



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Vj-59/2005/103.

Ikt.sz.: AM/31/2006/034.

A Gazdasági Versenyhivatal versenytanácsa a dr. Baricz György jogtanácsos által képviselt **Magyar Posta Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) ellen gazdasági erőfölénnyel való visszaélés miatt indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

### **határozatot.**

A versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti.

A határozat felülvizsgálatát a kézbesítéstől számított harminc napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott keresettel lehet kérni.

### **Indokolás**

#### **I. A versenyfelügyeleti eljárás megindítása**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2005. április 27-én versenyfelügyeleti eljárást indított a Magyar Posta Zártkörűen Működő Részvénytársaság (a továbbiakban: Posta, illetve eljárás alá vont, vagy eljárás alá vont vállalkozás) ellen annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a 2005. évi általános szerződési feltételeiben az előfizetéses lapterjesztési szolgáltatásra vonatkozóan az „üzleti lap” kategóriában terjesztett lapokra meghirdetett és alkalmazott terjesztői díjai sértik-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló - többször módosított - 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 21. § h) pontját. (Vj-59/2005/1.)

#### **II. Az eljárás alá vont**

2. A Posta állami tulajdonban lévő részvénytársaság, melyet a közlekedési, hírközlési és vízügyi miniszter alapított postai tevékenység, hírlapterjesztés és egyéb pénzügyi tevékenység végzésére. Fő tevékenysége a postai szolgáltatás, melynek kereteit a postáról szóló 2003. évi CI. törvény (a továbbiakban: postatörvény) határozza meg. A Posta kijelölt egyetemes szolgáltatóként monopoljogot élvez a postai szolgáltatások piacának jelentős szegmensén. Kijelölt egyetemes postai szolgáltatóként a Posta köteles az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó levél és csomagpostai szolgáltatások ellátására az ország egész területén és kizárólagosan jogosult az egyetemes szolgáltatások

részalmazát képező fenntartott levélpostai szolgáltatások nyújtására – melyek köre azonban fokozatosan szűkül. Bár a nem fenntartott egyetemes szolgáltatások területén a piacra történő belépés lehetősége a postatörvény hatályba lépésétől kezdve – 2004. január 1-től – biztosított, egyetlen vállalkozás sem kért erre egyedi engedélyt a Nemzeti Hírközlési Hatóságtól (a továbbiakban: NHH). Az egyetemes körön kívüli postai, futárpostai, expressz szolgáltatási piacokra a postatörvényben előírtaknak megfelelően szabad a belépés. Ezeken a piacokon számos vállalkozás van jelen. A postai szolgáltatáson túl a Posta egyéb piaci, a postatörvény által nem szabályozott szolgáltatásokat is nyújt, így például címezetlen reklámkiadványok, szórólapok terjesztésével is foglalkozik. Ide tartozik a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált hírlapterjesztés is, melyet a vizsgált időszakban a Posta hírlapterjesztési üzletága végzett. 2008-ban a Posta belföldi értékesítésből származó nettó árbevétele 193,9 milliárd forint volt.

3. A postatörvény 34. §-a és az egyetemes és engedélyes postai szolgáltatók számviteli nyilvántartásai elkülönített vezetésének, valamint a költségek számításának részletes szabályairól szóló 17/2004. (IV.28.) IHM rendelet alapján a Posta köteles az egyetemes postai szolgáltatásból származó költségeket, ráfordításokat és bevételeket egyéb tevékenységeinek költségeitől, ráfordításaitól és bevételeitől számvitelileg elkülönítetten kezelni. A fenntartott szolgáltatások bevételeiből kizárólag az egyetemes szolgáltatásokat kereszt finanszírozhatja - de ezt is csak olyan mértékben, amely igazolhatóan elengedetlenül szükséges az egyetemes szolgáltatási kötelezettség ellátásához. (Egyéb versenypiaci szolgáltatásait, mint például a lapterjesztési tevékenységet nem szabad kereszt finanszíroznia.) Ennek ellenőrzésére az NHH jogosult.
4. A Posta a jogszabályok szerint szükséges számviteli szétválasztást végrehajtotta. Az NHH 2005. október 5-én kelt PS-10.349-13/2005. számú határozatában jóváhagyta a Posta 2004. évi számviteli beszámolóját, jogszabályba ütköző keresztfinanszírozást nem állapított meg. Az NHH ugyanakkor jelezte, hogy a beszámoló az egyértelműsége és átláthatóságra vonatkozó követelmények szempontjából a jövőben további fejlesztésre szorul.

