménye ugyan nem fosztja meg a vállalkozásokat attól, hogy alkalmazkodjanak versenytársaik, illetve üzleti partnereik tényleges vagy feltételezett jövőbeli magatartásához, azonban szigorúan kizár e vállalkozások között minden olyan közvetlen vagy közvetett kapcsolatot, amelynek célja vagy hatása akár valamely tényleges vagy potenciális versenytárs, illetve más üzletfél magatartásának befolyásolása, akár pedig e vállalkozás számára annak feltárása, hogy ő maga milyen piaci magatartás tanúsításáról döntött, vagy milyen magatartást fontolgat.⁴¹⁰

462. Így a versenykorlátozás tilalma alá eshet egy magatartás akkor is, ha a felek ugyan nem csatlakoztak kifejezetten valamilyen, a piaci magatartásukat meghatározó közös tervhez, mégis tudatosan alkalmazzák az összejátszás olyan formáit, amelyek elősegítik piaci magatartásuk koordinálását.⁴¹¹ A magatartások e tudatos összehangolására az érintettek közötti közvetlen kapcsolat hiányában is sor kerülhet, a lényeg az, hogy az abban részes vállalkozások tudata találkozzék, azaz egymás magatartására tekintettel versenykorlátozóan alakítsák saját magatartásukat.⁴¹²

463. A megállapodások csoportosíthatók aszerint, hogy azok a termelési és értékesítési lánc azonos, vagy különböző szintjein jelenlévő vállalkozások között jönnek létre. A termelési és értékesítési lánc azonos szintjén jelenlévő vállalkozások között létrejött megállapodás a horizontális megállapodás, a különböző szinteken jelenlévő vállalkozások között létrejött megállapodást vertikális megállapodásnak nevezik. A két típusra egyformán a Tpv. 11. §-a és az EUMSZ. 101. cikke vonatkozik, azonban értékelési és mentesülési szabályaik különböznek.

464. A versenyjog nemcsak a megállapodás révén, hanem az összehangolt magatartással megvalósuló versenykorlátozásokat is tiltja annak érdekében, hogy a versenykorlátozás tilalma a megállapodás szintjét (és formáját) el nem érő, de ugyanúgy tudatos versenykorlátozást magában hordozó összehangolt vagy egyeztetett magatartásokra is kiterjedjen. A versenyjog így tilalmazza a vállalkozások közötti koordináció azon fokát is, amely ugyan nem éri el a megállapodás szintjét, de a gyakorlatban a vállalkozások versenyt veszélyeztető kooperációját jelenti, a vállalkozások közötti együttműködés olyan formáját,

⁴⁰⁹ Lásd például a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.564/2007/18. számú ítéletét, vagy az Elsőfokú Bíróságnak a T-41/96. sz. Bayer kontra Európai Bizottság ügyben 2000. október 26-án hozott ítéletét, és a T-49/02-T-51/02. sz. Brasserie Nationale SA és társai kontra Európai Bizottság ügyekben 2005. július 27-én hozott ítéletet.

⁴¹⁰ A 40-48/73. sz. *Suiker Unie és mások kontra Bizottság* egyesített ügyekben hozott ítélet [EBHT 1975] 1663. o.

⁴¹¹ Lásd még a T-7/89. sz. *Hercules kontra Bizottság* ügyben hozott ítélet [EBHT 1991.] II-1711. o., 256. pontját

⁴¹² Főv. Ítéltábla 2.Kf. 27.713/2006/6., Főv. Ítéltábla 2. Kf. 27.212/2003/17

amely a verseny, a verseny kockázatainak (azok egy részének) helyébe lép (szándékozik lépni).

465.A versenyjogi gyakorlat szerint „a vállalkozások magatartása egymástól való függetlenségének követelménye kizár minden olyan közvetlen vagy közvetett kapcsolatot a piaci szereplők között, amelynek célja vagy hatása a versenytársak piaci magatartásának befolyásolása, vagy a saját maga által követendő magatartás feltárása a versenytársak előtt. A kartellmagatartások (megállapodás, összehangolt magatartás, döntés) az egyeztetés révén kizárják a piaci magatartással kapcsolatos bizonytalanságot. Így a vállalkozások közötti kapcsolatfelvétel célja, vagy hatása, a vállalkozások piacon tanúsított magatartásának összehangolása, kizárja a vállalkozások által követett magatartások autonóm, egymástól függetlenül tanúsított, spontán, párhuzamos jellegének a megállapíthatóságát. Összehangolt magatartásnak minősül, ha egy bizonyos magatartás tanúsítása előtt az érintett vállalkozások közvetlen találkozt szerveznek, azon részt vesznek, és ott a közbeszerzési eljárás során tanúsított magatartások lehetséges módozatairól tárgyalnak [...]”⁴¹³

466.Összehangolt magatartásnak minősül, például a vállalkozás olyan összejövetelel való részvétele, amelyen a résztvevő vállalkozások jövőbeni piaci magatartásukra vonatkozó információkat közlik, cserélik ki egymással, mivel az így a versenytársak tudomására hozott információkat azok szükségszerűen figyelembe veszik piaci magatartásuk meghatározásakor. Ezen kívül az adott vállalkozás saját piaci magatartásának alakítása során (közvetlenül vagy közvetve) tekintettel van a versenytársak által közölt információkra, azaz ellenkező bizonyításáig az összehangolásban résztvevő és a piacon aktívan tevékenykedő vállalkozások számításba veszik a versenytársak által közölt információkat piaci magatartásuk meghatározása során. Az összehangolt magatartás fogalmi körébe vonható versenykorlátozó gyakorlatok esetében döntő szerephez jut a vállalkozások szándéka és az ebből eredő tudatos versenykorlátozás léte vagy lehetősége.

467.Ha egy vállalkozás versenytársai előtt felfedi az általa a piacon a jövőben tanúsítandó magatartást (pl. alkalmazni kívánt árait, felmerült költségeit, kapacitásait, ügyfélállományára vonatkozó egyéb adatokat stb.) és versenytársait – jövőbeni magatartásuk befolyásolása céljából – ugyanezen magatartásra buzdítja, ésszerűen feltételezheti, hogy versenytársai az általa közölt információknak megfelelő magatartást fognak tanúsítani, vagy legalábbis figyelembe fogják venni azokat a piacon követett magatartásuk meghatározásakor. Mindez azt eredményezi, hogy az érintett vállalkozások a verseny kockázatai helyébe a köztük lévő kooperációt léptetik.

468.Mindazonáltal a joggyakorlat tükrében megállapítható, hogy a vállalkozások közötti együttműködésnek, összejátszásnak, magatartásaik összehangolásának számtalan formája és intenzitása lehetséges. Ennek megfelelően a vállalkozások jogsértést követnek el (összehangolt magatartást tanúsítanak), ha egy olyan, a jövőbeni piaci magatartással kapcsolatos bizonytalanság helyébe lépő mechanizmusban vesznek részt, amely szükségszerűen magában rejti azt, hogy mindegyik vállalkozás jövőbeni piaci magatartásának kialakítása során figyelembe veheti a versenytársaktól kapott információkat.

469.A versenyjog általában azon versenykorlátozó jogsértéseket tekinti egységesnek, amelyekben résztvevő vállalkozások minden intézkedése ugyanazon versenyellenes célt vagy hatást

⁴¹³ A Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.798/2006/7. sz. ítélete a VJ-74/2004. sz. ügyben.

szolgálja. Az ilyen típusú jogsértések akkor minősülnek komplexnek, ha versenykorlátozó megállapodások és összehangolt magatartások útján egyaránt megvalósították.

470. Az összehangolt magatartás fogalma olyan együttműködési formát jelent a vállalkozások között, amely révén – anélkül, hogy a vállalkozások eljutnának egy megállapodás megkötéséig – a vállalkozások a verseny kockázatait tudatosan helyettesítik [*knowingly substitute*, más magyar fordításban: szándékosan kiiktatják⁴¹⁴] az egymás közötti gyakorlati együttműködéssel.⁴¹⁵

471. Az Európai Bíróság a VM Remonts ügyben azt is kiemelte,⁴¹⁶ hogy abban az esetben is megállapítható egy vállalkozás összehangolt magatartásért való felelőssége, ha a vállalkozásnak tudomása volt a versenytársai által követett versenyellenes célokról, és azokhoz hozzá kívánt saját magatartásával is járulni, vagy ha az említett vállalkozás ésszerűen előre láthatta a versenytársainak a versenyellenes tevékenységét, és kész volt ennek kockázatát elfogadni.

472. Megállapítható adott vállalkozás felelőssége a versenyellenes célú megállapodások vagy összehangolt magatartás tekintetében, amennyiben saját magatartásával hozzá kívánt járulni a valamennyi résztvevő által követett közös célokhoz, és tudomása volt a más vállalkozások által ugyanezen célok elérése végett tervezett vagy ténylegesen megvalósított magatartásokról, illetve azt, hogy e magatartásokat ésszerűen előre láthatta, és kész volt azok kockázatát elfogadni.⁴¹⁷

473. Végezetül megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy nincs kiemelt jelentősége, hogy a vállalkozások által tanúsított magatartások megállapodásnak vagy összehangolt magatartásnak minősülnek-e, azaz nem a vállalkozások által tanúsított magatartás formája a döntő tényező, hanem annak tartalma. Ezzel kapcsolatban utal az eljáró versenytanács a következő ítéleti megállapításra: „*Így az állandó ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy noha az EK 81. cikk megkülönbözteti az „összehangolt magatartás” fogalmát a „vállalkozások közötti megállapodás”, illetve a „vállalkozások társulásai által hozott döntés” fogalmától, ezt azért teszi, hogy az e rendelkezésben szereplő tilalmakat a vállalkozások piaci magatartása összehangolásának különböző formáira kiterjessze (lásd különösen: Imperial Chemical Industries kontra Bizottság ítélet, 48/69, EU:C:1972:70, 64. pont; Bizottság kontra Anic Partecipazioni ítélet, C-49/92 P, EU:C:1999:356, 112. pont; Asnef-Equifax és Administración del Estado ítélet, EU:C:2006:734, 32. pont), és így elkerülje, hogy a vállalkozások kivonhassák magukat a versenyszabályok hatálya alól kizárólag azon forma miatt, amelyben e magatartást egyeztetik.*”⁴¹⁸

6.1.7. A megállapodás versenykorlátozó jellege

474. Amennyiben a versenyfelügyeleti eljárás során megállapítást nyert, hogy a gazdasági szereplők akarategyezésre jutottak, amely egyaránt öltheti megállapodás, összehangolt magatartás, illetve döntés formáját, és amely a gazdasági verseny megakadályozását,

⁴¹⁴ C-286/12. P. sz., Dole kontra Bizottság ügyben hozott ítélet (ECLI:EU:C:2015:184) 56. pontja

⁴¹⁵ Lásd például C-8/08. sz. T-Mobile Netherlands ügyben hozott ítélet 26. pontját; a C-89/85. és további sz. Wood Pulp egyesített ügyekben hozott ítélet (EBHT 1993., 1307. o.) 63. pontját.

⁴¹⁶ C-542/14. számú, SIA „VM Remonts” ügyben született ítélet, ECLI:EU:C:2016:578, 33. pont

⁴¹⁷ 1999. július 8-i Bizottság kontra Anic Partecipazioni ítélet, C-49/92 P, EU:C:1999:356, 87. pont

⁴¹⁸ C-382/12. P Mastercard és társai kontra Európai Bizottság ügyben 2014. szeptember 11-én hozott ítélet ECLI:EU:C:2014:2201, 62-63. pontok

korlátozását vagy torzítását akár csak célozza vagy ténylegesen, illetve potenciálisan ilyen hatással jár, már megvalósul a versenyjogi jogsértés. Éppen ezért, a jogsértés megállapításához a megállapodás tényleges piaci hatásának vizsgálata szükségtelen. Nem a jogsértés megállapítására, hanem esetleg a szankció, így a bírság mértékének megállapítására tartozó kérdés lehet az, hogy a versenytorzító célú, vagy erre alkalmas megállapodás konkrétan ki is fejtett-e ilyen hatást.⁴¹⁹

475. Egy megállapodás vagy összehangolt magatartás versenykorlátozó célúnak minősül, amennyiben jellege alapján a verseny korlátozására alkalmas. Sem a magyar, sem az európai joggyakorlat szerint nem szükséges megvizsgálni a megállapodás, illetve az összehangolt magatartás versenyre gyakorolt tényleges vagy potenciális hatásait, amennyiben a versenykorlátozó cél bizonyítást nyert.

476. Az európai joggyakorlat értelmében az összejátszás bizonyos formái jellegüknel fogva úgy tekinthetők, hogy károsak a rendes verseny megfelelő működésére. Ezekben az esetekben „az [EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének] alkalmazásában szükségtelen bizonyítani a piacra gyakorolt tényleges hatásait”. „A tapasztalat [ugyanis] azt mutatja, hogy az ilyen magatartások a termelés csökkenésével és az árak növekedésével járnak, és a forrásoknak különösen a fogyasztók hátrányára való kedvezőtlen elosztását eredményezik”.⁴²⁰

477. Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint „annak értékeléséhez, hogy egy megállapodás versenykorlátozó célú-e, figyelembe kell venni a megállapodást, az általa elérni kívánt célokat és azokat a gazdasági és jogi összefüggéseket, amelyeknek részét képezi.”⁴²¹

478. A Versenytanács joggyakorlata⁴²² szerint versenykorlátozás a célja az olyan magatartásnak, amely természeténél fogva magában hordozza a versenykorlátozás lehetőségét. Ilyen magatartásnak minősül például az árörögzítés, a piacfelosztás vagy a kibocsátás korlátozása, hiszen ezen magatartások az erőforrások nem megfelelő elosztását eredményezik és csökkentik a fogyasztói jólétet. Számos tényezőtől függ, hogy egy megállapodásnak célja volt-e a verseny korlátozása.⁴²³

6.1.8. Eljárás alá vont vállalkozások függetlensége

479. Nem minősül a megállapodás a Tpv. 11. §-ába ütközőnek, ha egymástól nem független vállalkozások között jön létre.

480. A vállalkozások egymástól való függetlensége a Tpv. 15. § (1) bekezdése alapján értékelendő, miszerint nem függetlenek az egy vállalkozáscsoportba tartozó vállalkozások, valamint azok a vállalkozások, amelyeket ugyanazok a vállalkozások irányítanak. A Tpv. 15. § (2) bekezdése az egymással közvetlen vagy közvetett irányítási kapcsolatban álló valamennyi vállalkozást egy vállalkozáscsoportba tartozónak minősíti. Az irányítást megalapozó viszonyokat a Tpv. 23. § (2) bekezdése sorolja fel.

⁴¹⁹ Főv. Ítéltábla 2.Kf.27.650/2010/7. szám

⁴²⁰ 2014. szeptember 11-i Groupement Cartes Bancaires kontra Bizottság ítélet, 50. és 51. pontok (C-67/13 P, EU:C:2014:2204); 2015. november 26-i Maxima Latvija ítélet 19. pont (C-345/14, EU:C:2015:784).

⁴²¹ Iránymutatás az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikkének a horizontális együttműködési megállapodásokra való alkalmazhatóságáról, 2011/C 11/01, 25. pont

⁴²² Lásd a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a Tpv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2016) 11.46. pontját.

⁴²³ A Versenytanács határozata a VJ/3/2008. sz. ügyben.

481.A rendelkezésre álló adatok alapján az Eldorádó Hangszerboltot korábban működtető Pécsi Direkt Kft. „f.a.”, Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.” és Könyvbazár Kft. „f.a.” tulajdonosi köre személyi átfedéseket mutat, azonban mindegyik vállalkozás felszámolás alatt áll, a Tpv. 23. § (4) bekezdése szerint pedig a felszámoló tevékenysége nem minősül irányításnak.

482.A fentiek alapján tehát az eljárás alá vont vállalkozások, a rendelkezésre álló információk, azaz az eljárás alá vontak cégkivonatai, adatszolgáltatásai alapján egymástól független vállalkozásoknak minősülnek.

6.2. A vizsgált magatartás értékelése

6.2.1. *Versenykorlátozó magatartás a jelen versenyfelügyeleti eljárásban*

483.A vizsgálat során feltárt, a fenti 4. fejezetben ismertetett bizonyítékok alapján a Yamaha Music Europe GmbH, a Szikszai Tímea Mária egyéni vállalkozó, majd a Pécsi Direkt Kft. „f.a.”, a Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”, a Könyv Plaza Kft., jelenleg a Bookangel Kft. által működtetett Eldorádó Hangszerbolt, a Csámpai Károlyné egyéni vállalkozó által működtetett Mezzoforte Hangszerbolt, a Hangszerdiszkont.hu Kft, a Tajti-Music Kft., a Schmidt Károly egyéni vállalkozó által működtetett Coda Hangszerüzlet, a Hangszerker Kft., a Friendly House Kft., a Hangszer Pláza Kft. és a Muziker a.s. a Tpv. 11. § (2) bekezdés a) pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértették a Tpv. 11. § (1) bekezdésében valamint az EUMSz.) 101. cikk (1) bekezdésében előírt tilalmat az alábbiak szerint.

6.2.1.1. *A versenykorlátozó magatartás horizontális és vertikális elemeit alátámasztó bizonyítékok párhuzamos jelenléte a jelen versenyfelügyeleti eljárásban*

484.Jelen eljárás tárgya a hangszer-kiskereskedők és a Yamaha között a fogyasztói árak tekintetében tanúsított magatartás, és az abban történt változások vizsgálata 2005 és 2018 között. A vizsgálat során feltárt, legalább az összehangolt magatartás, de egyes eljárás alá vont vállalkozások és egyes vizsgált időszakok vonatkozásában a megállapodás szintjét is elérő magatartás egyszerre horizontális és vertikális elemeket is hordoz, melyek egymással elválaszthatatlanul összefonódnak. Az eljárás alá vont vállalkozások által kifejtett magatartás horizontális elemei a kezdeti időszakban (2009-től 2014 júliusáig) domináns jelleggel érvényesültek, a vertikális aspektusok a magatartás megvalósulásának későbbi időszakában (2014 júliustól 2017 nyaráig) váltak hangsúlyossá. A teljes vizsgált időszak vonatkozásában megállapítható, hogy a magatartás horizontális és vertikális elemei egymás mellett léteztek, azonban a magatartásban résztvevők szerepe, aktivitása ezen időszak során változott.

