



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

1245 Budapest, Pf. 1036.

Telefon: 472-8864 Fax: 472-8860

VJ-127/2005/19.

AM/339/2006.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa **Mazda Motor Hungary Kft.** (Budapest.) ellen gazdasági erőfölénnyel való visszaélés miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban, tárgyaláson kívül, meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

E határozat felülvizsgálata a kézhezvételtől számított harminc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácshoz benyújtandó keresettel kérhető.

Indokolás

I.

Az eljárás indítása

1. Az eljárás indítására azért került sor, mert a Fővárosi Bíróság másodfokon helyt adott az ügy előzményét képező bejelentés ügyében jogorvoslattal élő bejelentő kérelmének. A bírósági végzés szerint érdemben kell megvizsgálni azt, hogy az eljárás alá vont vállalkozás visszaélt-e gazdasági erőfölényével 2004-ben azáltal, hogy felmondta a márkakereskedői szerződéseit, majd ezt követően egyes korábbi márkakereskedővel nem kötött újra szerződést.
2. A fenti magatartás megvalósíthatja a szerződéskötéstől való indokolatlan elzárkózás, illetve hátrányos megkülönböztetés tényállását, amely a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpvt.) 21. §-ába ütközhet. Erre tekintettel a GVH 2005. augusztus 3-án versenyfelügyeleti eljárást indított a Mazda Motor Hungary (a továbbiakban: Mazda) Kft-vel szemben.
3. Az eljárás folyamán a tagállamok közötti kereskedelem érintettsége nem került megállapításra.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

4. Az eljárás alá vont vállalkozás a Mazda Ausztria GmbH 100 százalékos tulajdonában van. 1992-től az új Mazda gépjárművek kizárólagos importőre Magyarországon. Tevékenységi körébe tartozóan foglalkozik a Mazda márkájú személy- és haszongépjárművek, valamint alkatrészek kereskedelme is.
5. Termékeit a vizsgált időszakban márkakereskedői hálózatán keresztül forgalmazta, az egyes márkakereskedőkkel külön-külön megkötött, tartalmilag azonos szerződések alapján. A Mazda márkakereskedői és szervízhálózatának 2004. október 31-én 24 tagja, két márkakereskedőnek egynél több telephelye volt. A márkakereskedők e szerződések keretében az abban meghatározott földrajzi területen, kizárólagosságot nem tartalmazó módon, a Mazda Kft. megbízása alapján hoztak forgalomban új Mazda gépjárműveket, alkatrészeket és tartozékokat, illetve láttak el garanciális és garancián túli javítási és karbantartási munkákat.

III.

A kifogásolt magatartás

6. A kifogásolt magatartás előzményeként a gépjárművek forgalmazási és szervíz-megállapodásaira vonatkozó versenyjogi szabályozás megváltozott. A változás oka az 1400/2002. EK (a továbbiakban: csoportmentességi) rendelet, amely 2002. október 1-

től 2010. május 31-ig hatályos. A hatálybalépéskor élő megállapodások módosítására az érintettek 2004. november 1-ig hat hónapos átállási lehetőséget kaptak.

7. A csoportmentességi rendelet nyújtotta lehetőséggel élni akaró autógyártók választhatnak, hogy szelektív vagy kizárólagos forgalmazási rendszerben szervezik meg a hálózataikat, a kettő kombinációja azonban nem alkalmazható. Az új szabályozás – egyebek mellett – azt is lehetővé teszi, hogy a hálózat viszonteladói egyszerre több márkát is forgalmazzanak márkaszerviz tevékenység nélkül is. Az autógyártók a minőségi szelektív rendszerben nem korlátozhatják a hivatalos márkaszervizek számát, és nem tilthatják meg nekik, hogy más forrásból is beszerezhessenek alkatrészeket.

8. A Mazda Kft. 2004. április 14-én, illetve július 21-én országos márkakereskedői találkozókra ismertette az új csoportmentességi rendelet alkalmazására történő felkészülés menetrendjét. Ennek megfelelően közölte, hogy felmondja a korábbi határozatlan idejű szerződéseit, mivel azok nem feleltek meg a csoportmentességi rendeletben foglalt követelményeknek. Kihirdette, hogy a 2004. május 1. után forgalmazói megállapodásokat csak e követelményeknek megfelelően szándékozik kötni. A még hatályos szerződések 2004. november 1-ig alkalmazhatók, amelyek többsége nem felel meg mindenben e követelményeknek.

9. Az eljárás alá vont által ismertetett menetrend szerint 2004. július végén minden márkakereskedői szerződés – 2004. október 31-i hatállyal – felmondásra került. A fent említett találkozókra elhangzott, hogy ha valamelyik márkakereskedőnél problémát tapasztal, akkor azt két héten belül jelzi. A rendeletnek alapján kialakított feltételeknek megfelelő kereskedőkkel október végéig kötik meg az új szerződéseket.

10. A Mazda Kft. az új szerződéseket – a megállapodásban rögzített alapkövetelmények teljesítésének auditálását követően – kötötte meg, általában a korábbi márkakereskedőivel. Nyilatkozata szerint, ha valamely korábbi márkakereskedő nem felelt meg ezen alapkövetelményeknek, és az adott városban nem volt másik olyan jelentkező, amely az elvárásoknak megfelelt volna, akkor a korábbi márkakereskedőjével csak azzal a feltétellel kötött forgalmazói megállapodást, hogy az a hiányosságokat rövid határidőn belül pótolja.

11. A Mazda Kft. négy volt márkakereskedőjével nem kötött új szerződést. A zalaegerszegi BO-NIS Kft-vel azért, mert az végelszámolás alatt állt. A Budapest, XIII. kerületi Mazda Profi Bt-vel és a gyöngyösi Autóker Balázs Kft-vel üzleti megfontolások alapján, a győri Autó-Zoom Kft-vel pedig azért, mert az utóbbi nem teljesítette az alapkövetelményeket és Győrben volt olyan jelentkező (a Nippon Kft.), amely viszont ezeknek megfelelt. Az Autó-Zoom szerint az eljárás alá vont a felmondási idő alatt nem jelzett neki problémát, még 2004. októberében is visszaigazolta a megrendeléseit, és csak október 13-án közölte vele, hogy az adott – győri – földrajzi területen a továbbiakban más, tőkeerősebb vállalkozással kíván szerződést kötni. Az Autó-Zoom Kft. jelenleg használtautó-kereskedéssel és autójavítással foglalkozik.