### **III. A vizsgált magatartás**

5. A Posta a lapterjesztői szolgáltatások, így az üzleti lapok terjesztésének feltételeit - részben - évről évre általános szerződési feltételek (a továbbiakban: ÁSZF) keretei között határozza meg ügyfelei részére. (Vj-59/2005/81/1., Vj-59/2005/54/1. és Vj-59/2005/6/5-7.)
6. Az „üzleti lap” lapkategória a 2004. december 13-án kibocsátott ÁSZF-ben jelent meg először, és 2005. január 1-jén került bevezetésre, majd egy év múlva (2006. január 1-jével) a Posta megszüntette ezt a lapkategóriát.
7. Az eljárás alá vont a terjesztési díjakat laptípusonként, súlykategóriánként, valamint Budapest/vidék csoportosításban határozta meg. A terjesztési díjakból példányszámok alapján adott engedményt. A napilapok, színes lapok és egyéb lapok esetén a kedvezmény 15.000 példánytól indul és sávosan emelkedett. Nagysága pár százalékot tett ki. Üzleti lapok esetén a volumenkedvezmény 40.000 példánynál kezdődött 15 %-os mértékkel.
8. A terjesztési díjakon kívül a Posta járulékos díjakat is felszámított (például számla módosítás, lapraktározási költség, lapigénylések túllépése, lapátadási időpontok túllépése, kötegelés címén).
9. A Posta 2005. évi lapterjesztési szolgáltatásainak ÁSZF szerinti árait, a kedvezményekkel csökkentett árakból és tényleges mennyiségi adatokból számolt tényleges

- egységbevételeit és azok ÁSZF szerinti díjaktól való eltéréseit a Vj-59/2005/101. számú vizsgálati jelentés üzleti titoknak minősülő 1. számú melléklete tartalmazza.
10. A 2006. évi ÁSZF az előző éveknél jóval több egyéb szolgáltatásra vonatkozó díjtáblázatot is tartalmazott (például előfizetési díjat ki nem egyenlítő előfizetők megkeresésére, termékminta kezelésére, címváltozás kezelésére, napilap etikettel történő ellátására).
  11. A Posta által 2005-ben kézbesített üzleti lapok listáját és azok példányszámait a Vj-59/2006/6. számú irat tartalmazza. Az érintett húsz üzleti lapból tizenhárom már 2005 előtt is terjesztett az eljárás alá vont.
  12. A Posta 2006. évi terjesztési díjait a napilapok esetében 14,6 %-kal, a folyóiratok vonatkozásában 7,5 %-kal emelte. (Vj-59/2005/47., Vj-59/2005/81.)

