



1026 Budapest, Riadó u. 5-11.
Levélcím: 1534 Budapest, Pf. 958
Telefon: (06-1) 472-8900
KRID: 213396918
Ügyszám: VJ/17/2019.
Iktatószám: VJ/17-726/2019.

Betekinthető

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa az Ormai, Papp, Czike és Társai CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang LLP Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi utca 12.; cégkapu azonosító: 12223631) által képviselt **Coca-Cola HBC Magyarország Korlátolt Felelősségű Társaság** (2330 Dunaharaszti, Némedi út 104.), valamint a Wolf Theiss Faludi Ügyvédi Iroda (1085 Budapest, Kálvin tér 12-13.; cégkapu azonosító: 18128462) által képviselt **Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (1095 Budapest, Soroksári út 30-34. B. ép. 2. em.) eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalmának feltételezett megsértése miatt indult VJ/17/2019. számú versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács – jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül – kötelezi a **Coca-Cola HBC Magyarország Korlátolt Felelősségű Társaságot** az általa tett – jelen (végzéssel egybefoglalt) határozat melléklete szerinti kötelezettségvállalás – teljesítésére.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Űrlap a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez*¹ használatával. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

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

Az eljáró versenytanács továbbá meghozta az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács az eljárást a **Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társasággal** szemben megszünteti.

A végzés ellen a közlésétől számított nyolc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Úrlap a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél betérjéséhez*² ügyleírás használatával. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselőt kötelező.

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

I N D O K O L Á S

I.

A versenyfelügyeleti eljárás tárgya

I.1. A versenyfelügyeleti eljárás tárgya, eljárási előzmények

1. A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) 2019. május 7-én, VJ/17-3/2019. számú végzésével versenyfelügyeleti eljárás indított a Coca-Cola HBC Magyarország Korlátolt Felelősségű Társasággal (a továbbiakban: CCHBC), valamint a Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társasággal (a továbbiakban: CC Szolgáltató) szemben, mivel észlelte, hogy a The Coca-Cola Company vállalkozáscsoport az általa forgalmazott italtermékek széles portfóliójával van jelen Magyarországon (pl. szénsavas üdítőitalok, ásványvizek, gyümölcslevek, kávé, szeszesitalok) és választékából a HORECA egységek jellemzően többféle terméket is vásárolnak. A GVH észlelte továbbá, hogy a The Coca-Cola Company kínálatában szereplő egyes termékek jelentős piaci pozícióval rendelkeznek a HORECA-csatornán keresztül értékesített szénsavas üdítőitalok magyarországi piacán. A GVH rendelkezésére álló információk szerint Magyarországon két vállalkozás, a CCHBC, valamint a CC Szolgáltató képviselik a The Coca-Cola Company vállalkozáscsoportot, ezen vállalkozások tevékenységi körébe tartozik – többek között – a vállalkozáscsoport által kínált termékek hazai

² https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

viszonteladók részére történő értékesítése, ehhez kapcsolódóan az értékesítési stratégia kidolgozása és az egyes italmárkák menedzselése. A CCHBC és a CC Szolgáltató a GVH rendelkezésére álló információk szerint a HORECA egységekkel kötött, a The Coca-Cola Company kínálatához tartozó különböző italtermékek értékesítési feltételeire vonatkozó megállapodásokban összetett kedvezmény- és feltételrendszert alkalmaznak, melynek kapcsán felmerül annak gyanúja, hogy a vállalkozások az egyes italtermékekre vonatkozó kedvezmények, továbbá egyéb feltételek (pl. készleten tartási kikötések, egyes italtermékek szállításának függővé tétele más italtermékek megvásárlásától) alkalmazásán keresztül képesek lehetnek a versenytársak kiszorítására vagy piacra lépésük akadályozására az egyes italtermékek piacain. A vállalkozások ezen magatartásukkal a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 21. § f), h) és i) pontjaiban foglalt tényállások megvalósításával valószínűsíthetően megsértették a Tpv. 21. §-ában előírt tilalmat.

2. Mivel a fenti magatartás alkalmas lehet arra, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre érzékelhető hatást gyakoroljon, az valószínűsíthetően egyúttal az Európai Unió működéséről szóló szerződés (a továbbiakban: EUMSZ.) 102. cikkében előírt tilalmat is megsértette.
3. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed az eljárás alá vontak 2011. évtől kezdődően folytatott mindazon üzleti magatartásának vizsgálatára, amelyet a vállalkozások a HORECA egységekkel italtermékek viszonteladására kötött megállapodások részét képező feltételek és kedvezmények kialakításával összefüggésben fejtek ki.
4. A vizsgálat jelentését 2025. január 15-én terjesztette a Versenytanács elé,³ ezzel az eljárás a Tpv. 47. § (2) bekezdése alapján versenytanácsi szakaszba került.
5. Az eljáró versenytanács 2025. május 23-án közölte az eljárás alá vontakkal előzetes álláspontját.⁴ Az eljárás alá vontak tárgyalás tartását nem kérték, illetve azt az eljáró versenytanács sem tartotta szükségesnek, így a jelen versenyfelügyeleti eljárásban nem került sor tárgyalás tartására.

I.2. Az érintett italtermék-típusok csoportosítása

6. A jelen eljárás szempontjából elengedhetetlen előjáróban meghatározni, hogy pontosan mely termékek tartoznak az üdítőitalok kategóriájába. Az eljárás lefolytatása során konzekvensen a jegesteák, a gyümölcslevek, a gyümölcsnektárok és egyéb gyümölcsitalok, az ízesített italok, az ásványvizek, valamint a sport- és energiasitalok alkotják az üdítőital termékkategóriát.

³ VJ/17-659/2019., betekinhető változat: VJ/17-663/2019.

⁴ VJ/17-678/2019.

7. A jelen eljárásban szénsavas üdítőitalként kerülnek meghatározásra az ízesített, szén-dioxid felhasználásával gyártott üdítőital termékek. A szénsavas ásványvizek, energiatalok és egyéb funkcionális italok (pl. sportitalok) nem tartoznak a szénsavas üdítőitalok termék kategóriájába.⁵

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások bemutatása

II.1. Coca-Cola HBC Magyarország Kft.

8. A CCHBC-t 1993-ban alapították az amerikai The Coca-Cola Company védjegye alatt gyártott alkoholmentes italok termelési kapacitásainak egy telephelyre történő összevonására, a csomagolási, értékesítési területek fejlesztésére, majd 1997-től a Coca-Cola termékek termelésére és értékesítésére.⁶ A CCHBC jelenlegi cégcsoportja kétszáz országban forgalmaz alkoholmentes üdítőitalokat.⁷
9. A CCHBC közvetlen, 100%-os tulajdonosa és egyedüli tagja a hollandiai székhelyű CC Beverages Holdings II B.V., amelynek a [üzleti titok]-os tulajdonosa a svájci székhelyű Coca-Cola HBC AG. A Coca-Cola HBC AG főbb részvényesei a luxemburgi székhelyű Kar-Tess Holding S.A., amely megközelítőleg a Coca-Cola HBC AG részvényeinek [üzleti titok]-ával rendelkezik, és a The Coca-Cola Company (a továbbiakban: TCCC), amely közvetlenül a Coca-Cola HBC AG részvényeinek [üzleti titok]-ával rendelkezik, [üzleti titok].⁸
10. A CCHBC főtevékenysége üdítőital, ásványvíz gyártása, valamint ehhez kapcsolódó egyéb tevékenység, többek között az ital nagykereskedelem. A CCHBC kiskereskedelmi tevékenységet korlátozottan végez, meleg italokat (ti. kávé, tea), valamint snack termékeket (ti. csokoládé, müzli szelet, croissant, ropi stb.) élelmiszert árusító automata üzemeltetésen keresztül értékesít közvetlenül fogyasztóknak.
11. A CCHBC székhelye és működésének központja a 2330 Dunaharaszti, Némedi út 104. cím alatti gyár és irodakomplexum. Itt található a fő belső szervezeti egységeinek irodái és itt történik az ásványvíz gyártáson kívül minden saját gyártású termék gyártása, tárolása. A Dunaharasztiiban található iroda egyben fő logisztikai központ is, innen indul a termékek szállítása belföldön a nagykereskedelmi partnerekhez, kereskedelmi egységekhez vagy a CCHBC egyéb telephelyeire, valamint ez az exporttevékenység központja is.⁹

⁵ Lásd például: VJ/17-276/2019. és VJ/17-369/2019. sz. adatszolgáltatások

⁶ VJ/17-41/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás

⁷ VJ/17-658/2019. számú feljegyzés 1. számú melléklete

⁸ VJ/17-41/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás

⁹ VJ/17-41/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás

12. A CCHBC által a vizsgálati időszakban (nem feltétlenül a teljes időszak alatt) Magyarországon forgalmazott főbb italmárkák:¹⁰
- üdítőitalok: Coca-Cola, Fanta, Kinley, Sprite, Cappy, Lift, Fuze Tea, Honest, Royal Bliss, Nestea;
 - alkoholos italok: Rézangyal, Aperol, Campari, Cinzano, Bulldog, Bacardi Breezer, Bacardi Rum, Bombay Gin, Martini, Grey Goose, Chambord Liqueur, El Jimador, Finlandia, Jack Daniels, Southern Comfort, Woodford Reserve, Maximus, Highland Park, Macallan, The Famous Grouse, Brugal, Patron;
 - kávétermék márkák: Costa Coffee, Lavazza, Monster Espresso, Caffé Vergnano;
 - egyéb márkák: Naturaqua, Adez, Glaceau Smartwater, Powerade, Fluere Aquarius, Römerquelle, Burn, Monster.
13. Ezen márkák között megtalálhatóak a TCCC saját tulajdonú márkái (pl. Coca Cola, Fanta, Naturaqua, Cappy stb.), továbbá olyan márkák is, melyeket nem a CCHBC gyárt, hanem csak azok forgalmazását végzi.
14. A nem TCCC márkák forgalmazásának vonatkozásában a CCHBC cégcsoportjának szintjén elsősorban [üzleti titok].¹¹ A szerződések értelmében [üzleti titok]. A szerződések tartalmazzak [üzleti titok] vonatkozó rendelkezéseket. Ilyen forgalmazási szerződéseket kötött a CCHBC pl. [üzleti titok]¹²
15. 2011-ben a CCHBC a Rézangyal Kft.-vel is forgalmazási szerződést kötött, majd 2017-ben a Rézangyal pálinkák márkajogát is megszerezte a [üzleti titok] társaságtól, illetve [üzleti titok].¹³

II.2. Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft.

16. A CC Szolgáltatót 1996-ban alapították. A vállalkozás egyedüli tagja és 100%-os kizárólagos tulajdonosa az amerikai székhelyű Refreshment Products Services Inc. A Refreshment Products Services Inc. egyedüli tagja és 100%-os tulajdonosa a The Coca-Cola Export Corporation. A The Coca-Cola Export Corporation egyedüli tagja és kizárólagos tulajdonosa a tőzsdén jegyzett TCCC.¹⁴ A TCCC számos alkoholmentes üdítőital forgalmazásával kapcsolatos védjegyet tulajdonol és azokat másoknak licenciába adja.

¹⁰ VJ/17-419/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 6. melléklet (2011-2018), VJ/17-482/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 1-2. melléklet (2019-2021.), VJ/17-549/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 1. melléklet (2022.) Megj.: a márkatulajdonosok webes keresés eredményei

¹¹ VJ/17-4/2019. sz. helyszíni kutatásról készült jegyzőkönyv; VJ/17-686/2019. sz. irat, 7. oldal

¹² Becsatolt szerződések: VJ/17-53/2019. és VJ/17-419/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás

¹³ VJ/17-419/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás

¹⁴ VJ/17-31/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

17. A CC Szolgáltató alapvetően [üzleti titok] fő tevékenységet végez: [üzleti titok]¹⁵, [üzleti titok].¹⁶
18. [üzleti titok]¹⁷
19. A CC Szolgáltató előadta, hogy [üzleti titok]¹⁸ [üzleti titok]

II.3. A CC Szolgáltató és a CCHBC partnerei közti kapcsolat

20. A CC Szolgáltató úgy nyilatkozott, hogy [üzleti titok]¹⁹ E tevékenysége keretében a CC Szolgáltató [üzleti titok].²⁰
21. A CC Szolgáltató [üzleti titok] kapcsán végez tevékenységet.²¹ [üzleti titok]²²
22. A CCHBC dönt arról, hogy [üzleti titok]²³ és viseli a kizárólagos és teljes felelősséget [üzleti titok].²⁴ A CC Szolgáltató nem vesz részt [üzleti titok] is kizárólag a CCHBC végzi. A CC Szolgáltató pusztán annyit tesz, hogy [üzleti titok].²⁵
23. A CC Szolgáltatónak nem áll fenn szerződéses kapcsolata egyetlen olyan társasággal sem, amelyek Magyarország területén CCHBC által forgalmazott termékeket értékesítenek.²⁶
24. A CC Szolgáltató nyilatkozata szerint [üzleti titok] a CCHBC önállóan választja ki [üzleti titok] A CC Szolgáltató nem vesz részt [üzleti titok]. Nyilatkozata szerinti néhány esetben előfordulhatott, hogy [üzleti titok], azonban a végső döntést [üzleti titok] a CCHBC hozza meg. A CC Szolgáltató ugyanakkor nem folytat tárgyalásokat [üzleti titok]összefüggésben és nem is vesz részt [üzleti titok]²⁷

III.

Az érintett termékpiac és földrajzi piac

25. A jelen eljárásban vizsgált kérelmélet szerint a TCCC kínálatában szereplő egyes termékek jelentős piaci pozícióval rendelkeznek a HORECA-csatornán keresztül értékesített üdítőitalok magyarországi piacán, valamint az eljárás alá vontak

¹⁵ [üzleti titok]

¹⁶ VJ/17-31/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

¹⁷ VJ/17-63/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

¹⁸ VJ/17-63/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

¹⁹ VJ/17-31/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

²⁰ VJ/17-31/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás, VJ/17-421/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

²¹ VJ/17-4/2019. sz. helyszíni kutatásról készült jegyzőkönyv

²² VJ/17-31/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

²³ VJ/17-63/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

²⁴ VJ/17-31/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

²⁵ VJ/17-63/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

²⁶ VJ/17-63/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

²⁷ VJ/17-63/2019. sz. CC Szolgáltató adatszolgáltatás

képesek lehetnek termékkapcsolással vagy kedvezményekkel átvinni a szénsavas üdítőitalok piacán feltételezetten fennálló erőfölényüket más italtermékek piacára. Így az érintett termékpiac meghatározásának kiindulópontja az üdítőitalok piaca.

26. Ahogy a jelen határozat 6–7. pontjában ismertetésre került, a jegesteák, a gyümölcslevek, a gyümölcsnektárok és egyéb gyümölcsitalok, az ízesített italok, az ásványvizek, valamint a sport- és energiaiitalok alkotják az üdítőital termékkategóriát, melyen belül elkülönülnek a szénsavas és a szénsavmentes üdítőitalok. A CCHBC által gyártott termékek közül a jelen eljárásban feltárt körülmények alapján valószínűsíthetően megkerülhetetlenek és húzóterméknek tekinthető termékek (Coca-Cola, Fanta stb.) a szénsavas üdítőitalok kategóriájába tartoznak.
27. Az érintett termékpiac meghatározása érdekében az alábbiakban áttekintésre kerül a releváns európai és hazai joggyakorlat; másrészt pedig a jelen eljárásban feltárt bizonyítékok kerülnek számbavételre a keresleti helyettesítés vonatkozásában.
28. Az eljárás során az érintett termékpiac két oldalról került megközelítésre. Egyrészt az értékesítési csatorna felől, másrészt pedig termékoldalról. Az értékesítési csatorna szempontjából megkülönböztethető azonnali fogyasztásra és későbbi fogyasztásra történő vásárlás, mint főkategóriák. Termékoldalról a CCHBC főtevékenysége üdítőitalok gyártása, valamint további italtermékek forgalmazása.
29. Az Európai Bizottság gyakorlatában több fúziós eljárás is azonosítható,²⁸ amelyek legalább részben érintették az üdítőitalok piacát. Ezekben az ügyekben konzisztensen a szénsavas üdítőitalok piaca elkülönült termékpiacot alkotott, és kérdésként merült fel a különböző ízek szerinti további szegmentálás. Emellett a kiskereskedelmi (jövőbeli fogyasztási célú) vásárlás és a helybeni (azonnali) fogyasztás is elkülönült egymástól.
30. Az eljáró versenytanács ezzel összefüggésben az értékesítési csatornák, illetve a termékek alapján ismerteti az érintett piac meghatározásával kapcsolatos körülményeket.

III.1. Értékesítési csatornák

III.1.1. Vonatkozó esetjog

31. A releváns európai esetjog egységes azon a téren, hogy a kiskereskedelmi és a helybeni fogyasztási célú értékesítést megkülönbözteti. Ez több okra vezethető vissza:

²⁸ M.794 — Coca-Cola / Amalgamated Beverages GB; M.833 — The Coca-Cola Company / Carlsberg A/S; M.1683 — The Coca-Cola Company / Kar-Tess Group; M.2504 — Cadbury Schweppes plc / Pernod Ricard S.A.; M.5632 — PepsiCo / Pepsi Americas; M.6924 — Refresco Group / Pride Foods

- A helybeni fogyasztási célú értékesítéshez egyéb kiegészítő szolgáltatások kapcsolódnak.²⁹
 - Jelentős árkülönbözet figyelhető meg a helybeni fogyasztás és a kiskereskedelmi értékesítés között.³⁰
 - A helybeni fogyasztási célú értékesítés kevésbé árérzékeny, mint a kiskereskedelmi értékesítés, és nagyon fontos a termék elérhetősége.³¹
 - Eltérő promóciók és fogyasztói aktivitások figyelhetők meg a kétféle csatornában.³²
 - Eltérő kiszérések figyelhetők meg a helybeni fogyasztási célú értékesítésnél (pl. visszaváltható üvegpalack).³³
32. Az európai esetjog szerint leszögezhető tehát, hogy értékesítési csatorna szempontjából alapvetően az azonnali (helybeni) és a későbbi fogyasztásra történő vásárlást különbözteti meg egymástól, mint két főkategóriát.

III.1.2. Az értékesítési csatornák szerinti piacmeghatározás a jelen eljárásban

33. Az értékesítési csatornák tekintetében az előbbieket szerint leszögezhető, hogy két fő kategóriát lehet megkülönböztetni: az azonnali fogyasztást, azaz vendéglátást (HORECA) és a későbbi fogyasztást, azaz a kiskereskedelmet.
34. A jelen eljárásban alkalmazott HORECA definíció a következő: azon vendéglátóipari egységek, amelyekben az adott terméket a fogyasztó jellemzően el is fogyasztja (pl. étterem, bárók, büfék, catering szolgáltatók, ideértve a fesztiválokon működő, valamint egyéb szezonális vendéglátóipari egységeket is), szemben az olyan kiskereskedelmi értékesítéssel, ahol a fogyasztó a terméket jellemzően megvásárolja, majd máshol (pl. otthon) fogyasztja el (pl. boltok, szupermarketek, webshopok, kihelyezett automaták).³⁴
35. A CCHBC saját [üzleti titok] nyilvántartási rendszere szerint alapvetően [üzleti titok] kategóriát alkalmaz partnereinek megkülönböztetésére, [üzleti titok].³⁵

²⁹ A.39.116 – Coca-Cola

³⁰ M.794 — Coca-Cola / Amalgamated Beverages GB; M.2504 — Cadbury Schweppes plc / Pernod Ricard S.A.; A.39.116 – Coca-Cola

³¹ M.794 — Coca-Cola / Amalgamated Beverages GB; M.833 — The Coca-Cola Company / Carlsberg A/S; M.1683 — The Coca-Cola Company / Kar-Tess Group; M.2504 — Cadbury Schweppes plc / Pernod Ricard S.A.; M.5632 — PepsiCo / Pepsi Americas; M.6924 — Refresco Group / Pride Foods

³² M.2504 — Cadbury Schweppes plc / Pernod Ricard S.A.