485.Az e magatartás létrejöttét és működését alátámasztó bizonyítékok elsősorban a helyszíni kutatások során birtokba vett e-mailek, az engedékenységi kérelmek, az ügyfél- és tanúmeghallgatások, továbbá kisebb mértékben az adatszolgáltatások.

6.2.1.2. *A versenykorlátozó magatartás horizontális elemei*

486.A vizsgálat során feltárt és a 4. fejezetben ismertetett bizonyítékok alapján a versenykorlátozó magatartás horizontális elemei legkésőbb 2009-től 2014 júliusáig meghatározó jelleggel érvényesültek, azonban ezen időpont után is jelen maradtak a vizsgált magatartásban és a hangsúlyossá vált vertikális elemek mellett is érvényesültek.

487. A vertikális elemek (RPM) fokozatos hangsúlyossá válása 2010-től, a Yamaha kereskedelmi képviselője általi aktivizálódásával, majd domináns jelenléte 2014 júliusától, a Purple Book és a máltai árlista bevezetésével állapítható meg.
488. A versenykorlátozó magatartás tárgya a 2009 áprilisától számítandó kezdeti időszakban a forgalom 75%-át kitevő, „TOP” Yamaha MI és MIPA termékek, majd 2013 januárjától kezdődően ezek szélesebb köre, valamint a későbbiekben a felvásárlás útján, a Yamaha érdekkörébe kerülő Lineó⁴²⁴, és bizonyos, a kereskedelmi képviselő által értékesített Steinberg termékek⁴²⁵ minimális fogyasztói árának közös meghatározása, egy egységes minimális árszint kijelölése volt.
489. A versenykorlátozó magatartásban résztvevő⁴²⁶ kereskedők a jelentősebb forgalmat bonyolító hangszerkereskedők közül kerültek ki, amelyek a Yamaha termékein kívül egyéb márkájú hangszereket is értékesítettek, azonban termékportfóliójukban a Yamaha termékek – a gyártó méreténél és az általa forgalmazott termékek presztízsénél fogva – kiemelkedő szerepet töltek be.
490. A versenykorlátozó magatartás célja az e kereskedői kört a vizsgált időszakban ért piaci kihívások kiküszöbölése, a korábban realizált mértékű profit megtartása volt. A kizárólag webshopokon keresztül értékesítő, fizikai üzlettel nem rendelkező vállalkozások megjelenése, valamint az uniós tagság okán megvalósuló, határokon átnyúló szabad kereskedelem ugyanis olyan erős árnnyomás alá helyezte ezt a kereskedői kört, amelynek visszaszorítása, és az árak korábbiaknak megfelelő árrest biztosító szintjének stabilizálása érdekében összefogtak. Ezen összefogás eredményeként csatlakozott hozzájuk idővel a rájuk korábban külföldről az egyik legnagyobb árnyomást gyakorló Muziker, illetve a magyar piacra új belépőként érkező, külföldi anyavállalattal rendelkező Friendly House, és a Tajti-Music és az Eurhythmics tulajdonában álló Hangszer Pláza.

6.2.1.3. A versenykorlátozó magatartás előzménye (2006-2008.)

491. A vizsgált időszak kezdeti, 2006-2008-ig tartó szakasza leginkább a megváltozott piaci környezet felismerésével és azzal kapcsolatos megoldáskereséssel jellemezhető, melyben központi szerepet töltött be az Eldorádó Hangszerbolt, illetve annak képviselője, [SZEMÉLYES ADAT]. Ebben az időszakban [SZEMÉLYES ADAT] a Yamaha segítségét kérte az e kereskedői kör meglévő piaci helyzetét, azaz a *status quo* veszélyeztető, újonnan megjelenő kereskedői réteg elleni fellépésben, melyről a kereskedőtársait tájékoztatással látta el, illetve közreműködésük szükségességére is felhívta a figyelmüket a tevékenysége mögött meghúzódó közös érdekre hivatkozással.
492. Bár a Yamaha ebben az időszakban hivatalos kommunikációjában egyértelműen elzárkózott a kereskedők által alkalmazott fogyasztói árak meghatározásába való beavatkozástól, a

⁴²⁴ 2015. január 1-től

⁴²⁵ A Steinberg márka forgalmazója 2005-től a Yamaha, azonban a kezdeti árlisták 2009-től csak a legfontosabb Yamaha termékeket tartalmazták, a Yamaha kereskedelmi képviselője által képviselt Steinberg termékek a máltai árlistával bevezetett szisztematikus áröngzítés idejében váltak érintetté.

⁴²⁶ Szikszai Tímea Mária egyéni vállalkozó, majd a Pécsi Direkt Kft. „f.a.”, a Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”, a Könyv Plaza Kft., jelenleg a Bookangel Kft. által működtetett Eldorádó Hangszerbolt, a Csámpai Károlyné egyéni vállalkozó által működtetett Mezzoforte Hangszerbolt, a Tajti-Music Kft., a Schmidt Károly egyéni vállalkozó által működtetett Coda Hangszerüzlet, a 2011-től a Hangszerdiszkont.hu Kft és a Hangszerker Kft., majd 2013-tól a Muziker a.s. és a Hangszer Pláza Kft.

rendelkezésre álló bizonyítékok alapján megállapítható, hogy tisztában volt e kereskedői kör által megfogalmazott igény természetével.

6.2.1.4. *A versenykorlátozó magatartás kezdete (2009-2012.)*

493. [SZEMÉLYES ADAT] a Yamahának az általa rendszeresen közölt problémafelvetéseivel kapcsolatos aktív közreműködésének hiányát látva, egyben egyetértését tapasztalva ebben az időszakban kommunikációját egyenesen a vele azonos érdekkörbe tartozó, jelentősebb forgalmat bonyolító kereskedők számára címezte. Ebben az időszakban tehát [SZEMÉLYES ADAT] elsősorban e kereskedői kör céljainak megvalósításához, és e kereskedők szintjén szorgalmazta a minimális fogyasztói árszint kialakítását.
494. A rendelkezésre álló bizonyítékok alapján [SZEMÉLYES ADAT] kezdeményezése ebben az időszakban már eredményre vezetett. Kialakult egy olyan kereskedői kör⁴²⁷, amely – közös érdekeit felismerve – egy egységes minimál árszint létrehozatalára törekedett, melynek keretében árlistákat, árazásra vonatkozó adatokat osztottak meg egymással, valamint figyelték egymás interneten megjelenő árait, és figyelmeztetéssel éltek, amennyiben valamelyik résztvevő eltért az előzetesen egyeztetett ártól.
495. Az egységes minimális fogyasztói árszinttel a kereskedőknek küldött árlistáiban [SZEMÉLYES ADAT] a Yamaha azon „TOP 25” termékét célozta, amelyek az eladások jelentős részét, körülbelül a háromnegyedét tették ki, és ezáltal a Yamaha termékekből a legnagyobb bevételt eredményezték a kereskedők számára. Ennek oka elsősorban praktikus okokban, a Yamaha termékeinek jelentős számában, és ezáltal az árak kezelésének megkönnyítésében kereshetők. E termékek árában kívánták érvényesíteni a korábbi időszakban kihívások nélkül realizált árkülönbözetet, melynek bizonyítéka, hogy az árat „felülről” számolták, azaz nem a beszerzési árakból, költségekből kiindulva.
496. Az eljáró versenytanács szerint nincs jelentősége annak, hogy az előirányzott közös árak a levelezésben minimális hirdethető árként jelentek meg, hiszen az e-mailek tartalma szerint azok valójában a kereskedők által jellemzően alkalmazott minimális fogyasztói árakat jelentették. Másrészt, a minimális hirdethető árak egyeztetése is a vételi és eladási árak meghatározását jelenti, hiszen attól, hogy esetlegesen a kereskedő ezen ártól eltérhet, a kereskedők közötti ár-koordináció megvalósul, a minimálisan hirdethető árak közös zsinórmértékül szolgálnak. Horizontális viszonylatban az ajánlott árak alkalmazása is tilalmazott.
497. A rendelkezésre álló bizonyítékok alapján a Yamahának már 2009-től tudomása volt a kereskedők közötti, a fogyasztói árakra vonatkozó kommunikációról. 2010-től azonban már saját RPM politikájával is hozzájárult a kereskedők által elérni kívánt célokhoz, mely például az egyik kereskedővel (Coda Hangszerbolt) kapcsolatos eljárás alapján a Yamaha termékek fogyasztói ára feletti „örkődésében”, és a túlzottan alacsony árszínvonal alkalmazása miatti figyelemfelhívásban nyilvánult meg. A rendelkezésre álló bizonyítékok alapján ekkoriban a Yamaha már – az elzárkózást kifejező írásos kommunikációjával ellentétben – szóban a fogyasztói árak szabályozására irányuló kommunikációt is folytatott a kereskedőkkel, melynek alapját az árfigyelés, célját a fogyasztó számára nyilvánosan megjelenő árak átírása

⁴²⁷ Eldorádó Hangszerbolt, Mezzoforte Hangszerbolt, Tajti-Music, Coda Hangszer, majd 2011-től a Hangszerker és a Hangszerdiszkont

jelentette. Azt, hogy a Yamahával szemben e magatartást a kereskedők el is várták, megmutatkozik a kereskedelmi képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] részére továbbított, egyeztetett árszinttől eltérő kereskedői magatartásra való figyelemfelhívó levelekben.

498. A Yamaha magatartása, tekintettel arra, hogy a kereskedőkkel a termelési és értékesítési lánc nem azonos szintjén helyezkedik el, a versenykorlátozó magatartás vertikális elemeként értékelendő. Mivel a Yamaha a kezdetektől tisztában volt a magyarországi kereskedők által megfogalmazott igényekkel, és azok jogosságát el is ismerte, érvényesítésüket bátorította, az általa a kereskedők egységes árazásának segítésére ebben az időszakban tett lépések a versenykorlátozó magatartásban való részvételének folyamatosságát, valamint annak aktívvá válását igazolják. A Yamaha érdeke volt a márka hangszerboltokban való megjelenése, a kereskedők elégedettsége pedig fontos volt a számára, mivel így volt biztosítható az, hogy a kereskedők a fogyasztók részére ajánlják a márka termékeit. A kereskedők elégedettségét pedig a magas árakkal tudta biztosítani, így a Yamaha és a kiskereskedők érdekei és céljai megegyeztek. A Yamaha óvatos involválódásának feltehető oka, hogy a Yamaha képviselőiben a vizsgált időszak kezdeti szakaszában még nagyon frissen élhetett az Európai Bizottság által eladási ármegekötés miatt 2003 júliusában kiszabott jelentős mértékű bírság emléke.⁴²⁸

6.2.1.5. A kereskedők közötti koordináció megváltozása, a versenykorlátozó magatartás horizontális elemének kiteljesedése (2013-2014.)

499. A kereskedők közötti együttműködés ebben az időszakban tovább erősödött. 2013-tól egyrészt a kezdeményező, szervező szerepet a kereskedők közül az Eldorádó Hangszerboltot képviselő [SZEMÉLYES ADAT]ól a Mezzoforte Hangszerbolt képviselőjében eljáró [SZEMÉLYES ADAT] vette át, aki – [SZEMÉLYES ADAT]ól eltérő módon – nem saját, hanem a Yamahától kapott árlisták általa „felülbírált”, alapvetően a Muziker árazásához igazított verzióit küldte meg az érintett kereskedői körnek, melyek már a Yamaha termékek széles köre tekintetében tartalmazták az árakat. Másrészt ekkoriban a hangszerkereskedőket összefogó szövetség, a HANOSZ által biztosított platformot használták ki a kereskedők a fogyasztói árak Yamaha általi szabályozásával kapcsolatos igényeik artikulálására.

500. A Friendly House az első e-mailt a kereskedőktől 2013 májusában kapta meg, amikor is [SZEMÉLYES ADAT] személyes találkozóra invitálta más eljárás alá vont vállalkozásokkal együtt, bár a találkozó a beszerzett nyilatkozatok alapján nem valósult meg. A vállalkozás viszont a levelezést követően bekerült az anonim e-mailcímről küldött levelek címzettjei közé és egészen 2017 áprilisáig bizonyíthatóan a címzettek közt is maradt.

501. A kezdeti időszakban a kereskedők közötti egyeztetések kiváltó okaként megjelenő, árak „letörését” eredményező külföldi webshop, a Muziker 2014 februárjától már igazolható módon részese a kereskedők közötti, árazási tárgyú levelezéseknek.

502. A Yamaha tudomással bírt a kereskedők közötti, minimál árak megtartására irányuló egyeztetésekről, és magatartását saját RPM politikájának érvényesítésével az eseti támogató

⁴²⁸ A [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2008. november 12-én továbbított „Fw: levél” tárgyú e-mailben foglaltak szerint „a Yamaha nem akar/mer tenni a fogyasztói árak normalizálódása érdekében”, továbbá a [SZEMÉLYES ADAT] által [SZEMÉLYES ADAT] részére 2009. március 26-án küldött „Fw: levél” tárgyú e-mail melléklete (VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló) szerint a Yamaha az EU-tól a fogyasztói árak befolyásolása miatt kapott büntetésre hivatkozva nem lépett a kereskedők kérésére.

közreműködés jellemezte, eseti jelleggel kereskedelmi képviselőjén keresztül, szóban (elsősorban telefonos úton) az árlistától való eltéréssel kapcsolatos neheztelését fejezte ki az érintett kereskedő számára.

6.2.1.6. Versenykorlátozó magatartás kései szakasza, a vertikális elem meghatározóvá válása (2014-2018.)

503. Amint az előző pontokban is bemutatásra került, a Yamaha fellépését a kiskereskedők szorgalmazták a Yamahával közös céljaik elérése érdekében, ők várták el egy közvetlenül alkalmazható árlista megalkotását és annak Yamaha általi betartatását, így az ármegkötés nem tekinthető szállítóvezéreltnek.

504. 2014 nyara az az időpont, amikortól kezdődően a Yamaha a kereskedői áregyeztetések „*vitórlájából kifogta a szelet*” azzal, hogy a kereskedői árazást a Yamaha Music London nevű, Yamaha tulajdonú kiskereskedő Máltára vonatkozó árlistájához kötötte, és a kereskedői árazás nyomán követésével, az e gyakorlattól eltérő kereskedőkkel szemben a lényegében egyidejűleg bevezetett, a Yamaha termékek árusításának minőségi feltételeit tartalmazó Purple Book rendelkezéseire való hivatkozással szankciókat (elsősorban a szállítás felfüggesztését, melyet a két „*renitens*” kereskedővel szemben alkalmazott is) helyezett kilátásba. A jogsértés vertikális elemének hangsúlyossá válása ezen időpontra tehető.

505. A Purple Bookban lefektetett minőségi kritériumok már annak 2014-es bevezetését megelőzően is szerepeltek a szerződésben, tehát az azoknak való megfelelés számon kérhető volt a kereskedőkön. A Purple Book bevezetése a minimális fogyasztói árak szisztematikus alkalmazásának megkövetelését tette lehetővé, amennyiben is egy könnyen kommunikálható elvárás, hivatkozási pontot teremtett, mely valós, le nem írt céljára mindenki könnyen emlékezhetett, és emlékeztethető volt anélkül, hogy a Yamahának bármi nyilvánvalóan jogszerűtlen célt kellett volna kommunikálnia viszonteladói irányába.

506. Ebben az időszakban a magyar kiskereskedők közötti kommunikációra létrehozott zenead@gmail.com e-mailcím működése a Yamaha segítségére szolgált a Purple Book és a máltai árlista céljainak érvényesítése során, hiszen ezáltal, a Yamaha a kiskereskedők szélesebb körével való közvetlen kommunikáció nélkül az e-mailcímet használó [SZEMÉLYES ADAT] közreműködésével adhatott írásbeli instrukciókat a máltai árlista alkalmazására.

507. A Purple Bookkal bevezetett máltai árlista a kereskedők által szorgalmazott és várt, piaci viszonyokat leképező, forintosítás után bármely módosítás nélkül alkalmazható árlista volt. [SZEMÉLYES ADAT] a Yamaha instrukciói alapján, annak tudtával megalkotta az árlista forintosított változatát és elérhetővé tette a kiskereskedők számára, melyet a kereskedők így könnyebben alkalmazhattak, hiszen ezen árlista hiányában, a máltai árlista csak egy angol nyelvű honlapon, külföldi pénznemben lett volna elérhető, és az ÁFA különbség miatti korrekció megtétele után lett volna alkalmazható. A máltai árlistában, és így a forintosított változatában feltüntetett árakat, a kereskedők körében korábbiakban alkalmazottakkal szemben a Yamaha határozta meg.

508. A Purple Book minőségi kritériumai lehetőséget kínáltak a Yamahának a máltai árlista be nem tartása esetére, a minőségi hiányosságokra történő látszólagos hivatkozással hatékony

szankciók alkalmazására, így a kedvezmények megvonására, a szállítás felfüggesztésére, a kiszolgálás megtagadására és végső esetben a szerződés felbontására. Ezen eszközökkel a Yamaha saját bevallása szerint is több alkalommal élt. A vizsgált időszak korábbi szakaszában is sokszor eltérő gyakorlatot folytató Coda és Hangszerker a Yamaha által szisztematikusan betartatott árlisták idejében is „*renitens*” maradt, így a Yamaha írásbeli figyelmeztetésben részesítette őket, illetve felfüggesztette a szállítást részükre.

509.A Yamaha nyilatkozata szerint ebben az időszakban a más vállalkozások árazása miatt panaszkodó kereskedők részére további kedvezményeket nyújtott, mely a minimális fogyasztói árak betartására és panaszaiuk további megfogalmazására, ezáltal a rendszer fenntartására ösztönözte a kereskedőket.

510.A Yamaha ily módon 2014 júliusa és 2017 nyara között meghatározta a Yamaha termékek minimális fogyasztói árait, ennek során a közvetlen, nyílt írásbeli kommunikáció elkerülése érdekében igénybe vette a kiskereskedők együttműködése során létrehozott anonim e-mailcímet.