#### **IV. A lapterjesztési, üzleti lap terjesztési piac néhány jellemzője**

13. A lapterjesztés szolgáltatásnyújtásának alapvető feltétele egy megfelelő hálózat megléte. A hálózat egyrészt saját alkalmazottakból, másrészt megbízási szerződés alapján dolgozó alvállalkozókból állhat. A hálózat kiterjedtsége határozza meg, hogy a lapterjesztő milyen lapok, sajtótermékek terjesztését képes elvégezni. Az egyes sajtótermékek különböző szintű terjesztői hálózatot igényelnek. A legszervezettebb hálózatra a napilapok esetén van szükség. Ezeknél elengedhetetlen feltétel a napi, kora reggeli kézbesítés. A hetente és a ritkábban megjelenő lapok jóval kevesebb kézbesítési napot, lazább kézbesítési határidőt feltételeznek. Fontos szempont a lapterjesztő számára a lapok kézbesítési helye, hiszen ennek megfelelően szükséges a hálózat kiépítése. Vannak olyan lapok, amelyek országos megjelenésűek, ezért olyan terjesztői hálózatot igényelnek, amely az ország bármely pontjára elér. Vannak kisebb területet lefedő regionális (megyei) lapok, amelyek egy-egy megyét érintenek, ennek megfelelően szűkebb hálózatot igényelnek. Bár maga a tevékenység lényegében ugyanaz, az országos, illetve a regionális (megyei) hálózat kiépítése és működtetése volumenében (szervezés, anyagi, logisztikai vonzatok) jelentősen eltér egymástól.
14. Üzleti lapon olyan kiadványokat érthetünk, amelyek a vállalati image-építés, a fogyasztókkal való kapcsolattartás és az intenzív termékszolgáltatás eszközei és amelyeket leginkább olyan társaságok (például távközlési társaságok, gépkocsi forgalmazó cégek) adnak ki, amelyek ismerik vásárlóikat és olyan marketing adatbázisban kezelik adataikat, amelyből újabb eladásokat realizálhatnak, továbbá amelyeket ellenszolgáltatás nélkül, a kiadó által meghatározott lista alapján juttatnak el a címzettekhez. (Az üzleti lap elnevezés mellett gyakori a márkalap fogalom használata - de a B2B vagy B2C, illetve a corporate lapok kifejezések is használatosak.) A Posta a példányszám és a terjesztési feltételek alapján határolta körül az üzleti lap fogalmát. Az 2005. évi ÁSZF szerint ezek a termékek a fogyasztó számára címzetten és ingyenesen, belföldre csomagoltan, külföldre levélküldeményként kézbesített kiadványok, melyek példányszáma eléri a 40.000 (ettől a Posta és a kiadók eltérhettek), és amelyek esetében a címzettek nyilvántartását a kiadó végzi. Az üzleti lapokat a Posta az alábbi célcsoportok szerint szegmentálta: nagykereskedői kiadványok, csomagküldők lapjai, szolgáltatásokhoz kapcsolódó kiadványok, hűség- és bizalomkártyák katalógusai, vállalati lapok, speciális szaklapok. (Vj-59/2005/9.)
15. A hírlapok kézbesítése Budapesten valamennyi napi, színes, egyéb és üzleti lap esetében elkülönült az egyetemes postai szolgáltatástól, és a lapokat külön erre a célra alkalmazott önálló hírlapkézbesítők kézbesítették. A hírlapok leszállítása és szétosztása a 140 postahely helyett 41 kiosztóban történt, mely miatt a budapesti terjesztési díj alacsonyabb volt a vizsgált időszakban. Vidéken 104 nagyvárosban a napi és színes lapok kézbesítését

- szintén önálló hírlapkézbesítők végezték, míg az egyéb lapok és az üzleti lapok kézbesítésére az egyetemes postai szolgáltatással együtt, az egyesített kézbesítői hálózaton keresztül került sor. Minden más településen a hírlapokat az egyesített kézbesítői hálózaton keresztül kézbesítették. Vidéken a lapok szállítása a posta feldolgozó üzemekig két önálló (napilapos és színes lapos) szállítási rendszerben valósult meg, míg a további postahelyekre való szállítás (hírlap kötegek irányítása, zsákba helyezése, továbbítása) már az egységes országos szállítási rendszeren keresztül történt. (Vj-59/2005/6., Vj-59/2005/100.)
16. Az alternatív terjesztők maguk is több üzleti lapot terjesztettek a vizsgált időszakban. Az országos terjesztés több lapterjesztő összefogásával valósul meg. (Vj-59/2005/15.)
  17. Országos lapterjesztési hálózat kiépítése többszáz millió forintos – egyes vélemények szerint milliárdos - beruházást igényel. (Vj-59/2005/15., Vj-59/2005/9.)
  18. A Posta terjesztési tarifái meghatározása előtt tárgyalásokat folytat a Magyar Lapterjesztők Egyesületével. (Vj-59/2005/50.)
  19. A szórólapterjesztők egységesen úgy ítélték meg, hogy hálózatuk pillanatnyilag nem alkalmas üzleti lapok országos terjesztésére, de egyesek úgy vélték, hogy rendszerüket a jövőben alkalmassá lehetne tenni e tevékenység végzésére is. Az üzleti lapok terjesztése olyan piaci szegmens, ahol piacszerzésre elvben megvan a lehetőség. (Vj-59/2005/11., Vj-59/2005/62., Vj-59/2005/65., Vj-59/2005/89., Vj-59/2005/91., Vj-59/2005/97.)
  20. A GVH Vj-116/2006/36. számú határozatában engedélyezte a MédiaLOG Fiege Zrt. közös irányítás melletti létrehozását. A vállalkozás előfizetéses lapok országos terjesztésére jött létre. Tulajdonosai között található a Ringier- és a Sanoma-csoport.

#### **V. Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja**

21. A Posta előadta, hogy részletes szolgáltatás-portfolió kialakításával egy átláthatóbb szolgáltatás és tarifa struktúra kialakítását tűzte ki célul. Az ÁSZF-ban foglaltakhoz kötve van az ármeghatározás során.