³³ M.794 — Coca-Cola / Amalgamated Beverages GB; M.2504 — Cadbury Schweppes plc / Pernod Ricard S.A.; A.39.116 – Coca-Cola

³⁴ VJ/17-18/2019. számú adatkérés

³⁵ VJ/17-60/2019. számú jegyzőkönyv

36. A CCHBC adatszolgáltatása,³⁶ valamint a személyes meghallgatáson tett nyilatkozatok³⁷ alapján feltárára került, hogy a CCHBC által alkalmazott [üzleti titok]kategória a HORECA szegmensnél tágabb kategóriát jelöl. Az eljárás alá vont nyilvántartási rendszerében [üzleti titok] kategórián belüli alkategóriák többek között [üzleti titok]is, ahogyan azt a jelen határozat 5. és 6. számú ábrája is szemlélteti. [üzleti titok]kategóriába a vállalkozás adatszolgáltatása alapján jellemzően [üzleti titok] tartoznak.³⁸
37. [üzleti titok] – ami jellemző más versenytárs vállalkozásoknak a magyarországi piaci körülmények között alkalmazott gyakorlatára is – az útközbeni vagy OTG [on the go] csatorna átmenetet képez a vendéglátás és a kiskereskedelem között. Bizonyos esetekben ugyanis a fogyasztás helyben, azonnal történik és egyéb szolgáltatásokkal is kiegészül (pl. kávézóban, vagy benzinkúton található étteremben), így tehát a HORECA szegmensbe csatornázható be, míg más esetekben inkább kiskereskedelmi jellegű, mivel többnyire elvitelre történik a vásárlás (pl. az áruházakban kihelyezett hűtőkben található 0,5 l-es kiszerelésű üdítőitalok esetében). Utóbbi fő motivációja, hogy az üdítőital gyártó/forgalmazó vállalkozások tovább bővítsék értékesítési helyeiket.
38. Továbbá, a CCHBC és egyes versenytárs vállalkozások³⁹ nyilvántartási rendszereiben a nagykereskedelmi csatorna adatai nem sorolhatók be egyértelműen a HORECA vagy az OTG alkategóriába. [üzleti titok]⁴⁰ [üzleti titok]⁴¹
39. Megállapítható, hogy a jelen vizsgálatban a GVH által alkalmazott HORECA definíció tágabb a CCHBC saját nyilvántartási rendszerében alkalmazott HORECA alkategóriánál.
40. Így tehát a GVH és a CCHBC HORECA definíciója nem teljesen feleltethető meg egymásnak, mivel míg a CCHBC által az [üzleti titok]alkategóriába sorolt partnereinek egy része beletartozik a GVH által alkalmazott HORECA definícióba (pl. gyorséttermek és menüztető éttermek), más részük (retail) viszont nem.
41. A fentiekből következik továbbá, hogy a CCHBC nyilvántartása szerinti, az [üzleti titok]jelölő teljes [üzleti titok] szegmens együttesen a fenti HORECA definíciónál valamelyest tágabb kategóriát jelent.
42. Az 1. ábra a legtágabb körben, azaz három különböző (HORECA, útközben, kiskereskedelem) csatorna szerinti bontásban mutatja be a CCHBC partnerei felé

³⁶ VJ/17-41/2019. számú adatszolgáltatás

³⁷ VJ/17-60/2019. számú jegyzőkönyv meghallgatásról

³⁸ VJ/17-418/2019. számú adatszolgáltatás 7. melléklete

³⁹ VJ/17-537/2019. számú adatszolgáltatás

⁴⁰ Ebben az esetben rendelkezik a CCHBC az adott nagykereskedőről bővebb információval.

⁴¹ VJ/17-112/2019. számú adatszolgáltatás 6. kérdésére adott válasz

történő, [üzleti titok] szénsavas üdítőital értékesítési adatait a vállalkozás adatszolgáltatása alapján.

43. Mindhárom csatornában, de különösen a HORECA és a kiskereskedelem esetén a vásárlás és a fogyasztás motivációja, ideje és átgondoltsága, illetve ehhez kapcsolódóan a kiszérések eltéréseit mutatnak. Míg vendéglátás terén a 0,25 literes (visszaváltható üveg, a továbbiakban: RGB⁴²) csomagolás teszi ki a volumen [üzleti titok]% -át, addig ez a formátum a többi csatornában lényegében elhanyagolható. Emellett a premix és postmix automatákban használható nagy (bag-in-box) kiszérés jellemző még a HORECA szektorban ([üzleti titok]%), amely természetesen máshol nem alkalmazható.
44. Az útközbeni fogyasztás kategóriájánál a félliteres műanyag (PET) és a 0,33 literes fémdobozos kiszérések a jellemzők ([üzleti titok]% és [üzleti titok]%), hiszen ezek egyszeri fogyasztásra pontosan elegendő mennyiséget jelentenek. Ezzel szemben a kiskereskedelemben a hagyományos, 1,75 literes kiszérés a legkeresettebb ([üzleti titok]%).
45. Kiskereskedelem esetén a nagyobb kiszérések dominálnak, ehhez kapcsolódóan pedig a vásárlás és a fogyasztás időben elválik egymástól. Ez lehetővé teszi, hogy a fogyasztók jobban megismerjék az egyes üzletek árszintjét és termékinálatát, és ezek alapján döntsenek a vásárlásról.

1. ábra. A Coca-Cola [üzleti titok] szénsavas üdítőital értékesítésének úrtartalom szerinti megoszlása értékesítési csatornánként 2022-ben

[üzleti titok]

Forrás: VJ/17-549/2019. számú adatszolgáltatás alapján saját számítás

III.2. Értékesített termékek

III.2.1. Vonatkozó esetjog

46. Termékpiacok szintjén a szénsavas üdítőitalok elkülönült termékpiacát több tényező is alátámasztja:
 - Eltérő fogyasztási trendek és volumenváltozások a relatív árak változatlansága mellett.⁴³
 - Eltérő árszintek figyelhetők meg; a gyümölcslevek általában drágábbak, mint a szénsavas üdítőitalok, míg a teák, kávék és ásványvizek olcsóbbak.⁴⁴

⁴² „Returnable glass bottle” szavakból eredő rövidítés

⁴³ M.833 — The Coca-Cola Company / Carlsberg A/S

⁴⁴ M.833 — The Coca-Cola Company / Carlsberg A/S; M.6924 — Refresco Group / Pride Foods

- A szénsavas üdítőitalok fogyasztása alapvetően szabadidős tevékenységhez, pihenéshez kötött, míg a többi nem alkoholos üdítőital funkcionálisabb fogyasztási jellemzőkkel bír.⁴⁵
 - A szénsavas üdítőitalok fogyasztói célcsoportja eltér a nem szénsavas üdítőkétől.⁴⁶
 - A versenytársak és a kereskedők véleményei szerint is elkülönülnek a szénsavas üdítőitalok a többi nem alkoholos üdítőitaltól.⁴⁷
47. Az M.794 — Coca-Cola / Amalgamated Beverages GB fúziós eljárásban az Európai Bizottság a kólaízű szénsavas üdítőitalok piacát önálló termékpiacként definiálta, azonban a többi ízesítés esetén nem talált kellő bizonyítékot arra, hogy azokat is külön kezelje. A kólaízű szénsavas üdítőitalok elkülönült piacát több tényező is alátámasztotta:
- A vállalati marketingtámogatások és -kutatások a kólapiacot vették alapul.
 - A kólaízű szénsavas üdítőitalok árazása speciális volt.
 - A prémium sajátmárkás kólák piaci bevezetése elsősorban a kólaízű szénsavas üdítőitaloktól vett el piaci részt, nem más szénsavas üdítőitaloktól; ennek megfelelően pedig csak a kólaízű szénsavas üdítőitalok esetén volt megfigyelhető válaszreakció.
48. Az Európai Bizottság 2005-ben már vizsgálta a Coca-Cola üzleti gyakorlatait antitröszt szempontból.⁴⁸ Ebben az eljárásban az előzetes értékelés során szintén a szénsavas üdítőitalok piacát definiálta releváns termékpiacként. Hasonlóan a korábbi fúziós eljárásokhoz, a szénsavas és a nem szénsavas üdítőitalok eltérő értékesítési trendjeit, árszintjét és a fogyasztói preferenciákat hozta fel bizonyítékként az Európai Bizottság.

III.2.2. A termékek szerinti piacmeghatározás a jelen eljárásban

49. Az érintett piac termékeinek vonatkozásában több bizonyíték is egyértelműen arra utal, hogy a szénsavas üdítőitalok különálló termékpiacot alkotnak. Ezen belül lehetséges, hogy a kólaízű szénsavas üdítőitalok önálló termékpiacot képeznek, azonban a jelen eljárás szempontjából ezt nem szükséges eldönteni, a kérdés nyitva hagyható, hiszen az alábbiak szerint az erőfölény a tágabb termékpiac, azaz a szénsavas üdítőitalok esetében is valószínűsíthető.

⁴⁵ M.833 — The Coca-Cola Company / Carlsberg A/S

⁴⁶ M.2504 — Cadbury Schweppes plc / Pernod Ricard S.A.; M.6924 — Refresco Group / Pride Foods

⁴⁷ M.833 — The Coca-Cola Company / Carlsberg A/S

⁴⁸ A.39.116 – Coca-Cola

50. A CCHBC által forgalmazott szénsavas és nem szénsavas üdítőitalok vendéglátóipari egységeknek történő közvetlen átadási árai a 2011 és 2018 közötti időszakban alapvetően eltérő trendeket mutattak, azt követően többnyire együtt mozogtak (2. ábra). A különféle termékkategóriákon belül az egyes termékek árai szorosan együtt változtak, ez igaz a szénsavas üdítőitalokra, valamint a szénsavmentes kategórián belül a gyümölcslevekre és a jeges teákra is.

2. ábra. A 0,2/0,25 literes RGB palack átadási átlagára [üzleti titok] HORECA értékesítésnél (Ft/liter)

[üzleti titok]

Megjegyzés[üzleti titok]

Forrás: VJ/17-200/2019., VJ/17-419/2019., VJ/17-482/2019. és VJ/17-549/2019. számú adatszolgáltatások alapján saját számítás

51. A gyümölcslevek árai 2011-ben még a szénsavas üdítőitalok árai alatt voltak, azonban 2014-re már lényegesen magasabbak lettek, és ezen a szinten állandósultak is. 2014-től kezdve lényegesen drágábbak a gyümölcslevek, mint a szénsavas üdítőitalok, bár az eltérés mértéke évről évre eltérő. A jelentős relatív áremelkedés és a változó ár-arányok ellenére a fogyasztási mixben nem tapasztalható meghatározó változás 2011-től kezdve (3. ábra). A Coca-Cola portfóliójába tartozó RGB termékek HORECA szektorbeli fogyasztásának [üzleti titok]-át teszik ki a gyümölcslevek (a Cappy márka).

3. ábra. A CCHBC [üzleti titok] HORECA értékesítésében az egyes termékkategóriák megoszlása volumen alapján (RGB palack)

[üzleti titok]

Forrás: VJ/17-200/2019., VJ/17-419/2019., VJ/17-482/2019. és VJ/17-549/2019. számú adatszolgáltatások alapján saját számítás

52. Az ásványvizek árai lényegesen a többi üdítőital árai alatt maradtak a teljes vizsgált időszakban, az árkülönbözet [üzleti titok] %-nál is nagyobb volt a legtöbb évben (2. ábra). A fogyasztás valamivel több mint [üzleti titok] teszi ki ez a kategória a HORECA szegmensben leginkább releváns RGB kiszerelés esetén, mely az utóbbi években, leginkább 2021-től, [üzleti titok] tendenciát mutatott (3. ábra). [üzleti titok].

53. A szénsavas üdítőitaloknál – [üzleti titok] – tapasztalható egy árcsökkenés 2014-ben és 2015-ben (2. ábra). Ennek oka, hogy [üzleti titok] üvegpalackokat forgalmazott a CCHBC, [üzleti titok], és ezt [üzleti titok] nem követte az árak arányos mértékű emelése.⁴⁹ A szénsavas üdítőitalok (literára) esetén 2015-ben látható jelentős ([üzleti titok]% közötti) árcsökkenés ellenére a szénsavas

⁴⁹ [üzleti titok]

üdítőitalok volumenbeli részesedése lényegében változatlan maradt, és a későbbi években sem mozdult el a korábbi [üzleti titok]% körüli szintről (3. ábra).

54. Ugyanez a [üzleti titok] (és hozzá kapcsolódó árcsökkenés) a gyümölcslevek esetén [üzleti titok] történt meg. A szénsavas üdítőitalok értékesítési részaránya 2016-ban és 2017-ben sem változott érdemben, így a relatív olcsóbbá váló gyümölcslevek nem eredményeztek érzékelhető helyettesítést a gyümölcslevek és a szénsavas üdítőitalok között. Ez tovább erősíti, hogy a két termékkategória nem alkot egy releváns termékpiacot.
55. A HORECA szegmensbeli versenytársak nyilatkozatai is alátámasztják, hogy a szénsavas üdítőitalok és a többi termékkategória (különösképpen a gyümölcslé és a jeges tea) között nincs érdemi fogyasztói helyettesítés. [üzleti titok]⁵⁰ A Maspex Olympos Üdítőital Gyártó Kft. (a továbbiakban: Maspex) ehhez hasonlóan azt nyilatkozta, hogy a Coca-Cola szénsavas termékeinek kb. 10%-os áremelése nem befolyásolná jelentősen a Maspex HORECA forgalmát, hiszen nagyrészt gyümölcsleveket értékesít.⁵¹
56. Szakmai körökben is külön termékkategóriaként tekintenek a szénsavas üdítőitalokra, amelyet saját trendek jellemeznek. A Trade Magazin 2020. áprilisi száma (XV. évf. 4. sz. 66–70. o.)⁵² részletesen bemutatja a szénsavas üdítőital kategóriát és annak elmúlt évekbeli fejlődését, trendjeit piaci szereplők és piackutató cégek véleményei, adatai, elemzései alapján. Ebből egyértelműen kitűnik, hogy a szénsavas üdítőitalokra különálló piacként gondolnak az ágazati szereplők. A főbb trendek (pl. különleges íz kombinációk és cukormentes termékek növekvő népszerűsége) szintén azt mutatják, hogy a fogyasztók kategórián belül helyettesítenek leginkább.

III.3. Érintett földrajzi piac

57. Az érintett földrajzi piac Magyarország területét fedi le. A CCHBC országos szinten szervezi meg termékértékesítését, árlistája országos, míg az egyes HORECA egységek is alapvetően magyarországi beszállítókkal állnak kapcsolatban.
58. A szénsavas üdítőitalok esetén kiemelkedően fontos marketing és reklámtevékenység is országos szinten valósul meg, az ATL⁵³ és BTL⁵⁴ média kampányok alapvetően országosan egységesek és egységes üzenetet hordoznak.

⁵⁰ VJ/17-205/2019. 5. kérdésre adott válasz

⁵¹ VJ/17-199/2019. 5. kérdésre adott válasz

⁵² VJ/17-658/2019. számú feljegyzés 2. számú melléklete

⁵³ Above the line: a hagyományos médiumokat használó reklámok összefoglaló elnevezése

⁵⁴ Below the line: Nem a hagyományos marketing csatornákon történő kommunikációt jelenti, eszközei például: promóciók, vásárok, kiállítások vagy szponzorációs megjelenések.

IV.

Piaci viszonyok és a CCHBC szerepe a piacon

59. Az eljáró versenytanács az alábbiakban ismerteti a CCHBC piaci helyzetére vonatkozó információkat. Mivel a rendelkező részben foglaltak szerint az eljáró versenytanács a CCHBC kötelezettségvállalását elfogadja, az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalás elfogadhatóságának kérdésével összefüggő mértékben mutatja be a CCHBC piaci helyzetét és az esetleges erőfölényes pozíciójával kapcsolatban feltárt tényállást.

IV.1. A CCHBC piaci helyzetére vonatkozó információk

IV.1.1. Piaci részesedések

60. Az eljáró versenytanács kiindulópontként a CCHBC piaci részesedésére vonatkozó adatokat mutatja be. A beérkezett adatszolgáltatások alapján kétféle adatforrásból is meghatározhatók a piaci részesedések. Egyrészt, az eljárás során a CCHBC és a jelentősebb HORECA piacon jelen lévő szénsavas üdítőitalokat forgalmazó versenytársak⁵⁵ adatszolgáltatásai alapján 2011 és 2022 között (2013 kivételével) kiszámíthatók. Másrészt, az iparágban általánosan használt Nielsen⁵⁶ adatbázis⁵⁷ szintén tartalmaz piaci részesedéseket a HORECA-csatornára vonatkozóan.

Adatszolgáltatások

61. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy az eljárás során a versenytárs vállalkozásoktól adatkérés útján beszerzett adatok tartalmazzák a közvetlen és a nagykereskedőkön keresztüli értékesítést is, azonban több vállalat esetén a nagykereskedőkön keresztüli értékesítés nem bontható meg vendéglátás és útközbeni fogyasztás között. Bár a korábbiaknak megfelelően fontos különbségek fedezhetők fel a kétféle értékesítési modell között, fogyasztói szempontból irreleváns az értékesítési lánc ezen eleme, így a jelen fejezetben bemutatott adatok mindkét beszerzési forrásból származó értékesítést feltüntetik a piaci részesedések számításakor. Ennek megfelelően, a jelen alfejezetben ez a két szegmens együttesen kerül elemzésre. A HORECA szegmens önálló vizsgálatára a Nielsen adatok alapján nyílik lehetőség, mely a következő fejezetben kerül bemutatásra.
62. A versenytársaktól adatszolgáltatás útján beszerzett adatokban lehetőség nyílt a kólaízű és az egyéb szénsavas üdítőitalok kategóriáit megkülönböztetni. A kólaízű

⁵⁵ Az öt versenytárs forgalmazó a Fővárosi Ásványvíz- és Üdítőipari Zrt. (FÁÜ) / Szentkirályi Magyarország Kft. (Szentkirályi) / Magyarüdítő Forgalmazó Kft. (MÜF), a Maspex Olympos Kft. (Maspex), a Rauch és a Sió Eckes Kft. (Sió) és a Hell Energy Magyarország Kft. (Hell).

⁵⁶ AC Nielsen Piackutató Kft.

⁵⁷ VJ/17-262/2019., VJ/17-552/2019. és VJ/17-578/2019. számú adatszolgáltatások

termékek az összes szénsavas üdítőital volumenének közel kétharmadát teszik ki és hasonló arányokat mutatnak mind piaci részesedésben, mind növekedésben.