511.A minimális fogyasztói árak rögzítése következtében a piacon 2014 júliusától 2017 nyaráig a kiskereskedők árazásuk során a Yamaha által meghatározott árakat vették alapul, azokra közvetlen befolyásuk nem volt, azonban a meghatározott árszinttel egyetértettek, azt a piaci viszonyokra tekintettel alkalmazhatónak találták. Tekintettel arra, hogy a Yamaha által egységesített árak bevezetését a kiskereskedők szorgalmazták, annak egymás közötti betartatását is segítették, a Yamaha által szisztematikusan alkalmazott minimális fogyasztói árak bizonyíthatóan a kiskereskedők érdekeit is szolgálták, mely érdeket már 2006-tól kezdődően kommunikáltak a Yamaha felé.

512.Az eljárás alá vont kiskereskedők a máltai árlistában szereplő árak alkalmazásának ellenőrzésével, a kiskereskedők figyelmének azok betartására való felhívásával, az általuk korábban is használt anonim e-mailcímről az ármegkötés érdekében zajló levelezéssel, melyet az árlisták forintosítása tekintetében [SZEMÉLYES ADAT], majd 2015-től [SZEMÉLYES ADAT] végzett, továbbra is aktív szerepet vállaltak a versenykorlátozó gyakorlat működtetésében.

513.A versenykorlátozó gyakorlatok kereskedők viszonylatában megvalósuló horizontális elemei a Yamaha által meghatározott minimum fogyasztói árak érvényesülése idején is, attól elválaszthatatlan módon, folyamatosan, egészen 2017 nyaráig jelen voltak. Ennek oka az volt, hogy a hazai kereskedők a közös árpolitikától való eltéréssel kapcsolatosan észlelt problémákat első körben maguk között próbálták rendezni, és ennek sikertelensége esetén fordultak támogatásért a Yamahához. Emellett a kiskereskedők közötti egyeztetés, az anonim e-mailcím használata, a máltai árlista alkalmazása 2018. év elejéig fennmaradt, azután is, hogy 2017. első negyedévéét követően a Yamaha felhagyott az árlistában szereplő árak betartatásával. Kijelenthető tehát, hogy ebben az időszakban az eljárás alá vont vállalkozások egy olyan versenykorlátozó gyakorlat részesei voltak, amelynek horizontális és vertikális elemei egyidejűleg voltak jelen, és egymás megvalósulását segítették elő, illetve támogatták. 2017 áprilisától kezdődően egészen 2018 elejéig, bár a Yamaha által létrehozott struktúrák (Purple Book és máltai árlista) érvényesítése zajlott, a magatartás vertikális eleme a vizsgált időszak kezdetéhez hasonlóan, ismételt háttérbe szorult.

514.A Yamaha felelőssége a magatartásért 2017 nyaráig megállapítható, mivel csak ekkor tájékoztatta viszonteladóit az ártartás „kódneveként” szolgáló Purple Book alkalmazásának megszűnéséről, ekkor vezette be új kedvezményrendszerét, akkor még ideiglenes jelleggel, és kezdte meg az új szerződéseinek megkötését.

6.2.2. *Egységes, folyamatos és komplex jogsértés*

515.A Kúria Kfv.III.37.582/2016/16. számú ítélete alapján ahhoz, hogy a vizsgált magatartásokat egyetlen egységes jogsértésnek lehessen minősíteni, egyrészt szükséges egy objektív oldal megléte, az, hogy a megbeszélések tárgya ugyanaz, ugyanarra az időszakra vonatkozik, és a cselekményeket a közös cél köti össze. Másrészt pedig szükséges egy szubjektív oldal megléte, mely arra vonatkozik, hogy a résztvevőknek tudatában kellett lenniük, hogy egy szélesebb körű egyeztetési folyamat részesei.

516.Az egységes jogsértés fogalma feltételezi, hogy egy egységes cél érdekében különböző felek, különféle magatartásokat tanúsítanak. A magatartás időről időre változhat, annak működése során a felek alkalmazkodhatnak a változó körülményekhez. Ezen az értékelésen nem változtat az, hogy egy magatartás sorozat egyes elemei önmagukban is jogszabályba ütköző megállapodásként vagy összehangolt magatartásként lennének minősíthetőek.

517.A jogsértés egységességének mérlegelésekor a legfontosabb körülmények az átfogó terv megléte, a résztvevők körének nagymértékű azonossága, az érintett termékek közelsége és az alkalmazott eszközök és mechanizmusok hasonlósága. Az ilyen jogsértések komplex jellegűek, melyekben külön-külön is jogsértőnek minősülő magatartási forma: a megállapodás és az összehangolt magatartás is megjelenik.

518.A versenytanácsi és bírósági gyakorlat szerint egyes, esetlegesen önmagukban is versenyjogsértő magatartásokat adott esetben nem kell külön-külön bizonyítani, hanem összességükben és összefüggésükben is értékelhetőek egy eljárás keretében. A versenyjog általában azokat a versenykorlátozó jogsértéseket tekinti egységesnek, amelyekben a résztvevő vállalkozások minden intézkedése ugyanazt a versenyellenes célt vagy hatást szolgálja. Az ilyen típusú jogsértések akkor minősülnek komplexnek, ha azokat versenykorlátozó megállapodások és összehangolt magatartások útján egyaránt megvalósították.⁴²⁹

519.A versenyfelügyeleti eljárás során feltárt tények alapján egységes jogsértés esetében a különböző megvalósulások (megállapodások, összehangolt magatartások), a különböző versenyaspektusok korlátozásai egymást kiegészítik, s egy közös akaratot fejeznek ki, azt, hogy az adott vállalkozások közös célja az érintett piac működésének befolyásolása, a verseny korlátozása. Az egységes jogsértés ismérve tehát az azonos cél megvalósítását szolgáló magatartás folyamatos jellege, amelyben egyszerre megjelenik a megállapodás és az összehangolt magatartás, ugyanakkor nem kell bizonyítani, hogy az egységes jogsértés minden eleme, a megállapodás és az összehangolt magatartás minden alkotó eleme teljesült. Az egységes cél által jellemzett, így egyetlen összetett keretbe illeszkedő jogsértő magatartás egyes mozzanatait egyaránt felölthetik a megállapodás és/vagy az összehangolt magatartás

⁴²⁹ Kúria Kf.II.37.959/2018/14. számú ítélet

formáját, azaz az egységes, komplex jogsértésen belül mindkét, külön-külön is jogsértőnek minősülő magatartási forma is megjelenhet.⁴³⁰

520. Az egységes és folyamatos jogsértésben résztvevő vállalkozások mind közös elkövetői a jogsértésnek, bár a részvételük eltérő formát ölthet az érintett piac sajátosságai, az egyes vállalkozások piaci pozíciója, a kitűzött cél és a megvalósítás módja alapján. Mindez azt is jelenti, hogy a Tpvt. 11. §-ának (1) bekezdése és a (2) bekezdése, illetve az EUMSZ. 101. cikke sérelmét egy elkülönült cselekedet, tettek sora vagy egy folytatólagosan tanúsított magatartás is előidézheti, ám ezzel együtt az egységes jogsértés megvalósulásával kapcsolatos következtetés nem kifogásolható azon az alapon, hogy a kifogásolt cselekménysor vagy folyamatos magatartás egy vagy több eleme önmagában is sérti a Tpvt. 11. § (1) bekezdését, illetve az EUMSZ 101. cikkét. Mindebből következik, hogy az egységes és folyamatos jogsértésben, jellegénél fogva, nem minden mozzanat tekintetében vesznek részt ugyanolyan módon és mértékben a szereplők. Egy vállalkozást a versenyre hatást gyakorolni képes megállapodás vagy összehangolt megállapodás résztvevőjének lehet tekinteni, ha a résztvevő vállalkozások egészének magatartása erre az eredményre vezethet, függetlenül az adott vállalkozás egyéni részvételének hatásától. Az egységes jogsértés megállapítását az sem zárja ki, hogy az érintett vállalkozások szerepe abban eltérő, illetőleg a vállalkozások közötti – a jogsértés közös tanúsítását, a vállalkozások valamely közös, jogsértéssel megvalósítani kívánt, illetve megvalósított érdekét, közös akaratát kétségbe nem vonó – esetleges érdekkonfliktus léte sem kizáró ok.⁴³¹

521. A jogsértés egységességének megállapításakor a legfontosabb körülmények: az említett átfogó terv megléte (ami azonban nem foglalja magában annak szükségességét, hogy valamilyen megállapodást ténylegesen meg is kötöttek, de azt igen, hogy létrejött akarategység, a piacon tanúsítandó jövőbeni magatartás tekintetében), a résztvevők körének nagymértékű azonossága. Egy egységes és folyamatos megállapodás létét támaszthatja alá egyébként a versenyjogi gyakorlat szerint az érintett termékek közelsége, és az alkalmazott eszközök és mechanizmusok hasonlósága is.⁴³²

522. A GVH gyakorlata alapján, az egységes és komplex jogsértések bizonyítása szempontjából kulcsfontosságú jelentőséggel bír azon tény, amely szerint a hosszú időtartamot felölelő komplex jogsértések esetén a versenyhatóságnak nem szükséges ezeket az illegális attitűdök kizárólag egy vagy több formáival jellemeznie. Éppen ezért egy versenykorlátozó magatartás ugyanazon időben egyszerre leírható a megállapodás és az összehangolt magatartás elkövetési formájával egyaránt.⁴³³

523. A vizsgálat tárgyát képező magatartás legalább 2009-től egységes, folyamatos és komplex jogsértésként, legalább 2018 januárjáig fennállt. Az eljárás alá vont vállalkozások 4. fejezetben bemutatott, versenykorlátozó magatartása egységes, folyamatos és komplex jogsértésnek minősül, mert az alábbiakban részletesen kifejtettek szerint az eljárás alá vont vállalkozások esetében fennáll a kritériumrendszerként megfogalmazott objektív és szubjektív tényezők összessége.

⁴³⁰ U.o.

⁴³¹ U.o.

⁴³² U.o.

⁴³³ VJ/110/2015. sz. eljárás 668. bekezdés

524. Ami a kereskedőket illeti, a 4. fejezetben kifejtettek szerint kimutatható, hogy az Eldorádó Hangszerboltnak, a Mezzoforte Hangszerboltnak, a Tajti-Musicnak, a Coda Hangszerboltnak a 2009-2018. közötti időszakban, a Hangszerkernek és a Hangszerdiszkontnak a 2011-2018. közötti időszakban, a Friendly House-nak a 2013 és 2017. közötti⁴³⁴, valamint a Muzikernek a 2014-2018. közötti⁴³⁵ és a Hangszer Plázának a 2015-2018. közötti időszakban létrejött, az Eldorádó Hangszerbolt képviselőjében eljáró [SZEMÉLYES ADAT] által a 2006-2008-as időszakban felvázolt, a megváltozott piaci helyzet miatt a nagyobb forgalmat bonyolító kereskedők összefogásának szükségességét és annak adekvát módját hirdető terve szerinti, a vizsgálat tárgyát képező, Yamaha termékekkel kapcsolatos minimális fogyasztói árak kialakításával kapcsolatos magatartása egységes, folyamatos és komplex jogsértésnek minősül, melynek legkésőbb 2010-től a Yamaha is részese volt.

525. Az egységes, folyamatos és komplex jogsértés keretében folytatott magatartások deklarált közös célja, az átfogó terv az volt, hogy a kisebb költségráfordítással működő webshopok megjelenése és a Magyarország európai uniós tagsága okán, a belső piacon akadálytalanná vált kereskedelem hatására bekövetkező árcsökkenést, illetve a jelentősebb forgalmat bonyolító, üzlettel rendelkező kereskedők forgalomcsökkenését megállítsa oly módon, hogy a magatartásban részes vállalkozások termékeként egyeztetett minimális fogyasztói árakat alkalmaznak.

526. Az árak egységesítésének közös célja egyértelműen kiolvasható a résztvevő vállalkozások közötti levelezésből már 2009-től fogva („[a] legfontosabbnak pedig továbbra is azt tartom (...), hogy egységesítsük az árakat!”⁴³⁶), olyan árakat egyeztettek „ami alá már nem érdemes menni”⁴³⁷.

527. A feltárt bizonyítékok alapján az érintett kereskedői kör⁴³⁸ tehát – közös érdekeit felismerve – egy egységes minimális árszint létrehozatalára törekedett, mely biztosítja a jelentősebb forgalmat bonyolító, üzlettel rendelkező kereskedők meglévő piaci helyzetét a külföldi online webáruházak által támasztott kihívással szemben. Ennek keretében több éven keresztül folyamatosan árlistákat, árazásra vonatkozó adatokat osztottak meg egymással, az árazásra vonatkozóan személyesen egyeztettek, valamint figyelték egymás interneten megjelenő árait, és figyelmeztetéssel éltek, amennyiben valamelyik résztvevő eltért az előzetesen egyeztetett áraktól.

528. A szubjektív oldalt illetően nem kétséges, hogy a résztvevők tudatában voltak annak, hogy egy széles körű áregyeztetésnek a részesei, hiszen az e-mailekből egyértelműen kiderül, hogy mely kiskereskedők vettek még részt az egyeztetésben, illetve a résztvevők egymással is kommunikáltak az árképzést illetően.

529. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza továbbá, hogy az egységes és folyamatos jogsértést alátámasztja a résztvevők körének nagymértékű azonossága is, hiszen a többször is

⁴³⁴ A Friendly House 2017 áprilisban szerepelt utoljára a levelezés címzettjeként

⁴³⁵ [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT], a vizsgálat által feltárt az Adminról a vállalkozás részére küldött utolsó e-mail 2017. októberéből származik. Ld. az 1. sz. mellékletet

⁴³⁶ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, (árak_2.msg)

⁴³⁷ Lásd 2013. március 16-i „Hangszer-kiskereskedők információ” tárgyú e-mail, Vj/8-259/2018

⁴³⁸ Eldorádó Hangszerbolt, Mezzoforte Hangszerbolt, Tajti-Music, Coda Hangszer, majd 2011-től a Hangszerker és a Hangszerdiszkont

„*keménymagként*”⁴³⁹ hivatkozott kereskedők köre a vizsgált időszak során nem változott, ezen eljárás alá vontak között zajlott a levelezés, akik egymás árait figyelték, és részt vettek az egyes találkozókön. E szereplők a magyar hangszer-kiskereskedelmi piac legnagyobb, legrégebbi és legjelentősebb szereplői. A később indult vállalkozások, melyek kezdetben főként online jelenlétükre koncentráltak, a vizsgált időszak során megnyitották fizikai boltjaikat, ezáltal az ő költséghányaduk is megnőtt, így a levelezés „*problémás*” címzettjeiből feladóvá váltak, akik számára is fontossá vált az árak egységesen magasabb szinten való tartása.⁴⁴⁰

530. Az egységes és folyamatos jogsértést alátámasztja továbbá érintett termékkör azonossága (a Yamaha termékei), és az alkalmazott módszerek nagyfokú azonossága (árlisták készítése és körbeküldése).

531. A Yamahanak a kereskedőkkel kialakult kapcsolatrendszer, az igények irányában történő folyamatos artikulálása okán meglévő tudomása, illetve az általa kifejtett egyetértés, valamint a magatartás betartatása érdekében tett fellépése miatt a Yamaha ezen egységes, folyamatos és komplex jogsértésben saját RPM gyakorlatával legkésőbb 2010-től szintén részt vett. A Yamaha tudatában volt a közös célnak, és megvalósítása érdekében együttműködött az érintett kereskedőkkel. A Yamaha elsődleges célja, a kereskedők céljaival egybeesően az volt, hogy ne engedje a Yamaha termékek árát egy bizonyos árszint alá süllyedni, és biztosítsa a jelentősebb forgalmat bonyolító, üzlettel rendelkező kereskedők meglévő piaci helyzetét a Yamaha termékek piaci presztízsének megtartása, és a magasabb árú termékek üzletekből való kiszorulásának elkerülése érdekében.⁴⁴¹

532. A közös cél érdekében az egységes és folyamatos jogsértés résztvevői, a 2009-től 2018-ig tartó időszakban folyamatosan egymással összefüggő olyan egyeztetéseket folytattak, amelyek a Yamaha termékek meghirdetett árainak a résztvevők számára közzétett kalkulációk alapján kiszámolt szinten tartására irányultak, melynek végrehajtásában a résztvevők egymás számára küldött árlistákkal, illetve az azok mögött álló számítások felfedésével, valamint árösszehasonlító oldalak figyelésével és az árázással kapcsolatos eltérések jelzésével működtek közre.

533. Megállapítható az is, hogy adott egyeztetések során a résztvevő felek tisztában voltak azzal, hogy az általuk folytatott egyeztetés beleilleszkedik a feltárt, közös cél érdekében folytatott szélesebb körű egyeztetési mechanizmusba. Ezt igazolja, hogy a vizsgált időszak során az eljárás alá vont vállalkozások – a jogsértésben való részvételükhöz igazodóan – végig a címzettek között szerepelnek, a passzívabb, gyakran „*renitens*” jelzővel illetett – de el nem határolódó - Coda Hangszer és Hangszerker (is) meghívót kap a személyes találkozókra, melyek célja a vállalkozások által tapasztalt piaci problémák megbeszélése, azokra való megoldások keresése, mely a vizsgált időszak során minden esetben, a személyes találkozók eredményként, közös árázás kialakításában öltött formát. Az eljárás alá vontak közötti kétoldalú levélváltások esetében is gyakran magából a szövegezésből kitűnik (pl. a „*megállapodásra*”, „*megbeszélte dolgokra*” való hivatkozás révén), hogy a kommunikáció egy szélesebb (körben ismert) folyamatba illeszkedik. A közös árázást minden esetben egy

⁴³⁹ Mezzoforte Hangszeráruház, az Eldorádó Hangszerbolt, a Hangszerker és a Hangszerpláza, illetve a Tajti Music és a Hangszerdiszkont.