Szerinte a lapterjesztés és a postai szolgáltatás közötti főbb különbségek a következők: a hírlap általában nincs címezéssel ellátva, ezért nem minősülhet postai küldeménynek, a címállományt részben a lapkiadó, részben a Posta biztosítja, mivel a kiadónál és a terjesztőnél is elő lehet fizetni, a hírlapok kezelése más technológiával történik, mint a postai küldeményeké, a lapterjesztés egy külön ÁSZF alapján történik.

Hangsúlyozta, az ÁSZF-ben szereplő árak kialakításában szerepet kapott a Magyar Lapkiadók Egyesülete (továbbiakban: MLE) is, melynek - mint a kiadók érdekvédelmi szervezetének - véleményét rendszeresen kikérte. Elfogadta az MLE azon kívánságát, hogy a szükséges áremelést ne egy lépésben, hanem 3 év alatt fokozatosan, előre meghatározott ütemezésben hajtsa végre. Az áremelés utolsó fázisa a 2005. évi árak kialakításával befejeződött. Szerinte a nagyobb mértékű áremelést az is indokolta, hogy egyrészt megjelentek a piacon az alternatív lapterjesztők, másrészt az egyes lapok terjesztett példányszáma is folyamatosan csökkent.

Az üzleti lap bevezetését azzal indokolta, hogy már 2004 folyamán is kapott megbízást üzleti lapok terjesztésére. Ekkor azok az „egyéb lapok” közé kerültek besorolásra, annak ellenére, hogy az üzleti lapok nem igényelték a teljes szolgáltatási folyamatot. Az üzleti lapokra ugyanis nincs előfizetés, és a kézbesítésük kizárólag a kiadó által megadott címlista alapján történik, azaz nem tartja nyilván, nem gyűjti az előfizetőket, ezzel összefüggésben számlát sem kell kiállítania az előfizetőknek, illetve elszámolást vezetnie a kézbesítők és a kiadók részére. A kézbesítésre nyitva álló idő is hosszabb, mint az egyéb lapok esetén. A lapkategóriát azért szüntette meg, mert az üzleti

lapokra kialakított különálló kezelési és nyilvántartási rendszer nem igazolta vissza piaci várakozásait.

Előadta, hogy 2004-ben üzletszerzés és üzletvesztés egyaránt előfordult az üzleti lapok terjesztésében. Mindez álláspontja szerint a verseny létére utal.

A 2005. év első felében kézbesített üzleti lapok több mint fele vidékre, másik része Budapesten került terjesztésre. Nyilatkozata szerint a Média ÁSZ-ban közzétett közel 2200 nyilvántartott sajtótermékből a 632 lapot terjesztett és abból is csak 20 lap minősül üzleti lapnak.

A Posta előadta, hogy vannak olyan esetek, amikor a kiadó csak a postai előfizetéseket vagy a kiadói előfizetések egy részét adja át a Postának terjesztésre.

A Posta szerint a lapterjesztési piacon versenytársainak kell tekinteni mindazon cégeket, akik kézbesítéssel foglalkoznak, így a csomagküldő és a szórólapterjesztő társaságokat is.

Álláspontja szerint egy új szereplő logisztikai háttér nélkül is biztosíthatja az országos és/vagy regionális lefedettséget, ha együttműködési megállapodást köt a piacon lévő összes terjesztővel. A másik lehetőség, ha az új piaci szereplő önállóan megjelenik, és a logisztikai háttér (szállítás, raktározás) biztosítása érdekében vállalkozási, bérleti szerződéseket köt, a helyi szintű terjesztést pedig alvállalkozók igénybevételével oldja meg.

Törvénysértés hiányában kérte az eljárás megszüntetését. (Vj-59/2005/6., Vj-59/2005/24., Vj-59/2005/47., Vj-59/2005/54., Vj-59/2005/81.)