IV.

A vizsgálat megállapításai

12. A márkakereskedői szerződések tárgya a Mazda márkájú gépkocsik, alkatrészek és tartozékok forgalmazási, és a velük kapcsolatos ügyfélszolgálati feladatok, beleértve a garanciális, garancia időn túli javítási, karbantartási szolgáltatások végzését is. Az új gépjárművek (személy-, hasznjárművek) forgalmazásán kívül a szerződésbe bevonták az alkatrész-forgalmazást, és szervizszolgáltatást is. A szerződéskötés feltétele a megfelelő telephely, raktár, bemutatóterem, szervizműhely, és egyéb eszköz kialakítása, illetve megléte, amelyek alkalmasak nemcsak a Mazda márka, hanem bármely más egyéb autómárka szerződéses értékesítésére is.

13. Az eljárásban érintett termékpiacnak a gépjármű-kereskedelmi piac tekinthető. A keresleti helyettesíthetőség szintjén ezt az is alátámasztja, hogy a szakmában szokásosan a szerződéses forgalmazók több márka együttes forgalmazását is ellátták, és jelenleg is ellátják.

14. Az érintett piac meghatározásával összefüggésben megállapítható, hogy a vizsgált szerződések az áruforgalmazás egymást követő szintjei között jöttek létre: a Mazda Kft., mint viszonteladó nagykereskedő, és a márkakereskedők, mint kiskereskedők között, ezért a vertikális jellegű megállapodásnak minősülnek.

15. A Mazda Kft. márkakereskedői révén az ország egész területét lefedi, és ugyanez jellemzi a többi gépjármű forgalmazót is. Ezért érintett földrajzi piacnak (Tpv. 14. § (3) bekezdés) Magyarország egész területe tekinthető.

16. A Versenytanács kialakult gyakorlata alapján a felhasználás célja szempontjából a Tpv. 14. § (2) bekezdésben foglalt szempontokat figyelembe véve a gépjárművek piacán két nagy piac a személygépjárművek, és a hasznagépjárművek piaca különíthető el.

17. A gépjárművek piacának ilyen szegmentálása összhangban áll az Európai Közösségek Bizottsága által alkalmazott piac meghatározásával (Ford/Mazda ügy IV/M741, Mazda Motor Corporation /MCL ügy IV/M. 2514, Inchape / IEM IV/M. 182, Toyota Motor Corporation / Toyota GB (IV/M. 2120), valamint a Versenytanács korábbi határozataival (Vj-59/1999; Vj-101/1999, Vj-108/2000 Vj-146/2003. Mazda összefonódás).

18. A személygépjárművek legáltalánosabb értelemben emberek közúton történő szállítására, helyváltoztatására szolgálnak. A hasznagépjárművek ezzel szemben teherszállításra szolgálnak, amiből adódóan nélkülözik a személygépkocsik általános felszereltségét és komfortját.

19. A vizsgálat, a Bizottság gyakorlata alapján, az alábbiak szerint kategorizálta a személygépkocsikat:

A: miniautók (pl. Smart);

B: kisautók (pl. FIAT Punto);

C: alsóközép/közepes gépkocsik (pl. VW Golf);

D: felsőközép/nagy gépkocsik (pl. Volvo S-70);

E: nagyautók/felsővezetői gépkocsik (pl. Audi A6);

F: luxusgépkocsik (pl. Mercedes Class S);

S: sportkocsik (pl. Ferrari);

M: többcélú gépkocsik: (vagy MPV: multi purpose vehicle MPV-VAN, pl. Renault Escape);

J: sport haszonjármű/sport terepjárók (négykerék-meghajtással, pl. Suzuki Vitara).

20. A személygépjárműveken belül a fentieknek megfelelő egyes kategóriák besorolása az autó mérete, motorjának mérete, teljesítménye, karosszéria felépítése, és ára alapján a nemzetközi és a hazai gyakorlatban egyaránt az alábbiakban részletezettek alapján történt. (Megjegyezve, hogy az egyes kategóriák közötti határok a technikai fejlődés következtében egyre inkább elmosódnak.)

- mini (városi forgalomra szolgáló kisméretű, alacsony üzemanyag fogyasztású);
- kisautó (alapvetően városi jellege mellett, hosszabb utakra is kényelmesen használható);
- alsóközép (átmenetet képez a kisautó és a nagyobb személygépkocsik között, már kiválóan alkalmas családi autónak is);
- közép (különösebb gond nélkül rendeltetésszerűen alkalmasak öt személy kényelmes és hosszú utazására);
- nagyautók (alapvetően luxus célokat szolgálnak);
- sport (tipikusan kétajtós modellek, amelyeknél az esztétikai követelmények dominálnak);
- egyterűek (három sorban hét ember elhelyezésére szolgálnak, vagy öt ember elhelyezése esetén nagy rakteret biztosítanak);
- terepjárók (alapvetően közúti forgalomra készülnek, de korlátozottan terepjáró kapacitással és képességgel is rendelkeznek).

21. A fentiekhez hasonló piacmeghatározást alkalmazta a GVH a Mazda Motor Corporation (MMC) összefonódás engedélyezése iránti kérelmére indult Vj-57/2002. sz. versenyfelügyeleti eljárásban is.

22. A különböző kategóriákba tartozó személygépkocsik egymással felcserélhetők a fogyasztók számára. Az egyes kategóriák között ugyanis jelentős átfedések lehetnek. Ár alapján összehasonlítva a kategóriákat, amennyiben egy autó alapfelszereltségének ára alapján pl. „A” kategóriásnak minősül, extrákkal felszerelve már ugyanolyan árban és minőségben lehet, mint egy másik márka „C” kategóriás alapmodellje. A személygépkocsi gyártással foglalkozó vállalkozások – miként a Ford és a Mazda is – általában valamennyi kategória gyártásával foglalkoznak, és többségükben jelen vannak nem csak a nemzetközi-, hanem a magyar piacon is.