⁴⁴⁰ Muziker, Friendly House, Hangszer Pláza

⁴⁴¹ VJ/8-175/2018. sz. adatszolgáltatás 3. pontja

koordinátor vette a kezébe, kezdetben [SZEMÉLYES ADAT], majd [SZEMÉLYES ADAT], 2014-től a Yamaha, illetve 2015-től a Yamaha mellett közreműködve, a magyar kereskedők felé árazási kérdésekben nyílt felszólításokat intéző [SZEMÉLYES ADAT]. A közös árak kialakítása minden esetben egy táblázatos árlista életre hívásával történt, mely által lefedett termékkör meghatározása a Yamaha folyamatos involválódásával párhuzamosan történt. Az egységes, folyamatos és komplex jogsértés szubjektív oldalának fennálltát igazolják továbbá az egymás irányában alkalmazott rendszeres árfigyelés, illetve az ennek során tapasztalt eltérésekre adott visszajelzések is.

534.A fentiek alapján megállapítható, hogy az egységes, folyamatos és komplex jogsértés résztvevői – bár a Yamaha és a kereskedők eltérő piaci helyzetükből adódóan más eszközökkel, de közös céllal – arra törekedtek, hogy a jelentősebb fogalmat bonyolító hangszerkereskedők piaci helyzetével kapcsolatos status quo-t, a Yamaha termékek magas árszintjét és így a kiskereskedelem profitabilitását fenntartsák. Ennek érdekében azonos körű résztvevők között egymással összefüggő, időben átfedést mutató magatartások kifejtésére került sor, melyek a vizsgált versenyjogsértő gyakorlatot eredményezték.

535.A rendelkezésre álló bizonyítékok alapján az eljárás alá vont vállalkozások közötti egyeztetések két és többoldalú egyeztetések keretében, szóbeli és írásbeli kommunikáció útján is zajlottak. Megállapítható, hogy az egységes, folyamatos és komplex jogsértés keretében lebonyolított valamennyi egyeztetés a Yamaha termékek közös minimális fogyasztói árának meghatározására irányult. Ezt az egyeztetések résztvevői árlisták küldésével, árszámítási metódusok megosztásával és árösszehasonlító oldalak figyelésével, valamint az egyeztetett árszinttől való eltérések jelzésével biztosították.

6.2.3. A feltárt magatartás versenykorlátozó célú árrögzítés

536.A feltárt bizonyítékok szerint a versenykorlátozó magatartás a Yamaha termékeinek egységes minimális fogyasztói (kiskereskedelmi) árszintjének meghatározására irányult, kezdetben a kereskedők általi horizontális egyeztetéseken keresztül, és elsősorban árlisták készítésével, körbeküldésével és monitorozásával valósult meg. A kezdeti horizontális együttműködés a Yamaha tudtával, jóváhagyásával és legkésőbb 2010-től saját RPM politikája keretében tanúsított közreműködésével valósult meg. A versenytársak közötti együttműködés 2014-től kezdve, az azonos célt szolgáló Yamaha általi vertikális viszonteladói árat rögzítő gyakorlat intézményesülésével teljesedett ki.

537.A joggyakorlat alapján versenykorlátozás a célja az olyan magatartásnak, amely természeténél fogva magában hordozza a versenykorlátozás lehetőségét. Ilyen magatartásnak minősül például az árrögzítés, a piacfelosztás vagy a kibocsátás korlátozása, hiszen ezen magatartások az erőforrások nem megfelelő elosztását eredményezik és csökkentik a fogyasztói jólétet.⁴⁴²

6.2.3.1. Az ármegállapodás tartalma és célja

538.Jelen ügyben a megállapodások és egyeztetések tartalmát megvizsgálva az eljáró versenytanács szerint kétséget kizáróan megállapítható, hogy a résztvevők nyilvánvaló törekvése a fogyasztói árak egységesítése, minimális árszint kialakítása volt.

⁴⁴² A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a Tpv-t.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései 2020 11.46.

539. Ezt plasztikusan szemlélteti [SZEMÉLYES ADAT] e-mailje, mely szerint: „*Nekünk, a legnagyobb Yamaha dealereknek kell lépnünk, mert meggyőződésem, hogy minket fog követni mindenki, mi határozzuk meg a piaci árakat*” [...] „*akkor is jobban járunk, ha egységesen alakítjuk ki a minimálisan hirdethető árat és be is tartjuk*” [...] „*ha a vevő 3-4 helyen megnézve az árat, mindenütt ugyanazzal az árral találkozik, akkor nem leszünk ilyen rossz helyzetben, és nem fognak minket egymással szemben kijátszani a vevők.*” (kiemelés az eljáró versenytanácstól)⁴⁴³
540. Ezen célkitűzés a bizonyítékok alapján, az egységes fogyasztói árakat tartalmazó táblázatoknak az érintett kereskedői körnek való körbeküldésével manifesztálódott, mely gyakorlat éveken keresztül megmaradt, habár a táblázatok szerkesztője, kiküldésének módja, az árak számításának módja időközben változott és a címzettek köre is kibővült.
541. Az eljáró versenytanács szerint nincs jelentősége annak, hogy az alkalmazandó árak minimálisan hirdethető árként kerültek kommunikálásra, hiszen a bizonyítékok alapján a résztvevők szubjektív szándéka is a piaci árak egységesítése volt, illetve a minimális hirdethető árak célja és következménye minimálárak meghatározása.
542. A Tpv. 11. §-a a magatartás tilalma során nem tesz abban különbséget, hogy milyen elnevezéssel illetik a versenytársak az egyeztetett árakat, általánosságban tiltja a vételi és eladási árak meghatározását. Az, hogy a jogsértésben részt vevők esetlegesen a hirdetett árak alatti áron értékesítettek, nem zárja ki azt a következtetést, hogy a minimális hirdethető árak az árszint egységesítését célozták, azok egyfajta zsinórmértékként szolgáltak a minimális árszint meghatározásában a versenytársak közötti viszonylatban.
543. Normál piaci körülmények között ugyanis a piaci ár kereskedőnként eltérően alakul a beszerzési ár, a felmerült költségek, a marketing költség, az adott kereskedő piaci ismeretei, tapasztalata, teljesítménye, az adott piaci körülmények, versenytársak árazása, elvárt haszon mértéke alapján. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az egységes minimum fogyasztói árak kereskedők általi egyeztetése, a piaci szereplők árképzése vonatkozásában egyértelműen a piac normál törvényszerűségeinek érvényesülése ellen hatott, ugyanis az mesterségesen orientálta a piaci szereplőket.
544. A minimálárak a vállalkozások egyéni költségeitől, teljesítményük minőségétől függetlenül egységesíthetik az árakat, ami azt eredményezheti, hogy az alacsonyabb önköltséggel működni képes vállalkozások sem kényszerülnek árak csökkentésére, sőt, lehetőségük sem lesz arra, hogy az árakat a rögzített minimumár alá vihessék. Ennélfogva, ezen árszintnek a piacon történő általános alkalmazása miatt az árak nem, illetve torzultan jelenítik meg a vállalkozások között szakmai alkalmasságban, üzleti megbízhatóságban, hatékonyságban megmutatkozó – a vállalkozások közötti versenyben meghatározó jelentőséggel bíró – különbségeket.⁴⁴⁴

⁴⁴³ VJ/8/-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, [SZEMÉLYES ADAT]2009. március 26-án, „Fw: levél” tárgyú e-mailjéhez csatolt YAMAHA MEGOLDÁS.doc elnevezésű levél

⁴⁴⁴ Ld. VJ-98/2004 (grafikus-kartell), VI. fejezet; ld. továbbá VJ-56/2003 (Debreceni Ügyvédi Kamara), VI. fejezet 20. pont.; ld. ezenkívül az Európai Bizottság 2004. június 24-i 2005/8/EK határozata a Szerződés 81. cikke szerinti eljárásban (COMP/38.549 – Belga Építész Kamara) 88. bek.

545.A Yamahának a Purple Book és a máltai árlista vertikális viszonteladói árat rögzítő gyakorlatának célja egyértelműen, a viszonteladói árak rögzítése volt. A Yamaha engedékenységi nyilatkozata szerint [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].

6.2.3.2.A megállapodás jogi és gazdasági környezete

546.A magatartás jogi és gazdasági környezetét elemezve az eljáró versenytanács visszautal a tényállásban már kifejtettekre, miszerint a 2004-2005-ös években két országos szintű változás gyakorolt együttesen hatást a hazai hangszer- és hangtechnikai termékek piacára. Egyrésztől 2004-ben Magyarország az Európai Unió tagjává vált, mely időponttól az Unió határain belül e termékekkel is szabadon lehetett kereskedni az országhatárookra tekintet nélkül. Másrésztől, e folyamattal párhuzamosan megkezdődött a hangszer- és hangtechnikai eszközök online történő értékesítésének elterjedése. E két folyamat a magyarországi hangszerkereskedőkben feszültséget generált egyrészt a nagyobb méretű, a magyar fogyasztók számára is ajánlatokkal élő uniós kereskedők, másrészt a hazai, kizárólag online értékesítő kereskedők tevékenysége kapcsán.

547.A Yamaha tudott a kiskereskedők problémáiról, azonban eleinte nem, illetve csak ritkán lépett fel aktívan annak megoldása érdekében. Ebben vélhetően szerepe volt annak a körülménynek, hogy az Európai Bizottság 2003 nyarán, hosszú ideig egyetlen viszonteladási ármegkötés miatt hozott bizottsági döntésében⁴⁴⁵ jelentős bírsággal sújtotta a Yamahát a szelektív disztribúciós rendszerében kifejtett fogyasztói ármegkötési gyakorlata miatt.

548.Egyes kiskereskedők erre a helyzetre azzal reagáltak, hogy a Yamaha tudtával maguk jelölték ki a Yamaha hangszer- és hangtechnikai termékek árazásának – kezdetben, 2009-től a magatartásban résztvevő vállalkozások számára, később, 2013-tól minden hazai hangszerkereskedő számára irányadó – kereteit. E folyamat a 2006. évtől kezdődött és a 2009-től bizonyíthatóan kifejtett jogsértés elsősorban az Eldorádó Hangszeráruház kezdeményezésére és a jelentősebb hangszerkereskedők, így a Mezzoforte Hangszerbolt, a Coda Hangszerbolt, és a Pécsen és Budapesten is hangszerboltot működtető Tajti Music részvételével zajlott, mely gyakorlatban a Yamaha bár formálisan nem vett részt, arról tudomással bírt, és annak működését jóváhagyólag engedte. Az együttműködéstől a hangszerkereskedők azt várták, hogy az egész piac követni fogja az általuk végrehajtott ármódosításokat, tekintettel arra, hogy ők a legnagyobb hangszerboltok az országban. Jelentős piaci szerepük miatt bíztak abban, hogy a Yamaha idővel aktív támogatást is nyújt számukra céljaik elérésében, azaz a magyar piacon kialakult árak külföldi kereskedőktől való „megvédésében” (amely a külföldi kereskedők által generált árazási nyomás kiküszöbölését jelenti), valamint az alacsonyabb költséggel működő vidéki kereskedők árainak felemelésében.

6.2.3.3.Az eljárás alá vontak szándéka

549.Végül, a fentiekén túlmenően, az eljárás alá vontak szándéka is bevallottan a kereskedők árazásának egységesítése volt. Ezt támasztja alá az árlisták készítésében legaktívabb szerepet

⁴⁴⁵ COMP/37.975 PO/Yamaha (2003. július 16.)

vállaló [SZEMÉLYES ADAT] e-mailje „[a] legfontosabbnak pedig továbbra is azt tartom (...), hogy egységesítsük az árakat!”⁴⁴⁶

6.2.3.4.A jogsértés összefoglalása

550.A fent leírtakat összegezve az eljáró versenytanács szerint, az egységes, folyamatos és komplex jogsértés keretében lebonyolított valamennyi horizontális és vertikális megállapodás és összehangolt magatartás a Yamaha termékek közös minimális fogyasztói árának meghatározására irányult, és a fentiek szerint céljuk szerinti versenykorlátozásnak minősülnek.

551.Az eljáró versenytanács rámutat arra, hogy a Tajti Music⁴⁴⁷ és a Hangszer Pláza⁴⁴⁸ észrevételeivel szemben nem releváns az, hogy a vizsgált magatartás milyen hatást gyakorolt, ez a jogsértés megállapíthatóságának nem feltétele.

6.2.4. De minimis szabályok

552.A Tpv. 13. §-a szerint nem esik a tilalom alá a megállapodás, ha csekély jelentőségű.

553.Versenyársak közötti megállapodás esetén csekély jelentőségű a megállapodás [Tpv. 13. § (2) bekezdés a) pont], ha a megállapodást kötő feleknek és az azoktól nem független vállalkozásoknak az együttes részesedése az érintett piacok egyikén sem haladja meg a tíz százalékot. Versenyársak közötti megállapodás az olyan vállalkozások között létrejött megállapodás, amelyek az érintett piacok bármelyikén egymásnak tényleges vagy lehetséges versenyársai [Tpv. 13. § (2a) bekezdés].

554.Nem versenyársak közötti megállapodás esetén csekély jelentőségű a megállapodás [Tpv. 13. § (2) bekezdés b) pont], ha a megállapodást kötő feleknek a tőlük nem független vállalkozásokkal együttes piaci részesedése külön-külön az érintett piacok egyikén sem haladja meg a 2018. január 1. előtt hatályos szabályozás szerint a tíz százalékot, 2018. január 1. után hatályos szabályozás alapján a tizenöt százalékot.

555.A Tpv. 13. § (2b) bekezdése szerint a fenti küszöbértéket meg nem haladó piaci részesedésnek a megállapodás hatályának időtartama alatt, ha pedig az egy évnél hosszabb, minden naptári évben teljesülnie kell.

556.A Tpv. 13. § (3) bekezdése szerint ugyanakkor nem alkalmazható az (1) bekezdés a versenyársak közötti olyan megállapodásra vagy összehangolt magatartásra, amelynek célja a verseny korlátozása, megakadályozása vagy torzítása, így többek között a vételi vagy eladási árak, valamint az egyéb üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett meghatározása, illetve a piac felosztása, ideértve a versenyeztetéssel kapcsolatos összejátszást.

557.A Tpv. 13. § (3) bekezdésének 2017. június 13-tól hatályos szabályai alapján a Tpv. *de minimis* szabályai alapján nem minősülnek csekély jelentőségűnek azok a nem versenyársak közötti megállapodások, amelyek közvetlenül vagy közvetve a vételi vagy az eladási árak rögzítésére irányulnak.

⁴⁴⁶ VJ/8-260/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló, (árak_2.msg)

⁴⁴⁷ VJ/8-368/2018. sz.

⁴⁴⁸ VJ/8-367/2018. sz.

558.A Tpv. 13. § (3) bekezdésének szabályai alapján a jelen eljárásban vizsgált megállapodás vertikális elemei vonatkozásában a megállapodás csekély jelentőségére tekintettel történő mentesülése a 2017. június 13-a előtti időszaka vonatkozásában merülhetne föl.

559.Tekintettel arra, hogy az eljáró versenytanács értékelése szerint a jelen eljárásban vizsgált magatartás egy horizontális és vertikális elemeket is magában foglaló egységes és folyamatos, komplex jogsértés, ezért a vertikális megállapodásokra vonatkozó csekély mentesülés lehetősége a vertikális aspektusok tekintetében külön nem alkalmazható, hiszen mesterséges lenne szétbontani az egységes célt követő tevékenységeket. Egységes és folyamatos jogsértés esetén nem egyenként, külön-külön kell a jogsértő magatartásokat értékelni, hanem összességükben és összefüggésükben kell azokat vizsgálni.⁴⁴⁹ Ebből kifolyólag a jogsértés vertikális elemei sem minősülhetnek csekély jelentőségűnek.

560.Ugyanakkor az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy amennyiben a vertikális megállapodás külön értékelésre kerülne, a *de minimis* szabályok ebben az esetben is csak akkor alkalmazandók, ha a Yamaha piaci részesedése a megállapodás érvényességének időtartama alatt a 10%-ot nem haladja meg. Az eljárás során feltártak alapján azonban a Yamaha hangszer és hangtechnikai piaci részesedése 10% fölé tehető, így erre tekintettel a vertikális megállapodások csekély jelentőségre történő hivatkozással akkor sem mentesülhetnének a Tpv. 11. §-ában foglalt tilalom alól, amennyiben azokat önmagában találná jogsértőnek az eljáró versenytanács.

561.A Bizottság *de minimis* közleményének (a továbbiakban: *de minimis* közlemény)⁴⁵⁰ 8. pontja értelmében a vállalkozások közötti olyan megállapodások, melyek hatással lehetnek a tagállamok közötti kereskedelemre, és melyeknek hatása a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása, nem korlátozzák érzékelhetően a versenyt az EUMsz. 101. cikk (1) bekezdés a) pontja értelmében, ha a megállapodás részes feleinek együttes piaci részesedése nem haladja meg a 10 %-ot a megállapodás által érintett piacok egyikén sem, amennyiben a megállapodás olyan vállalkozások között jött létre, melyek e piacok bármelyikén egymásnak tényleges vagy potenciális versenytársai (versenytársak közötti megállapodás), az EUMsz. 101. cikk (1) bekezdés b) pontja értelmében, ha a megállapodásban részes felek egyedi piaci részesedése nem haladja meg a 15 %-ot a megállapodás által érintett bármely érintett piacon, amennyiben a megállapodás olyan vállalkozások között jött létre, melyek e piacok bármelyikén egymásnak nem tényleges vagy potenciális versenytársai (nem versenytársak közötti megállapodás).

562.A *de minimis* közlemény 13. pontja ugyanakkor rögzíti, hogy a Bizottság nem alkalmazza a piaci részesedési küszöbök által létrehozott „védett kikötőt” (*safe harbor*) a versenytársak közötti olyan megállapodásokra, melyek közvetlen vagy közvetett célja az árak rögzítése termékek harmadik személyeknek történő értékesítése során, illetve azokra a megállapodásokra, amelyek a jelenlegi vagy jövőben bizottsági csoportmentességi rendeletekben felsorolt különösen súlyos korlátozások bármelyikét tartalmazzák, és amelyek esetében a Bizottság úgy tekinti, hogy céljuknál fogva általában korlátozzák a versenyt.