## **VI. Alternatív lapterjesztők álláspontja**

22. A GVH az eljárás során több lapkiadó és lap- illetve szórólapterjesztő, illetve futárszolgálat véleményét is kikérte. (Vj-59/2005/15., Vj-59/2005/23., Vj-59/2005/25., Vj-59/2005/28., Vj-59/2005/30 Vj-59/2005/64., Vj-59/2005/75., Vj-59/2005/78., Vj-59/2005/79., Vj-59/2005/80.)
23. Több lapkiadó is rendelkezik saját terjesztői hálózattal. Ezek azonban nem országos, hanem csak 2-9 megyét lefedő, regionális kiterjedésűek.
24. Az alternatív lapterjesztők mindannyian a Postát tekintették legfőbb versenytársnak, az üzleti lapok piacát általában országos kiterjedésűnek tekintették. Véleményük szerint az üzletlap-terjesztési szolgáltatás az egységes lapterjesztési piac része. Véleményük szerint a lapterjesztésben jelentős méret- és választékgazdaságosság érvényesül, mivel a kézbesítendő címhelyek számának bővüléséhez képest, a szinergiák miatt a terjesztési költségek kisebb mértékben nőnek.
25. Egyes alternatív lapterjesztő véleménye szerint az üzleti lapok terjesztése során ugyanazok a költségek merülnek fel, mint bármely más kiadvány, így például az újság, folyóirat terjesztésénél. Mások véleménye szerint legfeljebb a munkafolyamatok bonyolultságában adódhat különbség, mely a költségekben is megjelenhet.
26. Egy kiadó szerint a Posta terjesztési díjstruktúrája nem átlátható, és a díjai magasabbak, mint azt a szolgáltatás színvonala, illetve az infláció indokolná. A terjesztési árak az egyes kategóriákban (napilap - színes lap - egyéb lap) nem tükrözik arányosan a felmerülő költségeket. Így például az ugyanolyan súlyú napilap terjesztési ára olcsóbb, mint a színes magaziné, holott inkább fordítva kellene lennie, mivel a napilap esetén fontos az éjszakai feldolgozás, míg a színes lapnál van 12-24 óra átfutás. Mind a színes, mind a napilap címezetlenül kézbesített. Az „egyéb lapok” kategóriában a Posta többletszolgáltatásként címez, csomagol, és címzetten kézbesít, ezért magasabb terjesztési díj indokolt.

## VII. A vizsgálati jelentés

27. A vizsgáló a Bizottság Deutsche Post AG (továbbiakban: DP) ellen folytatott – csomagküldő cégeknek kínált csomagpostai szolgáltatási piacon alkalmazott felfaló árazást és kedvezményrendszert vizsgáló – eljárásban kifejtett álláspontja alapján (lásd a Bizottság 2001. március 20-i 2001/354/EK. sz. határozatát) megállapította, hogy keresztfinanszírozás abban az esetben jelentkezik, ha egy adott szolgáltatás nem képes fedezni ezen szolgáltatás nyújtásának különbözeti, vagy addicionális költségét, ugyanakkor van egy másik szolgáltatás (vagy szolgáltatás csomag), amelyből származó bevételek meghaladják annak önálló költségeit. A különbözeti költségkategória a kizárólag az adott szolgáltatás nyújtásakor felmerülő költségeket tartalmazza, de nem foglalja magába a közös állandó költségeket, melyek nem kizárólag az adott szolgáltatás nyújtásának eredményeként merültek fel, és amelyek csak akkor tűnnek el, ha a vállalat megszünteti az összes szolgáltatását.
28. A vizsgáló emlékeztetett arra, hogy a postatörvény 34. § (3) bekezdés szerint a fenntartott kör bevételei nem fordíthatók az egyetemes körön kívüli szolgáltatásokkal kapcsolatos költségekre és ráfordításokra, míg a (4) bekezdés szerint ezek a bevételek az egyetemes szolgáltatásokra is csak olyan mértékben fordíthatók, amely elengedhetetlenül szükséges az egyetemes szolgáltatási kötelezettség teljesítéséhez. A Magyar Posta által benyújtandó kimutatások tartalmát az egyetemes és engedélyes postai szolgáltatók számviteli nyilvántartásai elkülönített vezetésének, valamint a költségek számításának részletes szabályairól szóló 17/2004. (IV. 28.) IHM rendelet és főleg annak 1. és 2. sz. mellékletei rögzítik. A 2. sz. mellékletben található fedezeti kimutatás termékcsoportonként a következő adatokat és fedezet kategóriákat tartalmazza:

Bruttó bevételek (a)
Kedvezmények (b)
Közvetlen költségek és ráfordítások (c)
<b>Fedezet I. (a – b – c)</b>
Tevékenység-költségek (d) felvétel, feldolgozás, szállítás, kézbesítés költségei
Összes közvetlen költség (c + d)
<b>Fedezet II (Fedezet I – d)</b>
Általános költségek
Egyéb bevételek és ráfordítások egyenlege
Tőkeköltség
<b>Fedezet III.</b>