63. Az adatszolgáltatások útján megosztott adatok azt mutatják, hogy a szénsavas üdítőitalok HORECA és útközbeni értékesítésének piaca összességében növekedett a megfigyelt időszak alatt (ez alól csak 2020 képez kivételt a Covid19-járvány miatt elrendelt lezárások miatt), mind volumenben,⁵⁸ mind forgalomban. A CCHBC volumen alapú piaci részesedése 80-90% körüli volt,⁵⁹ forgalom alapú részesedése pedig 70-80% körül alakult.⁶⁰ A vizsgált időszakban a CCHBC piaci pozícióját illetően [üzleti titok]figyelhető meg az évek során, azonban 2022-re [üzleti titok] tapasztalható. Hirtelen csökkenés vagy növekedés azonban nem volt azonosítható a vizsgált időszak során.
64. Ha kizárólag a kólaízű szénsavas üdítőitalok kategóriája kerül figyelembevételre, akkor a CCHBC piaci részesedése nagyon hasonló a szénsavas üdítőitalok piacán fennálló részesedéséhez: a vizsgált időszakban a volumen alapú részesedése stabilan 80-90% feletti,⁶¹ míg a forgalom alapú részesedése is 80-90% közelében stagnált.
65. A CCHBC legközelebbi versenytársa mindkét esetben a Fővárosi Ásványvíz- és Üdítőipari Zrt. (FÁÜ), a Szentkirályi Magyarország Kereskedelmi és Termelő Kft. (Szentkirályi) illetve a Magyarüdítő Forgalmazó Kft. (MÜF) volt. Ezen felsorolt vállalkozások fő versenytársaként a vizsgált időszak alatt váltották egymást, mivel a FÁÜ, mint a PepsiCo Incorporated leányvállalata a magyar üdítőital és snack forgalmazási üzletágát akvizíciós és franchise ügylete keretében 2018. november 1-jével átadta a Magyarüdítő Forgalmazó Kft.-nek.⁶² A két szereplő, azaz a Pepsi és a Coca-Cola márkák forgalmazói együttesen lényegében teljes egészében lefedték a piacot.

Nielsen adatbázis

66. Az előző alfejezetben ismertetett adatszolgáltatásokkal szemben a Nielsen adatok esetén – mivel annak gyűjtése a fogyasztás helyszínén történt – lehetőség van a HORECA és az útközbeni fogyasztás szegmenseit elkülönülten vizsgálni. Ebben a fejezetben kizárólag a HORECA piac vizsgálatára kerül sor, hiszen ez a kategória az, amely a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képezi.
67. A Nielsen adatbázisa alapján is jellemzően növekedett a HORECA szénsavas üdítőital piac a vizsgált időszak során (noha 2020 és 2021 között a Covid19-járvány kapcsán elrendelt lezárások éreztették a hatásukat), mind forgalom, mind

⁵⁸ Lásd: VJ/17-659/2019. számú vizsgálati jelentés, 4. ábra

⁵⁹ Lásd: VJ/17-659/2019. számú vizsgálati jelentés, 1. táblázat

⁶⁰ Lásd: VJ/17-659/2019. számú vizsgálati jelentés, 2. táblázat

⁶¹ Lásd: VJ/17-659/2019. számú vizsgálati jelentés, 3. táblázat

⁶² VJ/17-116/2019. adatszolgáltatás

volumen alapján.⁶³ A Nielsen adatgyűjtése a vizsgált időszakban kiterjedt minden árusított termékre, emiatt megjelennek benne sajátmárkás és helyi márkás termékek is, amelyek piaci részesedése azonban elenyésző (ez indokolja, hogy a cégek nem kerültek közvetlenül is megkeresésre az eljárásban). Az adatok alapján az elmúlt években a CCHBC volumen alapú piaci részesedése 60-80% között, forgalom alapú részesedése pedig 60-80% között alakult, 2020-tól a piac egészének csökkenése mellett a CCHBC részesedése ugyanakkor növekedésnek indult.⁶⁴ Ez alapján a piacon történő sokkszerű változásra a CCHBC tudott leginkább reagálni, mely alapján feltételezhető, hogy a vizsgált piacon az erőviszonyok tekintetében a Covid19-járványhoz hasonló külső sokkok sem feltétlenül bírnak jelentős átrendező hatással. Az adatgyűjtés és kategorizálás különbségei mellett itt is egyértelmű a CCHBC jelentős piaci részesedése a HORECA szénsavas üdítőitalok piacán.

IV.1.2. Belépési körülmények

68. A jelen eljárásban adatszolgáltatást benyújtó 24 jelentősebb üdítőital gyártó és forgalmazó vállalkozás közül csupán 12 van jelen a vizsgálat által alkalmazott HORECA szegmensben, melyek közül korábban öt került azonosításra jelentősebb versenytársként. A beérkezett válaszok alapján a HORECA piacon jelen nem lévő gyártók és forgalmazók nem is terveznek belépni erre a piacra. Ennek indokai közül kiemelendő, hogy a HORECA egységekben történő értékesítés kiskereskedelemben nem használatos kiszervezéseket és csomagolást követel meg, jelentős (elsősorban logisztikai jellegű) többletköltséget okozva. Lényeges továbbá, hogy a HORECA piacra való belépéshez széles termékportfólió is szükséges. Szintén jelentős pénzügyi erőforrásokat igényel a HORECA egységekkel történő kapcsolattartáshoz szükséges üzletkötő hálózat kialakítása, illetve a HORECA egységek felszerelése (poharak, hűtők, székek, napernyők, reklámtáblák stb. biztosítása) és pénzügyi támogatása; mivel a jelenlegi üdítőital forgalmazók nyújtanak ilyen szolgáltatásokat, egy új belépőnek csak akkor van esélye belépni a piacra, ha legalább hasonló kondíciókat tud felajánlani.

IV.1.3. Vevői erő

69. A CCHBC-vel kapcsolatban álló kisméretű HORECA egységeknek elhanyagolható a piaci erejük. Egyéni méretük, forgalmuk nem jelentős a CCHBC eladásaihoz képest. Számukra – kisebb méretük és tárolókapacitásuk, kevesebb alkalmazottjuk miatt – különösen vonzó, ha minél kevesebb széles termékportfóliót kínáló vállalkozással tartanak kapcsolatot italbeszerzéseik tekintetében. Továbbá számukra egy más márkára (beszállítóra) váltás költséges

⁶³ Lásd: VJ/17-659/2019. számú vizsgálati jelentés, 5. ábra

⁶⁴ Lásd: VJ/17-659/2019. számú vizsgálati jelentés, 4. és 5. táblázat

lehet a lecserélendő szponzorációs elemek (poharak, székek, napernyők, hűtők stb.) miatt is.

70. A key account partnerek felé történő értékesítés már jelentősebb tétel lehet a CCHBC országos eladásában, illetve az a presztízs szempontjából is jelentős lehet a CCHBC számára. Azonban a presztízs a másik irányban is megjelenik: a Coca-Cola mint márkanév az egyik legismertebb és kétségkívül a legnépszerűbb üdítőital-márka globálisan és a magyar fogyasztók körében is. A Forbes magazin összeállítása alapján a Coca-Cola a legértékesebb FMCG⁶⁵ márka a világon, értéke 64,4 milliárd USD. Ezzel szemben a Pepsi értéke ennek töredéke, 18,2 milliárd USD. Ennek következtében a HORECA egységek is szívesebben választhatják a Coca-Cola márkát, hiszen az jobban, erősebben kapcsolódik vendégeikhez, kedvezőbb imázssal rendelkezik, így vonzóbbá teheti magát a HORECA egységet is.
71. Ezért a key account partnereknek a kis egységeknél nagyobb, de nem teljesen egyoldalú ereje van a piacon.

IV.2. Értékesítési csatornák és értéklánc bemutatása

72. A CCHBC az értékesítési csatornáit (vagyis a szerződött kiskereskedelmi partnereit) két besorolási rendszer alapján csoportosítja: [üzleti titok].

IV.2.1. [üzleti titok]rendszer

73. A CCHBC [üzleti titok] rendszert alkalmazva különbözteti meg kereskedelmi partnereit, mely besorolási rendszert a következő ábrák szemléltetik. [üzleti titok] Alapvetően megállapítható, hogy a [üzleti titok]rendszer az alapja a CCHBC vállalatirányítási rendszerének is, melyből az egyes [üzleti titok]adatok is lekérhetők. A viszonteladók felé történő [üzleti titok]értékesítés szempontjából a két legfontosabb kategória a partnerek [üzleti titok]besorolása.⁶⁶
74. [üzleti titok] Az [üzleti titok]üzletágban kezelik a jelen eljárásban az értékesítési csatorna felől megközelítve [üzleti titok]tartozó partnereket, de ide tartoznak pl. [üzleti titok]vállalkozások is. Az eljárás alá vont [üzleti titok] partnerei az [üzleti titok]üzlet, ahol a fogyasztók [üzleti titok]fogyasztás céljából üdítőitalt vásárolhatnak.

4. ábra [üzleti titok]rendszer felépítése⁶⁷

[üzleti titok]

⁶⁵ A „Fast-Moving Consumer Goods” kifejezés rövidítéséből, a gyorsan forgó fogyasztási cikkek összefoglaló elnevezése.

⁶⁶ VJ/17-41/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 8. pont

⁶⁷ VJ/17-137/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 3. sz. melléklet alapján vizsgáloi egyszerűsítéssel

75. További fontos megkülönböztetése a partnereknek, [üzleti titok] vagyis [üzleti titok]van-e szó. Ezeket a partnereket a CCHBC [üzleti titok] tartja nyilván a rendszerében, és [üzleti titok]

5. ábra [üzleti titok]partnerek kategorizálása az [üzleti titok]szegmensben⁶⁸

[üzleti titok]

6. ábra [üzleti titok]partnerek kategorizálása az [üzleti titok]szegmensben⁶⁹

[üzleti titok]

IV.2.2. [üzleti titok]rendszer

76. A CCHBC partnereit azok profilja és működése alapján [üzleti titok] sorolja. A besorolás meghatározásához a CCHBC [üzleti titok] A besorolás tehát elsősorban [üzleti titok] alapul, ahol a CCHBC saját [üzleti titok] definíciója segít a megfelelő kategóriába való besorolásban. A [üzleti titok]alapú besorolás elkülönül a [üzleti titok]szerinti besorolástól, ebben az esetben [üzleti titok].⁷⁰

77. [üzleti titok]⁷¹

IV.2.3. Ellátási lánc

78. Az alábbiakban bemutatásra kerülnek a CCHBC termékek kiskereskedelmi partnerekhez és fogyasztókhoz való eljuttatásának módozatai.

Viszonteladó partnerek felé történő [üzleti titok] értékesítés

79. Vizsonteladó partnerek felé történő [üzleti titok]értékesítés esetén a CCHBC [üzleti titok]a partnerrel. A vizsgált időszakot tekintve elmondható, hogy 2011 és 2015 között a CCHBC [üzleti titok]látott el viszonteladókat az egész ország területén, azonban 2015-től kezdődően a CCHBC [üzleti titok]⁷²⁷³

⁶⁸ VJ/17-418/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 4. és 7. sz. melléklet [üzleti titok] alapján vizsgálói egyszerűsítéssel

⁶⁹ VJ/17-418/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 7. sz. melléklet [üzleti titok] alapján vizsgálói egyszerűsítéssel

⁷⁰ VJ/17-112/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 4. pont és VJ/17-60/2019. számú CCHBC meghallgatási jegyzőkönyv

⁷¹ VJ/17-137/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás melléklete tartalmazza a trade channel rendszer bemutatását

⁷² Ld.: a 2019-es [üzleti titok]1. számú függeléke: [üzleti titok] VJ/17-60/2019 CCHBC meghallgatási jegyzőkönyv 3. számú melléklete

⁷³ Az [üzleti titok]bemutatását a VJ/17-419/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 19. pontja tartalmazza

Nagykereskedők felé történő értékesítés

80. A nagykereskedőkön keresztüli kiszolgálás a korábbiakban leírtak szerint 2015-től kezdődően [üzleti titok]
81. Ezen egységek ellátását a CCHBC [üzleti titok]
82. A nagykereskedőkön keresztül történő értékesítés értékének aránya a teljes értékesítéshez képest [üzleti titok] százalék között mozgott 2015 után [üzleti titok]⁷⁴
83. A 2019-ben szolgáltatott adatok alapján a CCHBC [üzleti titok] nagykereskedővel állt szerződéses viszonyban, közülük [üzleti titok] rendelkező partner nagykereskedő státusszal.⁷⁵
84. A GVH a nagykereskedőkön keresztül történő ellátással kapcsolatosan becsatolt szerződéses dokumentumok és eljárás alá vonti nyilatkozatok alapján nem azonosított olyan körülményt, amely arra engedne következtetni, hogy a nagykereskedők a CCHBC-től nem független üzletpolitikát alkalmaznának, így az eljárás tárgyának kiterjesztését a nagykereskedelmi értékesítésre nem látta indokoltnak.

Fogyasztók felé történő [üzleti titok] értékesítés

85. A CCHBC a fogyasztókat [üzleti titok] üzemeltetésén keresztül látja el.⁷⁶ A CCHBC [üzleti titok] üzemeltetése mellett kiszolgál [üzleti titok] vállalkozásokat is.

Viszonteladók felé történő [üzleti titok] és nagykereskedőkön keresztüli értékesítés megoszlása

86. Az alábbi diagramokon látható, hogy a vizsgált időszakban hány százalékát tette ki a CCHBC értékesítésének a viszonteladók felé történő [üzleti titok] (az eljáró versenytanács a továbbiakban „[üzleti titok] értékesítés” alatt ezt a kategóriát érti) és nagykereskedőkön keresztüli értékesítés, valamint előbbin belül [üzleti titok] csatornába irányuló értékesítés.

7. ábra [üzleti titok] volumen adatok alapján⁷⁷

[üzleti titok]

Megjegyzés: 2013-ra a CCHBC a kért historikus adatokat nem tudta előállítani.

⁷⁴ VJ/17-419/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 5. melléklet alapján

⁷⁵ A pontos lista: VJ/17-41/2019. CCHBC adatszolgáltatás 2. számú mellékleteként csatolt Excel táblázat „0-1 CC nagykereskedők” munkalapja

⁷⁶ VJ/17-41/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás

⁷⁷ VJ/17-419/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 5. melléklet alapján, Megj: [üzleti titok].

8. ábra [üzleti titok]érték adatok alapján⁷⁸

[üzleti titok]

Megjegyzés: 2013-ra a CCHBC a kért historikus adatokat nem tudta előállítani.

V.

A jelen eljárásban vizsgált magatartás

V.1. A vizsgált magatartás keretei

87. A rendelkező részben foglaltak szerint az eljáró versenytanács a CCHBC kötelezettségvállalását elfogadta, így a vizsgált magatartás csak a kötelezettségvállalás értékelésével összefüggésben, az ahhoz szükséges mértékben kerül bemutatásra.
88. A CCHBC jelen eljárásban vizsgált magatartása elsősorban a versenytársakat kizárító, illetve a potenciális versenytársak piacralépését megakadályozó visszaélésként minősülhet azáltal, hogy a HORECA egységek számára olyan összetett kedvezményrendszert és ajánlatokat kínál, valamint azokhoz kapcsolódó feltételrendszert alkalmaz az általa forgalmazott italtermékek értékesítése során, melyek alapján visszaélhet a szénsavas üdítőitalok piacán fennálló erőfölényével.
89. A szénsavas üdítőitalok és az alkoholos italok értékesítése során a [üzleti titok]és az [üzleti titok]kedvezmény típus, valamint az egyéb, CCHBC által a HORECA partnereknek meghirdetett promóciós ajánlatok feltételei egyaránt versenyaggályokat vethetnek fel, amennyiben a kedvezmények és ajánlatok igénybevételéhez a különböző italkategóriába tartozó termékeket kell megvásárolniuk, illetve készleten tartaniuk, valamint, hogy az alkoholos italtermékek értékesítését a CCHBC a szénsavas üdítőital termékek megvásárlásától teszi függővé, mely piacon erőfölényes helyzete nem zárható ki.
90. A kárelmélet szerint ezen értékesítési gyakorlat csomagban történő értékesítésnek vagy árukapcsolásnak minősülhet, melyet, ha olyan vállalkozás alkalmaz, amely erőfölénnyel rendelkezik a kapcsoló, vagy csomagban értékesített termék(ek) piacán, az alkalmas a piac lezárására a kapcsolt vagy csomagban értékesített termékek részét képező egyéb termékek előtt, illetve közvetetten a kapcsoló termék piaca előtt is, ezzel kárt okozva a fogyasztóknak.⁷⁹
91. A kávétermékekre vonatkozó, a jelen eljárásban beszerzett szerződésekben⁸⁰ a jelen eljárásban vizsgált kárelméletet megalapozó rendelkezések nem voltak azonosíthatóak, így a továbbiakban kizárólag az alkoholos italtermékek és

⁷⁸ VJ/17-419/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 5. melléklete alapján, Megjegyzés: [üzleti titok]

⁷⁹ Az Európai Bizottság Közleménye – Iránymutatás az EK Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról, 49. bekezdés.

⁸⁰ VJ/17-418/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 16. melléklete; VJ/17-447/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 4. melléklete; VJ/17-557/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 1. melléklete

üdítőitalok tekintetében alkalmazott szerződéses rendelkezések kerülnek ismertetésre.

V.2. Az eljárás alá vont által alkalmazott szerződésminták

92. A CCHBC a HORECA szektorba tartozó partnerekkel kötött szerződéseit a jelenleg alkalmazott Szerződésnyilvántartó rendszerben [üzleti titok] és az [üzleti titok] szerződéstípusként jelöli, melyek között további alkategóriaként megkülönbözteti az alkoholos és alkoholmentes termékek forgalmazására vonatkozó szerződéseket. A szerződések csoportosíthatók továbbá aszerint, hogy milyen kedvezménytípusok kerülnek bennük alkalmazásra.
93. A CCHBC mind az alkoholos, mint az alkoholmentes termékei esetében [üzleti titok]. A jelen eljárás során egyaránt áttekintésre kerültek a [üzleti titok]alkalmazott szerződésminták. A szerződésminták hasonlóak a kedvezménytípusok tekintetében, tehát ugyanúgy [üzleti titok]kedvezményt [üzleti titok] kedvezményt [üzleti titok] vagy a kettő kombinációját tartalmazták [üzleti titok]. A [üzleti titok] alkalmazott forgalmazási szerződésmintákban azonban a CCHBC nem használta a jelenleg alkalmazott és jelen eljárás szempontjából releváns modulokat,⁸¹ így a jelen határozat a [üzleti titok] szerződésmintákra fókuszál.
94. A CCHBC jellemzően az általa kidolgozott szerződésmintáin alapuló megállapodásokat köt HORECA partnereivel. [üzleti titok] partnerek [üzleti titok] viszonyítva igen alacsony [üzleti titok]⁸²
95. [üzleti titok]⁸³ [üzleti titok]⁸⁴

V.2.1. Üdítőitalra vonatkozó szerződésminták

96. A CCHBC által alkalmazott üdítőitalokra vonatkozó szerződésmintákat a CCHBC elsősorban aszerint különbözteti meg, hogy milyen típusú kedvezményről rendelkeznek. Léteznek [üzleti titok]típusú kedvezmények, mely esetben a termékek árai [üzleti titok], valamint [üzleti titok]kedvezmények, mely esetben [üzleti titok]. Továbbá, a [üzleti titok]tartalmazó szerződéseket „[üzleti titok]néven jelöli a CCHBC Szerződésnyilvántartó táblázatában.
97. Az üdítőitalra vonatkozó szerződéseket a CCHBC [üzleti titok] köti és a szerződésminta szerint [üzleti titok] felmondási lehetőséget rögzítenek.⁸⁵

⁸¹ VJ/17-418/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 3. pont

⁸² VJ/17-418/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 1. sz. melléklete

⁸³ VJ/17-418/2019. sz. CCHBC adatszolgáltatás 4. melléklet

⁸⁴ VJ/17-419/2019. CCHBC adatszolgáltatás 4. melléklet 8., 9. 15., 16., 18. dia (2016. alkoholmentes), 28., 29. 35., 36., 38. dia (2017. alkoholmentes) 45., 46. 50., 57., 58. dia (2018-19. alkoholmentes), 73., 74., 80., 82. (2018-20- alkoholos), 92., 93. dia (2020. alkoholmentes)

⁸⁵ A szerződésmintákat a VJ/17-419/2019. CCHBC adatszolgáltatás 2. és 3. sz. mellékletei tartalmazzák

[üzleti titok]kedvezményt tartalmazó üdítőitalra vonatkozó szerződésminták

98. Ebben a fejezetben a [üzleti titok]kedvezményt (is) tartalmazó [üzleti titok]szerződésekben foglalt rendelkezések kerülnek bemutatásra.
99. A [üzleti titok] szerződésmintákban a kedvezmények egy mellékletben [üzleti titok] kerülnek ismertetésre, és modulos felépítésűek. Az üdítőitalok esetében [üzleti titok] kedvezményekből több [üzleti titok] blokk is található a szerződésmintákban.
100. A CCHBC e modulokkal kapcsolatban előadta, hogy [üzleti titok]⁸⁶ [üzleti titok] kedvezmény mértékét a CCHBC nyilatkozata szerint a [üzleti titok] dokumentum határozza meg.⁸⁷ [üzleti titok]
101. A modulokban felsorolt italok között [üzleti titok]. Emellett minden esetben megtalálhatók [üzleti titok]).
102. A szerződésmintákban alkalmazott kedvezményrendszer modulos felépítése, azaz a különböző CCHBC termékek blokkokban történő felsorolása azt a hatást keltheti a HORECA egységek számára, hogy a kedvezményben való részesüléshez mindegyik termékből rendelniük kell az általuk kiválasztott blokkon belül, mivel a szerződésben nem található egyéb kiegészítő rendelkezés ezen feltételek tisztázására.