23. A kishaszon-gépjárművek 5-6 személy szállítására alkalmas alapvetően teherszállításra szolgáló járművek, amelyből adódóan nélkülözik a személygépkocsik általános felszereltségét és komfortját, ezen a részpiacon a Mazda nincs jelen. A

személy-, és kis-haszonjárművek piacán 2004-ben összesen 39 márka képviseltette magát.

24. A haszongépjárművek szakmában szokásos megkülönböztetése a tengelyterhelés alapján történik: két nagy csoport különíthető el, a 3,5 tonna alattiak és a 3,5 tonna felettiak, melyek szintén a tengelyterhelés alapján bonthatók tovább.¹ A Mazda a 2,5-3,5 tonnás részpiacon van jelen a B szériával (összesen 678 db), piaci részaránya 4,2 %. Ugyanezen adatokat veszi figyelembe a 3,5 tonnás részpiacon is, ahol 2,9 % piaci részarányt mutatnak az adatok.

25. A márkakereskedői szerződés kiterjed a Mazda márkájú alkatrészek forgalmazására is. Az alkatrészek piacán a márkaspecifikus (nem helyettesíthető), és a nem márkaspecifikus (helyettesíthető) alkatrészek vannak jelen. A márkaspecifikus alkatrészek lehetnek eredeti gyári új, és ún. azonos minőségűek. A hivatalos Mazda márkaszervizek a garanciális javításokhoz és a visszahívási akciók során kizárólag a Mazda Kft. által szállított eredeti gyári alkatrészeket használhatják. Ebben a tekintetben a Mazda Kft. által szállított eredeti gyári alkatrészeknek nincs helyettesítője.

26. A karbantartáshoz, és az egyéb, garancián kívül eső javításhoz a márkaszervizek belátásuk szerint használhatják a gépjárművek összeszereléséhez használt elemekkel azonos minőségű alkatrészeket, és az ugyanolyan minőségű pótalkatrészeket is. A karbantartáshoz és az egyéb, garancián kívül eső javításhoz használható alkatrészek felhasználási cél, minőség, és ár tekintetében helyettesítői a Mazda Kft. által szállított, eredeti gyári alkatrészeknek. Információi szerint a rendszeres karbantartáshoz szükséges nem gyári alkatrészek (szűrők, ékszíjak, ablaktörlők, stb.) kaphatók kereskedelmi forgalomban. Ezekről azonban nincs bővebb információ, mivel a Mazda Kft. kizárólag a Mazda Motor Europe GmbH által - az európai és egyéb gyártóktól - beszerzésre kerülő és a Mazda által jóváhagyott (minőségű) alkatrészeket forgalmaz a márkaszervizek részére.

27. Az eredeti gyári alkatrészek forgalmazását világszerte elsősorban a hivatalos Mazda márkaszervizek végzik, akik azt beszerezhetik a MMC-től, vagy bármely más ország Mazda márkaszervizétől, vagy bármely más egyéb alkatrészforrásból. Az új szabályozás értelmében az autógyarak nem határozhatják meg a felhasználható alkatrészek beszerzési lehetőségét és annak minőségét. A Mazda Kft. nyilatkozata szerint a magyarországi alkatrészpiacon a Mazda eredeti gyári alkatrészek nagy részét a hivatalos Mazda márkaszervizeken keresztül forgalmazzák.

28. A korábbi rendelettel ellentétben – amely nem engedte meg a márkakereskedői, és márkaszerviz feladatok közötti választási lehetőséget – az új csoportmentességi rendelet kifejezetten lehetőséget ad a márkakereskedelem és a márkaszerviz tevékenység vertikális szeparációjára, elkülönült végzésére is. Ennek megfelelően a Mazda Kft. 2004. november 1-i hatállyal külön köt márkakereskedői, és szerviz-megállapodásokat hálózata tagjaival.

¹ Az egyes csoportokba tartozó összes, illetve ezen belül a Mazda gyártmányú haszongépjárművek forgalmazott darabszámát az MGE 2004. évre vonatkozó kimutatásai alapján az 13/1/17-19. sz. irat tartalmazza.

29. Az értékesítési és a szervizszolgáltatási tevékenység szétválaszthatósága lehetővé teszi, hogy az eddig független javítóműhelyek is hivatalos javítóműhelyekké válhassanak.

30. A Mazda hivatalos szerviz hálózatához való tartozásnak szigorú feltételei vannak. Az ennek elnyeréséhez szükséges technológiát, gépeket, szakismeretet azonban az autógyáraknak/márkaimportőröknek biztosítani kell a saját hálózaton kívüli szervizek számára is. A továbbiakban nem korlátozható az ilyen feljogosított szervizek száma, és nem tiltható meg nekik, hogy más márkák autóit is szervizeljék, javítsák.

31. A szerződéses javítóműhelyek számára nincs mennyiségi szelekció, így a gyártóknak/márkaimportőröknek bárkit el kell fogadni, aki teljesíti a szerződéses javítóműhelyek részére felállított minőségi követelményeket. Ez előnyös lehet olyan volt szerződéses márkakereskedők számára, akiknek a forgalmazói hálózat újrastrukturálásánál felmondtak, de továbbra is az adott márka szerződéses javítói szeretnének lenni.

32. A csoportmentességi rendelet alapján az autógyártók nem korlátozhatják a hivatalos szervizek számát, és nem tilthatják meg a hivatalos szervizeknek sem, hogy a független szervizeket eredeti és után-gyártott alkatrészsel ellássák, vagy hogy egyéb más forrásból is szerezzenek be alkatrészt. Ez azonban nem vonatkozik a garanciális javításokra és visszahívási akciókra.