29. A vizsgáló szerint a 2004. évi költségfedezeti kimutatások alapján megállapítható (Vj-59/2005/87/1. üzleti titkot tartalmazó irat), hogy a fenntartott szolgáltatások a fedezet III. szinten (általános vállalati költségeket, egyéb ráfordításokat és a tőkeköltségeket is figyelembe véve) is nyereségesek, az egyetemes nem fenntartott szolgáltatások a fedezet III. szinten veszteségesek, de a fedezet II. szinten (közvetlen költségeket és ráfordításokat és a tevékenységköltségek adott szolgáltatásokra osztható részeit – együttesen összes közvetlen költségeket – figyelembe véve) nyereségesek, a teljes egyetemes kör a fedezet III. szinten is nyereséges. Ugyanakkor az is látható, hogy az egyéb nem postai szolgáltatások köre a fedezet II. szinten is jelentős veszteséget generált.
30. A Magyar Posta által benyújtott a 17/2004 rendelet szerinti bontásban külön a lapterjesztési szolgáltatásokra elvégzett 2005. évi fedezet kimutatás (Vj-59/2005/96. üzleti titkot tartalmazó irat) alapján megállapítható, hogy a Magyar Posta lapterjesztési tevékenysége a fedezet II. szinten 2005-ben továbbra is veszteséges volt (a fedezet I. pozitív).

## VIII. Jogi háttér

31. A Tpv. 22. § (1) bekezdése 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, vevőinek és más üzletfeleinek vele kapcsolatos piaci magatartására. A (2) bekezdés 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 vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetét, illetve annak alakulását; c) az érintett piac szerkezetét, a piaci részesedések arányát, a piac résztvevőinek magatartását, valamint a vállalkozásnak a piac alakulására gyakorolt gazdasági befolyását.
32. A Tpv. 21. §-a szerint tilos a gazdasági erőfölénnyel visszaélni. A szóban forgó törvényhely h) pontja értelmében tilos a versenytársaknak az érintett piacról való kizorítására vagy a piacra lépésük akadályozására alkalmas, nem a versenytársakéhoz viszonyított nagyobb hatékonyságon alapuló, túlzottan alacsony árakat alkalmazni.
33. Tpv. 14. §-a alapján az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és földrajzi piac figyelembe vételével kell meghatározni. A megállapodás tárgyát alkotó árun kívül figyelembe kell venni a - felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel - ésszerűen helyettesíthető árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait. Földrajzi terület az, amelyen kívül a fogyasztó nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni.
34. A Tpv. - jelen eljárásban irányadó - 72. § (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentése alapján az eljárást megszünteti, ha nem látja indokoltnak annak folytatását, illetve megállapítja, hogy az eljárás alá vont a törvénybe ütköző magatartás hiányában nem marasztalható el.

## IX. A versenytanács döntése

35. A versenytanácsnak a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés vizsgálata során egyfelől azt kellett megítélnie, hogy a vizsgált magatartással érintett piacon a Posta erőfényes helyzete megállapítható-e, másfelől pedig azt, hogy ha az erőfölény megállapítható, akkor ezzel az erőfényes helyzettel az eljárás alá vont vállalkozás visszaélt-e.
36. A versenytanács értékelése szerint a Tpv. 14. §-a, valamint a fenti III-IV. szakaszokban leírtak alapján megállapítható, hogy a jelen eljárásban vizsgált magatartás által érintett piac az üzleti lapok országos terjesztésének piaca a 2005. évi időszakban.
37. A fenti érintett piac természetesen az országosnál kisebb, regionális földrajzi piacokat is magában foglalja.
38. Az érintett piac szereplőjének tekinthető minden olyan vállalkozás, amely egyedül, vagy más vállalkozások bevonásával országos előfizetéses lapterjesztéssel foglalkozik, vagy az érintett piacra való belépésre a gazdasági realitásokat és racionalitást figyelembe véve rövid távon képes. Mindezen túl egy adott vállalkozásnak az érintett piacon fennálló gazdasági erőfölényének vizsgálatakor releváns kérdés - többek között - a piacra potenciálisan belépő szereplők által kifejtett versenynyomás is.
39. A vizsgálat alapján egyebek mellett megállapítható volt, hogy