[üzleti titok]kedvezményt tartalmazó üdítőitalra vonatkozó szerződésminták

103. Ebben a fejezetben az [üzleti titok]kedvezményt tartalmazó [üzleti titok] üdítőitalra vonatkozó szerződésekben foglalt rendelkezések kerülnek bemutatásra.
104. A [üzleti titok] alkalmazott szerződésmintákban az [üzleti titok] kedvezmények külön mellékletben [üzleti titok]kerültek elhelyezésre és modulos felépítésűek lettek. Az [üzleti titok]kedvezményekből is több fajta [üzleti titok] kedvezményes blokk található. A többségük [üzleti titok]típusú kedvezmény, de létezik [üzleti titok]blokk is.
105. A CCHBC a szerződésmintában szereplő modulokkal kapcsolatban előadta, hogy [üzleti titok]⁸⁸ Az egyes modulok tartalma a szerződésmintákban [üzleti titok]⁸⁹ Az [üzleti titok] kedvezmények a szerződés minta szerint mindig valamilyen [üzleti titok] vannak kötve, melyet [üzleti titok] típusú kedvezményeknek is neveznek.
106. A CCHBC továbbá előadta, hogy [üzleti titok]⁹⁰

⁸⁶ VJ/17-419/2019. CCHBC adatszolgáltatás 3. sz. melléklet szerződésmintába helyezett megjegyzés

⁸⁷ VJ/17-60/2019. számú meghallgatásról készült jegyzőkönyv, 1. pont

⁸⁸ VJ/17-686/2019. sz. irat, 7. oldal

⁸⁹ VJ/17-419/2019. CCHBC adatszolgáltatás 3. sz. melléklet – szerződésmintába helyezett megjegyzés

⁹⁰ VJ/17-511/2019. sz. feljegyzés

107. A [üzleti titok] vonatkozó szerződésmintákkal egyezően, az [üzleti titok] kedvezményt tartalmazó [üzleti titok] szerződésmintákkal kapcsolatos, előzőekben bemutatott gyakorlat is azt a hatást keltheti a HORECA egységek számára, hogy a kedvezményben való részesüléshez mindegyik termékből rendelniük kell az általuk kiválasztott blokkon belül. A szerződésben pedig nem található egyéb kiegészítő rendelkezés ezen feltételek tisztázására.
108. A felsorolt termékek között szerepelnek [üzleti titok] termékei is.
109. A szerződéses modulok megjelenése és felépítése, valamint a kedvezmények alkalmazási feltételeit leíró magyarázatok hiánya azt a benyomást keltheti a HORECA partnerekben, hogy az egyes blokkokban felsorolt termékek mindegyikét kötelező megvásárolniuk, mely a [üzleti titok] kedvezmények kiválasztása esetén egyúttal a blokkban felsorolt termékek [üzleti titok] biztosítását is jelentette a HORECA egységek részére.

V.2.2. Alkoholos italokra vonatkozó szerződésminták

110. Jelen fejezetben az eljáró versenytanács a CCHBC által a vizsgált időszakban alkalmazott alkoholos szerződésmintákat ismerteti.
111. A vizsgált időszakban [üzleti titok] voltak érvényben a GVH által vizsgált, kifejezetten alkoholos italtermékek forgalmazására vonatkozó, HORECA partnerekkel kötött, úgynevezett [üzleti titok] szerződésminták.
112. A CCHBC adatszolgáltatása alapján 2017-ben és 2018-ban [üzleti titok], 2019-ben [üzleti titok] olyan partner volt, akikkel valamilyen okból kifolyólag nem [üzleti titok]. A rendelkezésre álló információk szerint olyan partner, amely csak [üzleti titok] vonatkozó szerződést kötött volna a vizsgált időszakban, nem volt.
113. A CCHBC a [üzleti titok] szerződést a minta szerint [üzleti titok] időtartamra köti, [üzleti titok].⁹¹ A szerződés és a benne foglalt kötelezettségek a szerződő vendéglátóhely minden olyan [üzleti titok].⁹²
114. A vendéglátóhelyet az [üzleti titok] szerződésminta szerint [üzleti titok] valamilyen mértékű [üzleti titok] engedmény illeti meg, amennyiben [üzleti titok].
115. A szerződésminta a fenti engedmény feltételeként előírja a vendéglátóhely számára a felsorolt alkoholos italtermékek [üzleti titok], azzal a kitételrel, hogy amennyiben [üzleti titok]. Ahogyan az alkoholmentes mintaszerződések esetében látható volt, úgy jelen esetben is azonosítható, hogy a különböző italszegmensekbe tartozó alkoholos italmárkák felsorolás jelleggel kerültek feltüntetésre a szerződésben, mely [üzleti titok] egészül ki. A szerződésminta alapján értelmezési nehézséget jelenthet, hogy a HORECA egységeknek az összes terméket meg kell-

⁹¹ A szerződésmintákat a VJ/17-5/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 1. sz. melléklete, illetve a VJ/17-675/2019. CCHBC adatszolgáltatás mellékletei tartalmazzák. A [üzleti titok] kötött, becsatolt szerződés pl. [üzleti titok] szólt. (VJ/17-5/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 2. sz. melléklete).

⁹² VJ/17-686/2019. sz. irat, 7. oldal

e vásárolniuk, avagy a felsorolásból szabadon választhatják ki az egyes termékeket a kedvezményfeltétel teljesítése érdekében.

116. További, és a jelen eljárás szempontjából kiemelt jelentőséggel bíró szerződéses feltétel az alkoholos és alkoholmentes termékek együtteséből álló kevert italoknak [üzleti titok], úgynevezett [üzleti titok] ajánlatoknak [üzleti titok] kommunikációja, illetve azok [üzleti titok].
117. A jelen eljárásban olyan alkoholos szerződések is beszerzésre kerültek, melyek alapján [üzleti titok] engedményt a CCHBC [üzleti titok]teljesíti.⁹³
118. A feltárt információk alapján egyrészt megállapítható, hogy az alkoholos termékekre vonatkozó ajánlatot a CCHBC a HORECA egységek részéről gyakran megkerülhetetlen és népszerű szénsavas üdítőital termékei segítségével erősíti és kínálja partnerei számára. Másrészt az email levelezés alapján az a következtetés is levonható, hogy volt arra példa, hogy a CCHBC az alkohol portfóliójában szereplő termékek megrendelése esetén lényegesen kedvezőbb [üzleti titok] ajánlatot nyújtott azon HORECA partnerének, mely a CCHBC által forgalmazott szénsavas üdítőital termékeket kínálja. Amennyiben tehát a HORECA egység más szállító termékeit részesíti előnyben az üdítőitalok kategóriájában, úgy nem veheti igénybe az adott kedvezményt.
119. A CCHBC 2023 májusában benyújtott adatszolgáltatásához⁹⁴ csatolta [üzleti titok] alkohol forgalmazásra vonatkozó szerződésmintáit is, az ún. [üzleti titok] kereskedelmi megállapodást és az ún. [üzleti titok] kereskedelmi megállapodást.
120. [üzleti titok] alkoholos szerződésminta lényegében a [üzleti titok] szerződésmintának feleltethető meg, abban ugyanúgy a [üzleti titok] engedmény illeti meg a partnert, amennyiben [üzleti titok].
121. A szerződésben az alkoholos és alkoholmentes termékek kombinációját jelentő [üzleti titok] kapcsolatban a következő javaslat szerepel: [üzleti titok]
122. [üzleti titok] kereskedelmi megállapodás a fent ismertetett ún. [üzleti titok] kereskedelmi megállapodáshoz képest több árkedvezmény opciót tartalmaz. [üzleti titok]
123. [üzleti titok] kereskedelmi megállapodáshoz [üzleti titok]melléklet tartozik[üzleti titok]
124. [üzleti titok]
125. Kiemelendő, hogy a [üzleti titok]ajánlat részeként [üzleti titok] a CCHBC az általa forgalmazott egyes alkoholos italtermékeket egyértelműen a CCHBC portfóliójába tartozó alkoholmentes italtermékekkel együtt javasolja feltüntetni. Ez azt a benyomást keltheti, hogy a HORECA egységeknek a javaslat

⁹³ VJ/17-447/2019. számú CCHBC adatszolgáltatás 3. melléklete, [üzleti titok] 2016. november 23-án kelt Forgalmazási Szerződés; VJ/17-608/2021. sz. bizonyíték-összefoglaló, 7. sz. irat

⁹⁴ VJ/17-515/2019. számú adatszolgáltatás 2. számú melléklete

teljesítéséhez ezen alkoholmentes termékeket is meg kell vásárolniuk a CCHBC-től.

126. A [üzleti titok] promóciók alkalmazásának körülményei a soron következő fejezetben részletesen kifejtésre kerülnek.

Promóciók

127. A helyszíni kutatás során másolatban birtokba vett e-mailek és dokumentumok alapján a CCHBC különböző időszakos promóciókat nyújt a partnereinek a termékek forgalmának növelése céljából. [üzleti titok]
128. Az alkohol és üdítő promóciós kombinációját a CCHBC [üzleti titok] hívja. Léteznek meghatározott [üzleti titok], melyek a népszerű long drinkek és koktélok alapját képezik, [üzleti titok]
129. [üzleti titok]⁹⁵
130. A CCHBC további, kifejezetten az [üzleti titok] cím alatt futó promóciókat is alkalmaz, melyek kapcsán nincsenek a [üzleti titok] hasonló korlátozások feltüntetve. Ilyen promóció például a [üzleti titok]^{96,97}
131. A helyszíni kutatás során másolatban birtokba vett belső levelezés szerint azon HORECA partnerek, akik nem a CCHBC üdítőit vásárolják, nem tudják igénybe venni [üzleti titok].⁹⁸ A belső levelezés arra utal, hogy az üdítővel kombinált promóciókat a CCHBC egyes esetekben stratégiaileg is alkalmazta, arra törekedve, hogy az alkoholos italtermékekre már leszerződött HORECA egységeknél elérje, hogy az alkoholmentes termékek esetében is a CCHBC italtermékeit válasszák.

VI.

Az eljárás alá vontak álláspontja

132. A CCHBC az előzetes álláspontra tett észrevételében⁹⁹ a következő nyilatkozatokat tette a vizsgált magatartással és annak értékelésével összefüggésben.
133. A CCHBC előjáróban megjegyezte, hogy teljes mértékben tisztában van azzal, hogy a kötelezettségvállalások elfogadásának célja a jövőbeli jogkövető magatartás biztosítása, nem pedig az esetleges erőfölény, illetve bármilyen visszaélésszerű magatartás megállapítása. Ennek megfelelően a CCHBC érti,

⁹⁵ VJ/17-608/2019 sz. bizonyíték-összefoglaló 1. sz. irat

⁹⁶ [üzleti titok]

⁹⁷ 2017 áprilisától 2018 áprilisáig rendelkezésre állnak a meghirdetett [üzleti titok] promóciók. pl. VJ/17-608/2019 sz. bizonyíték-összefoglaló 3. sz. irat

⁹⁸ VJ/17-608/2021. sz. bizonyíték-összefoglaló, 6. sz. irat; VJ/17-608/2021. sz. bizonyíték-összefoglaló, 8. sz. irat; VJ/17-608/2021. sz. bizonyíték-összefoglaló, 5. sz. irat.

⁹⁹ VJ/17-686/2019.

hogy egy várhatóan kötelezettségvállalással záruló eljárás esetében a tényállás teljeskörű tisztázását az eljáró versenytanács nem végzi, illetve nem végezheti el, valamint a vizsgált magatartás érdemével kapcsolatos megállapításai sem teljes mértékben definitívek. Tekintettel erre és figyelemmel arra is, hogy a CCHBC teljes mértékben támogatja az előzetes álláspont azon következtetését, miszerint az eljáró versenytanács kötelezettségvállalás elfogadásával tervezi lezárni a jelen versenyfelügyeleti eljárást, a CCHBC nem kívánja az eljárás fókuszát a kötelezettségvállalás értékeléséről másra helyezni. Mindazonáltal a teljesség kedvéért a CCHBC az alábbi, tisztázó jellegű észrevételeket tette.

134. A CCHBC szerint egy tágabb piacmeghatározás is elképzelhető az előzetes álláspontban szereplő piacmeghatározáshoz képest, amely lényegében minden alkoholmentes italt magában foglal. A CCHBC szakmai tapasztalatai szerint ugyanis a fogyasztói döntéshozatali folyamatot a HORECA szegmensben meglehetősen atipikus tényezők vezérik (pl. a kiskereskedelemhez képest), mivel a fogyasztók jellemzően nem az üdítőitalokkal kapcsolatos preferenciáik, illetve az adott HORECA egység üdítőital-kínálata alapján választanak HORECA egységet. Ez azt is jelenti, hogy mivel a fogyasztók nem a kiegészítő jellegű üdítőital kínálat, hanem egy sor egyéb tényező alapján választanak HORECA egységet, a gyakorlatban valójában előzetesen és tudatosan elfogadják egy adott üdítőital széleskörű helyettesíthetőségét, és a fogyasztó által preferált üdítőital esetleges hiánya jellemzően nem vezet ahhoz, hogy a fogyasztó elhagyja az adott HORECA egységet emiatt. Ennek megfelelően – noha a helyettesíthetőség mértéke bizonyos esetekben (pl. ásványvizek) eltérhet – általánosságban kijelenthető, hogy a HORECA szegmensben elérhető üdítőitalok végeredményben képesek tökéletesen helyettesíteni egymást, hiszen azonosan ellátják a kiegészítő jellegű fogyasztói igényt. Mindez egyúttal egy szélesebb piacmeghatározás irányába mutat, amely termékpiac – a szénsavas üdítőitalok mellett – lényegében minden egyéb alkoholmentes italt is magában foglal, ideértve pl. a jeges teákat, gyümölcsleveleket és gyümölcsnektárokat, szénsavmentes gyümölcsitalokat, ásványvizeket, valamint ízesített vizeket is. A CCHBC szerint továbbá a kereskedelmi forgalomban kapható italtermékek mellett a HORECA szegmensben a házi készítésű italok (pl. különböző limonádék) is erős versenytársak.
135. A CCHBC szerint az értékesítési volumenek árváltozások nyomán történő változásai és a helyettesíthetőség közötti esetleges összefüggések is meglehetősen sajátosan alakulnak a HORECA szegmensben. Ennek fő oka, hogy a HORECA szegmensben a fogyasztók általában kevésbé érzékenyek az üdítőital választásakor, tekintettel annak kiegészítő szerepére. E tekintetben releváns az is, hogy a HORECA szegmensben az üdítőitalok ára jellemzően a fő termékek (pl. étel, alkoholos ital stb.) árfekvéséhez igazodik, amely végső soron azt is jelenti, hogy az üdítőitalok ára általában a fogyasztó által fizetendő teljes számla összegének csupán töredékét tesz ki. Emellett a HORECA szegmensben az is előfordulhat, hogy a döntés meghozatalakor az üdítőital pontos ára még nem is

ismert a fogyasztó számára (például, ha még az étlap kézbevétele előtt megrendeli az italokat vagy ha egyszerűen csak kevesebb figyelmet fordít az étlapon kiegészítő termékként megjelenő üdítőitalok árára a fő termékekhez – pl. ételek, alkoholos italok – képest). Mindezekre tekintettel észszerűen feltételezhető, hogy az üdítőitalok HORECA egységekben való változása kevésbé jelentős hatást gyakorol a fogyasztásra a HORECA szegmensben, mint arra egyéb, klasszikus piaci körülmények között számítani lehetne. Ez egyben azt is jelenti, hogy az árváltozás és a fogyasztás korrelációjának esetleges hiánya nem zárja ki a keresleti helyettesíthetőséget.

136. Az erőfölény vonatkozásában a CCHBC hivatkozott arra, hogy az előzőekben jelzett tágabb piac értelemszerűen több piaci szereplőt foglalna magában, ami azt jelenti, hogy a CCHBC releváns piaci részesedése alacsonyabb lenne az előzetes álláspontban azonosítottnál.
137. A CCHBC szerint megbízható alapadatok hiányában az előzetes álláspontban a szűkebb piaccal kapcsolatban figyelembe vett piaci részesedések sem feltétlenül teljességgel megalapozottak. A CCHBC úgy véli, hogy a piaci szereplők által szolgáltatott adatok mind a közvetlen, mind a nagykereskedőkön keresztül, közvetett értékesítést tartalmaznak, azonban több piaci szereplő esetén az utóbbi kategória nem bontható meg a HORECA szegmens és az útközbeni fogyasztás (OTG) között. Ez azt jelenti, hogy a piaci részesedések meghatározásához használt adatok az OTG szegmensre vonatkozó adatokat is tartalmazzák, amelynek következtében az így kalkulált piaci részesedési adatok nincsenek teljes mértékben összhangban az előzetes álláspontban vizsgált érintett piaccal. A CCHBC álláspontja szerint ez az [üzleti titok]
138. [üzleti titok]
139. A CCHBC álláspontja szerint a piaci részesedések mellett fontos megvizsgálni azt is, hogy az erőfölényes helyzet „magatartási” tesztje teljesülhet-e, ti. a CCHBC képes lehet-e arra, hogy gazdasági tevékenységét versenytársaitól, szállítóitól és üzletfeleitől nagymértékben függetlenül folytassa. A CCHBC nem ért egyet azzal, hogy az általa forgalmazott bizonyos termékek „megkerülhetetlenek” vagy „húzótermékek” volnának, mivel ez a jellemzés nem felel meg a szegmensben tapasztalható tényleges fogyasztói szokásoknak. A fentiekkel összhangban kifejezetten valószínűtlen, hogy a fogyasztók elhagyjanak egy HORECA egységet csak azért, mert az általuk preferált üdítőital nem elérhető, és ehelyett minden valószínűség szerint bármilyen egyéb alternatív terméket választanak. Mindebből az következik, hogy a CCHBC termékei nem nélkülözhetetlenek sem a fogyasztók, sem a HORECA egységek számára. E tekintetben a kiegyensúlyozó vevői erő is releváns tényező. Ebben a körben a CCHBC rámutat, hogy – ahogyan arra az előzetes álláspont is utal – a key account partnerek jelentős vevői erővel bírnak, figyelemmel azok presztízsére. Másrészt a CCHBC szerint a kisebb HORECA partnerek is nagyobb vevői erővel rendelkezhetnek annál, mint amire az előzetes álláspont utal, mivel a márka-/beszállítóváltással kapcsolatos

költségeik általában nem jelentősek. Közelebbről, a CCHBC piaci információi szerint a márka-/beszállítóváltás általában nem túlságosan költséges a HORECA egységek számára, mivel a versenytárs beszállítók jellemzően ingyenesen rendelkezésre bocsátják/kicserélik a márkajelzéssel ellátott felszereléseket (pl. poharak, székek, napernyők, hűtők stb.), ezzel átvállalva a kapcsolódó költségeket a HORECA egységektől és végeredményben megkönnyítve a beszállítók közötti váltást. Ezen túlmenően a CCHBC megjegyzi, hogy az előzetes álláspontban azonosított, legalább 12 aktív beszállító jelenléte a releváns piacon alátámasztja, hogy a versenytársak száma semmiképpen sem tekinthető korlátozottnak. Ez a körülmény egyben arra is utal, hogy a piacra lépés előtt nem állnak fenn jelentős belépési korlátok.