33. A Mazda márkakereskedői megállapodása szerint a márkakereskedő az alább felsorolt járművet jogosult beszerezni, és értékesíteni a MAZDA Kft.-től:

Mazda 2 modellsorozat

Mazda 3 modellsorozat

Mazda Premacy modellsorozat

Mazda 6 modellsorozat

Mazda MPV modellsorozat

Mazda Tribute modellsorozat

Mazda MX-5 modellsorozat

Mazda RX-8 modellsorozat

Mazda B2500 modellsorozat

34. A Mazda Kft. az alábbi módon sorolja a modelljeit a szakmában szokásos módon, mely megegyezik az MGE által alkalmazott besorolással:

Mazda2 B **kisautó** – olyan kisméretű személygépkocsi, amely alapvetően városi jellegű, ugyanakkor hosszabb utakra is kényelmesen használható, motorja takarékos;

Mazda3 C **alsóközép** – olyan közepes méretű személygépkocsi, amely karosszéria, motorméret és felszereltség tekintetében nagyobb, mint a Mazda2, ugyanakkor nem éri el a következő modellnek, a Mazda6-nak a méretét;

Mazda6 D **felső-közép** – olyan elegáns, de egyben sportos személygépkocsi, amely magas szintű felszereltsége,

karosszériamérete, motorteljesítménye alapján 5 személy kényelmes és hosszú utaztatására alkalmas;

MX-5, RX-8 **sport** áramvonalas, esztétikus, nagy teljesítményű motorral felszerelt kétajtós modellek;

Mazda5 (korábban Premacy) **C - egyterű** nagy, családi autók, amelyekben, 3 sorban 7 ember helyezhető el; a hátsó ülésor felhajtása esetén nagy raktér nyerhető.

35. A MAZDA Kft. nyilatkozata szerint Mazda márkájú személygépkocsikat, és kis-haszonjárműveket forgalmaz a B, C, D, S, C (egyterű), 4*4, D (egyterű), H2 kategóriába tartozó autókból az alábbi bontás szerint. Saját adatai alapján a következő piaci részesedéseket érte el az adott kategóriában (7. sz. irat).

	Típus	piaci részaránya
• B (kiskocsi)	Mazda2	0,2%
• C (alsóközép)	Mazda 323	0 %
	Mazda3	0,9%
• C-egyterű	Mazda Premacy	0,1%
• D	Mazda 6	8,9%
• D-egyterű	Mazda MPV	21,0%
• Sport	MX5	1,7%
	RX-8	19,5%
• 4*4	Tribute	1,1%
• H2 (3,5tonna haszonjármű) ²	B széria	678 db 2,9%

36. A személygépkocsi kategórián belül a D-egyterű szegmensben 2004-ben 15 autómárka 19 típusa közül a Mazda MPV-nek volt a legnagyobb piaci részaránya az alábbi táblázat adatai alapján:

D-egyterű szegmens

Márka	Típus	Értékesített db szám	részaránya (%)
Chrysler	Grand Voyager	12	1,2
Citroen	C8	35	3,6
Lancia	Phedra	1	0,1
Fiat	Dubló Panorama	158	16,4

² Az MGE kimutatásban ugyanezek az adatok a 2,5-3,5 tonna közötti haszonjármű-kategóriában is szerepelnek

	Ulisse	19	2,0
Ford	Galaxy	38	4,0
Hyundai	Trayet	11	1,1
KIA	Carnival	16	1,7
<i>Mazda</i>	MPV	202	21,0
Mercedes	V-Klassee	4	0,4
Mercedes	Viano	107	11,1
Mercedes	Vaneo	9	0,9
Mitsubishi	Grandis	27	2,8
Peugeot	807	45	4,7
Renault	Espace	92	9,6
Renault	Vel Satis	11	1,1
Seat	Alhambra	65	6,8
Toyota	Previa	0	0
VW	Sharan	109	11,3
Összesen		961	100,0

Sportautó szegmens

37. A 2004. évi értékesítési adatok alapján megállapítható, hogy a személygépkocsi kategórián belül a sportautó szegmensben 20 márka 36 típusa közül a Mazda RX-8-nak van a második legnagyobb piaci részaránya 19,5%-al.

Márka	Típus	Értékesített db szám	részaránya (%)
Suzuki	Ignis Sport 1,5	229	21,8
Mazda	RX-8	205	19,5
Mazda	MX-8	18	1,7
Renault	Megane Coupe	186	17,7
Egyéb	
Összesen		1049	100,0

38. Az MGE a személygépkocsikat jellemző főbb paramétereik (pl.: lóerő, karosszériaméret, ár) alapján sorolja különböző csoportokba. Az egyes csoportokba tartozó összes, illetve ezen belül Mazda gyártmányú személygépkocsik forgalmazott

darabszámát – az MGE 2004. évre vonatkozó kimutatásai alapján – az alábbi táblázat foglalja össze.

Kategória	A kategóriában forgalmazott db szám	<i>M a z d a</i> <i>db</i> <i>száma</i>	Mazda <i>részaránya</i> (%)
A „mini”	9.043-	-	-
B”kisautó”	109.107	226	0,2
C„alsóközép”	59.706	568	0,9
CE „egyterű”	10.226	9	0,1
D”közép”	13.398	1186	8,9
DE „egyterű”	961	202	21,0
E”nagyautó”	1482-	-	-
P„Premium”	163-	-	-
PT”prémium terepjárók”	887	-	-
Kh5-6 személyes kishaszonármű”	4	-	
S”sport”	1.049	223	21,2
T”terepjáró”	680	-	-
4*4	1.338	15	1,1
Személygépkocsi összesen	208.044	2.429	1,2
H1	7.321	-	-
H2	16.277	678	2,9
Összesen	230 589	3107	1,3

39. Az új gépjárművek piacán a hazai gyártású és összeszerelésű gépjárművek mellett a világon gyártott szinte valamennyi márka jelen van. 2004-ben 25 egymástól független vállalkozás-csoport forgalmazott személygépkocsikat Magyarországon, és az általuk értékesített személygépkocsi darabszáma 208044 darab volt. Az összforgalomból a Mazda márka 2429 darabbal képviseltette magát, így piaci részaránya 1,2 % volt. A Mazda hálózat által eladott gépkocsi-modellek piaci részaránya minden szegmensben – kivéve a D-egyterű (Mazda MPV (21 %), és a Sport (RX-8 (19,5 %) - jóval 10% alatt volt 2004-ben.

40. A 2004-ben értékesített autók 37 különböző márkát képviseltek, melyek közül a négy legnagyobb piaci részarányt elért márka a Suzuki (16,3 %), az Opel (11,6 %), a Renault (9,3 %), és a VW (7,5 %) típusú autók voltak.

41. A Mazda személygépkocsi és terepjáró új autó értékesítési piaci részaránya 2004-ben 1,2 % volt (7.sz. irat). Ezen belül az egyes kategóriáknak megfelelő bontásban a fentieknek megfelelően eltérő a piaci részaránya.