- a Posta 2005-ben új árkatóriát vezetett be és általában a lapterjesztési szolgáltatás árát emelte,
  - 2006-ban az eljárás alá vont megszüntette az üzleti lap lapkatóriát és árait tovább emelte,
  - az árak kialakítása során a kiadók és a Posta között tárgyalások folytak,
  - a lapterjesztési piac folyamatosan zsugorodik,
  - 2005-ben az érintett piacnak gyakorlatilag egy olyan szereplője volt, amely önmaga képes volt országos lapterjesztésre,
  - 2006-ban az országos előfizetéses lapterjesztés piacára belépett egy vertikálisan integrált tőkeerős szereplő, melyről már egy évvel korábban is lehetett hallani,
  - a piac szereplői sem az árral, sem a szolgáltatás minőségével nem voltak maradéktalanul elégedettek.
40. A fentiekkel kapcsolatban versenytanács mindenek előtt megjegyzi, hogy áremelés önmagában nem zárja ki annak a lehetőségét, hogy 2005-ben a Posta árai ne lehetettek volna kiszorításra alkalmasak. Az áremelés melletti költségalattiság arra is utalhat, hogy esetleg a vizsgált időszak előtt is az árak a költségek alatt voltak. A vizsgálat megállapításai szerint ugyanis (lásd a fenti 28-30. pontokat) nemcsak 2005-ben, de egy évvel korábban sem nyújtottak fedezetet az eljárás alá vont vállalkozás bevételei a szóban forgó szolgáltatás költségeire.
41. Amint az a határozat indokolásának IV. fejezete, különösen annak 20. pontja alapján világosan kiderül, a fent meghatározott piacon a Posta 2006-tól nem egyedül és nem megkerülhetetlenül nyújtja az üzleti lapok terjesztésének szolgáltatását. Regionális szinten az egyes területeken további helyi szereplőkkel is lehet számolni. Az érintett vállalkozások közül több jelentős tőkeerővel rendelkező, külföldi vállalkozás, illetve vállalkozáscsoport.
42. A Posta árazása és szolgáltatásának minőségével szemben megfogalmazott piaci kritikák, továbbá a fent említett tényleges piacra lépés alapján a versenytanács szerint a jelen versenyfelügyeleti eljárás során nem sikerült minden kétséget kizáróan megállapítani a Posta erőfölényes helyzetét már 2005-re vonatkozóan sem, ami már önmagában a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését eredményező körülmény.
43. A kiszorító hatás részletes értékelésétől a versenytanács a fentiek alapján eltekintett.
44. Mindezek alapján a versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást a Tpv. 72. § (1) bekezdésének a) pontja szerint megszüntetette, mert az eljárás alá vont gazdasági erőfölénye nem bizonyított, így - annak, mint gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalmának szükséges feltétele híján - törvénybe ütköző magatartás hiányában nem marasztalható el.
45. A versenytanács mindezek alapján a rendelkező rész szerint határozott.

## **X. Egyéb kérdések**

46. 2005. október 24-én a GVH Elnöke az ügyben eljáró vizsgálót kizárta, és helyette új vizsgálót jelölt ki. A kizárással a versenyfelügyeleti eljárás lefolytatására nyitva álló elintézési határidő újra kezdődött a Tpv. 51. § (4) bekezdése alapján. (Vj-59/2005/56-57.)
47. A GVH hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
48. A Tpv. - jelen eljárásban irányadó - 73. §-a szerint a versenytanács akkor tűz ki tárgyalást, ha - egyebek mellett - a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontja szerinti intézkedésre



nincs szükség. A Tpv. 73. §-a a versenytanács előzetes álláspontjának megküldését tárgyalás kitűzése esetére írja elő. E rendelkezések alapján nem kétséges, hogy amennyiben a vizsgáló által feltárt tényállás alapján nem bizonyítható a jogsértés és az eljárás további szakaszában sem várható újabb bizonyíték előkerülése vagy törvénybe ütköző magatartás hiánya állapítható meg, akkor a versenytanács tárgyalás kitűzése nélkül is dönthet az eljárás megszüntetéséről. Jelen eljárásban a versenytanács indokoltnak látta alkalmazni e fordulatot.

49. A versenytanács érdemi határozata elleni jogorvoslati lehetőség a Tpv. 83. §-án alapul.

Budapest, 2010. január 13.

dr. Szakadát László sk.  
versenytanács tag

dr. Szántó Tibor sk.  
versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
versenytanács tag