140. A magatartás értékelésével kapcsolatban a CCHBC kiemeli, hogy jelenlegi Kereskedelmi (minta)megállapodásaiban nem található semmilyen árukapcsolást tartalmazó rendelkezés. E tekintetben a CCHBC rámutat különösen arra, hogy (i) a [üzleti titok].
141. A CCHBC rámutat arra, hogy az előzetes álláspont által hivatkozott sporadikus és meglehetősen régről származó bizonyítékok ellenére a [üzleti titok]. Mindazonáltal a CCHBC álláspontja szerint az esetleges ilyen gyakorlatok – ti. egy szerényebb piaci pozícióval rendelkező portfólió (ti. jelen esetben az alkoholos portfólió) felhasználása abból a célból, hogy a beszállító meggyőzze ügyfeleit arról, hogy a keresettebb, jelentősebb termékeit (ti. jelen esetben az üdítőitalok) is megrendelje – nem is ütköznének semmilyen versenyjogi tilalomba (ti. mivel ebben az esetben nem egy adott portfólió kapcsán fennálló piaci erő felhasználásáról lenne szó egy kevésbé jelentős portfólió pozíciójának erősítése céljából, hanem éppen fordítva). A fentiek sérelme nélkül a CCHBC megjegyzi, hogy a kötelezettségvállalás alapján bevezetendő intézkedések a jövőre nézve biztosítani fogják, hogy a CCHBC szerződéses feltételei még egyértelműbbek legyenek a HoReCa partnerek számára e tekintetben.
142. A CCHBC álláspontja szerint piaci pozíciója elsősorban hatékonysági előnyökkel, nem pedig bármilyen versenykorlátozó magatartással, pl. árukapcsolással magyarázható. Közelebbről, a CCHBC tapasztalatai szerint a HORECA egységek általában nem rendelkeznek olyan széles italkínálattal, mint pl. a kiskereskedelmi egységek/áruházak (ti. mivel azok csak kiegészítő termékek a portfóliójukban). Ez egyben azzal is jár, hogy a HORECA partnerek számára jellemzően kiemelten fontos a beszerzés egyszerűsége, így különösen előnyben részesítik az egykapus (one-stop-shop) megoldásokat. Mivel az eljárás alá vont vállalkozás meglehetősen széles üdítőital kínálattal rendelkezik, a szükséges – akár az adott HORECA egység teljes üdítőital portfólióját kitevő – italtermékek CCHBC-től való beszerzése bármilyen árukapcsolás nélkül is praktikus választás lehet a beszerzéssel kapcsolatos adminisztratív terheik minimalizálására törekvő HORECA partnerek számára.

143. A CC Szolgáltató az előzetes álláspontra érkezett válaszában¹⁰⁰ jelezte, hogy annak kapcsán nincs észrevétele.

VII.

Jogszabályi háttér

144. A Szerződés 81. és 82. cikkében foglalt versenyszabályok végrehajtásáról szóló 2002. december 16-i 1/2003/EK tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1/2003/EK tanácsi rendelet) 3. cikk (1) bekezdése szerint, ha a tagállamok versenyhatóságai az Európai Közösséget létrehozó szerződés 82. cikke (2009. december 1-jétől az EUMSZ. 102. cikke) által tiltott visszaélésre a nemzeti versenyjogot alkalmazzák, akkor az EUMSZ. 102 cikkét is alkalmazniuk kell.
145. A Tpvt. 1. § (1) bekezdése szerint a Tpvt. hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint – a VI. Fejezetben szabályozott magatartások kivételével – a külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepének (a továbbiakban együtt: vállalkozás) Magyarország területén tanúsított piaci magatartására, kivéve ha törvény eltérően rendelkezik. E törvény hatálya alá tartozik továbbá – az Európai Gazdasági Térségen kívül tanúsított II. és III. Fejezet szerinti magatartások kivételével – a vállalkozás külföldön tanúsított piaci magatartása is, ha annak hatása Magyarország területén érvényesülhet.
146. A Tpvt. 1. § (2) bekezdése alapján az EUMSZ. 101., illetve 102. cikkének alkalmazása során az e cikkek hatálya alá tartozó piaci magatartásra is e törvény eljárási rendelkezéseit kell alkalmazni akkor, ha az 1/2003/EK tanácsi rendelet alapján a Gazdasági Versenyhivatal vagy magyar bíróság eljárásának van helye.
147. A Tpvt. 80/A. § (1) bekezdése alapján az EUMSZ. 102. cikkének alkalmazása során a Tpvt. rendelkezéseit a Tpvt. XI/C. Fejezetében és az 1/2003/EK tanácsi rendeletben meghatározott eltérésekkel kell alkalmazni.
148. A Tpvt. 14. § (1) bekezdése szerint az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni. A Tpvt. 14. § (2) bekezdése szerint a megállapodás tárgyát alkotó árun túlmenően figyelembe kell venni az azt - a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel - ésszerűen helyettesítő árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait. A Tpvt. 14. § (3) bekezdése szerint földrajzi terület az, amelyen kívül a) az üzletfél nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy b) az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni.
149. A Tpvt. 21. §-a szerint tilos a gazdasági erőfölénnyel visszaélni, így különösen f) az áru szolgáltatását, átvételét más áru szolgáltatásától, átvételétől, továbbá a szerződéskötést olyan kötelezettségek vállalásától függővé tenni, amelyek

¹⁰⁰ VJ/17-683/2019.

természetüknél fogva, illetve a szokásos szerződési gyakorlatra figyelemmel nem tartoznak a szerződés tárgyához; h) a versenytársaknak az érintett piacról való kizorítására vagy a piacra lépésük akadályozására alkalmas, nem a versenytársakéhoz viszonyított nagyobb hatékonyságon alapuló, túlzottan alacsony árakat alkalmazni; i) a piacra lépést más módon indokolatlanul akadályozni.

150. A Tpv. 22. §-a szerint gazdasági erőfölényben van az érintett piacon, aki gazdasági tevékenységét a piac többi résztvevőjétől nagymértékben függetlenül folytathatja, anélkül, hogy piaci magatartásának meghatározásakor érdemben tekintettel kellene lennie versenytársainak, szállítóinak és üzletfeleinek vele kapcsolatos piaci magatartására. A 22. § (2) bekezdése szerint a gazdasági erőfölény megítéléséhez vizsgálni kell különösen
- a) azt, hogy az érintett piacra való belépés és az onnan történő kilépés milyen költségekkel és kockázattal jár, illetve, hogy milyen műszaki, gazdasági vagy jogi feltételek megvalósítását igényli;
 - b) a vállalkozás, illetve vállalkozáscsoport [15. § (2) bekezdés] vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetét, illetve annak alakulását;
 - c) az érintett piac szerkezetét, a piaci részesedések arányát, a piac résztvevőinek magatartását, valamint a vállalkozásnak, illetve vállalkozáscsoportnak a piac alakulására gyakorolt gazdasági befolyását.
151. A Tpv. 75. § (1) bekezdése szerint, ha a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalható kötelezettség.
152. A Tpv. 75. § (2) bekezdése alapján az eljáró versenytanács a Tpv. 75. § (1) bekezdése szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a GVH – sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében. Ez a rendelkezés nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.
153. A Tpv. 76. § (1) bekezdésének m) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában a 75. § alapján a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezi.
154. A Tpv. 46. § (1) bekezdése szerint a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni.

155. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpvt. kifejezetten előírja.
156. A Tpvt. 75/A. § (2) bekezdése szerint az eljáró versenytanács az EUMSz. 102. cikkének alkalmazása során az (1) bekezdés b) pontja szerinti esetben az elfogadni tervezett kötelezettség vagy kötelezettségvállalás korlátozottan megismerhető adatot nem tartalmazó változatának és az érdekeltek észrevételeinek benyújtására vonatkozó felhívás útján egyeztetést kezdeményez az érdekeltek, így különösen az érintett piacon tevékenységet folytató vállalkozások és az ügyben érintett egyéb személyek álláspontjának megismerése érdekében.
157. A Tpvt. 60/A. § (1) bekezdés c) pontja szerint a vizsgáló, illetve az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti, ha az eljárás okafogyottá vált.
158. Az 1/2003/EK rendelet 5. cikke második albekezdésének harmadik fordulata szerint a tagállamok versenyhatóságai kötelezettségvállalásokat fogadhatnak el, illetve harmadik albekezdése szerint, amennyiben a birtokukban lévő információk alapján a tilalom feltételei nem teljesülnek, olyan határozatot is hozhatnak, hogy részükről semmilyen intézkedés nem indokolt.

VIII.

Jogi értékelés

VIII.1. A kötelezettségvállalás értékelésének keretei

159. Tekintettel arra, hogy az eljáró versenytanács a jelen ügyben kötelezettségvállalást fogad el, az alábbiakban a jogi értékelés is elsősorban a felajánlott kötelezettségvállalás elfogadhatóságával kapcsolatos megfontolásokra koncentrál, figyelemmel arra, hogy – a Kötelezettségvállalási közlemény¹⁰¹ 15. pontjával összhangban – a kötelezettségvállalással záruló versenyfelügyeleti eljárásban a GVH nem végzi, nem végezheti el a tényállás teljes körű tisztázását és a vizsgált magatartás érdemi értékelését, mert a Tpvt. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás teljesítését csak a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül írhatja elő. Míg a jogsértés vagy annak hiányának megállapítása a tényállás teljes körű tisztázását és a magatartás alapos értékelését igényelné, addig a kötelezettségvállalással záruló versenyfelügyeleti eljárásban azt kell a GVH-nak bemutatnia, hogy az eljárás alá vont vállalása mellett a magatartás összhangba kerül az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, mégpedig a közérdek hatékony védelmét biztosító módon.

¹⁰¹ A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. közleménye a Tpvt. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról (egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel) (a továbbiakban: Kötelezettségvállalási közlemény)

160. Szintén utal az eljáró versenytanács a Kötelezettségvállalási közlemény 10. pontjára, amely rögzíti, hogy a kötelezettségvállalás egyik célja az eljárás alá vont magatartásának az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel való összhangba hozása, ekként a nyilvánvalóan nem jogsértő esetekben a GVH értelemszerűen nem alkalmazza a Tpvt. 75. §-át. Ennek megfelelően az alábbi jogi értékelésben az eljáró versenytanács arra is kitér, hogy a vizsgált magatartások esetén miért nem állapítható meg a jogsértés nyilvánvaló hiánya, ekként miért indokolt a kötelezettségvállalás elfogadása ebből a szempontból is.
161. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel való összhang megteremtése legalább azt kell jelentse, hogy a vizsgálat indítására okot adó és a vizsgálat során feltárt bizonyítékok alapján egyértelműen továbbra sem kizárhatóan jogsértést valószínűsítő helyzethez képest a vállalat azt eredményezze, hogy annak teljesítésekor, előre tekintő jelleggel már ne lehessen jogsértést valószínűsíteni (vagy a jogsértés megvalósításának valószínűsége érdemben csökkenjen).
162. A közérdek hatékony védelmének követelménye pedig az eljáró versenytanács álláspontja szerint két oldalról vizsgálható. Egyrészt a vállalat révén előálló magatartás a piac, illetve a fogyasztók számára általuk érzékelhető előnyt kell, hogy biztosítson. Emellett figyelembe vehető az is, ha az eljárás kötelezettségvállalással való lezárása a tényállás teljes feltárásához és értékeléséhez képest erőforrás-megtakarítást, illetve jogalkalmazási hatékonyság növekedést (mint az eljárás költség- és időigényének csökkentése, illetve a bizonyítási nehézségekből adódó bizonytalanság elkerülése, figyelembe véve az Ákr. 4. §-ában foglalt elvet is) eredményez.

VIII.2. Alkalmazandó jog

VIII.2.1. A Tpvt. hatálya

163. Jelen ügyben az eljárás alá vont vállalkozások Magyarországon nyilvántartott, jogi személyiséggel rendelkező gazdasági társaságok, melyek autonóm módon alakítják ki piaci, üzleti magatartásukat. Ebből következően a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás piaci magatartásnak tekinthető, így az eljárás alá vontak magatartására kiterjed a Tpvt. tárgyi hatálya.
164. A Tpvt. területi hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak Magyarország területén tanúsított piaci magatartására, illetve a külföldön tanúsított magatartásokra is, ha annak hatása Magyarország területén érvényesült.
165. A GVH a jelen eljárásban a CCHBC-nek és a CC Szolgáltatónak a The Coca-Cola Company kínálatában szereplő egyes italtermékek HORECA-csatorna felé történő értékesítését vizsgálta Magyarországon. A szerződéses jogviszonyban álló partnerek Magyarországon bejegyzett vállalkozások, a területi képviselők az italtermékeket kifejezetten Magyarország területén népszerűsítették és

értékesítették. Ennek alapján az eljárás alá vontak jelen eljárásban vizsgált magatartása Magyarország területén tanúsított magatartásnak tekinthető, illetve olyan magatartásnak, melynek hatásai Magyarországon érvényesülnek, erre tekintettel az eljárás alá vontak magatartására kiterjed a Tpv. területi hatálya.

VIII.2.2. EUMSZ. alkalmazása

166. Az 1/2003 rendelet 3. cikk (1) bekezdése szerint, ha a tagállamok versenyhatóságai vagy a nemzeti bíróságok az EUMSZ. 102. cikkének (1) bekezdése szerinti megállapodásokra, vállalkozások társulásainak döntéseire vagy összehangolt magatartásokra, amelyek e rendelkezés értelmében befolyásolhatják a tagállamok közötti kereskedelmet, a nemzeti versenyjogot alkalmazzák, akkor az ilyen megállapodásokra, döntésekre vagy összehangolt magatartásokra az EUMSZ. 102. cikkét is alkalmazniuk kell. A tagállamok közti kereskedelemre gyakorolt befolyás fogalmának értelmezését, alkalmazását a TKKÉ közlemény segíti,¹⁰² annak alkalmazása ugyanakkor a tagállami versenyhatóságok számára nem kötelező.¹⁰³
167. A kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma az EUMSZ. 101. és 102. cikke alkalmazásának hatókörét azokra a megállapodásokra és magatartásokra korlátozza, amelyek alkalmasak arra, hogy az Európai Unión belül legalább minimális szinten, határokon átnyúló hatást gyakoroljanak. Az Európai Bíróság megfogalmazása szerint a megállapodás vagy magatartás arra való alkalmasságának, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre hatást gyakoroljon, „érzékelhetőnek” kell lennie.¹⁰⁴
168. A 102. 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) hatással lehet, 3) érzékelhetőség fogalma.
169. A „tagállamok közötti kereskedelem” fogalmába beletartozik minden határokon átnyúló gazdasági tevékenység, azaz nem korlátozódik a határokon átnyúló hagyományos áru- és szolgáltatás-cserére. Szélesebben értelmezett fogalom, amely valamennyi határokon átnyúló gazdasági tevékenységre kiterjed, a letelepedést is beleértve.¹⁰⁵ A kialakult ítélkezési gyakorlatban a „kereskedelem” fogalma olyan

¹⁰² A Szerződés 81. és 82. cikkében szereplő, a kereskedelemre gyakorolt hatás fogalmáról szóló iránymutatás (2004/C 101/07; HL C 101., 2004.4.27., 81. o.)

¹⁰³ Analógiaként lásd C-226/11. sz. Expedia Inc. kontra Autorité de la concurrence és társai ügy, ECLI:EU:C:2012:795; C-360/09. sz. Pfleiderer AG kontra Bundeskartellamt ügy, ECLI:EU:C:2011:389.

¹⁰⁴ Lásd a 22/71. sz. Béguelin-ügyben hozott ítélet 16. pontját [EBHT 1971., 949. o.].

¹⁰⁵ Lásd a C-172/80. sz. Gerhard Züchner kontra Bayerische Vereinsbank ügyben hozott ítélet 18. pontját [EBHT 1981., 2021. o.].

eseteket is magában foglal, amelyekben a megállapodás vagy magatartás a piaci verseny szerkezetére gyakorol hatást.¹⁰⁶

170. A „hatással lehet” kifejezés arra utal, hogy jogi vagy ténybeli objektív tényezők egy csoportja alapján kellő mértékű valószínűséggel előre láthatónak kell lennie annak, hogy egy megállapodás, illetve magatartás közvetlen vagy közvetett, tényleges vagy potenciális hatást gyakorolhat a tagállamok közötti kereskedelem mintázatára. A kialakult joggyakorlat értelmében az Európai Unión belüli piaci verseny szerkezetét befolyásoló megállapodások vagy magatartások esetén az unió jog alkalmazhatósága megállapítható.
171. A „jogi vagy ténybeli objektív tényezők egy csoportja alapján kellő mértékű valószínűség” kitétel értelmében az eljárás alá vontak szubjektív szándéka nem releváns a kérdés megítélésében. Lényeges továbbá, hogy a közösségi jog alkalmazhatóságának megállapításához nem szükséges a tényleges hatásgyakorlás; elegendő, ha a magatartás alkalmas az ilyen hatás kiváltására.¹⁰⁷ A kereskedelemre gyakorolt hatás kritériuma számos tényezőtől függhet. Ilyen tényezők közé sorolható például a szóban forgó megállapodás vagy gyakorlat természete, a megállapodás tárgyát képező áru jellege, az érintett vállalkozások piaci pozíciója vagy fontossága.¹⁰⁸
172. A jelen ügyben az eljárás alá vont vállalkozások működési területe, a vizsgált magatartások hatóköre Magyarország egészére kiterjedt. A CCHBC termékeit az ország teljes területén értékesíti a HORECA egységek számára, területi különbségek nem azonosíthatók a CCHBC partnereinek földrajzi elhelyezkedését vagy a szállított termékek körét tekintve.
173. Az Európai Bíróság megfogalmazása szerint a megállapodás vagy magatartás arra való alkalmasságának, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre hatást gyakoroljon, „érzékenyebbnek” kell lennie.¹⁰⁹ Az érzékenyebb különösen az érintett vállalkozások érintett piaci pozíciójára és fontosságára tekintettel értékelhető.¹¹⁰
174. Általánosságban elmondható, hogy a joggyakorlat alapján az a versenykorlátozó visszaélés, amely – például a versenytárs kiszorítása vagy a kiszorítás megkísérlése révén – hatással van valamely tagállamon belül a piacnak a

¹⁰⁶ Lásd pl. a T-24-26/93., T-28/93. sz. Compagnie maritime belge és mások kontra Bizottság egyesített ügyben hozott ítélet 203. pontját [EBHT 1996., II-1201. o.], valamint a 6/73. és 7/73. sz. Commercial Solvents ügyben hozott ítélet 23. pontját [EBHT 1974., 223. o.].

¹⁰⁷ Lásd a T-228/97. sz. Irish Sugar ügyben hozott ítélet 170. pontját [EBHT 1999., II-2969. o.] illetve a 19/77. sz. Miller ügyben hozott ítélet 15. pontját [EBHT 1978., 131. o.].