42. A piacot erős túlkínálat jellemzi, a forgalmazók között éles verseny folyik a fogyasztók megszerzéséért.

43. A Mazda Kft. új személy- és haszongépjármű piacon kialakult piaci részesedése az elmúlt három év során 1 százalék körül alakult. Ez a piaci részesedés a piac valamennyi egyéb lényeges körülményére való tekintet nélkül kizárja a gazdasági erőfölényt, illetve kialakulásának lehetőségét. Ugyanez lenne megállapítható abban az esetben is, ha csak a sportautó, és a D-egyterű autók piacát tekintenénk érintett piacnak, hiszen 20 százalék körüli piaci részesedés is hasonlóképpen a gazdasági erőfölényt kizáróan alacsony. Még saját szűkebb működési területén, a személygépjármű piacon belül a sportautó, és a D-egyterű szegmensben is éles versenyhelyzetben van. Magatartását nem képes a versenytársaktól, a vevőktől és a fogyasztóktól függetleníteni
44. Az alkatrészpiacon belül a Mazda az eredeti gyári márkaszpecifikus alkatrészek piacán erőfölényben van. Tekintettel azonban arra, hogy az új szabályozás feljogosítja az alkatrész beszállítókat, hogy márkajelüket az autógyártó márkajele mellett a gyártott termékükön feltüntessék, és termékeiket a saját nevük alatti üzletekben vagy a javítói hálózat számára értékesítsék, ez lehetőséget biztosít arra, hogy az alkatrész piaci verseny dinamikusabbá váljon. A bejelentő nem tett panaszt a Mazda alkatrész igények gyártó illetve forgalmazó általi elutasítására, s a vizsgálat sem tárt fel olyan tényeket, amely alapján az erőfölénnyel való visszaélés ezen a piacon valószínűsíthető lenne.
45. A szervizszolgáltatási piacon a Bizottság becslése alapján a márkaszerviz hálózat piaci részaránya 30 % fölött van. A gépjárművek garanciális időn túli javítási piacon éles verseny van. A független autójavítók számára is biztosított – a márkaszervizekkel azonosan – a javításhoz szükséges technikai információkhoz, felszereltséghez, eszközökhöz való hozzáférés. Az éles versenyben nem valószínűsíthető a Mazda Kft. piaci magatartását a versenytársaira való tekintet nélkül alakíthatná.
46. A fentiek alapján összefoglalóan megállapítható, hogy a Mazda Kft. a vizsgált márkakereskedői szerződése által érintett piacon nincs erőfölényben, illetve erőfölény megléte esetén sem tárt fel a vizsgálat visszaélészerű magatartást.
47. Megállapítható, hogy a MAZDA Kft. és szerződéses partnerei között határozatlan időtartamra szóló megállapodás alapvető követelményeinek - a 2003. évitől különböző - megváltoztatása, és az új paramétereket nem teljesítő vállalkozásokkal szembeni szerződéseik felmondása nem a MAZDA Kft. erőfölényes pozíciójából fakadt.
48. A Tptv. 22.§ (2) a.) pontja alapján az érintett piacra való belépés és az onnan történő kilépés költség, és kockázati tényezőit is megvizsgálva a következők állapíthatók meg.
49. Az új gépjárművek kereskedelmének érintett piacára való belépés költségeit azok a márkaszpecifikus beruházási költségek adják, amelyek a hasonló típusú szerződésnél az egységes arculatépítéssel járnak. A Mazda márká image-t a többi márkához hasonlítva megállapítható, hogy a Mazda egyike azoknak a márkáknak, amelyek a legkevesebb beruházási igényt várják el a márkakereskedőiktől.
50. A meglévő márkakereskedői létesítmények - telephely, bemutatóterem, stb.- más új autó márkakereskedői piacra való átállása esetén felmerülő váltási költségei nem minősíthetők nagyoknak, amelyre a jogi lehetőséget a csoportmentességi rendelet a többes kereskedések (több márká együttes kereskedelme) piacra lépésével is biztosítja.
51. Az érintett - új autó forgalmazási - piacról való kilépés és a használtautó piacra való áttérési költség alacsony.

52. A fentiek alapján megállapítható, hogy nincs olyan specialitása az új autó kiskereskedelmi piacnak, amivel a piac szereplői kiszolgáltatott, aránytalan hátrányos helyzetben lennének.
53. A márkaszerviz piacra való belépés költsége a márkacspecifikus szerszámok beszerzése, és a speciális márkajavítással járó szaktudás megszerzése, amely a használtautó javítási piacra való átállás esetén sem vész el.
54. A Mazda Kft. a márkakereskedői szerződéskötés idején sem volt erőfölényes piaci helyzetben, és piaci helyzete lényegében azóta sem változott.
55. A fentiek alapján a vizsgáló az eljárás megszüntetését indítványozta

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

56. A Mazda a Premacy a C-egyterű kategóriába tartozott, illetve az MPV a D-egyterű kategória része volt, és mindkét gépjármű az egyterűek közé tartozik. A szakmában szokásos besorolás a gépjárműgyártók által alkalmazott besorolás, amely adott gyártótól függően bizonyos eltéréseket is tartalmazhat.
57. A Mazda Kft. az egyterűeket C-egyterűek (Mazda5; Premacy) és D-egyterűek (MPV) kategóriába sorolta. Ez a besorolás az adott Mazda modell nagyságára és felszereltségére utal (így a Mazda5 nagysága és felszereltsége megfelel a C kategóriába sorolt modellek felszereltségének). Ugyanakkor az MGE is ismeri és használja ezeket a kategóriákat (C Space Wagon és D Space Wagon), amely lényegében az egyterűeket nagyság és felszereltség tekintetében két csoportra bontja.
58. A H2 kategóriába sorolható haszongépjárművek is többfélék lehetnek (pl. platós vagy plató nélküli), amely kategórián belül a Mazda Kft. csak pickupjával van jelen (B2500), ezért a Mazda Kft. saját értékelésének megfelelően csak azokat a különben H2 szegmensbe tartozó modelleket veszi figyelembe értékelése elkészítésénél, amelyek ugyancsak pickupok.
59. A Mazda 5 nem a C szegmensbe, hanem a C-egyterű szegmensbe sorolható.
60. A Mazda3 és Mazda5 modellek hasonló szintű felszereltségük, valamint közös elemeik alapján a C szegmens szintjének felelnek meg. Ilyen közös elem például a két modellben az, hogy közös padlólemezre épülnek, de más technikai elem is közös bennük. (A korábban gyártott Premacy is a Mazda 323 alapjaira épült).
61. A Premacy a Mazda5 elődje; tekintettel arra, hogy mindkét modell egyterű, több sorban elhelyezett ülésel és/vagy raktérrel rendelkezik, így felépítésük, kialakításuk, méretük alapján az egyterűek közé tartoznak.
62. A H1 kategóriába tartozó haszongépjárművek össztömege nem haladja meg a 2,5 tonnát. Általában adott (B vagy C kategóriás) személygépkocsi modellek alvázára épülnek (pl. Opel Corsa – Opel Corsa Van).
63. A H2 szegmensbe tartozó haszongépjárművek össztömege 2,5 és 3,5 tonna között van. Ezek felépítése, szerkezete, tulajdonságai már lényegesen eltérnek adott gyártó más modelljeinek a felépítésétől.