⁴⁴⁹ Kúria Kvf.II.37.076/2012/28. számú ítélet. Ezt erősíti meg Giovanni Pitruzzella főtanácsnok indítványa a C-697/19. sz. ügyben (lásd különösen 100., 111. és 115. pontokat)

⁴⁵⁰ Az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (1) bekezdése szerint a versenyt érzékelhetően nem korlátozó, csekély jelentőségű (*de minimis*) megállapodásokról szóló közlemény (2014/C 291/01)

563.A *de minimis* közlemény 13. pontja kizárja a szabály versenytársak közötti olyan megállapodásokra való alkalmazását, melyek közvetlen vagy közvetett célja az árak rögzítése. A Csoportmentességi Rendelet 4. cikk a) pontja értelmében a megállapodás különösen súlyos korlátozást valósít meg.

564.Ezek alapján a vizsgált magatartások a piaci részesedési adatoktól függetlenül sem minősülhetnek csekély jelentőségűnek az uniós jog *de minimis* szabályai szerint, figyelemmel arra, hogy egyrészt versenytársak között létrejött árak rögzítésére irányuló, másrészt olyan súlyos versenykorlátozásnak minősülnek, amelyek esetében a piaci részesedési küszöbök által létrehozott „védett kikötő” nem alkalmazható.

565.A jelen eljárásban vizsgált magatartások *de minimis* szabályok alapján való mentesülése tehát mind a magyar, mind az uniós szabályok alapján kizárt.

6.2.5. Vertikális csoportmentesség

566.A Tptv. 16. §-a szerint a megállapodások meghatározott csoportjait a Kormány rendeletben mentesítheti a 11. §-ban foglalt tilalom alól.

567.A vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alóli mentesítéséről szóló 205/2011. (X. 7.) Korm. rendelet (a továbbiakban: Csoportmentességi Kormányrendelet) 2. § (1) bekezdése szerint a vertikális korlátozást tartalmazó vertikális megállapodás mentesül a gazdasági versenyt korlátozó megállapodásokra vonatkozó, a Tptv. 11. §-ában meghatározott tilalom alól. A Csoportmentességi Kormányrendelet 7. § a) pontja szerint a mentesülés nem alkalmazható arra a vertikális megállapodásra, amelynek célja közvetlenül vagy közvetetten, önmagában vagy más, a megállapodásban részt vevő vállalkozások ellenőrzése alatt álló tényezőkkel együtt a vevő lehetőségeinek korlátozása az általa alkalmazott eladási ár meghatározásában, ide nem értve a szállító lehetőségét legnagyobb vagy ajánlott eladási ár meghatározására, feltéve, hogy az nem eredményez – a megállapodásban részt vevő vállalkozások bármelyike általi nyomásgyakorlás vagy ösztönzés következményeként – rögzített vagy legkisebb eladási árat.

568.Az EUMSZ. 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló 330/2010/EU Rendelet (a továbbiakban: Csoportmentességi Rendelet)⁴⁵¹ 4. cikk a) pontja lényegében a Csoportmentességi Kormányrendelet 7. § a) pontjával azonos megállapítást tartalmaz a csoportos mentesülés hatálya alóli kizárás kapcsán.

569.A vizsgálatl érintett továbbeladási árat érintő korlátozás a Csoportmentességi Rendelet 4. cikk a) pontja, illetve a Csoportmentességi Kormányrendelet 7. § a) pontja szerinti különösen súlyos korlátozásnak minősül. Erre tekintettel a jelen ügyben a Csoportmentességi Rendelet 2. cikke, illetve a Tptv. 16. §-a és a Csoportmentességi Kormányrendelet szerinti mentesség akkor sem lenne alkalmazható, ha azt az eljáró versenytanács önmagában találná jogsértőnek és nem egy egységes és folyamatos komplex jogsértés részeként vizsgálta volna.

⁴⁵¹ A Bizottság 330/2010/EU rendelete (2010. április 20.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról [HL L 102, 23.4.2010, p. 1–7]

6.2.6. Mentesülés

- 570.A Tpvt. 17. §-a szerint mentesül a 11. §-ban foglalt tilalom alól a megállapodás, ha a) az hozzájárul a termelés vagy a forgalmazás észszerűbb megszervezéséhez, vagy a műszaki vagy a gazdasági fejlődés előmozdításához, vagy a környezetvédelmi helyzet vagy a versenyképesség javulásához; b) a megállapodásból származó előnyök méltányos része a fogyasztóhoz, illetve az üzletfélhez jut; c) a gazdasági verseny velejáró korlátozása vagy kizárása a gazdaságilag indokolt közös célok eléréséhez szükséges mértéket nem haladja meg; és d) nem teszi lehetővé az érintett áruk jelentős részével kapcsolatban a verseny kizárását.
- 571.Az EUMSZ. 101 cikk (3) bekezdése szerint az EUMSZ. 101 cikk (1) bekezdése rendelkezéseinek alkalmazásától el lehet tekinteni az olyan esetekben, amikor a vállalkozások közötti megállapodás vagy megállapodások csoportja, a vállalkozások társulásai által hozott döntés vagy döntések csoportja, az összehangolt magatartás vagy összehangolt magatartások csoportja hozzájárul az áruk termelésének vagy forgalmazásának javításához, illetve a műszaki vagy gazdasági fejlődés előmozdításához, ugyanakkor lehetővé teszi a fogyasztók méltányos részesedését a belőle eredő előnyből anélkül, hogy a) az érintett vállalkozásokra olyan korlátozásokat róna, amelyek e célok eléréséhez nem nélkülözhetetlenek; illetve b) lehetővé tenné ezeknek a vállalkozásoknak, hogy a kérdéses áruk jelentős része tekintetében megszüntessék a versenyt.
- 572.Azon állítás bizonyításának terhe, hogy a Tpvt. 17. §, illetve az EUMSZ. 101. cikke (3) bekezdése feltételei teljesülnek, azon a vállalkozáson nyugszik, amely az e bekezdés által biztosított kedvezményt igényli.
- 573.A versenytársak között létrejött árrögzítésre irányuló megállapodások, és a csoportmentesség kedvezményében nem részesülő különösen súlyos korlátozások esetében a versenyre és a fogyasztókra gyakorolt káros hatás nyilvánvaló; mindazonáltal, a megállapodások mégis mentesülhetnek abban az esetben, ha az EUMSZ. 101. cikk (3) bekezdése, illetve a Tpvt. 17. §-ának feltételei mentén igazolható, hogy a korlátozással járó objektív előnyök az adott esetben nagyobbak a hátrányoknál, és hogy a haszon méltányos része eljut a fogyasztókhoz, miközben a megállapodás nem tartalmaz olyan korlátozásokat, melyek ezen célok eléréséhez nem szükségesek, illetve nem vezet a verseny megszűnéséhez.
- 574.Az 1/2003/EK rendelet 2. cikke szerint azon állítás bizonyításának terhe, hogy az EUMSZ. 101. cikk (3) bekezdésének feltételei teljesülnek, azon a vállalkozáson nyugszik, amely az e bekezdés által biztosított kedvezményt igénybe kívánja venni. Hasonló módon rendezi a bizonyítási teher kérdését a Tpvt. is, amelynek 20. §-a szerint a mentesülés feltételeinek fennállását a mentesülésre hivatkozó vállalkozás köteles bizonyítani.⁴⁵² A következetes jogalkalmazási gyakorlat szerint adott megállapodásnak mind a négy feltételt teljesítenie kell az egyedi mentesülés alkalmazásához.⁴⁵³
- 575.Az egyedi mentesülés körében értékelhető körülményekre a jelen versenyfelügyeleti eljárásban egyik vállalkozás sem hivatkozott.

⁴⁵² Főv. Ítéltábla 2.Kf. 27.314/2005/6., Vj-193/2001.

⁴⁵³ Lásd: T-528/93. ügy Métropole Télévision SA kontra Bizottság [EBHT 1996. II-649. o.] 86. pont; T-65/98. ügy Van den Bergh Foods [EBHT 2003. II-4653. o.] 144. pont., Ld. például a Kúria Kf.II.40.072/2000/5. és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.314/2005/6. számú ítéleteit, továbbá a 101 (3) iránymutatás 42. pontját.

7. Az eljárás alá vontak felelőssége

7.1. Az Eldorádó hangszerbolt üzemeltetői

576. Az Eldorádó hangszerbolt (Szikszai Tímea e.v., Pécsi Direkt Kft., „f.a.”, Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”, Könyv Plaza Kft., Bookangel Kft.) képviselőjében eljáró [SZEMÉLYES ADAT]ban már 2009 előtt megfogalmazódott, hogy a hangszerboltokat rábírja a közös árazási politika kialakítására (lásd különösen a fenti 4.2.3. pontot). [SZEMÉLYES ADAT] a jogsértés kezdeményezésében és megszervezésében a kezdetektől fogva vezető szerepet töltött be a 2009 és 2013. közötti időszakban, majd ezt követően is a jogsértés meghatározó szereplője maradt egészen 2018. áprilisáig.

577. A feltárt bizonyítékokból nyomon követhető, hogy [SZEMÉLYES ADAT] a jogsértés egész időtartama alatt aktívan vett részt a jogsértő magatartásban. Kezdeti kezdeményező/szervező szerepét 2013-tól [SZEMÉLYES ADAT] vette át, azonban [SZEMÉLYES ADAT] végig részese volt az árak koordinálásának.

578. [SZEMÉLYES ADAT] tevékenysége az Eldorádó hangszerboltot üzemeltető vállalkozásoknak tudható be az általuk való üzemeltetés időtartama vonatkozásában.

579. A fentieket Szikszai Tímea e.v. egyezségi nyilatkozata, valamint a Bookangel Kft. elismerő nyilatkozata is alátámasztja.

7.2. Mezzoforte Hangszerbolt (Csámpai Károlyné e.v)

580. A feltárt bizonyítékok alapján megállapítható, hogy a Mezzoforte képviselőjében eljáró [SZEMÉLYES ADAT] 2009. márciusától kezdve vett részt a [SZEMÉLYES ADAT] által kezdeményezett árrögzítésben, egyetértését fejezte ki, és elismerten együttműködő magatartást tanúsított.⁴⁵⁴

581. Az eljáró versenytanács rendelkezésére álló adatok szerint megállapítható, hogy ezt követően a Mezzoforte folyamatosan együttműködött az Eldorádó, a Tajti Music és a Coda hangszerbolttal, majd 2011-től a Hangszerkerrel és a Hangszerdiszkonttal. [SZEMÉLYES ADAT] nem vitatta, hogy együttműködött ezen üzleti körrel. Előadása szerint a „*legnagyobb szervezkedés*” 2013-ban volt.⁴⁵⁵

582. 2013-tól kezdődően a rendelkezésre álló nyilatkozatok, adatszolgáltatások és e-mailes bizonyítékok alapján az eljárásban vizsgált magatartás struktúrája, illetve az egyes vállalkozások ezzel kapcsolatos aktivitása megváltozott. A kereskedők közötti koordinátor szerepét [SZEMÉLYES ADAT]ól [SZEMÉLYES ADAT] vette át. Ebben az időszakban [SZEMÉLYES ADAT] az általa létrehozott zenead@gmail.com címről a Yamahától kapott árlisták általa „felülbírált”, alapvetően a Muziker árazásához igazított verzióit küldte meg az érintett kereskedői körnek, melyek már a Yamaha termékek széles köre tekintetében tartalmazták az árakat.

⁴⁵⁴ Lásd a fenti 4.3 pontban ismertetett levelezést és a VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 24. kérdésre adott választ

⁴⁵⁵ VJ/8-230/2018. sz. jegyzőkönyv 30. kérdésre adott válasz

583. Másrészt ebben az időszakban [SZEMÉLYES ADAT], a Mezzoforte képviselőjében, a HANOSZ égisze alatt szervezett, több személyes találkozón is részt vett a fogyasztói árak Yamaha általi szabályozásával kapcsolatos igényeik artikulálására.⁴⁵⁶

584. A fentieket Csámpai Károlyné e.v. engedékenységi kérelme is alátámasztja.

585. A Mezzoforte az árlisták készítőjeként (illetve címzettjeként is) 2018 áprilisáig folyamatosan részt vett a jogsértésben (a vonatkozó bizonyítékokat az 1. sz. melléklet foglalja össze).

586. A Mezzoforte üzemeltetőjeként a felelősség Csámpai Károlyné e.v.-nak tudható be.

7.3. Coda Hangszerbolt (Schmidt Károly e.v)

587. A feltárt bizonyítékok alapján megállapítható, hogy a Coda képviselőjében eljáró [SZEMÉLYES ADAT] 2009. márciusától kezdve (az Eldorádó, a Mezzoforte és a Tajti Music mellett) szintén részt vett a [SZEMÉLYES ADAT] által kezdeményezett közös árazási politika kialakításában.⁴⁵⁷

588. A feltárt korabeli bizonyítékok tanúsága szerint a Coda hangszerbolt egészen 2018 ápriliséig folyamatosan részese volt a közös árpolitikáról folytatott levelezésnek, az árakat annak megfelelően módosította, illetve a HANOSZ égisze alatt szervezett személyes egyeztetésen is részt vett.⁴⁵⁸

589. A fentieket Schmidt Károly e.v. egyezségi nyilatkozata is alátámasztja.

7.4. Tajti Music Kft.

590. A rendelkezésre álló bizonyítékok alapján megállapítható, hogy a Tajti Music Kft. a résztulajdonos [SZEMÉLYES ADAT] által 2009. márciusától kezdve (az Eldorádó, a Mezzoforte és a Coda mellett) szintén részt vett a [SZEMÉLYES ADAT] által kezdeményezett közös árazási politika kialakításában.⁴⁵⁹

591. A feltárt korabeli bizonyítékok tanúsága szerint a Tajti Music hangszerbolt egészen 2018 ápriliséig folyamatosan részese volt a közös árpolitikáról folytatott levelezésnek, az árakat annak megfelelően módosította, részt vett az árak monitorozásában, illetve a HANOSZ égisze alatt szervezett személyes egyeztetésen is részt vett.⁴⁶⁰

592. Az 1. sz. mellékletben megjelölt e-mailek feladója/címzettje bizonyos esetekben [SZEMÉLYES ADAT] volt, de előfordult olyan is, hogy a Tajti Music más munkavállalója küldött e-mailt, vagy pedig funkcionális e-mail cím (Tajti Music Budapest vagy Tajti Music Pécs) szerepel címként.

593. A fentieket a Tajti Music Kft. egyezségi nyilatkozata is alátámasztja.

⁴⁵⁶ Lásd a jelen határozat 4.4 pontját

⁴⁵⁷ Lásd a fenti 4.3 pontban ismertetett levelezést

⁴⁵⁸ Lásd a jelen határozat 4.4 pontját, illetve az 1. sz. mellékletet

⁴⁵⁹ Lásd a fenti 4.3 pontban ismertetett levelezést

⁴⁶⁰ Lásd a jelen határozat 4.4 pontját, illetve az 1. sz. mellékletet

7.5. Hangszer Pláza Kft.

594.2015 nyarától a Hangszer Pláza felelőssége a versenykorlátozó magatartásokban való részvételért abból az okból állapítható meg, hogy a Tajti-Music képviselője, [SZEMÉLYES ADAT] ebben az évben (amellett, hogy a Tajti Music résztulajdonosa) már a Tajti Music Kft. és az Eurhythmics Kft. által közösen alapított Hangszer Pláza Kft. ügyvezetője volt, és továbbra is részt vett a kereskedők közötti levelezésekben, mindkét minőségében.⁴⁶¹ Erre tekintettel az eljáró versenytanács szerint a felelősség a Hangszer Pláza-nak is betudható, tekintet nélkül arra, hogy a levelezés [SZEMÉLYES ADAT] mely e-mail címén keresztül történt. Ezzel együtt 2017-től 2018. áprilisáig már rendszeressé vált az olyan levelezés is, mely kifejezetten [SZEMÉLYES ADAT] Hangszerpláza e-mail címére került kiküldésre.⁴⁶²

595.A fentieket a Hangszer Pláza Kft. egyezségi nyilatkozata is alátámasztja.

7.6. Hangszerker Kft.

596.A feltárt bizonyítékok azt mutatják, hogy 2011. közepétől a Hangszerker Kft.⁴⁶³ és a Hangszerdiszkont is csatlakozott az árak egyeztetéséhez.

597.A Hangszerker aktívan részt vett az áregységesítés folyamatában, az árakról való megállapodásban, és annak gyakorlatban való megvalósulását ellenőrizte, illetve jelezte kifogását, amennyiben eltérést észlelt („*Szeretném mindenkinek felhívni a figyelmét arra az apróságra, hogy megint ki az, aki felrúgta a szóbeli megállapodásunkat.*”),⁴⁶⁴ illetve a HANOSZ égisze alatt szervezett személyes egyeztetésen is részt vett.⁴⁶⁵

598.A bizonyítékok egyértelműek a tekintetben, hogy a Hangszerker rendszeresen monitorozta az ármegállapodás működését. A vállalkozástól a helyszíni kutatás során birtokba vett levelezés alapján megállapítható továbbá, hogy a zenead@gmail.com címről érkező e-mailek jelentős része a vállalkozás e-mail címéről továbbítva lett [SZEMÉLYES ADAT] magán e-mail címére, illetve több alkalommal is kérdéssel, panasszal fordult az Adminhoz⁴⁶⁶, illetve közvetlenül [SZEMÉLYES ADAT]hoz is.⁴⁶⁷

599.A feltárt korabeli bizonyítékok tanúsága szerint a Hangszerker egészen 2018. ápriliséig folyamatosan részese volt a közös árpolitikáról folytatott levelezésnek (a vonatkozó bizonyítékokat az 1. sz. melléklet foglalja össze).

600.A fentieket a Hangszerker Kft. egyezségi nyilatkozata is alátámasztja.