¹⁰⁸ Lásd a C-250/95. sz. Gottrup-Klim ügyben hozott ítélet 54. pontját [EBHT 1994., II-5641. o.], a C-306/96. sz. Javico ügyben hozott ítélet 17. pontját [EBHT 1998., I-1983. o.], illetve a 22/71. sz. Béguelin ügyben hozott ítélet 18. pontját [EBHT 1971., 949. o.].

¹⁰⁹ Lásd a 22/71. sz. Béguelin ügyben hozott ítélet 16. pontját [EBHT 1971., 949. o.].

¹¹⁰ Lásd a C-306/96. sz. Javico ügyben hozott ítélet 17. pontját [EBHT 1998., I-1983. o.] és a T-65/89 sz. BPB Industries és British Gypsum ügyben hozott ítélet 138. pontját [EBHT 1993., II-389. o.]

versenyben kialakuló szerkezetére, ugyancsak alkalmas lehet arra, hogy a tagállamok közötti kereskedelemre hatást gyakoroljon.¹¹¹ Különösen akkor állhat fenn a tagállamok közötti kereskedelemre gyakorolt hatás, ha a megcélzott vállalkozás más tagállamokba exportál vagy más tagállamokból importál.¹¹²

175. Jelen ügyben megállapítható, hogy a CCHBC versenytársai közül számos vállalkozás exportálja az érintett piacon versenyző termékeit,¹¹³ továbbá néhány importőr vállalkozás is megtalálható a CCHBC versenytársai között.¹¹⁴
176. Általánosságban elmondható, hogy a kereskedelemre gyakorolt hatás keletkezhet az esetleges visszaélés más versenytársakra gyakorolt elriasztó hatásának a következményeként is. Amennyiben az erőfölénnyel rendelkező vállalkozásról ismételt magatartása nyomán ismertté válik, hogy kizáró magatartást tanúsít azon versenytársaival szemben, amelyek megpróbálnak vele közvetlenül versenyezni, a más tagállambeli versenytársak valószínűleg kevésbé agresszíven fognak a versenyben fellépni. Ez hatással lehet a kereskedelemre, még akkor is, ha az adott esetben az e magatartással érintett versenytárs nem másik tagállambeli.
177. A CCHBC által alkalmazott, az eljáró versenytanács tanács szerint aggályt felvető, jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlatról több megkérdezett versenytárs vállalkozás nyilatkozott, így jelen ügyre vonatkoztatva megállapítható, hogy a CCHBC-ről ismertté vált a jelen eljárásban vizsgált magatartásának tanúsítása. A CCHBC jelen eljárásban vizsgált magatartása potenciálisan olyan versenytársak piaci helyzetére is hatással lehet, melyek más tagállamok területén is jelen vannak. Mindezek következtében, valamint a CCHBC erős piaci pozíciójából fakadóan a jelen eljárásban vizsgált magatartás érzékelhető mértékben érinthetné a tagállamok közötti kereskedelmet.
178. A fentieket mérlegelve az eljáró versenytanács szerint a vizsgált magatartások érzékelhető mértékben érinthetik a tagállamok közötti kereskedelmet.
179. Ezért az eljárás alá vont vállalkozások magatartására – a Tpv. 21. §-a mellett – az EUMSZ. 102. cikkét is alkalmazni kell. Megjegyzendő mindazonáltal, hogy tekintettel a Tpv. 21. §-ának és az EUMSZ. 102. cikkének szövegezésbeli azonosságára, a vizsgálat jogalapja a jogi értékelést és annak következtetéseit nem befolyásolja, hiszen az EUMSZ. 102. cikke és a Tpv. 21. § közötti nagyfokú harmonizáltság okán az eljáró versenytanács a Tpv. 21. §-ba ütközés megítélésakor is figyelemmel van az EUMSZ. 102. cikkére és az ahhoz kapcsolódó joggyakorlatra. Az eljáró versenytanács tehát a jogi értékelés során – korábbi gyakorlatára is figyelemmel – nem végzi el a magatartások mindkét rendelkezés

¹¹¹ E tekintetben lásd a T-228/97. sz. Irish Sugar ügyben 1999. október 7-én hozott ítélet (EBHT 1999., II-2969. o.) 169. pontját.

¹¹² Lásd C-241/91. P. és a C-242/91. P. sz. RTE (Magill) ügyben 1995. április 6-án hozott ítélet (EBHT 1995., I-743.) 70. pontját.

¹¹³ VJ/17-124/2019., VJ/17-97/2019., VJ/17-95/2019., VJ/17-90/2019. sz. adatszolgáltatások 1. pont

¹¹⁴ VJ/17-409/2019. és VJ/17-351/2019. sz. adatszolgáltatás

szerinti értékelését külön-külön, mivel azok azonos eredményre vezetnek, illetve ismételten utal rá, hogy az értékelés kereteit a kötelezettségvállalás elfogadhatóságának vizsgálata képezi.

VIII.3. Az érintett piac meghatározása

VIII.3.1. Az érintett termékpiac

180. Az eljárás tárgyát az eljárásindító végzés értelmében a HORECA szegmens részére értékesített italtermékek adják, így ez az érintett termékpiac kiindulópontja. Az érintett termékpiac meghatározásánál az eljáró versenytanács a fentiek szerint figyelembe veszi a releváns európai és hazai joggyakorlatot, az eljárás alá vont vállalkozások és versenytársaik adatszolgáltatásait, valamint egyéb iparági adatforrásokat, és ezekkel összefüggésben elsősorban a keresleti helyettesítés szempontjai kerültek áttekintésre.
181. Az érintett termékpiac meghatározása két részből tevődik össze, egyrészt megközelíthető az értékesítési csatorna irányából, másrészt pedig a termékek oldaláról.
182. A feltárt, releváns európai joggyakorlat, valamint a vizsgálati eredmények alapján leszögezhető, hogy az értékesítési csatornákat vizsgálva két fő kategória különböztethető meg egymástól: az azonnali fogyasztási szegmens (vendéglátás vagy HORECA), valamint a jövőbeli fogyasztás, azaz a kiskereskedelem. A két csatornában a vásárlás és a fogyasztás célja, motivációja, illetve ehhez kapcsolódóan a termékek kiszerezései és árai is jelentősen eltérnek. Különbözőek a kapcsolódó szolgáltatások és a fogyasztók érzékenysége is eltérő ezen értékesítési csatornában. A vendéglátóipari egységek felé történő forgalmazás esetén a kisebb kiszerezések, a visszaváltható üvegek értékesítése kerül előtérbe. A kiskereskedelem esetén a nagyobb kiszerezések dominálnak, ehhez kapcsolódóan a vásárlás és a fogyasztás időben elválik egymástól.
183. Az értékesítési csatornák felől megközelítve, a releváns termékpiac jelen eljárásban a fentiekben definiált HORECA értékesítési csatornát mint elkülönült piacot jelenti: azon vendéglátóipari egységeket, amelyekben az adott terméket a fogyasztó jellemzően el is fogyasztja (pl. éttermek, bárók, büfék, catering szolgáltatók, ideértve a fesztiválokon működő, valamint egyéb szezonális vendéglátóipari egységeket is), szemben az olyan kiskereskedelmi értékesítéssel, ahol a fogyasztó a terméket jellemzően megvásárolja, majd máshol (pl. otthon) fogyasztja el (pl. boltok, szupermarketek, webshopok, kihelyezett automaták).¹¹⁵
184. Az érintett termékpiac meghatározásához szükséges azt a termékek oldaláról is megvizsgálni. A III.2.1. fejezetben részletesen kifejtettek alapján, az Európai Bizottság korábbi eljárásai során elkülönült termékpiacként definiálta a szénsavas üdítőitalok piacát, melyet több tényező is alátámaszt a releváns európai jogesetek

¹¹⁵ VJ/17-18/2019. számú adatkérés

alapján: a szénsavas és a nem szénsavas üdítőitalok fogyasztási trendjei, árszintjei eltérnek egymástól, valamint a fogyasztói célcsoport és a fogyasztói preferenciák is különböznek. Hasonló eredményre vezetett a GVH által elvégzett vizsgálat (III.2.2. fejezet) is: a feltárt tényállás alapján megállapítható, hogy a szénsavas üdítőitalok különálló termékpiacot alkotnak.

185. Kiemelendő, hogy a vendéglátóipari egységek számára alkalmazott átadási árak tekintetében a szénsavas és a szénsavmentes üdítőitalok árszintje eltér egymástól. A különféle termékkategóriákon belül az egyes termékek árai (pl. [üzleti titok]) szorosan együtt változtak, ez igaz a szénsavas üdítőitalokra, a gyümölcslevekre és a jeges teákra is.
186. A keresleti helyettesíthetőséggel kapcsolatban a vizsgálati eredmények kimutatták, hogy egy adott termékkategóriánál megfigyelhető literár csökkenés vagy emelkedés, amely az ár-arányok változásával is együtt járt (pl. a szénsavas üdítőitalok 2015-ben tapasztalt jelentős, 5-10% közötti árcsökkenése) nem okozott változást az adott termékkategória volumenbeli részesedésére nézve.
187. Az eljáró versenytanács szerint ezen értékelést a CCHBC által az előzetes álláspontra tett észrevételében felhozott érvek sem teszik kérdésessé. Egyrészt, a fogyasztói szokásokra vonatkozó tapasztalatokat az eljárás alá vont részletes adatokkal nem támasztotta alá, másrészt azokat a GVH által feltárt és a fenti III.3. pontban ismertetett adatok is cáfolják.
188. A fentiek alapján megállapítható tehát, hogy a HORECA értékesítési csatornában a szénsavas üdítőitalok önálló termékpiacot alkotnak. Ezen belül az egyes ízek (különösen a kólaízű szénsavas üdítőitalok) megkülönböztetése tárgyában a releváns piac meghatározásának kérdése nyitva hagyható.

VIII.3.2. Az érintett földrajzi piac

189. Az érintett földrajzi piac meghatározásának kiindulópontja a magatartással érintett földrajzi terület. A CCHBC országos szinten szervezi meg termékértékesítését, árlistája országos, míg az egyes HORECA egységek is alapvetően magyarországi beszállítókkal állnak kapcsolatban. Az üdítőitalok esetén kiemelkedően fontos marketing és reklámtevékenység is országos szinten valósul meg, az ATL és BTL média kampányok alapvetően országosan egységesek és egységes üzenetet hordoznak.
190. Mindezek alapján megállapítható, hogy az érintett földrajzi piac Magyarország területét fedi le.

VIII.4. A gazdasági erőfölény kérdése

191. Az eljáró versenytanács ezt követően megvizsgálta, hogy fennállhat-e a CCHBC gazdasági erőfölényes helyzete az érintett piacon.

192. Az érintett piacon gazdasági erőfölénnyel rendelkező vállalkozás „gazdasági tevékenységét a piac többi szereplőjétől nagymértékben függetlenül folytathatja, anélkül, hogy piaci magatartásának meghatározásakor érdemben tekintettel kellene lennie versenytársainak, szállítóinak és üzletfeleinek vele kapcsolatos piaci magatartására.”¹¹⁶
193. A piaci erő vizsgálatokor általános gyakorlat a piaci részesedések kiszámítása, ugyanis a hosszú ideig tartó magas piaci részesedés jó indikátora a domináns pozíciónak.¹¹⁷ Magas piaci részesedés esetén az erőfölényt befolyásoló tényezőként léphetnek fel továbbá a belépést vagy növekedést gátló tényezők, a vevői erő és a termékdifferenciálás.¹¹⁸ A következőkben az eljáró versenytanács először a piaci részesedések, majd a belépési korlátok és a vevői erő mértékének értékelését végzi el. Az eljáró versenytanács szerint valamennyi szempont szerinti értékelése alapján nem zárható ki a CCHBC erőfölényes helyzete a magyarországi szénsavas üdítőitalok piacán a HORECA értékesítési csatorna vonatkozásában, ugyanakkor az eljáró versenytanács hangsúlyozza azt is, hogy a kötelezettségvállalás elfogadására tekintettel a jelen határozatban nem kerül sor a CCHBC gazdasági erőfölényes helyzetének megállapítására.

VIII.4.1. Piaci részesedések

194. A CCHBC versenytársainak értékesítési és forgalmi adatai és a Nielsen adatok alapján elvégzett elemzések szerint (melyek a IV.1.1. fejezetben kerültek részletesen kifejtésre) megállapítható, hogy a CCHBC jelentős és tartósan fennálló piaci részesedéssel rendelkezik a HORECA szegmens felé értékesített szénsavas üdítőitalok piacán.
195. 2011 és 2022 között a CCHBC volumen alapú piaci részesedése 80-90% körüli volt, forgalom alapú részesedése pedig 70-80% körül mozgott. A vizsgált időszakban a CCHBC piaci pozícióját illetően kisebb mértékű, de folyamatos [üzleti titok] figyelhető meg az évek során, 2022-ben azonban [üzleti titok] tapasztalható.
196. Amint azt az eljáró versenytanács a 61. bekezdésben is jelezte, ezen piaci részesedési adatok számítása során a vendéglátásból és útközbeni fogyasztásból származó értékesítés is figyelembevételre került a nagykereskedőkön keresztüli értékesítés tekintetében, azonban ez nem befolyásolja az abból a CCHBC-nek a jelen ügyben érintett piacra vonatkozóan kalkulált piaci részesedését, mivel nem merült fel arra vonatkozó adat, hogy – a nagykereskedőkön keresztüli értékesítés esetén – a vendéglátás és az útközbeni fogyasztás tekintetében számottevő

¹¹⁶ Tptv. 22. § (1) bekezdés

¹¹⁷ Az Európai Bizottság Közleménye, Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról, 15. bekezdés.

¹¹⁸ Bishop, S., és Walker, M. (2010). The economics of EC competition law: concepts, application and measurement. 3.012 bekezdés.

eltérések mutatkoznak a piaci részesedésekben, amelyet a következő bekezdésben foglalt, eltérő forrásból származó adatok is alátámasztanak.

197. A Nielsen adatok alapján – mely az adatgyűjtést és kategorizálást tekintve némileg különbözik a vállalati adatszolgáltatásoktól –, a 2014. és 2022. közötti időszakban a CCHBC volumen alapú piaci részesedése 60-80% között, forgalom alapú részesedése pedig szintén 60-80% között alakult. 2020-tól kezdve mindkét szempont szerint enyhén növekedett a CCHBC piaci részesedése.
198. Az eljáró versenytanács szerint a vállalati adatszolgáltatások és a Nielsen adatok alapján készített elemzésekben szereplő piaci részesedési adatok között nagyságrendi eltérés nem mutatkozik abból a szempontból, hogy mindkét forrásból származó adatok a CCHBC számottevő piaci részesedését jelzik az érintett piacon.

VIII.4.2. Piacra lépési korlátok

199. A belépési korlát olyan tényező, amely megnehezíti új vállalkozások megjelenését egy iparágban. Magas belépési korlátok mellett kevés vállalat működhet az iparágban, s ez enyhítheti a verseny szorítását.
200. A versenytársi adatszolgáltatásokból kitűnik, hogy a szénsavas üdítőitalok HORECA szegmens felé történő forgalmazásának piacára való belépéshez igen sok tényezőnek kell megfelelnie egy vállalkozásnak. A releváns termékeket gyártó és forgalmazó vállalatok közül is csak kevés van jelen a HORECA szegmensben (több vállalkozás csak az off-trade szegmensben van jelen), annak egyedi jellemzői és kritériumai miatt, egy új vállalkozásnak pedig még inkább költséges lenne a belépés erre a piacra.

VIII.4.3. Vevői erő

201. A vevői erő a fenti IV.1.3. fejezetben bemutatott körülmények alapján nem tekinthető olyan jelentős tényezőnek, ami ellensúlyozni tudná a magas piaci részesedést és az érdemi belépési korlátokat. E körben az eljáró versenytanács kiemelten hivatkozik a Coca-Cola mint márká jelentős, versenytársait jelentősen meghaladó presztízsére mint a vevői erőt ellensúlyozó tényezőre.

VIII.5. Az eljárás alá vontak szerepe a vizsgált magatartás kifejtésében

202. A jelen határozat II. fejezetében részletesen bemutatásra kerültek az eljárás alá vont vállalkozások, az általuk végzett tevékenységek, illetve egymással való kapcsolatuk. A jogi értékelés keretén belül szükséges kitérni arra, hogy az információk alapján pontosan milyen szerepe volt a vizsgált magatartás kifejtésében a CCHBC-nek, illetve a CC Szolgáltatónak.
203. A CC Szolgáltató alapvetően két főtevékenységet végez: [üzleti titok]

204. A CCHBC főtevékenysége üdítőital gyártása, valamint ehhez kapcsolódó egyéb tevékenység, többek között az ital nagykereskedelem. A CCHBC kiskereskedelmi tevékenységet korlátozottan végez.
205. A jelen eljárásban érintett HORECA szegmensben az üdítőitalok értékesítését végző kereskedelmi partnerek számára a termékértékesítési tevékenységet a CCHBC végzi, a CCHBC dönt arról, hogy [üzleti titok].
206. A jelen eljárásban feltárt tényállás alapján nem mutatható ki, hogy a CC Szolgáltató a vizsgált időszakban részt vett volna a CCHBC és a CCHBC HORECA partnerei között létrejövő szerződések feltételrendszerének kidolgozásában, és nem áll fenn szerződéses kapcsolata egyetlen olyan társasággal sem, amelyek Magyarország területén CCHBC által forgalmazott termékeket értékesítenek.
207. Mivel a fentiek alapján, a feltárt tényállás alapján a CC Szolgáltató a vizsgált időszakban nem végzett italtermék értékesítést a HORECA szegmens kereskedelmi egységei részére Magyarországon, valamint nem vett részt a viszonteladó partnerekkel kötött szerződéses feltételek kialakításában és tárgyalásában, illetve az eljáró versenytanács által elfogadott kötelezettségvállalást is kizárólag a CCHBC tette, amelynek teljesítésére a CCHBC önmagában – a CC Szolgáltatótól függetlenül – képes, így a CC Szolgáltatóval szemben az eljárás okafogyott, ezért az eljáró versenytanács az eljárást megszüntette a CC Szolgáltatóval szemben.

VIII.6. A CCHBC magatartása visszaélésszerűségének kérdése

208. A CCHBC másolatban birtokba vett belső dokumentumai és az e-mail levelezésekben foglaltak, a szerződések megismert tartalma, valamint a versenytársak nyilatkozatai alapján, a fenti V. fejezetben részletesen ismertetett tényállás szerint a CCHBC által a vizsgált időszakban megvalósított magatartása kapcsán nem zárható ki annak a Tpvt. 21. §-a és az EUMSZ. 102. cikke szerint történő minősülése.
209. Az üdítőitalok értékesítése során a CCHBC által alkalmazott szerződésmintákban szereplő, a CCHBC által alkalmazott [üzleti titok] és az [üzleti titok] kedvezmény kapcsán az eljáró versenytanács rögzíti, hogy aggályokat vethet fel a szerződéses modulokban a különböző italtermékek felsorolása, illetve a [üzleti titok] vonatkozó feltétel szerződésmintákban való megjelenítése és HORECA partnerek részéről való értelmezhetősége. Amennyiben a partnereknek a blokkokban felsorolt különböző italkategóriába tartozó [üzleti titok] termékek közül az összeset meg kellene rendelniük, illetve készleten kellene tartaniuk a kedvezmények eléréséhez, az azzal járhatna, hogy a CCHBC szénszavas üdítőket vásárló HORECA partnerei abban volnának érdekeltek, hogy egyéb, a szerződésmintákban szereplő italkategóriákban is a CCHBC termékeit szerezzék be.