64. A B széria a Mazda B-sorozatát jelenti és lényegében a korábbi és a 2004-es B2500-as modell sorolható ide.
65. A B széria, amennyiben az MGE besorolását nézzük, a H2 szegmens része. A H2 szegmens tehát az a tágabb kategória, amelyből a Mazda Kft. kiragadta a következő pickup modelleket (B2500; Nissan Pick Up; Ford Ranger; Toyota Hilux; Mitsubishi Pajero Pick Up) és létrehozta saját pickup kategóriáját, hogy az nem az MGE táblázata, hanem egy az MGE adatai alapján a Mazda Kft. által készített táblázat).
66. Maga a *pickup truck* kifejezés illetve kategória lényegében egy fülkével – amelynek felszereltsége megközelíti egy személyautó felszereltségét és kényelmi szintjét - és platóval is rendelkező terepjáró képességgel bíró hobbi kishaszon-gépjárművet vagy teherautót takar, amely eredetileg az Egyesült Államokban vált divattá, és amely egyre kedveltebb Európában és Magyarországon is.
67. A gépjárműmodellek többféle standard vagy előírás szerint osztályozhatók. A különböző kategóriákat a gépjárműgyártók alakították ki, elsősorban a fogyasztói igények alapján. Ezeket a kategóriákat alkalmazza az Európai Bizottság is a határozataiban, illetve az új gépjárművek árát összehasonlító, félévente kiadott EU Bizottsági jelentésben. Tekintettel azonban arra, hogy minden gyártó maga sorolja be gépjárműveit, ezért bizonyos tekintetben eltérnek a besorolási szempontok (IV/M.741 - FORD / MAZDA számú ügyet ("Ford Ügy"), vagy a BMW Ügyet.) Sőt, bár az eltérések nem nagyok, de a Bizottság is időnként enyhén eltérő kategóriákat alkalmaz. (Lásd a BMW Ügyet és a 'IV/M.1204 - DAIMLER - BENZ / CHRYSLER' számú ügyet, ("Daimler-Benz Ügy")); ugyanakkor a Bizottság által az összefonódások során alkalmazott besorolás is bizonyos tekintetben eltér az áráról szóló féléves jelentésében alkalmazott kategóriáktól (ebben az S és M kategória összevontan G szegmens, J kategória pedig nincs). Annak eldöntése, hogy mennyire egységes ez a piac, hogy azon belül az egyes gépjármű-kategóriák, vagy azoknak egy része árupiacnak minősül-e, a jelen vizsgálat szempontjából irreleváns.
68. Előfordulhat olyan eset is hogy, adott gyártó azonos modelljét egyik országban más kategóriába sorolják, mint a másokban. Arra is van példa, hogy a Magyar Gépjárműimportőrök Egyesülete ("MGE"), a gyártók, illetve a Bizottság is új, eltérő kategóriákat alkalmaznak. Így pl. a Bizottság M kategóriát használ a többcélú - multi purpose - gépjárművekre, a GVH határozataiban a Versenytanács az egyterűek kategóriáját használja, míg az MGE a C-egyterű, vagy a D-egyterű kategória megnevezést alkalmazza. De az is előfordul, hogy egyes modelleket más kategóriába sorolnak pl. a Suzuki Ignis-t a Bizottság C, míg az MGE B kategóriába sorolja.
69. A fentiek alapján egyértelmű, hogy a gyártók, a Bizottság, a különböző versenyhatóságok és szakmai szervezetek által alkalmazott csoportosítások eltérhetnek egymástól.
70. A GVH korábbi vizsgálataiban megkülönböztetett kategóriák szinte teljes egészében megegyeznek a Bizottság által alkalmazott kategóriákkal. Lásd a Vj-57/2005. sz. ügyben a személygépkocsik kategorizálását így vezeti be: "A személygépjárműveken belül az ár- és minőségbeli eltérésekre is tekintettel a nemzetközi és a hazai gyakorlatban is egyaránt az alábbi kategóriákat különböztetik meg...".
71. A Bizottság a gépjárművekkel kapcsolatos döntéseiben kiemelte, hogy a különböző kategóriák közötti határok egyre inkább elmosódnak. Erre példaként hozható fel, hogy

az A vagy B kategóriába sorolt autók is rendelkeznek, vagy rendelhetők olyan felszereltséggel, amely korábban a felső kategóriás autókra volt jellemző (pl. ABS, légszák, központi zár, klíma, stb.).

72. A személygépkocsik felszereltségét ugyanis lényegében a fogyasztók alakítják ki a gyártók által meghatározott kereteken belül (pl. adott modell általában többféle hengerűrtartalmú motorral és felszereléssel rendelhető).

73. Az Auto-Zoom Kft. jogi képviselője által 2005. október 4-i beadványához becsatolt melléklet szerint (5. pont), amelyben a Mazda Kft. értékelte márkakereskedőinek 2004. első félévi eredményeit, a sportautók szegmensében összesen 115 db RX-8-at adtak el.