⁴⁶¹ Lásd 1. sz. melléklet

⁴⁶² Lásd pl. az 1. sz. melléklet 124., 126., 127., 129., 137., 139. sorát

⁴⁶³ lásd fentebb a 2011. június 30-án kelt „Yamaha” tárgyú e-mailt

⁴⁶⁴ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00008623 azonosítószámú e-mail illetve Mezzoforte Hangszeráruház által [SZEMÉLYES ADAT]részére 2013. február 4-én megküldött „RE: Kiskereskedői találkozó” tárgyú e-mail előzménye. VJ/8-259/2018. sz. bizonyíték-összefoglaló (Re_ahogy az árakat mi számoljuk)

⁴⁶⁵ Lásd a jelen határozat 4.4 pontját

⁴⁶⁶ A Hangszerker, mely meghallgatása során végig tagadta részvételét az együttműködésben, illetve úgy nyilatkozott, hogy csak feltételezi, hogy [SZEMÉLYES ADAT] áll az anonim e-mail cím mögött, több esetben is érdeklődött egy-egy termék árazása tekintetében – Lásd pl. az 1. sz. melléklet 32-34, 47, 50. sorát

⁴⁶⁷ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt 00007782 azonosítószámú e-mail

7.7. Hangszerdiszkont

601.A feltárt bizonyítékok szerint, a Hangszerker Kft-hez hasonlóan , a Hangszerdiszkont⁴⁶⁸ is 2011. közepétől csatlakozott az árak egyeztetéséhez. A Hangszerdiszkont képviselőjében [SZEMÉLYES ADAT] vett részt az egyeztetésekben.

602.A bizonyítékok egyértelműek a tekintetben, hogy 2011-től Hangszerdiszkont folyamatosan részese volt az árkoordinációnak, figyelte és többször számon kérte az egyeztetés szerinti árazást, felhívva a résztvevők figyelmét, ha nem követték a megbeszélteket.⁴⁶⁹

603.2013-tól az Eldorádó Hangszerbolttól a Mezzoforte Hangszerbolt vette át az árkoordináció vezető szerepét, az árlistáknak a hangszerkereskedők számára való kiküldését. Ezzel párhuzamosan a Hangszerdiszkont önként magára vállalta az egységes árazási gyakorlat megvalósulásának ellenőrzését, melynek módja az árösszehasonlító oldalak (Árgép, Árukereső) figyelése, és a termékeiket az egyeztetett árszint alatt kínáló kiskereskedések figyelmeztetése volt. A két vállalkozás e célból közösen használta a Mezzoforte Hangszerbolt által létrehozott, zenead@gmail.com e-mail címhez tartozó Admin Music e-mail fiókot. [SZEMÉLYES ADAT] elismerte, hogy ezen címről kiküldött bizonyos e-mailek tőle származnak.

604.A feltárt korabeli bizonyítékok tanúsága szerint a Hangszerdiszkont egészen 2018. ápriliséig folyamatosan aktív részese, az Admin Music e-mail fiók egyik használójaként egyik szervezője volt a közös árpolitikáról folytatott levelezésnek (a vonatkozó bizonyítékokat az 1. sz. melléklet foglalja össze).

605.A fentieket a Hangszerdiszkont elismerő nyilatkozata is alátámasztja.

7.8. Friendly House

606.A Friendly House a feltárt korabeli levelezés alapján 2013 májusától vett részt az áregyeztetés gyakorlatában.⁴⁷⁰ A vállalkozás a levelezést követően bekerült az anonim e-mailcímről küldött levelek címzettjei közé és egészen 2017 áprilisáig bizonyíthatóan a címzettek közt is maradt (a vonatkozó bizonyítékokat az 1. sz. melléklet foglalja össze). Továbbá a bizonyítékok tanúsága szerint voltak olyan esetek is, amikor a Friendly House maga is a küldők között szerepelt, illetve aktívan részt vett az árak koordinálásában.⁴⁷¹

7.9. Muziker

607.2014 februárjától kezdődően a Muziker is megkapta a kiküldött árlistákat, és az e-mailekre adott válaszai alapján árazása során figyelembe vette azokat (a vonatkozó bizonyítékokat az 1. sz. melléklet foglalja össze).⁴⁷²

⁴⁶⁸ lásd fentebb a 2011. július 8-án kelt „Yamaha árak” tárgyú e-mailt

⁴⁶⁹ Lásd a jelen határozat 4.3 pontját

⁴⁷⁰ [SZEMÉLYES ADAT]ral és [SZEMÉLYES ADAT] 2013. május 29-én folytatott, „RE: Yamaha ajánlott fogy. áras árlista” tárgyú levelezés

⁴⁷¹ Lásd például az 1. sz. melléklet 70. pontját.

⁴⁷² Lásd még a jelen határozat 4.4.1 pontját

608.A Muziker több alkalommal is jelezte egyes kiskereskedők számára, hogy azok árai nem megfelelőek. A Muziker meghallgatása során a bemutatott e-mailek kapcsán elismerte, hogy volt a részéről ilyen kommunikáció.⁴⁷³

609.A Muziker 2017. októberéig bizonyíthatóan részt vett a hangszerkiskereskedők egymás közötti, az MI és MIPA termékek kiskereskedelmi árazását érintő egyeztetésekben. Álláspontja szerint ezen egyeztetések eszközei voltak a Yamaha által folytatott vertikális árrögzítésnek, azt a Yamaha vezérelte, aki így szintén részese volt a jogsértésnek.

610.A jogsértésnek nyilatkozata szerint úgy lett részese, hogy a magyar kiskereskedők nyomást gyakoroltak a vállalkozás munkavállalóira a vállalkozás honlapján, nyilvánosan elérhető e-mailcímére küldött levelek által, annak érdekében, hogy áراikkal ne menjenek a magyar kiskereskedők árai alá. Ezek az e-mailek [SZEMÉLYES ADAT]tól érkeztek.⁴⁷⁴

611.A fentieket a Muziker egyezségi nyilatkozata is alátámasztja.

7.10. Yamaha Music Europe GmbH

612.A Yamaha, engedékenységi nyilatkozata által elismerten 2017. március végéig RPM üzletpolitikát alkalmazott Magyarországon.

613.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]

614.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].

615.[ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT].

616.A 2014-től a Purple Bookkal bevezetett máltai árlista a kereskedők által szorgalmazott és várt, piaci viszonyokat leképező, forintosítás után bármely módosítás nélkül alkalmazható árlista volt. [SZEMÉLYES ADAT] a Yamaha instrukciói alapján, annak tudtával megalkotta és köröztette az árlista forintosított változatát. A Yamaha ily módon 2014 júliusa és 2017 nyara között közvetlenül meghatározta a Yamaha termékek minimális fogyasztói árait, ennek során, a viszonteladók egyetértő közreműködésével igénybe vette a kiskereskedők együttműködése során létrehozott anonim e-mailcímet.

617.A feltárt bizonyítékok és az [ENGEDÉKENYSÉGI NYILATKOZAT]. Ennek okán a kiskereskedők márciust követően (amikor a Yamaha állítása szerint már nem alkalmazta az RPM politikáját) továbbra is alkalmazták a máltai árlistát, így a Yamaha felelőssége ez utóbbi időpontig állapítható meg. Az eljáró versenytanács szerint - a Yamaha észrevételeivel⁴⁷⁵ ellentétben – a viszonteladói ármegkötésre vonatkozó megállapodás a magyar kiskereskedők tekintetében egészen 2017. júliusáig fennállt, hiszen a megszüntetésről a Yamaha korábban formálisan nem tájékoztatta őket, és továbbra is alkalmazták a megállapodás szerinti árat⁴⁷⁶.

⁴⁷³ VJ/8-215/2018. sz. (betekinthető verzió: VJ/8-341/2018. sz.) jegyzőkönyv 35. kérdésre adott válasz

⁴⁷⁴ Vj/8-209/2018

⁴⁷⁵ VJ/8-476/2018. sz. irat

⁴⁷⁶ Ebben az értelemben lásd például az Európai Bíróság C-450/19. sz. ügyben hozott ítéletének (ECLI:EU:C:2021:10) 30. pontját: „Ami valamely vállalkozás ilyen jogsértésben való részvételének végét illeti, az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az EUMSZ 101. és EUMSZ 102. cikk által létrehozott versenyjogi rendszer szempontjából annak van jelentősége, hogy a megállapodások, illetve az összejátszás vagy összehangolás bármely hasonló formái milyen gazdasági következményekkel járnak, semmint annak, hogy azok milyen jogi formát öltenek. Következésképpen a vállalkozások

7.11. Az eljárás megszüntetése a Eurhythmics Kft.-vel és Könyvbazár Kft.-vel szemben

- 618.A Eurhythmics Kft. a feltárt bizonyítékok alapján kiskereskedelemmel, illetve Yamaha termékek kereskedelmével a vizsgált időszakban egyáltalán nem foglalkozott, a vizsgálat egyetlen talákozó kapcsán tárta fel érintettségét, és nem fűződik érdeke a kereskedők együttműködéséhez sem.
- 619.A Könyvbazár Kft.-vel kapcsolatban az került feltárásra, hogy az Eldorádó Hangszerbolt webshopjának üzemeltetését végezte 2015 környékén, másfél éves időszakban. Ebben az időszakban a Könyv Plaza Kft. működtette a fizikai boltot.
- 620.Az eljáró versenytanács rendelkezésére álló bizonyítékok alapján a Eurhythmics Kft. és a Könyvbazár Kft. esetében nem állapítható meg a jogsértésben való részvétel, illetve a közvetett bizonyítékok alapján sem állítható fel olyan, logikai láncolattal összefűzhető, következtetésekre alapozott modell, amely a jogsértést egyértelműen alátámasztaná, így (további bizonyítékok hiányában) nem állapítható meg jogsértés. Így tekintettel a hivatalbóli bizonyítás elvére, a GVH-nak olyan új, eddig fel nem merült bizonyítékokat kellene beszereznie, amely(ek) alátámasztják a megállapodás vagy az összehangolt magatartás létrejöttét.
- 621.Az eljáró versenytanács a rendelkezésre álló iratok alapján azt állapította meg, hogy a vizsgálat a bizonyítékok beszerzése érdekében számos eljárási cselekményt elvégzett, így az eljárás folyamán a Tpv. 65/A. § szerinti helyszíni kutatást végzett, az eljárás alá vontakat meghallgatta, aminek keretében az irati bizonyítékokra (az e-mail-váltások tartalmára) vonatkozóan részletes nyilatkozatot tettek az ügyfelek, továbbá széles spektrumú eljárás alá vonti és harmadik feles adatgyűjtést is végzett a vizsgálat. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint így további vizsgálati cselekményektől sem várható értékelhető eredmény, mivel a lehetséges irati bizonyítékok az előzetes értesítés nélküli helyszíni kutatás során lefoglalásra kerültek, az eljárás alá vontaktól pedig jogsértésben való részvételükre vonatkozó nyilatkozat – ellenérdekeltségükre tekintettel – nem várható. A fenti, bizonyítékok beszerzésére irányuló eljárási lépések tehát eredménytelenek maradtak, így figyelemmel arra is, hogy a feltételezett jogsértések időpontjától több év telt el, az eljáró versenytanács arra a meggyőződésre jutott, hogy a további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.
- 622.Erre tekintettel ezen két eljárás alá vont vonatkozásában a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésének van helye a Tpv. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján, miszerint az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti, ha az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

olyan kartelljei esetében, amelyek már megszűntek, az EUMSZ 101. cikk alkalmazásához elegendő, ha e kartellek az összejátszásra irányuló kapcsolatfelvételek formális megszűnését követően továbbra is kifejtik hatásaikat. A jogsértés időtartama tehát azon időtartam függvényében határozható meg, amelynek során a jogsértést elkövető vállalkozások végrehajtottak valamely olyan magatartást, amelyet az említett rendelkezés tilt. Így például a jogsértés időtartama felöllelheti azt a teljes időszakot, amelynek során az összejátszáson alapuló árak érvényesültek, még akkor is, ha maga a kartell formálisan már megszűnt (lásd ebben az értelemben: 2013. május 30-i Quinn Barlo és társai kontra Bizottság ítélet, C-70/12 P, nem tették közzé, EU:C:2013:351, 40. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).”

8. Jogkövetkezmények

8.1. Jogsértés megállapítása

623. Az eljáró versenytanács megállapítja a Tpv. 76. § (1) bekezdés f) pontja alapján, hogy a rendelkező rész I. pontjában megjelölt vállalkozások, szintén az I. pontban megjelölt időszakokban az eladási árak közvetlen meghatározására irányuló versenykorlátozó magatartást folytattak, mellyel a Tpv. 11. § (2) bekezdés a) pontjába, valamint az EUMSZ. 101. cikk (1) bekezdés a) pontjába ütköző egységes és folyamatos, komplex jogsértést követtek el.

8.2. Egyéb jogkövetkezmények

624. Az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdésének i) pontja alapján kötelezi a Hangszerker Kft.-t, a Muziker Kft.-t, hogy a jelen határozat kézhezvételétől számított hat hónapon belül vezessék be az általuk vállalt megfelelési programot, és ezt követően 15 napon belül igazolják a bevezetés megtörténtét, továbbá kötelezi a bevezetett megfelelési programnak további, legalább öt évig történő, működtetésére. Az eljáró versenytanács kötelezi továbbá a megfelelési programot már az eljárás folyamán bevezető Hangszer Pláza Kft.-t, a Tajti-Music Kft.-t és Csámpai Károlyné e. v.-t, megfelelési programjának további, legalább öt évig történő, működtetésére.

8.3. A bírságkiszabás

8.3.1. *A bírságkiszabás keretei*

625. Az eljáró versenytanács a fentebb ismertetett jogsértések megállapítása mellett a Tpv. 78. §-a alapján bírság kiszabását is indokoltnak látta a rendelkező rész II. pontjában megjelölt eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben.

626. Az eljáró versenytanács a jelen eljárásban a Tpv. 78. § szerinti bírságkiszabás során a Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa Elnökének 1/2020 közleményét (egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel) (a továbbiakban: Bírságközlemény) veszi alapul, figyelemmel annak 45. pontjára, amely szerint a közleményt a GVH 2021. január 1-jétől, azon eljárásokban alkalmazza, amelyekben a Tpv. 73. §-a szerinti előzetes álláspont közlésére a jelen közlemény közzétételének időpontjáig még nem került sor.

627. A Bírságközlemény 5. pontja szerint „A Tpv. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire –így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára –tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.”.

628. A 7. pont értelmében pedig a GVH a bírság összegének meghatározása során tehát a Tpv. 78. § (3) bekezdésében kiemelt, adott ügyben releváns körülményekre, illetve a joggyakorlat alapján releváns egyéb szempontokra van tekintettel, az alábbiak szerint.

8.3.2. A releváns forgalom, a jogsértés súlya

629.A Bírágközlemény 8. pontja szerint az érdemi bírság meghatározásakor a GVH főszabályként a jogsértő vállalkozás által a jogsértés időtartama alatt az érintett piacon elért vagy becsült – releváns – forgalom jogsértés súlyától függő mértékét veszi alapul. Ez biztosítja, hogy a jogsértéssel elért előnyhöz vagy okozott hátrányhoz, és a jogsértés időtartamához leginkább igazodó mértékű szankció kerüljön kiszabásra.

630.A 9. pont alapján a jogsértés súlyának értékelésekor a GVH a verseny veszélyeztetettsége körében veszi figyelembe a magatartás típusát. A GVH különösen súlyos jogsértésként tekint a Tptv. 13. § (3) bekezdésében meghatározott magatartásokra, valamint az EUMSZ. 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló 330/2010/EU bizottsági rendeletben ekként meghatározott magatartásokra.

631.Végül a 10. pont alapján a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége értékelése során a jogsértés tényleges, illetőleg valószínűsített és/vagy potenciális hatását és azt is értékelheti a GVH, hogy a magatartás milyen mértékben valósult meg ténylegesen. Ezt befolyásolhatja továbbá a releváns piac, a termék és a vevők egyéb jellemzői, továbbá a jogsértés esetleges tovagűrűző hatása.

632.A jelen ügyben az eljáró versenytanács releváns forgalomként a jogsértés időtartama alatt az érintett piacon az eljárás alá vontak által a Yamaha termékek értékesítéséből elért tényleges árbevétel jogsértés súlyától függő mértékét vette alapul. Egyes esetekben nem álltak rendelkezésre a tényleges árbevételre vonatkozó adatok, ezért ilyen esetekben az eljáró versenytanács a Yamaha termékek éves nettó beszerzési adataira támaszkodott (ami a kiskereskedők esetén valószínűleg alacsonyabb a tényleges árbevételnél, hiszen a kiskereskedelmi árrést nem tartalmazza, ezért az eljáró versenytanács a beszerzési adatokat egy hipotetikus 10%-os árréssel megnövelte).

633.Az eljáró versenytanács által árbevételként figyelembe vett összeg az eljárás alá vontak adatszolgáltatásai alapján a következő:

Eljárás alá vont / figyelembe vett időtartam	Összes árbevétel a jogsértéssel érintett időszakban
Yamaha Music Europe GmBH (2010-2017 július)	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁷⁷
Szikszai Tímea Mária	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁷⁸

⁴⁷⁷ VJ/8-72/2018. sz. beadvány 2. sz. melléklet. Az EUR-ban megadott összegek esetén az eljáró versenytanács azok forintra történő átszámításakor a Magyar Nemzeti Bank által közzétett, a YAMAHA üzleti évének lezárásakor érvényes deviza-középárfolyamot használta. Tekintettel arra, hogy a Yamaha által megadott adatok a Yamaha pénzügyi éve szerinti bontásban szerepelnek, mely tárgyév áprilistól a következő év márciusáig tart, az eljáró versenytanács a tárgyév március utolsó napján érvényes deviza-középárfolyamot használta. Az érintett pénzügyi évek lezárásakor érvényes devizaárfolyamok az egyes évekre a következők: 2009. március 31 - 309,22 , 2010. március 31. – 266,39 , 2011. március 31.- 265,78, 2012. március 30.- 295,65, 2013. március 29 - 304,30, 2014. március 31.- 307,06, 2015. március 31.- 299,14, 2016. március 31- 314,16, 2017. március 31.- 308,70, 2018 március 29.- 312,55,

egyéni vállalkozó (2009-től 2012 szeptemberig)			
Pécsi Direkt Kft. „f.a.” (2012 szeptember-2014 április)	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁷⁹		
Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.” (2014 április-2015 március)	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁸⁰		
Könyv Plaza Kft. (2015 március-2017 április)	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁸¹		
Bookangel Kft (2017 április -2018 április)	14 897 331 Ft ⁴⁸²		
Csámpai Károlyné egyéni vállalkozó (2009 március – 2018 április)	Év	Yamaha termékek értékesítéséből származó nettó árbevétel ⁴⁸³	
	2009/2010	[ÜZLETI TITOK]	
	2010/2011	[ÜZLETI TITOK]	
	2011/2012	[ÜZLETI TITOK]	
	2012/2013	[ÜZLETI TITOK]	
	2014.	[ÜZLETI TITOK]	
	2015.	[ÜZLETI TITOK]	
	2016.	[ÜZLETI TITOK]	
	2017/2018.	[ÜZLETI TITOK]	
Schmidt Károly egyéni vállalkozó (2009 március-2018 április)	<table border="1"> <tr> <td>Év</td> <td>Yamaha termékek éves nettó</td> </tr> </table>	Év	Yamaha termékek éves nettó
Év	Yamaha termékek éves nettó		

⁴⁷⁸ VJ/8-113/2018. sz. beadvány

⁴⁷⁹ VJ/8-113/2018. sz. beadvány

⁴⁸⁰ A Rainbow Kft. és a Könyv Pláza Kft. esetében a VJ/8-113/2018. sz. beadvány BOOKANGEL-re vonatkozó azon sorait és oszlopait tartalmazza a táblázat, mely években ezen vállalkozások működtették a hangszerboltot.