210. Ezen kereskedelmi feltételek és gyakorlat CCHBC általi alkalmazása felvetheti azt az aggályt, hogy – annak megállapítása esetén – a CCHBC által gyártott szénsavas üdítőitalokhoz történő kapcsolás segítségével egyéb, elkülönült termékpiacokon versenyző, kevésbé keresett márkáit is beemelné a HORECA egységek kínálatába.¹¹⁹ Elképzelhető ugyanis az, hogy ezen termékeket a HORECA egységek akár vagy egyáltalán nem vásárolnák meg, vagy más gyártók termékportfóliójából választanák ki őket, a jelen eljárásban beszerzett információk és az alkoholos és alkoholmentes italtermékek magyarországi vendéglátóipari egységekben történő forgalmazásának piacán lefolytatott ágazati vizsgálat¹²⁰ (a továbbiakban: HORECA ágazati vizsgálat) eredményei alapján. A CCHBC által alkalmazott kedvezmények tehát kizorító hatást érhetnének el a kapcsolt termékek piacán jelen lévő versenytársakkal szemben.
211. Aggályt vethet fel, ha a CCHBC a szénsavas üdítők piacán fennálló erőfölényét átemelné más italkategóriák piacára is, amely magatartás felvetné Tptv. 21. §-a és az EUMSZ. 102. cikke szerinti csomagban történő értékesítést vagy árukapcsolást. Mivel a CCHBC erőfölényes helyzete nem zárható ki a kapcsoló vagy csomagban értékesített termék(ek) piacán (azaz a szénsavas üdítők piacán), ez az árukapcsolás felveti annak kockázatát, hogy az alkalmas lehet a piac lezárására a kapcsolt vagy csomagban értékesített termékek részét képező egyéb termékek előtt, illetve közvetetten a kapcsoló termék piaca előtt is.
212. A rendelkezésre álló e-mailek és dokumentumok alapján megállapítható, hogy a CCHBC különböző időszakos promóciókat és állandó jelleggel futó kedvezményes ajánlatokat/promóciókat nyújt a partnereinek bizonyos termékek értékesítésének növelése céljából. Az alkoholos ital és üdítőital promóciós kombinációját a [üzleti titok] ajánlatok jelentik, amelyen belül ún. [üzleti titok] határoz meg, amelyek a népszerű long drinkek alapját képezik. A bizonyítékok alapján megállapítható, hogy ezen, alapvetően alkoholos italok értékesítéséhez kötődő [üzleti titok] ajánlatokat a HORECA partnerek úgy is értelmezhetnék, hogy annak alkalmazásának feltétele a CCHBC által forgalmazott üdítőitalok megvásárlása.
213. A CCHBC ezen magatartása felveti annak kedvezőtlen piaci hatások kiváltására való alkalmasságát, oly módon, hogy a szénsavas üdítőitalok piacán fennálló erőfölényét a fent ismertetett összetett kedvezményrendszer és egyéb értékesítési feltételek alkalmazásán keresztül átemelhetné egyéb italtermék piacokra, kiemelve különösen a CCHBC által értékesített alkoholos italtermékek piacát,

¹¹⁹ A Törvényszék 2022. szeptember 14-i ítélete, Google és Alphabet kontra Bizottság (Google Android), T-604/18, ECLI:EU:T:2022:541, 283. pont.

¹²⁰ https://gvh.hu/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/jelentes-az-alkoholos-es-alkoholmentes-italtermekek-magyarorszagi-vendeglatoipari-egysegekben-torteno-forgalmazasanak-piacan-lefolytatott-agazati-vizsgalatrol (utoljára letöltve: 2025. május 23.)

illetve az egyéb alkoholmentes üdítőital-termékeket, melyek nem tartoznak a CCHBC szénsavas húzótermékei közé.

214. Mivel az eljáró versenytanács a CCHBC által benyújtott kötelezettségvállalást elfogadta, így a fentiekén túlmenően nem végezte el a magatartás részletes minősítését, illetve nem is állapította meg a vizsgált magatartás kapcsán a jogsértést vagy annak hiányát.

IX.

Kötelezettségvállalás

IX.1. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalásának bemutatása

215. A CCHBC és a GVH között a kötelezettségvállalásra vonatkozó egyeztetések 2022 tavaszán kezdődtek, a vállalkozás első írásbeli kötelezettségvállalási nyilatkozata 2022. augusztus 1-jén érkezett meg a GVH-hoz.¹²¹ Ezt követően az ügyben eljáró vizsgálók, illetve az eljáró versenytanács számos formában és módon jelezte észrevételeit, több körben egyeztetett a CCHBC-vel. Az eljárás alá vont vállalkozás ezek mentén – reflektálva az eljárásban a GVH irányából érkezett jelzésekre – a kötelezettségvállalás tartalmát többször átdolgozta és kiegészítette. A CCHBC végleges kötelezettségvállalási nyilatkozata a 2025. augusztus 4-én kelt beadványban került benyújtásra, amely a jelen határozat mellékletét is képezi.¹²² A kötelezettségvállalás szerint módosított kereskedelmi megállapodások mintapéldányait a CCHBC 2024. február 14-én és 2025. május 19-én kelt beadványa tartalmazza.¹²³ Az alábbiakban a kötelezettségvállalás ezen iratok alapján kerül bemutatásra.

IX.1.1. Kereskedelmi megállapodások módosítása

216. A kötelezettségvállalás első lényeges eleme a kereskedelmi megállapodások szövegezésének tisztázása a CCHBC szénsavas üdítőitalainak egyéb termékektől való elkülönítése érdekében. Kereskedelmi megállapodások alatt a CCHBC és a HORECA szegmensben működő kereskedelmi egységek között közvetlenül megkötött írásbeli megállapodások értendők, amelyek tartalmazzák a megállapodás tárgyául szolgáló italtermékeknek a HORECA szegmens kereskedelmi egységei számára történő értékesítésének kereskedelmi feltételeit (pl. kedvezményekre vonatkozó feltételek). Bár az értékesítés jellemzően a CCHBC szerződésmintáin alapuló megállapodások által szabályozott szerződéses viszonyok között zajlik, a CCHBC nyilatkozata szerint minden tőle telhetőt megtesz annak érdekében, hogy a kötelezettségvállalások alább részletezett elvei a CCHBC azon HORECA szegmensben közvetlenül megkötött kereskedelmi megállapodásaiban is egyaránt megjelenjenek, amelyek nem a CCHBC

¹²¹ VJ/17-472/2019. számú nyilatkozat

¹²² VJ/17-691/2019.

¹²³ VJ/17-579/2019.; VJ/17-675/2019.

szerezésmintáin alapulnak (pl. más fél által készített mintákon alapuló kereskedelmi megállapodások).

217. A kötelezettségvállalási nyilatkozathoz a CCHBC szemléltetésképpen csatolta a HORECA szegmensben jelenleg alkalmazott kereskedelmi mintamegállapodásait, kiegészítve és módosítva oly módon, hogy azok tükrözzék a kötelezettségvállalásban előírányzott elveket (mind szövegjavaslatokkal, mind vizuális/szerkezeti elválasztással kiegészítve), valamint tartalmazzák a lehetséges modulopciókat.
218. A CCHBC annak érdekében, hogy felhívja az érintett kereskedelmi partnerek figyelmét a kötelezettségvállalási időszak előtt kötött szerződések egyes rendelkezéseinek módosítására, kötelezettségvállalásában vállalta, hogy valamennyi új, alkoholos és alkoholmentes italtermékek forgalmazására vonatkozó kereskedelmi mintamegállapodás első oldalán elhelyez egy leírást, amelyben felsorolja ezen módosított rendelkezéseket, valamint az említett módosításokat a mintamegállapodások szövegében félkövér kiemeléssel is megjelöli.

Alkoholmentes termékek forgalmazására vonatkozó szerződésminták

219. A CCHBC kötelezettségvállalása szerint módosítja a HORECA szegmensben közvetlenül a kereskedelmi egységek felé alkalmazott alkoholmentes kereskedelmi (minta)megállapodásait olyan további magyarázó és tisztázó rendelkezések hozzáadásával, miszerint a szénsavas üdítőitalok és a CCHBC által forgalmazott egyéb termékek (beleértve például a szénsavasmentes üdítőitalokat és az alkoholos termékeket) kereskedelmi feltételei nem függenek egymástól. A CCHBC az alábbi tisztázó rendelkezésekkel egészíti ki az alkoholmentes termékekre vonatkozó kereskedelmi (minta)megállapodásait:

[üzleti titok]

220. Annak érdekében, hogy a fenti elvek szerinti feltételek vizuálisan is elkülöníthetők legyenek, a CCHBC a fenti tisztázó rendelkezéseket külön bekezdésekben (modulokban) helyezi el a vonatkozó kereskedelmi (minta)megállapodás kedvezmény szinteket szabályozó részeiben.
221. A CCHBC megjegyzi, hogy a fenti kötelezettségvállalások nem érintik a fogyasztók felé meghirdetett időszakos promóciókat (ti. évente legfeljebb 3 kedvezményes ajánlat, amelyek rövid, legfeljebb 5 hetes időablakban elérhetők a HORECA szegmens kereskedelmi egységeiben), amelyeket a CCHBC a HORECA ügyfelein keresztül nyújt a fogyasztók számára és amelyek különböző CCHBC termék kategóriákat kombinálhatnak a CCHBC szénsavas üdítőitalokkal.
222. A forgalmazási feltételeket tartalmazó mellékletekben az alábbi pontosítások kerülnek rögzítésre.
223. Az [üzleti titok], a [üzleti titok]

224. Az [üzleti titok] mintákban az árkedvezményeket ismertető szakasz előtt:

[üzleti titok]

Alkoholtartalmú termékekre vonatkozó szerződésminták

225. A CCHBC az alábbi tisztázó rendelkezésekkel – illetve azzal megegyező tartalmú rendelkezésekkel – egészíti ki az alkoholos termékekre vonatkozó kereskedelmi (minta)megállapodásait:

[üzleti titok]

226. A CCHBC módosítja a HORECA szegmensben közvetlenül a kereskedelmi egységek felé alkalmazott alkoholos kereskedelmi (minta)megállapodásait a mixing ajánlatokra vonatkozó rendelkezések finomhangolásával annak további tisztázása érdekében, hogy a mixing ajánlatokban szereplő kedvezményt az alkoholos italhoz kevert bármilyen szénsavas üdítőital felhasználása esetén el lehet érni, és hogy a HoReCa egység szabadon dönthet az alkoholos koktélok keveréséhez optimális szénsavas üdítőitalokról (függetlenül attól, hogy ez a CCHBC szénsavas üdítőitalát jelenti-e vagy sem).

IX.1.2. A kereskedelmi gyakorlatot érintő megfelelőségi program bevezetése

A kötelezettségvállalások által érintett kollégák célzott oktatása

227. A CCHBC vállalja, hogy a kötelezettségvállalásoknak, valamint az általános versenyjogi elveknek való megfelelés biztosítása érdekében az érintett kollégák számára rendszeres képzéseket szervez, amelynek tematikáját és kiemelt témáit a kötelezettségvállalás tartalmazza. A képzés kiemelt hangsúlyt fektet arra, hogy a kötelezettségvállalások a CCHBC üzleti gyakorlatában is megfelelően tükröződjenek. A képzésen kifejezetten felhívják továbbá az érintett kollégák figyelmét arra, hogy a szerződéskötési tárgyalások során a HORECA partnereket tájékoztassák a kereskedelmi megállapodásokban bekövetkezett módosításokról.

„Gyakorlati tájékoztató” dokumentum elkészítése

228. A CCHBC vállalja, hogy belső használatra elkészít egy „gyakorlati tájékoztató” dokumentumot, amely a kereskedelmi megállapodások tárgyalási folyamataihoz versenyjogi szempontú útmutatásokat nyújt, ezzel is erősítve a kötelezettségvállalásoknak való gyakorlati megfelelést.

IX.1.3. A kötelezettségvállalási időszak

229. A CCHBC kötelezettségvállalásában részletesen bemutatta, hogy az abban foglaltak végrehajtását milyen ütemezés szerint fogja megvalósítani. Az eljáró versenytanács e körben kiemeli, hogy a CCHBC a vállalásokat a végrehajtásuk kezdő időpontjától számított 3 évig (azaz a Kötelezettségvállalási Határozat kézhezvételétől számított 6 hónapos végrehajtási határidő lejártától nézve) fenntartja.

IX.1.4. A kötelezettségvállalás igazolhatósága

230. A CCHBC kötelezettségvállalásában részletesen bemutatta a kötelezettségvállalásban foglaltak végrehajtásának igazolása érdekében szükséges intézkedéseket, illetve azokat – az eljáró versenytanács előzetes álláspontjában jelzett észrevételek mentén – tovább pontosította.

IX.2. A kötelezettségvállalás értékelése

231. A fentebb kifejtetteket is figyelembe véve, az eljáró versenytanács szerint a CCHBC vállalásának elfogadása mellett az alábbi érvek szólnak.

IX.2.1. A közérdek védelme

232. A fentiek szerint az eljárás indítására okot adó, valószínűsített jogsértést kizárni nem lehet, különös tekintettel arra, hogy a CCHBC erőfölényes pozíciójának megállapíthatósága valószínűsíthető, és a vizsgált magatartás kapcsán annak visszaélésszerűsége sem zárható ki. Ugyanakkor a vizsgálat, illetve az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalás benyújtására tekintettel elsősorban a kötelezettségvállalások pontosítására, azok elfogadhatóságának elemzésére fókuszált. Ugyanezen okból a magatartás érdemi előzetes értékelésére nem került még sor és a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján az eljárás jelenlegi szakaszában a jogsértés fennállása sem bizonyítható. Mindezek alapján további vizsgálati cselekmények hiányában sem a jogsértés, sem annak hiánya nem állapítható meg, a kötelezettségvállalás benyújtására és az alábbiak szerinti megfeleléségre tekintettel azonban további vizsgálati cselekmények foganatosítását az eljáró versenytanács nem látja szükségesnek és indokoltnak.

233. Az a körülmény, hogy a kötelezettségvállalásra tekintettel nem szükséges a tényállás teljes körű feltárása és a magatartás jogsértés fennállásának vagy hiányának megállapításához szükséges részletességű és mélységű értékelése – különösen a visszaélésszerűség tekintetében – jelentős erőforrás-megtakarítást eredményez, és hozzájárul a hatékonyabb jogalkalmazáshoz. Mindez összhangban van a közérdek védelmével, amit az is támogat, hogy a CCHBC kötelezettségvállalása – az alább részletesen kifejtettek szerint – időszerű módon és a verseny szerkezete szempontjából kedvező kimenetelt eredményez.

IX.2.2. A jogszabályi rendelkezésekkel való összhang

234. A kötelezettségvállalásban foglalt intézkedések megfelelő eszköznek tekinthetők a jelen eljárásban feltárt, aggályt felvető kereskedelmi gyakorlatok kezelésére. A kötelezettségvállalás biztosítja ugyanis a szénsavas és a szénsavmentes, valamint az alkoholos és az alkoholmentes italtermékek forgalmazására vonatkozó kereskedelmi feltételek – ideértve a kedvezmények mértékének – függetlenségét, mind a CCHBC szerződésmintája szerint, mind az azon kívül szerződő partnerek szerződéses feltételeiben, valamint a szerződésen kívüli üzleti gyakorlatokban (pl.

a huzamosan, és nem időszakosan alkalmazott promóciós alkohol-üdítőital kapcsolatos ajánlatok).

235. A CCHBC által vállalt, mintaszerződésekben alkalmazott módosítások egyértelművé teszik egyrészt, hogy a HORECA egységek nem csak abban az esetben vehetik igénybe a kedvezményeket, ha a CCHBC forgalmazott termékei közül az adott blokkban felsorolt összes, különböző italkategóriába tartozó terméket megvásárolják. Másrészt megszünteti az eljárás során kifogásolt kedvezményezési gyakorlatot, mely szerint az alkoholos italok értékesítése esetén bizonyos kedvezmények csak abban az esetben vehetők igénybe, ha a partnerek a CCHBC alkoholmentes termékeit forgalmazzák, megnyitva ezáltal a piacot a versenytársak előtt.
236. A megfelelőségi program bevezetése továbbá hatékony eszköz arra, hogy a kötelezettségvállalásban megjelenő elvek a CCHBC üzleti gyakorlatában is megfelelően tükröződjenek az érintett kollégák HORECA egységekkel való kapcsolattartása során. Ennek különös jelentőséget ad, hogy a CCHBC és a HORECA partnerek közötti szerződéskötésben az eljárás alá vont üzletkötőinek jelentős szerepe van, így az ő működésük tekintetében vállalt intézkedések jelentősen elősegíthetik a kötelezettségvállalás lényegét jelentő módosítások tényleges megvalósulását.

IX.2.3. A kötelezettségvállalás elfogadhatósága

237. Az eljáró versenytanács szerint a vállalatok relevánsnak tekinthetők, mivel a fentiek szerint azok ténylegesen a GVH által azonosított egyes versenyaggályok orvoslására kínálnak megoldást; annak teljesítését követően – előre tekintő jelleggel – nem lesz lehetőség a jelen eljárásban feltárt, problémás magatartást valószínűsíteni.
238. A kötelezettségvállalás továbbá hitelesnek is tekinthető, mivel ténylegesen is megvalósítható elemeket tartalmaz, amelyek megvalósításának módját, ütemezését a CCHBC megfelelően alátámasztotta.
239. A kötelezettségvállalás időszerűségét szintén igazolta a CCHBC az intézkedések bevezetésére vonatkozó időpontok megjelölésével.
240. Végezetül, az eljáró versenytanács a CCHBC kötelezettségvállalásában nem azonosított ellentmondást, az ellenőrizhetőséget a vállalatnak az egyes intézkedések megvalósulását igazoló, beszámolásra vonatkozó elemei biztosítják.
241. A CCHBC ugyan a kötelezettségvállalás egyes elemei vonatkozásában fenntartja üzleti titokra vonatkozó nyilatkozatát, azonban az eljáró versenytanács értékelése szerint az nem gátolja a vállalatban foglaltak hatékony érvényesülését, és a CCHBC előzetesen rendelkezésre bocsátotta a kötelezettségvállalás azon iratváltozatát, amely a határozat nyilvános iratváltozatának részét képezi.