74. Az MGE táblázata a sportautók szegmense tekintetében a vonatkozó időszakra ugyanezt az értékesítési adatot tartalmazza. Ugyanakkor, míg az MGE táblázata szerint 2004. első félévében ez az eladás csupán 24,3 %-os részesedést³ jelentett a szegmensen belül, addig a Mazda Kft. a fenti tájékoztatón 49 %-os piaci részesedésről beszélt. Az eltérés oka az, hogy a Mazda Kft. a saját értékelésre történő szegmentálása során az egyes versenytársak bizonyos modelljeit, amelyek a szegmens alsó és felső részén helyezkednek el (így például a Suzuki Ignis Sportot, a Renault Megan Coupe-t, illetve a Porsche Cayenne-t) a számítások elvégzése során nem vette figyelembe, így eltérő értékesítési adatok alapján számolta ki a Mazda modellek részesedését, mint az MGE.

75. A fenti, 49 %-os piaci részesedés tehát nem a teljes sportautó szegmensben elért részesedést jelentette, hanem a Mazda Kft. saját értékelése során az általa kialakított sportautó kategóriában elért részesedést.⁴ Az RX-8 2004. első felében rendkívül friss modellnek számított, ezért nagyon keresett volt (divatos autóvá vált). Szemben azonban a 2004. első felében eladott 115 db-val, 2005. első felében csupán 31 db RX-8-at értékesítettek.

76. Ugyanez a helyzet a Mazda Kft. által felállított pickup (al)szegmens tekintetében is: ez az (al)szegmens lényegében úgy jött létre, hogy a Mazda Kft. a H2 szegmensből bizonyos modelleket kivett, és a pickup alkategóriába sorolta azokat. Amennyiben következő alap segítségével számítjuk ki a B2500 részesedését, úgy ahogy azt a márkakereskedői tájékoztatás is tartalmazza, valóban 25 % körüli (B2500: 339; Nissan Pick Up: 228; Ford Ranger: 82; Toyota Hilux: 261; Mitsubishi Pajero Pick Up: 228 – ezek az adatok az MGE statisztikájából származnak), sőt annál magasabb is. A H2 szegmensben azonban a B2500 2004.-ben elért részesedése az MGE statisztikája alapján 4,2 % volt.

77. Végül, az MPV 21 %-os részesedése is csak látszólag ilyen magas. Az MGE statisztikájában a D Space Wagon szegmens jelenti ebben az esetben az MPV szegmenst.

78. A Mazda Kft. az MGE adataival egyezően, ahogy a márkakereskedői tájékoztató elhangzott, 82 db MPV-t értékesített, amely valóban 21 %-os részesedést jelentene. Ha azonban ehhez hozzászámolnánk más egyterűeket is (C-egyterűek), ez a részesedés is

³ Tekintettel arra, hogy a sportkocsi szegmensben a Mazda Kft. az RX-8 és MX 5 által is jelen van, így az RX-8 22%-os részesedéséhez hozzáadtuk az MX 5 2,3%-os részesedését is.

⁴ Ettől a szegmentálástól eltér a Mazda Kft. által a 12. sz. mellékeltben sport szegmens alatt becsatolt táblázat.

alacsonyabb lenne. Az MPV gyártása befejeződött, így az új MPV-k gyakorlatilag kifutó modellek.

79. A Mazda Kft. álláspontja szerint az érintett árupiac a magyarországi új személygépkocsik és kishaszon-gépjárművek piaca (új gépjárművek piaca), amelyeken belül különböző kategóriák különböztethetők meg.

80. A Mazda Kft. sem a teljes piacon, sem annak egyes kategóriáiban nincs erőfölényben, így fogalmilag kizárt az erőfölénnyel való visszaélés is. Az új gépjárművek piaca ráadásul erős, sokszereplős versenypiac, amely ugyancsak a fentieket támasztja alá.

81. A Szerződés felmondását követően nem volt semmiféle szerződéskötési kötelezettsége korábbi partnereivel szemben.

82. Még a 2004. évi (korábbi) szerződések hatálya alatt elkezdte akkori márkakereskedői felmérését, illetve megismertette azokat az új követelményekkel.

83. Az Autó-Zoom Kft. 2004. október 13.-i találkozóra üzleti tervet is hozott, amely a hosszú távú együttműködés alapja lehetett volna. Tekintettel arra, hogy az Auto-Zoom Kft. az üzleti terv tekintetében két éves megvalósítási időről beszélt, ez túl soknak tűnt a Mazda Kft. számára, így azt nem fogadta el. A fentiek alapján egyértelmű, hogy az Auto-Zoom Kft. egyrészt nem teljesítette határidőre maradéktalanul a márkakereskedői követelményeket, másrészt nem terjesztett elő megfelelő üzleti tervet, amely a hosszú távú együttműködés alapja lehetett volna.

84. A Mazda Kft. az Auto-Zoom Kft.-vel a felmondási idő alatt valóban együttműködött, azonban ez az együttműködés a tisztességes elszámolásra korlátozódott. Az 2004. október 14-i e-mail üzenet kizárólag a márkakereskedői szerződés megkötésétől való elzárkózásra vonatkozott.

85. A Mazda Kft.-nek semmilyen jogi kötelezettsége nem volt a márkakereskedői szerződés megkötésére, ugyanis nincs, és nem is volt erőfölényben, így fogalmilag meg sem valósíthatja az erőfölénnyel való visszaélés tényállását.

86. A Mazda Kft. nem tanúsított visszaélésszerű magatartást, és még amennyiben erőfölényben is lett volna, akkor sem terhelt volna szerződéskötési kötelezettség az Auto-Zoom Kft.-vel szemben. A Versenytanács álláspontja szerint ugyanis "...egy erőfölényben lévő vállalkozást sem terhel általános "szerződéskötési kötelezettség" a Tptv. alapján".⁵ Ugyanebben a határozatban a Versenytanács azt is megállapította, hogy "...a versenyjognak nem feladata az, hogy egy forgalmazó számára biztosítsa a piacon való megjelenéshez, adott kondíciók melletti jelenlétéhez való jogot...".

⁵ Vj-105/2001. sz. ügy - Wrigley Hungária Kft.

VI.

Jogi háttér

87. A Tpv. 21. § f) pontja alapján tilos a gazdasági erőfölénnyel visszaélni, így különösen az áru szolgáltatását, átvételét más áru szolgáltatásától, átvételétől, továbbá a szerződéskötést olyan kötelezettségek vállalásától függővé tenni, amelyek természetüknél fogva, illetve a szokásos szerződési gyakorlatra figyelemmel nem tartoznak a szerződés tárgyához.