⁴⁸¹ A Rainbow Kft. és a Könyv Pláza Kft. esetében a VJ/8-113/2018. sz. beadvány BOOKANGEL-re vonatkozó azon sorait és oszlopait tartalmazza a táblázat, mely években ezen vállalkozások működtették a hangszerboltot.

⁴⁸² VJ/8-331/2018. sz. adatszolgáltatás 2. kérdésre adott válasz

⁴⁸³ Az eljáró versenytanács a 2009-2013. évekre vonatkozóan a vállalkozás által a VJ/8-65/2018. sz. adatszolgáltatásban adott tág becslés (10-35 000 000 Ft) helyett a VJ/8-113/2018. sz. Yamaha adatszolgáltatás 1. sz. mellékletében szereplő, pontos nettó éves beszerzési adatokat használta, az adatok a Yamaha pénzügyi éve szerinti bontásban szerepelnek. A 2014-2017 március időszakra vonatkozó adatok a VJ/8-62/2018. sz. adatszolgáltatásból származnak, a 2017 áprilistól-2018 áprilisig tartó időszakra vonatkozó adatokat a VJ/8-62/2018. sz. adatszolgáltatás tartalmazza

			beszerzése ⁴⁸⁴
		2009/2010.	[ÜZLETI TITOK]
		2010/2011.	[ÜZLETI TITOK]
		2012.	42 453 676 Ft ⁴⁸⁵
		2013.	51 249 486 Ft
		2014.	46 300 454 Ft
		2015.	53 804 284 Ft
		2016.	45 569 589 Ft
		2017.	48 617 366 Ft
		2018.	2 924 465 Ft
Tajti-Music Kft. (2009 március -2018 április)	Év	Yamaha termékek éves nettó beszerzése ⁴⁸⁶	
	2009/2010.	[ÜZLETI TITOK]	
	2010/2011.	[ÜZLETI TITOK]	
	2011/2012.	[ÜZLETI TITOK]	
	2012/2013.	[ÜZLETI TITOK]	
	2013/2014.	[ÜZLETI TITOK]	
	2014/2015.	[ÜZLETI TITOK]	
	2015/2016.	[ÜZLETI TITOK]	
	2016/2017. márciusig	[ÜZLETI TITOK]	
	2017. áprilistól decemberig	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁸⁷	
	2018. januártól áprilisig	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁸⁸	
Hangszer Pláza Kft. (2015 augusztus-2018 április)	Év	Yamaha termékek értékesítéséből származó nettó árbevétel ⁴⁸⁹	
	2015.	[ÜZLETI TITOK]	

⁴⁸⁴ VJ/8-113/2018. sz. Yamaha adatszolgáltatás 1. sz. melléklet

⁴⁸⁵ VJ/8-68/2018. sz. adatszolgáltatás 5. pont

⁴⁸⁶ VJ/8-113/2018. sz. adatszolgáltatás 1. sz. melléklet

⁴⁸⁷ VJ/8-289/2018. sz. adatszolgáltatás 3. sz. melléklet

⁴⁸⁸ VJ/8-289/2018. sz. adatszolgáltatás 4. sz. melléklet

⁴⁸⁹ VJ/8-110/2018. sz. adatszolgáltatás 5. pont

	2016.	[ÜZLETI TITOK]
	2017.	[ÜZLETI TITOK]
	2018.	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁹⁰
Hangszerker Kft. (2011. július-2018 április)	Év	Yamaha termékek értékesítéséből származó nettó árbevétel ⁴⁹¹
	2011.	[ÜZLETI TITOK]
	2012.	[ÜZLETI TITOK]
	2013.	[ÜZLETI TITOK]
	2014.	[ÜZLETI TITOK]
	2015.	[ÜZLETI TITOK]
	2016.	[ÜZLETI TITOK]
	2017.	[ÜZLETI TITOK]
	2018. januártól márciusig	[ÜZLETI TITOK]
Hangszerdiszkont Kft. (2011 július-2018 április)	Év	Yamaha termékek forgalmi adatai ⁴⁹²
	2011/2012	1 476 535,- Ft
	2013/2014.	1 476 535,- Ft
	2014/2015.	1 537 414,- Ft
	2015/2016.	3 943 793,- Ft
	2016/2017.	25 813 397,- Ft
	2017/2018.	50 716 775,-Ft
Friendly House Kft. (2013 május-2017 áprilisig)	Év	Yamaha termékek értékesítéséből származó nettó árbevétel ⁴⁹³
	2013	[ÜZLETI TITOK]
	2014	[ÜZLETI TITOK]
	2015.	[ÜZLETI TITOK]
	2016.	[ÜZLETI TITOK]

⁴⁹⁰ VJ/8-288/2018. sz. adatszolgáltatás 3. sz. melléklet

⁴⁹¹ VJ/8-76/2018. sz. adatszolgáltatás és a 2018-as adat vonatkozásában a VJ/8-302/2018. sz. adatszolgáltatás

⁴⁹² VJ/8-451/2018. sz. adatszolgáltatás. Tekintettel arra, hogy a 2011-2012 évre vonatkozóan sem a vállalkozás, sem a Yamaha nem szolgáltatott adatokat, ezen évekre az eljáró versenytanács a 2013/2014 évi adatokkal azonos összegű értékesítést feltételez, tekintettel arra, hogy a VJ/8-64/2018. sz. adatszolgáltatás szerint ezen években a vállalkozás árbevétele is nagyságrendileg hasonló volt.

⁴⁹³ VJ/8-106/2018. sz. adatszolgáltatás, 2. sz. melléklet

	2017. márciusig	[ÜZLETI TITOK]
Muziker a.s. (2014. február-2017. október)	Év	Yamaha termékek magyarországi értékesítéséből származó nettó árbevétel ⁴⁹⁴
	2014.	[ÜZLETI TITOK]
	2015.	[ÜZLETI TITOK]
	2016.	[ÜZLETI TITOK]
	2017.	[ÜZLETI TITOK] ⁴⁹⁵

634.A Bírságközlemény 5. pontja értelmében a jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg. A 9. pont szerint pedig a jogsértés súlyának értékelésekor a GVH a verseny veszélyeztetettsége körében veszi figyelembe a magatartás típusát. Így a GVH különösen súlyos jogsértésként tekint a Tptv. 13. § (3) bekezdésében meghatározott magatartásokra, mint amilyen a jelen eljárásban vizsgált versenytársak közötti olyan megállapodás vagy összehangolt magatartás, amelynek célja az eladási árak közvetlen vagy közvetett meghatározása, valamint bármely közvetlenül vagy közvetve az eladási árak rögzítésére irányuló más megállapodás vagy összehangolt magatartás.

635.A Bírságközlemény 10. pontja alapján, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége értékelése során a jogsértés tényleges, illetőleg valószínűsített és/vagy potenciális hatását és azt is értékelheti a GVH, hogy a magatartás milyen mértékben valósult meg ténylegesen. Ezt befolyásolhatja továbbá a releváns piac, a termék és a vevők egyéb jellemzői, továbbá a jogsértés esetleges tovagyrűző hatása. Ebben a körben az eljáró versenytanács arra volt figyelemmel, hogy a magatartás ténylegesen megvalósult, hosszú ideig tartott, hogy a Yamaha a hangszer- és hangtechnikai termékek piacának egyik legnagyobb szereplője, termékei azok népszerűsége miatt megkerülhetetlenek a hangszerboltok részére, illetve a megállapodás a piac jelentős részét lefedte, és abban az ország legjelentősebb és legnagyobb múltú hangszerkereskedései vettek részt, akiknek kimondott célja volt minden piaci szereplő bevonása a magatartásba. Az egyes vizsgált magatartások egymást erősítő jellege a jogsértés intézményesítettségét jelzi.

636.A fentiek szerinti mérlegelést elvégezve, első lépésként az eljáró versenytanács a jogsértés súlyára és kiterjedtségére tekintettel a releváns forgalom - jogsértéssel érintett időszakra arányosított mértékét alapul véve - 20%-ának megfelelő összeget vett figyelembe.

8.3.3. Súlyosító és enyhítő körülmények

637.A releváns forgalomnak a jogsértés súlyához viszonyított mértékének meghatározását követően kerül sor a súlyosító és enyhítő körülmények figyelembe vételére. Ennek megítélése

⁴⁹⁴ VJ/8-110/2018. sz. adatszolgáltatás, 5. pont

⁴⁹⁵ VJ/8-287/2018. sz. adatszolgáltatás, 2.1 pont

során a GVH a vállalkozás magatartásának felróhatóságát, a jogsértésben betöltött szerepét, a jogsértésben közreható külső tényezőket és az esetleges egyéb szempontokat értékeli.

8.3.3.1. Súlyosító körülmények

638.A Bírságközlemény 13. pontja szerint a GVH súlyosító körülményként veszi figyelembe a pusztán a jogszabálysértés elkövetésében megnyilvánuló szintet meghaladó mértékű felróhatóságot. Kiemelt fokú felróhatóságnak tekinti a GVH, ha a jogsértés elkövetésére bizonyíthatóan annak jogsértő jellege tudatában, szándékosan került sor.

639.A GVH a szándékos elkövetés irányába mutató körülménynek tekinti különösen, ha a vállalkozás a jogsértés titokban tartását szolgáló lépéseket tesz, illetőleg ha a vállalkozás a jogsértés hatékonyabb megvalósítása érdekében további intézkedéseket foganatosít. Ugyancsak magasabb fokú felróhatóságra utalhat, ha a vezető tisztségviselők (is) érintettek a jogsértés elkövetésében.

640.Továbbá a Bírságközlemény 14. pontja értelmében GVH a magatartás felróhatósága körében figyelemmel lehet az eljárás alá vontak jogsértésben betöltött szerepére. A szervező, vezető szerep, a más vállalkozásokkal szembeni megtorló intézkedések vagy kényszer alkalmazása súlyosító körülményként értékelhető. Amennyiben azonban egy eljárás alá vont vállalkozás esetén bizonyítható, hogy kiszolgáltatott helyzetben van, és a versenykorlátozásban más vállalkozás(ok) által alkalmazott kényszer vagy kilátásba helyezett megtorló intézkedések nyomán vesz részt, vagy marad meg, e szempont enyhítő körülményként értékelhető.

641.Jelen ügyben az eljáró versenytanács az alábbi eljárás alá vont vállalkozások esetében azonosított a magasabb szintű felróhatóságot megalapozó tényező(ke)t.

Eljárás alá vont	Magasabb szintű felróhatóságot megalapozó tényező(k)
Yamaha Music Europe GmBH (2011-2017 március)	A jogsértés elkövetésére bizonyíthatóan annak jogsértő jellege tudatában, szándékosan került sor, tekintettel a korábban elkövetett ugyanilyen jogsértésre is, szervező-vezető szerep 2014-től 2017-ig a máltai árlista bevezetése és betartatása során
Szikszai Tímea Mária egyéni vállalkozó (2009-től 2013-ig)	Az Eldorádó hangszerbolt képviselőjében eljáró [SZEMÉLYES ADAT] vezető/szervező szerepe 2013-ig
Csámpai Károlyné egyéni vállalkozó (2009-2018)	A Mezzoforte hangszerbolt képviselőjében eljáró [SZEMÉLYES ADAT] vezető/szervező szerepe 2013-tól, a zenead@gmail.com használatában betöltött vezető szerepe
Hangszerdiszkont Kft. (2011-2018)	[SZEMÉLYES ADAT] szervező szerepe, a zenead@gmail.com használatában betöltött

	vezető szerepe
--	----------------

642. Az eljáró versenytanács nem azonosította a kalkulált bírságösszeg növelésére okot adó egyéb szempontot.

8.3.3.2. Enyhítő körülmények

643. Schmidt Károly egyéni vállalkozó esetében az eljáró versenytanács közepes mértékű enyhítő körülményként vette figyelembe a CODA-nak a többi eljárás alá vont vállalkozáshoz képest versenyzőbbnek tekinthető magatartását.

644. A Hangszer Pláza esetében az eljáró versenytanács közepes mértékű enyhítő körülményként vette figyelembe azt, hogy a Hangszer Pláza az egységes és folyamatos jogsértésben való részvétele a Yamaha RPM politikájának erőteljesebbé válásának idejére tehető, és hogy a jogsértéshez csak kismértékben járult hozzá a többi eljárás alá vonthoz képest.

645. A Muziker esetében az eljáró versenytanács közepes mértékű enyhítő körülményként vette figyelembe azt, hogy a Muziker nem tartozott a jogsértés kemény magjához, és hogy a kiskereskedői nyomás is szerepet játszhatott abban, hogy csatlakozott a jogsértéshez.

646. Így a súlyosító és enyhítő körülmények összevetése után, azokra tekintettel az eljáró versenytanács összességében közepes mértékben növelte a 8.3.2. pont szerint kalkulált bírságösszeget a 8.3.4.1. pontban azonosított vállalkozások vonatkozásában.

647. Schmidt Károly egyéni vállalkozó, a Hangszer Pláza Kft. és a Muziker esetében a súlyosító és enyhítő körülmények összevetése után, azokra tekintettel az eljáró versenytanács összességében közepes mértékben csökkentette a 8.3.2. pont szerint kalkulált bírságösszeget

648. Az egyéb eljárás alá vontak vonatkozásában az eljáró versenytanács a 8.3.2. pont szerint kalkulált bírságösszeget vette alapul növelés vagy csökkentés nélkül.

8.3.4. Egyéb szempontok

8.3.4.1. Ismétlődés

649. A Bírságközlemény III.5 fejezete szerint az ismétlődő jogsértés – az ismétlődések számától, a korábbi és az új magatartás közötti azonosság mértékétől, a korábbi és az új ügyben hozott döntés között eltelt időtől függő mértékben – súlyosabb szankciót eredményez, a bírság összege ismétlődésenként legfeljebb 100%-kal emelhető. Ismétlődésnek minősül, ha egy vállalkozás - annak jogelődje, a Magyarországon honos vállalkozáscsoport esetén a vállalkozással egy vállalkozáscsoportba tartozó más vállalkozás vagy a vállalkozáscsoport külföldi tagja, amennyiben a versenyfelügyeleti eljárásban érintett vállalkozást közvetlenül vagy közvetve irányítja - ugyanolyan vagy hasonló jogsértést tanúsít folytatólagosan vagy ismételten azt követően, hogy a Tptv. 11. vagy 21. §, illetőleg az EUMSz. 101. vagy 102. cikkében foglalt rendelkezések megsértését a GVH, a Bizottság vagy más tagállami versenyhatóság megállapította. Az ismétlődés figyelembevétele az adott ügyben hozott határozatot megelőző 10 évben meghozott döntésekre korlátozódik.

650. Az eljáró versenytanács észlelte, hogy a Versenytanács 2013. október 3-án kelt Vj/096-178/2009. sz. határozatában elmarasztalta a Pécsi Direkt Kft.-t, viszonteladói ár rögzítése, illetve egyéb árazásra vonatkozó korlátozások miatt. Erre tekintettel, az eljáró versenytanács a Pécsi Direkt Kft. tekintetében súlyosító tényezőként vette figyelembe az ismételt jogsértést. Erre tekintettel azonban csak 10%-kal súlyosította a Pécsi Direkt Kft. fentiek szerint kalkulált bírságát, tekintettel a korábbi döntés óta eltelt hosszú időre.

651. Az eljáró versenytanács a többi eljárás alá vont esetében nem tartotta megállapíthatónak az ismétlődést.

8.3.4.2. Jogsértéssel elért előny

652. A jogsértéssel elért előny számszerűsítésére nem került sor a versenyfelügyeleti eljárás során.

8.3.4.3. Pénzügyi teljesítőképesség

653. A Bírságközlemény 20. pontja értelmében a kis- és középvállalkozások elismerése és a pénzügyi teljesítőképesség kiemelt szem előtt tartása mellett a GVH fokozott figyelmet fordít arra, hogy minden vállalkozás esetében a kiszabott bírság azok pénzügyi teherbírásával is arányos legyen, ne kizárólag a jogsértés súlyához igazodjon.

654. Tekintettel arra, hogy több eljárás alá vont nyilatkozata szerint kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény hatálya alá tartozik, az eljáró versenytanács, ezt a bírság kiszabásánál, vonatkozásukban figyelembe vette.

8.3.5. A vállalkozások együttműködésének figyelembevétele

8.3.5.1. Engedékenységi politika

655. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban a GVH engedékenységi politikájának alkalmazására került sor a Yamaha Music Europe GmbH, Csámpai Károlyné e.v., valamint a Muziker a.s. esetében.

656. A versenyfelügyeleti eljárás a Yamaha Music Europe GmbH által benyújtott, a Tpv. 78/A. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerinti engedékenységi kérelem nyomán indult⁴⁹⁶, és az eljáró versenytanács 2018. június 12-én kelt végzésével⁴⁹⁷ megállapította, hogy a kérelmezővel szemben a bírság mellőzésének van helye a határozat meghozatalakor, ha a kérelmező a Tpv. 78/A. § (7) bekezdésében foglalt feltételeknek megfelel és vele szemben a Tpv. 78/A. § (8) bekezdése szerinti kizáró ok nem áll fenn. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a Yamaha a fenti feltételeknek megfelelt és vele szemben a fenti kizáró ok nem áll fenn, ezért vele szemben a versenyfelügyeleti bírság kiszabását mellőzte.