IX.2.4. Piaci teszt

242. A fenti 156. pontban ismertetett szabályok szerint a jelen eljárásban az elfogadott kötelezettségvállalás kapcsán – a kötelezettségvállalás elfogadása előtt – piaci teszt elvégzése volt szükséges, amelyet az eljáró versenytanács a jelen eljárásban korábban megkeresett, a CCHBC versenytársainak bevonásával végzett el.¹²⁴
243. A piaci teszt keretében megkeresett vállalkozások közül négy tett észrevételt a jelen ügyben elfogadásra kerülő kötelezettségvállalások kapcsán. Az észrevételekben a versenytársak alapvetően a következő felvetéseket tették:
- a. szükséges a ténylegesen megkötésre kerülő megállapodások, illetve egyéb szerződéses dokumentumok ellenőrzése, illetve a kötelezettségvállalás tényleges érvényesülésének és az eljárás alá vont üzleti működésébe történő beépülésének nyomonkövetése;
 - b. indokolt a rendszeres vagy hosszabb távú (kereskedelmi) aktivitások és a fogyasztói promóciók tartalmának, időtartamának és gyakoriságának rögzítése;
 - c. mixing ajánlatok esetén szükséges annak biztosítása, hogy a kedvezmény ne legyen kötött a CCHBC által forgalmazott üdítőital egyidejű alkalmazásához vagy preferálásához, illetve egyéb ösztönző se érvényesüljön ezzel összefüggésben;
 - d. [üzleti titok];
 - e. [üzleti titok];
 - f. [üzleti titok];
 - g. annak kezelése, hogy az észrevétel szerint a mixing ajánlatokra vonatkozó szabályozás nem zárja ki az összekapcsolás lehetőségét.
244. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a piaci teszt keretében megkeresett vállalkozások többsége nem élt az észrevételezés jogával. Az eljáró versenytanács a beérkezett javaslatok alapján megállapítja, hogy
- a. az elfogadásra kerülő kötelezettségvállalás végleges formájában megfelelően tartalmazza a vállalások tényleges érvényesülésének és a ténylegesen megkötésre kerülő szerződések ellenőrzését [az előző bekezdés a. pontja vonatkozásában];
 - b. tartalmazza az ideiglenes fogyasztói promóciók definícióját, illetve időtartamának és gyakoriságának korlátozását, illetve a kötelezettségvállalásban foglaltak érvényesítését a rendszeres vagy hosszabb távú (kereskedelmi aktivitások) esetében is [az előző bekezdés b. pontja vonatkozásában];

¹²⁴ VJ/17-693/2019 – VJ/17-712/2019. számú végzések

- c. nem tartalmazza a mixing ajánlatok esetében az észrevételekben jelzett korlátozásokat [az előző bekezdés c. pontja vonatkozásában];
 - d. [üzleti titok] [az előző bekezdés e. pontja vonatkozásában],
 - e. [üzleti titok] [az előző bekezdés f. pontja vonatkozásában], illetve
 - f. a mixing ajánlatok esetében megfelelően biztosítja, hogy az alkoholos termékkel kombinált egyéb italtermék bármely gyártó termékét jelentheti [az előző bekezdés g. pontja vonatkozásában].
245. Az eljáró versenytanács szerint a 243. bekezdés d. pontja vonatkozásában a jelen eljárásban vizsgált és aggályosként azonosított magatartás [üzleti titok].

IX.2.5. Összegző értékelés

246. A fentiek alapján tehát az eljáró versenytanács a CCHBC kötelezettségvállalását elfogadta és a Tpvt. 76. § (1) bekezdése m) pontja szerinti határozatával a 75. § alapján a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezte.
247. A fentiek szerint továbbá az eljáró versenytanács a CC Szolgáltatóval szemben az eljárást megszüntette a Tpvt. 60/A. § (1) bekezdés c) pontja szerint.

X.

Egyéb eljárási kérdések

248. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet, hogy a Tpvt. 77. § (1) bekezdésének c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, a 75. § szerinti kötelezettségvállalás teljesítését.
249. Az eljáró versenytanács felhívja továbbá a figyelmet arra is, hogy a Tpvt. 75. § (2) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a Gazdasági Versenyhivatal – sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében – ez a rendelkezés azonban nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.
250. Az eljáró versenytanács határozatát módosítja (ha egyébként a kötelezettségvállalással elérni kívánt eredmény más módon is elérhető)
- a kötelezett vállalkozás kérelmére, ha a kötelezett a határozatban előírt valamely kötelezettséget rajta kívül álló elháríthatatlan ok miatt nem tudja teljesíteni [Tpvt. 75. § (3) bekezdés a) pont], vagy
 - a kötelezett vállalkozás kérelmére vagy hivatalból, ha a határozatban előírt valamely kötelezettség teljesítése a körülmények változása, így különösen a

piaci viszonyok, a verseny feltételeinek módosulása folytán a továbbiakban nem indokolt [Tpvt. 75. § (3) bekezdés b) pont].

251. A Tpvt. 75. § (3) bekezdés a) pontja szerinti kérelem azonban csak a kötelezettség teljesítését megakadályozó okról való tudomásszerzéstől számított tizenöt napon belül, de legkésőbb az ok felmerülésétől számított két hónapon belül terjeszthető elő.
252. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 75. § (5) bekezdése alapján a közigazgatási bíróság által el nem bírált határozatát visszavonja akkor is, ha a kötelezettségvállalást előíró határozat a döntés szempontjából lényeges ténynek a kötelezett vállalkozás általi félrevezető közlésén alapult.
253. A Tpvt. 75. § (6) bekezdése szerint ha a vállalkozás nem teljesítette az (1) bekezdés szerinti határozatban, illetve a (3) bekezdés szerint módosított határozatban előírt kötelezettséget, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának – a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő – mérlegelése alapján a határozatot visszavonja vagy megállapítja a kötelezettség nem teljesítését és bírságot szabhat ki.
254. Az eljáró versenytanács kiemeli továbbá, hogy a Tpvt. 75. § (6a) bekezdése értelmében, ha a kötelezettségvállalást előíró határozat meghozatala a kötelezett vállalkozás által közölt hiányos, helytelen vagy félrevezető információ alapján, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának (a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő) mérlegelése alapján a határozatot visszavonhatja.
255. A Tpvt. 75. § (7) bekezdés b) pontja szerint a határozat a (6) és a (6a) bekezdés szerinti esetben a kötelezettség teljesítésére előírt határidő lejártától, folyamatos kötelezettség esetén a kötelezettség megsértésétől számított öt éven belül vonható vissza.
256. A Tpvt. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
257. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg a közigazgatási per szabályait.

258. 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 a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól szóló 2023. évi CIII. törvény (a továbbiakban: Dáptv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – a Dáptv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.
259. A Dáptv. 19. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és az ügyfél jogi képviselője.
260. A Dáptv. 19. § (5) bekezdése szerint, ha jogszabály egy nyilatkozat megtétele vonatkozásában az elektronikus kapcsolattartást – vagy az elektronikus kapcsolattartás módját – kötelezővé teszi, az e követelménynek meg nem felelő nyilatkozat – törvényben vagy kormányrendeletben meghatározott esetek kivételével – érvénytelen.
261. 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.
262. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
263. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti ügyvel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.

264. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2025. november 4.

dr. Pánczél Márk
előadó versenytanács tag

dr. Dudra Attila
versenytanács tag

Váczai Nóra
versenytanács tag

Melléklet

A CCHBC kötelezettségvállalása

I. A CCHBC KERESKEDELMI MEGÁLLAPODÁSAI

1.1 Fogalommeghatározások

Jelen Kötelezettségvállalási Nyilatkozat alkalmazásában:

i. A Társaság a Coca-Cola HBC Magyarország Korlátolt Felelősségű Társaságot (“**Társaság**”) jelenti;

ii. A HoReCa olyan vendéglátóipari egységeket jelent, amelyekben az adott terméket a fogyasztó jellemzően el is fogyasztja (pl. éttermek, bárók, büfék, catering szolgáltatók, illetve a fesztiválokon működő, valamint egyéb szezonális vendéglátóipari egységek; “**HoReCa**”), szemben az olyan kiskereskedelmi értékesítéssel, ahol a fogyasztó a terméket jellemzően megvásárolja, majd máshol fogyasztja el (pl. üzletek, szupermarketek, webshopok, automaták);

iii. Kereskedelmi Megállapodások alatt a Társaság és a HoReCa szegmensben működő kereskedelmi egységek között közvetlenül megkötött írásbeli megállapodások értendők, amelyek tartalmazzák a megállapodás tárgyául szolgáló italtermékeknek a HoReCa szegmens kereskedelmi egységei számára történő értékesítésének kereskedelmi feltételeit (pl. kedvezményekre vonatkozó feltételek) (“**Kereskedelmi Megállapodások**”);

iv. A Kereskedelmi (minta)megállapodások a Társaság által a HoReCa szegmensben működő kereskedelmi egységekkel kötött Kereskedelmi Megállapodások megkötése céljából készített és használt mintaszerződéseit jelentik (“**Kereskedelmi (minta)megállapodások**”).

1.2 A Társaság alkoholmentes Kereskedelmi (minta)megállapodásainak módosítása

i. A Társaság vállalja, hogy módosítja a HoReCa szegmensben közvetlenül a kereskedelmi egységek felé alkalmazott alkoholmentes Kereskedelmi (minta)megállapodásait olyan további magyarázó és tisztázó rendelkezések hozzáadásával, miszerint a szénsavas üdítőitalok és a Társaság által forgalmazott egyéb termékek (beleértve például a szénsavasmentes üdítőitalokat és az alkoholos termékeket) kereskedelmi

feltételei nem függenek egymástól. Ezen tisztázó rendelkezések példaként az alábbi elemeket (vagy azzal lényegében egyenértékű tartalmat) tartalmazzák:

[üzleti titok]

ii. A Társaság vállalja, hogy:

a. A fenti tisztázó rendelkezéseket külön bekezdésekben (modulokban) helyezi el a vonatkozó Kereskedelmi (minta)megállapodás kedvezmény szinteket szabályozó részeiben;

b. Minden Kereskedelmi (minta)megállapodás első oldalán szerepeltet egy leírást, amely felsorolja a jelenlegi kötelezettségvállalással összhangban módosított rendelkezések sorszámát; és

c. Az említett módosításokat a Kereskedelmi (minta)megállapodások szövegében vastag betűvel kiemeli;

iii. A jelen 1.2. szakaszban meghatározott kötelezettségvállalások nem érintik az ideiglenes fogyasztói promóciókat (ti. évente legfeljebb 3 kedvezményes ajánlat, amelyek rövid, legfeljebb promócióként 5 hetes időablakban elérhetők a HoReCa szegmens kereskedelmi egységeiben), amelyeket a Társaság a HoReCa ügyfelein keresztül kínál a fogyasztóknak, és amelyek különböző CCHBC termékkategóriákat kombinálhatnak a CCHBC szénsavas üdítőitalokkal.

1.3 A Társaság alkoholos Kereskedelmi (minta)megállapodásainak módosítása

i. A Társaság vállalja, hogy módosítja a HoReCa szegmensben közvetlenül a kereskedelmi egységek felé alkalmazott alkoholos Kereskedelmi (minta)megállapodásait a mixing ajánlatokra vonatkozó rendelkezések finomhangolásával annak további tisztázása érdekében, hogy a mixing ajánlatok szolgáltatásait bármilyen szénsavas üdítőital által el lehet végezni, és hogy a HoReCa egység szabadon dönthet az alkoholos koktélok keveréséhez optimális szénsavas üdítőitalokról (függetlenül attól, hogy ez a Társaság szénsavas üdítőitalát jelenti-e vagy sem). Ezek a tisztázó rendelkezések példaként az alábbi elemeket (vagy azzal lényegében egyenértékű tartalmat) foglalják magukban:

[üzleti titok]

ii. A Társaság vállalja, hogy:

a. Minden Kereskedelmi (minta)megállapodás első oldalán szerepeltet egy leírást, amely felsorolja a jelenlegi

kötelezettségvállalással összhangban módosított rendelkezések sorszámát; és

b. Az említett módosításokat a Kereskedelmi (minta)megállapodások szövegében vastag betűvel kiemeli;

- iii. A jelen 1.3. szakaszban meghatározott kötelezettségvállalás nem érinti a következőt: bármilyen ideiglenes fogyasztói promóció (ti. évente legfeljebb 3 kedvezményes ajánlat, amelyek rövid, legfeljebb promóciónként 5 hetes időablakban érhetőek el a HoReCa szegmens kereskedelmi egységeiben), amelyet a Társaság viszonteladóin keresztül kínál a fogyasztóknak, és amelyek esetlegesen a CCHBC alkoholos termékkategóriákra nyújtott kedvezményeket kombinálhatja a CCHBC szénsavas üdítőitalokra nyújtott kedvezményekkel;
- iv. Bármilyen – a Kereskedelmi (minta)megállapodásokon kívüli – rendszeres vagy hosszabb távú (kereskedelmi) aktivitások esetén, amelyeknek az a céljuk, hogy a HoReCa egységek a CCHBC alkoholtartamú termékeket szénsavas üdítőitalok felhasználásával készített koktélok/long drinkek formájában kínálják a fogyasztók számára, kizárólag a CCHBC alkoholtartalmú termékekre biztosítható kedvezmény, valamint a koktélok/long drinkek elkészítéséhez (ti. a CCHBC alkoholtartamú termékekkel való keveréshez) használt szénsavas üdítőital termékek kiválasztása a HoReCa egység kizárólagos döntési körébe tartozik (ti. a HoReCa egység bármely gyártó szénsavas üdítőital termékeit használhatja).

1.4 További kötelezettségvállalás

- i. A Társaság vállalja, hogy minden tőle telhetőt megtesz annak érdekében, hogy az 1.2. – 1.3. szakaszokban meghatározott elveket a Társaságnak a HoReCa szegmensben kötött azon Kereskedelmi Megállapodásai is tükrözzék és dokumentálják, amelyek nem a Társaság saját Kereskedelmi (minta)megállapodásain alapulnak (pl. más fél által készített mintákon alapuló Kereskedelmi Megállapodások).

II. MEGFELELÉSI PROGRAM

2.1 A kötelezettségvállalások által Érintett Kollégák célzott oktatása

- i. A Társaság vállalja, hogy további dedikált képzéseket szervez, különös tekintettel a jelen dokumentumban felsorolt

kötelezettségvállalásokra (“**Kötelezettségvállalási Képzések**”) az érintett pozíciókat betöltő kollégák számára, (azaz a [üzleti titok]; együttesen “**Érintett Kollégák**”);

ii. A Kötelezettségvállalási Képzések különös hangsúlyt fektetnek annak biztosítására, hogy az I. szakasz szerinti kötelezettségvállalások megfelelően tükröződjenek a Társaság üzleti gyakorlatában. Ennek megfelelően a Kötelezettségvállalási Képzések különösen az alábbi témakörökre terjednek ki:

- a. Általános bevezetés a versenyjogba:
 - i. A versenyjog általános elvei;
 - ii. Fő fókussterületek;
- b. Az erőfölénnyel való visszaélés szabályai:
 - i. Az erőfölény versenyjogi fogalma, az erőfölény megállapításának kritériumai;
 - ii. Az erőfölényben lévő vállalkozások különleges felelőssége;
 - iii. Tipikus visszaélések;
- c. A kötelezettségvállalások és azok gyakorlati megvalósítása:
 - i. Kereskedelmi Megállapodásokkal kapcsolatos kötelezettségvállalások;
 - ii. A jelen kötelezettségvállalások szerinti megfelelő magatartás és kommunikáció a HoReCa partnerekkel folytatott szerződéses tárgyalások során, beleértve a következőket:
 - A jelen kötelezettségvállalás 1.2-1.3. szakaszai szerinti Kereskedelmi (minta)megállapodások módosításairól a HoReCa partnerek kifejezett tájékoztatására vonatkozó követelmény; és
 - A jelen kötelezettségvállalás elveinek betartása a HoReCa partnerek szerződésmintájának használata esetén is fontos;

iii. A Kötelezettségvállalási Képzésekhez használt képzési anyagok külső versenyjogi szakértők bevonásával készülnek;

iv. A Kötelezettségvállalási Képzéseken való részvételt az Érintett Kollégák aláírása vagy megfelelő elektronikus részvételi lista igazolja;

v. A Társaság vállalja, hogy a Kötelezettségvállalási Időszak (ld. az alábbi 3.1 ii. szakaszban meghatározottak szerint) alatt minden évben

megismétli és dokumentálja az Érintett Kollégák számára tartott képzéseket.

2.2 Versenyjogi iránymutatás elkészítése

- i. A Társaság vállalja, hogy a kereskedelmi részleg belső használatára egy további, külön erre a célra létrehozott „gyakorlati tájékoztató” dokumentumot készít, amely a Kereskedelmi Megállapodások tárgyalására vonatkozó versenyjogi szempontú útmutatást tartalmaz, különös tekintettel a jelen kötelezettségvállalás egyes elemeire (**“Kötelezettségvállalási Útmutató”**);
- ii. A Kötelezettségvállalási Útmutató külső versenyjogi szakértők bevonásával készül;
- iii. A Társaság vállalja, hogy a Kötelezettségvállalási Útmutatót a Kötelezettségvállalási Időszak (definícióját ld. az alábbi 3.1 ii. szakaszban) minden évében az Érintett Kollégák rendelkezésére bocsátja, és dokumentálja annak kézhezvételét.

III. A KÖTELEZETTSÉGVÁLLALÁSOK VÉGREHAJTÁSA ÉS ELLENŐRZÉSE

3.1 A kötelezettségvállalások végrehajtása

- i. A Társaság vállalja, hogy a jelen határozat (**“Kötelezettségvállalási Határozat”**) kézhezvételét követő 6 hónap elteltével végrehajtja a jelen kötelezettségvállalásokat. Így az említett határidőt követően a Társaság:
 - a. Csak a kötelezettségvállalásnak megfelelően köt új Kereskedelmi Megállapodásokat a HoReCa egységekkel (ld. az 1.2-1.3. szakaszt);
 - b. Elindítja a Kötelezettségvállalási Képzéseket (ld. a 2.1. szakaszt); és
 - c. Bevezeti a Kötelezettségvállalási Útmutatót (ld. a 2.2. szakaszt);
- ii. A Társaság vállalja, hogy a kötelezettségvállalást a végrehajtásuk kezdő időpontjától számított 3 évig (azaz a Kötelezettségvállalási Határozat kézhezvételétől számított 6 hónapos végrehajtási határidő lejártától nézve; **“Kötelezettségvállalási Időszak”**) fenntartja (azaz a

jövőbeni Kereskedelmi Megállapodásaiban az I. szakaszban meghatározott módosított kereskedelmi feltételeket fenntartja, és a II. szakaszban meghatározott megfelelési programot folytatja);

iii. A kötelezettségvállalások céljainak és tartalmának veszélyeztetése nélkül a Társaság fenntartja a jogot, hogy a Kötelezettségvállalási Időszak alatt is módosítsa vagy megváltoztassa a Kereskedelmi Megállapodások és a Kereskedelmi (minta)megállapodások kereskedelmi feltételeit. Minden olyan esetben, amikor ilyen módosításra kerülne sor, a Társaság meggyőződik arról, hogy az új feltételek egyaránt a lehető legnagyobb mértékben megfelelnek a Kötelezettségvállalási Határozatnak, a vonatkozó magyar jogszabályoknak, azokat külső versenyjogi tanácsadók felülvizsgálják és jóváhagyják, valamint a Versenytanács vonatkozó gyakorlatában felvázolt legfontosabb szempontokat is figyelembe veszik.

3.2 A kötelezettségvállalások végrehajtásának ellenőrzése

- i. A Társaság vállalja, hogy a Versenytanács felé a következő intézkedésekkel igazolja a kötelezettségvállalások teljesítését:
 - a. Az I. szakasz tekintetében a Társaság vállalja, hogy benyújtja:
 - i. A releváns időszakra vonatkozó Kereskedelmi (minta)megállapodásokat;
 - ii. A Kötelezettségvállalási Időszak adott évében a Kereskedelmi (minta)megállapodások alapján megkötött 20 Kereskedelmi Megállapodást, biztosítva, hogy minden egyes Kereskedelmi (minta)megállapodásból legalább egy Kereskedelmi Megállapodás szerepeljen (feltéve, hogy a Társaság a Kötelezettségvállalási Időszak adott évében ténylegesen legalább egy Kereskedelmi Megállapodást kötött az adott Kereskedelmi (minta)megállapodás alapján);
 - iii. A Kötelezettségvállalási Időszak minden egyes évre vonatkozóan azon HoReCa partnerek listáját, akikkel a Társaság nem a saját Kereskedelmi (minta)megállapodásai alapján köt szerződést;
 - b. A II. szakasz tekintetében a Társaság vállalja, hogy benyújtja:
 - i. Annak igazolását, hogy az Érintett Kollégák számára az adott évben megtartották Kötelezettségvállalási Képzéseket; és

- ii. Bizonyítékot arra vonatkozóan, hogy az Érintett Kollégák megkapták a Kötelezettségvállalási Útmutatót;
- ii. A Társaság vállalja, hogy benyújtja a 3.2. i. szakaszban meghatározott elemeket évente, a Kötelezettségvállalási Időszak adott évének lejártát követő 60 napon belül.