88. A 22. § (1) bekezdése alapján 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 a versenytársainak, szállítóinak, vevőinek és más üzletfeleinek vele kapcsolatos piaci magatartására. A (2) bekezdés alapján 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.

89. A Tpv. 14. § (1) bekezdése értelmében az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni úgy, hogy a megállapodás tárgyát képező árun túlmenően az azt ésszerűen helyettesítő árukat is figyelembe kell venni. Azt, hogy a konkrét megállapodás tárgyát képező árut, mely más áruk képesek ésszerűen helyettesíteni, a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel kell megítélni (Tpv. 14. § (2) bekezdés). A Tpv. 14. § (3) bekezdése szerint földrajzi területnek az a terület tekinthető, melyen kívül a fogyasztó nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételekkel tudja az árut beszerezni.

VII.

A Versenytanács döntése

90. A személygépkocsik esetében a Versenytanács állandó gyakorlata abból indul ki, hogy az MGE által kialakított egyes kategóriákba tartozó személygépkocsik a Tpv. 14. § (2) bekezdés szerinti egymást helyettesítő árunak minősülnek, azonban nem zárható ki, hogy a helyettesítés ennél szélesebb körű. Az egymás melletti kategóriába tartozó személygépkocsik ugyanis – figyelembe véve azt is, hogy a kategorizálás több ismérv egyidejű figyelembevételével történik – nyilvánvalóan közel állnak egymáshoz. Mindezek révén akár egy ún. „helyettesítési lánc” is kialakulhat, miáltal több kategória (szélső esetben akár a személygépkocsik teljes köre) egységes árupiacot alkothat.

91. Az adott esetben a Versenytanács a Vj-81/2003. sz. határozatában – jóllehet nem tartotta kizárhatónak, hogy a személygépkocsik egységes árupiacot alkotnak – nem látta szükségesnek a személygépkocsik tekintetében az érintett árupiac/ok egyértelmű

meghatározását. Álláspontja szerint ugyanis az azonos jellegű áruk (adott esetben: személygépkocsik) teljes választékának forgalmazására vonatkozó vertikális megállapodások esetében a csekély jelentőség szempontjából, az egyes választékokból való átlagos részesedésnek van jelentősége, függetlenül attól, hogy az egyes választékok a végső fogyasztó szempontjából azonos árupiachoz tartozónak minősülnek-e vagy sem.

92. A Mazda Kft. gazdasági erőfölényes helyzetével összefüggésben a jelen vizsgálat nem az egyes márkákat, hanem a Versenytanács kialakult gyakorlatának megfelelően (például a Vj-81/2003. sz. határozat) legszűkebben értelmezve is az azonos kategóriába (mini, alsó közép, sport, egyterű stb.) tartozó különböző márkájú gépkocsikat – egymásnak a Tpv. 14. § (2) bekezdése szerinti ésszerű helyettesítőjeként – tekinti egységes árupiacnak.

93. Az érintett földrajzi piac jelen eljárásban a Magyar Köztársaság területe.

A gazdasági erőfölény

94. A vizsgálati jelentésben foglaltak alapján a Versenytanács megállapította, hogy a Mazda Kft. a fentebb meghatározott valamennyi gépjárműpiaci szegmensen alacsony, egyes szegmenseken elhanyagolható piaci részesedésekkel bír, amelyekre tekintettel az eljárás alá vont gazdasági erőfölényes helyzete a gépjárműforgalmazás érintett piacán kizárható. Ugyanakkor, mivel eredeti gyári alkatrészek csak a Mazda Kft-n keresztül szerezhetők be, az alkatrészek érintett piacán az eljárás alá vont erőfölényes helyzete nem zárható ki. A helyettesítő termékekre vonatkozó piaci információk hiányában az eljárás alá vont piaci pozíciójának, piacbefolyásoló képességének mértéke, azaz a gazdasági erőfölény megléte, illetve annak mértéke pontosan nem állapítható meg. Jelen eljárásban azonban arra nincs szükség, mivel az eljárás alá vont magatartása nem minősülne visszaélészerűnek abban az esetben sem, ha a gazdasági erőfölénye (az alkatrészpiaci szegmensen) megállapítható lenne.

95. A Mazda Kft. kifogásolt magatartásának lényege a viszonteladói márkakereskedői és -szervízhálózatának átalakítása a csoportmentességi rendelet változására visszavezethetően. A kialakított minőségi szelektív rendszer nem tartalmaz olyan, elsősorban mennyiségi előírásokat, amelyek versenyjogi aggályokat vethetnének fel. A márkakereskedői hálózat átalakítása érinthet hátrányosan egyes korábbi partnereit, de az esetleges hátrányokozás (a szerződéskötés megtagadása) versenyjogilag teljes mértékben indokoltnak tekinthető. Ezért a márkakereskedői, ill. -szervízhálózat fentebb leírt okokból történő átalakítása nem alkalmas gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tényállásának megvalósítására.

96. A Tpv. 72. § (1) a) pontjára tekintettel a Versenytanács – a vizsgáló jelentése, valamint az ügy iratai alapján jelen határozatban összefoglalt információk alapján – megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás törvénybe ütköző magatartás hiányában nem marasztalható el. Ezért az eljárást vele szemben a Tpv. 77. § (1) bekezdésének j) pontja alapján megszünteti.

97. A 73. § szerint a Versenytanács akkor tűz ki tárgyalást, ha – egyebek mellett – a 72. § (1) a) pont szerinti intézkedésre „nincs szükség”. A 73. § a Versenytanács előzetes álláspontjának megküldését tárgyalás kitűzése esetére írja elő. E jogszabályi 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 megállapítható, akkor a versenytanács tárgyalás kitűzése nélkül is dönthet az eljárás megszüntetéséről. Jelen eljárásban a versenytanács indokoltnak látta alkalmazni e fordulatot, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a rendelkezésre álló bizonyítékok szerint nem folytatott törvénybe ütköző magatartást.

98. A Tpv. 77. § j) pontja alapján a Tpv. 72. § (1) a) pontja szerinti – tárgyaláson kívüli – eljárás megszüntetés is érdemi határozatnak minősül. A jogorvoslati jogot ennek megfelelően a Tpv. 83. § biztosítja.

Budapest, 2006. január 30.