657. A versenyfelügyeleti eljárás során a Muziker a.s. engedékenységi kérelmet nyújtott be, melyben elsődlegesen a Tpv. 78/A. §-a (2) bekezdésének b) pontja alapján a bírság mellőzését, illetve másodlagosan a bírság csökkentését kérte Tpv. 78/A. § (3) bekezdése alapján.⁴⁹⁸ A bírság mellőzésére illetve csökkentésére irányuló kérelme elutasításra került⁴⁹⁹.

⁴⁹⁶ VJ/8-318/2018. sz. feljegyzéssel az ügy iratai közé emelt ENG/8-4/2017. sz. beadvány

⁴⁹⁷ ENG/8-6/2017

658.A versenyfelügyeleti eljárás során Csámpai Károlyné e.v. engedékenységi kérelmet nyújtott be, amelyben a bírság csökkentését kérte Tpv. 78/A. § (3) bekezdése alapján.⁵⁰⁰ Az eljáró versenytanács az engedékenység keretében (mint az egyezség melletti kumulatív bírságcsökkentési tényezőként) 40%-kal csökkentette a kiszabandó bírság összegét a Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa Elnökének a Tpv. 78/A. §-a szerinti engedékenységre vonatkozó szabályok alkalmazásáról szóló 14/2017. közleménye (egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel) alapján.

8.3.5.2. Egyezségi eljárás

659.A 9. pontban nevesített eljárás alá vontak egyezségi eljárás keretében a fentebb ismertetettek szerint⁵⁰¹ egyezségi nyilatkozatokat tettek.

660.Az eljáró versenytanács a bírság mértékét az egyezség létrejöttére tekintettel, az egyezségi eljárásban részt vett valamennyi eljárás alá vont esetében 30%-kal csökkentette, figyelemmel arra, hogy az egyezségi eljárás lényegesen hozzájárult az eljárás gyorsításához, illetve az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak tekintetében figyelembe vette azok KKV státuszát is.

661.Így a fentiek alapján az eljáró versenytanács Schmidt Károly e. v. eljárás alá vont vállalkozással szemben 238.000.- Ft, Szikszai Tímea Mária e. v. eljárás alá vont vállalkozással szemben pedig 4.000.- Ft versenyfelügyeleti bírságot szabott ki, amely (kismértékben lefelé kerekített) összegek a közös álláspontban meghatározott bírság legmagasabb összege alatt vannak. Az egyezségekre tekintettel bírságcsökkentésben részesülő többi eljárás vont megfelelési program bevezetését is vállalta, így az ő tekintetükben, a megfelelési erőfeszítések figyelembe vételével kalkulált bírságot a következő pont ismerteti.

8.3.5.3. Megfelelési erőfeszítések

662.Az egyezségi eljárásban való részvételük mellett, a Hangszerker Kft., a Muziker Kft., a Hangszer Pláza Kft., a Tajti-Music Kft. és Csámpai Károlyné e. v., hivatkozással a Bírságközlöny 38. és 39. pontjaira, utólagos megfelelési erőfeszítésük elismeréseként megfelelési program kidolgozását vállalták, amelyet kértek további bírságcsökkentő tényezőként figyelembe venni.⁵⁰²

663.Csámpai Károlyné e. v., illetve a Hangszer Pláza Kft., és a Tajti-Music Kft részéről a megfelelési program már az eljárás folyamán bevezetésre került.⁵⁰³

664. A Bírságközlöny az utólagos megfelelési erőfeszítések elismeréseként legfeljebb 5%-os bírságcsökkentést tesz lehetővé abban az esetben, ha a vállalkozás vállalja megfelelési program kidolgozását és implementálását.

665.Az eljáró versenytanács megvizsgálta az eljárás alá vont vállalkozások által bevezetni vállalt megfelelési programokat, és arra a megállapításra jutott, hogy az egyezségi eljárásban részt

⁵⁰⁰ Vj/8-229/2018

⁵⁰¹ Lásd jelen határozat 8-12. pontjait.

⁵⁰² VJ/8-490/2018; VJ/8-494/2018; VJ/8-495/2018; VJ/8-498/2018 és VJ/8-505/2018. alszámú iratok.

⁵⁰³ VJ/8-495/2018; VJ/8-498/2018 és VJ/8-505/2018., illetve VJ/8-506/2018. alszámú iratok.

vevő vállalkozások által benyújtott megfelelési programok a Bírágközlemény 39. pontjával összhangban lévő, teljeskörű megfelelési programnak tekinthetőek. Erre tekintettel az eljáró versenytanács az utólagos megfelelési erőfeszítés elismeréseként a számított bírságot további 5%-kal csökkentette az érintett eljárás alá vontak esetében. A fentiek alapján, az egyezségi eljárással párhuzamosan bevezetett megfelelési programokra figyelemmel kalkulált és kiszabott bírság végső összege a Hangszerker Kft. esetében 6.500.000.- Ft, a Muziker Kft. esetében 39.000.000.- Ft, a Hangszer Pláza Kft. esetében 10.600.000.- Ft, a Tajti-Music Kft. esetében 7.400.000.- Ft, Csámpai Károlyné e. v. esetében (az engedékenységi és az egyezség miatt kumulatíván alkalmazott bírságcsökkentésre is tekintettel) 8.300.000.- Ft.

8.3.5.4. Egyéb együttműködés

666.A versenyfelügyeleti eljárás során a Muziker a.s. engedékenységi kérelmet nyújtott be, melyben elsődlegesen a Tpv. 78/A. §-a (2) bekezdésének b) pontja alapján a bírság mellőzését, illetve másodlagosan a bírság csökkentését kérte Tpv. 78/A. § (3) bekezdése alapján.⁵⁰⁴ A bírság mellőzésére illetve csökkentésére irányuló engedékenységi kérelme elutasításra került⁵⁰⁵, ugyanakkor az engedékenység keretében tanúsított együttműködésére, így különösen a bizonyítékok rendelkezésre bocsátására és [SZEMÉLYES ADAT] ügyfélkénti meghallgatásával kapcsolatos közreműködésére tekintettel a vele szemben kiszabandó bírság összegét az eljáró versenytanács a Bírágközlemény 41. és 42. pontjai alapján, egyéb együttműködés keretében további 20%-kal csökkentette.

667.Az eljáró versenytanács a Hangszerdiszkont.hu Kft.-vel és a Bookangel Kft.-vel szemben kiszabandó bírság összegét a jogsértés elismerésére, a tények nem vitatására, valamint a jogorvoslatról való lemondásra⁵⁰⁶ tekintettel 20%-kal csökkentette.

8.3.6. Bírágmaximum

668.A Bírágközlemény 21-22. pontjai értelmében a bírság összegének meghatározása során a GVH megvizsgálta, hogy az ügy valamennyi egyedi körülményére figyelemmel kiszabni tervezett bírság a Tpv. 78. § (1b) bekezdése által meghatározott 10%-os felső határt átlépi-e. Erre tekintettel a bírágmaximum meghatározása során az eljáró versenytanács a Tpv. 78. § (1b) bekezdése alapján az eljárás alá vont vállalkozás (illetve vállalkozáscsoportja) által a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének 10%-át vette figyelembe, illetve a felszámolás alatt lévő Pécsi Direkt Kft. f.a. és a Rainbow Üzletlánc Kft. f.a. esetében a felszámolást megelőző utolsó hitelesen lezárt üzleti évről készült beszámoló adatait.

669.Így a ténylegesen kiszabott bírság mindegyik vállalkozás esetén alacsonyabb, mint a bírágmaximum.

8.3.7. A ténylegesen kiszabott bírságösszeg

670.A fentiek alapján kalkulált és kiszabott bírság (kismértékben lefelé kerekített) végső összege az egyes vállalkozások esetén az alábbi:

⁵⁰⁴ Vj/8-209/2018

⁵⁰⁵ Vj/8-409/2018

⁵⁰⁶ VJ/8-486/2018.; VJ/8-501/2018. alszámú iratok.

- Szikszai Tímea Mária egyéni vállalkozó: 4.000.- Ft, azaz négyezer forint
- Pécsi Direkt Kft. „f.a.”: 1.300.000,- Ft, azaz egymillió-háromszázezer
- Rainbow Üzletlánc Kft. „f.a.”: 6.000.000,- Ft, azaz hatmillió forint
- Könyv Plaza Kft.: 800.000,- Ft azaz nyolcszázezer forint
- Bookangel Kft.-t: 2.300.000, -Ft, azaz kétmillió-háromszázezer forint
- Csámpai Károlyné egyéni vállalkozó: 8.300.000.- Ft, azaz nyolcmillió-háromszázezer forint
- Schmidt Károly egyéni vállalkozó: 230.000.-Ft, azaz kétszázharmincezer forint,
- Tajti-Music Kft.: 7.400.000.- Ft, azaz hétmillió-négyszázezer forint,
- Hangszer Pláza Kft.: 10.600.000.- Ft, azaz tízmillió-hatszázézer forint,
- Hangszerker Kft.: 6.500.000.-Ft, azaz hatmillió-ötszázézer forint,
- Hangszerdiszkont.hu Kft.: 11.900.000.- Ft, azaz 11.900.000.- Ft, azaz tizenegymillió-kilencszázézer forint
- Friendly House Kft.: 7.400.000.- Ft, azaz hétmillió-négyszázézer forint,
- Muziker a.s.: 39.000.000.- Ft, azaz harminckilencmillió forint

8.3.8. Fizetési nehézségek figyelembevétele

671.A Hangszer Pláza, a Tajti-Music és Csámpai Károlyné e. v. eljárás alá vont vállalkozások részletfizetés iránti kérelmet⁵⁰⁷ terjesztettek elő. A Hangszer Pláza és a Tajti-Music hivatkoztak arra, hogy a koronavírus világjárvány és az orosz-ukrán háborús helyzet gazdasági hatásai megviselték a vállalkozásaikat, jelentős anyagi veszteség érte és éri folyamatosan a társaságokat. Hivatkoztak arra, hogy az inflációs növekedés következtében a fogyasztók hangszervásárlási hajlandósága visszaesett. Ezen okokból adódóan nem rendelkeznek olyan likvid tőkeállománnyal, amely lehetővé tenné számukra a bíróság egy összegben történő megfizetését. Csámpai Károlyné e. v. a részletfizetési kérelme indokaként előadta, hogy mivel a vállalkozás a tevékenységét egyéni vállalkozóként folytatja, a bíróság megfizetéséért nem csak a vállalkozás vagyonával, hanem teljes magánvagyonával is felel. Így a bíróság egy összegű kifizetése nem csak a vállalkozás fennmaradását, hanem a személyes megélhetését is komoly veszélybe sodorná.

672.Az eljáró versenytanács a Bírágközlemény III.8. fejezetében foglalt szempontok alapján megvizsgálta az eljárás alá vontak dokumentumokkal alátámasztott, részletesen kifejtett részletfizetés iránti kérelmét és azok alapján arra a megállapításra jutott, hogy a bíróság egyösszegű teljesítése számukra aránytalan nehézséget jelentene.

673.Erre figyelemmel az eljáró versenytanács a Tptv. 62/C. § (1) bekezdése alapján 24 havi részletfizetési kedvezményt állapított meg a Hangszer Pláza, a Tajti-Music és Csámpai Károlyné e. v. eljárás alá vont vállalkozások számára. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy 24 hónapnál hosszabb idejű részletfizetést nem tartott indokoltnak egyrészt azért, mert az eljárás alá vontak által benyújtott iratok alapján az így előálló, havonta teljesítendő részletek kigazdálkodhatóak az eljárás alá vontak bevételeiből, másrészt az ennél hosszabb időszak alkalmas lenne arra hogy veszélyeztesse a bíróság megtérülésének valószínűségét, illetve a kiszabott bírágösszeg elinflálódhatna, ami veszélyeztetné a bíróság preventív hatásának érvényesülését.

⁵⁰⁷ VJ/8-495/2018., VJ/8-498/2018., VJ/8-505/2018. alszámú iratok.

9. Vizsgálati kifogás, ideiglenes biztosítási intézkedés

- 674.A Tpv. 81. §-a alapján az ügyfél a vizsgálati eljárás szabálytalanságát a szabálytalannak tartott intézkedéstől számított öt napon belül írásban kifogásolhatja. A kifogás figyelmen kívül hagyását a vizsgáló a jelentésben, az eljáró versenytanács az eljárást befejező döntésében köteles megindokolni.
- 675.Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a vizsgálók a vizsgálati szakaszban benyújtott vizsgálati kifogás figyelmen kívül hagyását megindokolták a vizsgálati jelentésben, erre tekintettel az eljáró versenytanácsnak csak a versenytanács szakaszban benyújtott vizsgálati kifogásokra kell kitérnie jelen határozatában.
- 676.A vizsgálat ideiglenes biztosítási intézkedésként 2019. június 11-én kelt, VJ/8-80/2018. sz. végzésével elrendelte 9 582 423 forint biztosítását Schmidt Károly e.v. eljárás alá vont vállalkozással szemben. Az ideiglenes biztosítási intézkedés elrendelésére azért került sor, mivel Schmidt Károly e.v. 2019. május 19-én kelt, VJ/8-68/2018. számon iktatott és ebben szereplő nyilatkozatának pontosítására kiküldött adatkérő végzésre adott, 2019. május 30-án kelt, VJ/8-79/2018. számú nyilatkozatában előadta, hogy kereskedelmi tevékenységét 2018. július 27-én megszüntette, ennek keretében az üzlethelyiségre vonatkozó bérleti szerződést felmondta, az árukészletet és a berendezést eladta az üzlethelyiség új bérlője részére, aki az árukészlet ellenértékét 12 hónap alatt, havi részletekben fizette meg. Előadta továbbá, hogy az árukészlet ellenértékének kiegyenlítése és a közterhekkkel való elszámolás után tudja megszüntetni egyéni vállalkozói tevékenységét.
- 677.Schmidt Károly e.v. az ideiglenes biztosítási intézkedéssel szemben 2019. június 18-án kelt, VJ/8-84/2018. iktatószámmon nyilvántartott beadványában fellebbezéssel élt. Az eljáró versenytanács 2019. július 18-án kelt, VJ/8-93/2018. sz. végzésében az ideiglenes biztosítási intézkedés összegét 5 460 668 Ft-ra mérsékelte.
- 678.[SZEMÉLYES ADAT] a 2020. március 31-én kelt, VJ/8-164/2018. számú adatszolgáltatásával egyidejűleg az ideiglenes biztosítási intézkedés elrendelése keretében zárolt összeg mérséklésére irányuló kérelmet terjesztett elő, melyben kérte a VJ/8-98/2018. számú végzés megváltoztatását, és az ideiglenes biztosítási intézkedéssel érintett összeg 5 460 670 forint helyett 341 050 forint összegre történő mérséklését. Az eljárás alá vont kérelme alátámasztása érdekében előadta, hogy árbevétele időközben csökkent. A vizsgálat 2020. április 9-én kelt, VJ/8-167/2018. sz. végzésében a zárolt összeg mérséklése iránt előterjesztett kérelmét elutasította. Schmidt Károly egyéni vállalkozását 2020. április 15-én megszüntette.

10. Egyebek

- 679.A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § (1) bekezdése biztosítja, a végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 82. §-a, illetve a Ket. 98. §-a (3) bekezdésének c) pontja biztosítja. A Ket. 73. § (3) bekezdése értelmében egy okiratba foglalható a határozat és a végzés, illetve több határozat vagy végzés.

680. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
681. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (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. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
682. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
683. A Tpv. jelenleg hatályos 95/F. § (1) bekezdése értelmében a törvénynek a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény, valamint az azzal összefüggő egyes törvényi rendelkezések módosításáról szóló 2017. évi CXXIX. törvénnyel (a továbbiakban: Módtv4.) megállapított eljárási rendelkezéseit - a (2) bekezdésben írt eltéréssel - az e rendelkezések hatálybalépését követően indult és megismételt eljárásokban kell alkalmazni. A (2) bekezdés értelmében azonban a Tpv.-nek a Módtv4.-gyel megállapított, a végrehajtásra vonatkozó rendelkezéseit az e rendelkezések hatálybalépésekor még el nem rendelt, és az e rendelkezések hatálybalépésekor folyamatban lévő végrehajtási eljárásokra is alkalmazni kell.
684. A Tpv. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról.
685. A Tpv. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
686. A Tpv. 84/C. § értelmében ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.

687.A Tpv. 84/B. § (1) bekezdés értelmében az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg - ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható - végrehajtási bírságot szab ki.

688.A Tpv. 84/D. § (2) bekezdés értelmében a meghatározott cselekmény végrehajtását a Gazdasági Versenyhivatal foganatosítja, kivéve, ha az eljáró versenytanács végrehajtási bírság kiszabásáról döntött.

689.Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik - a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik - az állami adóhatóság foganatosítja.

690.A GVH hatáskörét a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv. 45. §-a, az EUMSZ. 101. cikke tekintetében az 1/2003/EK rendelet 5. cikke, valamint a Tpv. 33. §-ának (3) bekezdése, illetékességét a Tpv. 46. §-a állapítja meg.

691.Az eljáró versenytanács továbbá újfent felhívja az eljárás alá vont figyelmét a Tpv. 62/C. §-ára, melynek (1) bekezdése alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (a továbbiakban együtt: fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene. A (3) bekezdés alapján a fizetési kedvezményre vonatkozó szabályokat kell megfelelően alkalmazni meghatározott cselekmény teljesítésére irányuló kötelezettség esetén is. A (4) bekezdés szerint pedig a teljesítési határidő lejárta után az ügyfél - feltéve, hogy a végrehajtást még nem rendelték el - a (2) bekezdésben meghatározott okból igazolási kérelem egyidejű benyújtásával kérhet fizetési kedvezményt. Ha az eljáró versenytanács, illetve az eljáró versenytanács elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is.

Budapest, 2022. június 22.

dr. Gál Gábor
előadó versenytanácstag

dr. Kuritár Dávid
versenytanácstag

Váczai Nóra
versenytanácstag