



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

VERSENYTANÁCS

---

Vj-166/2006/307.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a(z)

- **MITAC International Corporation** (Taoyuan, Taiwan)
- **LCP Systems Kft. "f.a."**(Szombathely),
- **HAMEX Zrt.** (Budapest),
- **RRC Hungary Kft.** (Budapest),
- **Speedshop Kft.** (Budapest),

eljárás alá vont vállalkozások ellen gazdasági versenyt korlátozó megállapodás tilalma tárgyában indult versenyfelügyeleti eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t.**

A Versenytanács megállapítja, hogy

- a Mitac International Corp. és az LCP Kft. versenykorlátozó megállapodást kötöttek, amikor legkésőbb 2006 augusztustól 2006 végéig rögzítették előbbi vállalkozás termékeinek magyarországi továbbadási árait;
- az LCP Kft. 2005 októbertől 2006 végéig ártartásra épülő versenykorlátozó megállapodást kötött partnereivel, így különösen a Hamex Zrt-vel és a Speedshop Kft-vel a Mitac Mio termékeinek magyarországi forgalmazásáról;
- az LCP Kft. és az RRC Kft. 2006 júliusában versenykorlátozó megállapodást kötöttek a Qtek telefonok árainak jövőbeli egyeztetése tekintetében.

A Versenytanács

- a Mitac Mio-val szemben 50 000 000 Ft,
- az LCP Kft-vel szemben 43 000 000 Ft,
- a Hamex Zrt-vel szemben 9 000 000 Ft,
- az RRC Hungary Kft.-vel szemben 1 000 000 Ft

bírságot szab ki, melyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kötelesek megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számlájára.

A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozások a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérhetik a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

## **Indokolás**

### **I.**

#### **Az eljárás tárgya és a vizsgálat indításának körülményei**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2006. november 22-én Vj-166/2006/3. számú végzésével a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló - többször módosított - 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdésének és a 70. § (1) bekezdésének együttes alkalmazása alapján versenyfelügyeleti eljárást indított az LCP Systems Kft.-vel szemben, mert a rendelkezésére álló információk alapján valószínűsíthető volt, hogy a kézi GPS készülékek piacán Magyarországon a Mitac GPS készülékeket hivatalosan forgalmazó LCP Systems Kft. valamint a terméket továbbértékesítő vállalkozások között megállapodás jött létre a Mitac termékek viszonteladási áaira vonatkozóan.
2. A Gazdasági Versenyhivatal 2007 májusában kiterjesztette az eljárást az LCP Systems Kft. által forgalmazott valamennyi termékre, illetve ügyfélként bevonta az eljárásba a Hamex Zrt.-t, a Trendex Infokommunikációs Zrt.-t és az RRC Hungary Kft.-t, mert felmerült a gyanú, hogy a vizsgált magatartásnak ezen vállalkozások is részesei voltak. A Gazdasági Versenyhivatal 2007. október 30-án az eljárásba ügyfélként bevonta a Trendex.Com Zrt.-t, mert felmerült a gyanú, hogy a vizsgált magatartásnak ezen vállalkozás is részese volt.
3. A Gazdasági Versenyhivatal később több kereskedőt is eljárás alá vont, melyekkel szemben azonban – mivel meghatározó szerepük nem nyert bizonyítást – végzéssel megszüntette az eljárást.
4. A Gazdasági Versenyhivatal 2007. december 20-án ügyfélként bevonta az eljárásba a Mio GPS termékeket gyártó tajvani Mitac International Corporation vállalkozást.
5. A Gazdasági Versenyhivatal 2008. március 28-án az eljárásba ügyfélként bevonta a Speedshop Kft.-t.

### **II.**

#### **Az eljárás alá vont vállalkozások**

##### Mitac International Corporation (továbbiakban: Mitac)

6. A Mitac egy tajvani vállalkozás, amely 1982 óta foglalkozik személyi számítógépek (asztali számítógépek és otthoni digitális termékek), szerverek, mobilkommunikációs eszközök tervezésével, fejlesztésével, gyártásával, értékesítésével és forgalmazásával, valamint az ezen eszközökhöz kapcsolódó technikai támogatás és szervizelés biztosításával.
7. A beszállítók termékeiből létrehozott saját termékek gyártása mellett (OEM tevékenység) a Mitac két saját márkanév, a Mio és a Navman alatt árul navigációs eszközöket. A Mio terméksorozat PND, PDA készülékekből és GPS-PDA okostelefonokból áll. A Navman márkanév alatt a Mitac csak PND készülékeket

forgalmaz. A Mitac a Mio termékeket az EU területén, Ázsiában, Észak-Amerikában és Ausztráliában, a Navman termékeket az Egyesült Királyságban, Spanyolországban és Ausztráliában forgalmazza.

LCP Systems Kft. (továbbiakban: LCP)

8. 1999-ben két fiatal mérnök alapította a LogiComPlusz Kft.-t. A vállalkozás kínálatában hardvereszközök és szoftvermegoldások egyaránt szerepeltek. A megalakulásától dinamikusan növekedő vállalkozásban 2003-ban történő szervezeti átalakítás után külön divíziókat alakított ki a két ügyvezető igazgató. 2004-ben szerezte meg a lakossági divízió a Mitac gyártmányú Mio Digiwalker kézisámítógép (PDA) család, a Covertex exkluzív PDA kiegészítő család hazai importőri jogát, és azóta tekintélyes piaci részesedésre tett szert a hazai PDA-piacon. A Qtek (később HTC) okos-telefon márkát 2005-ben kezdték el forgalmazni.
9. Az LCP a vizsgált időszakban a Mitac ténylegesen kizárólagos magyarországi forgalmazója volt, 2002 óta szállít termékeket a részére, írásos szerződéssel azonban nem rendelkezett.
10. Az LCP nyilatkozata szerint termékeit elsősorban nagykereskedelmi forgalomban értékesíti, kisebb mértékben szolgál ki közvetlenül végfelhasználókat. A Mitac Mio termékek 2006 tavaszán törtek előre a piacon, korábban is léteztek már egyéb autós navigációra alkalmas készülékek, azonban ebben az időszakban más forgalmazónak sem volt olyan terméke, amely teljes Magyarország lefedettségű térképet tartalmazott volna.
11. Az LCP 2008. évi nettó árbevétele: 7.569.220.000 Ft.

RRC Hungary Kft. (továbbiakban: RRC)

12. Az RRC csoportot 1992-ben alapították, mára az egyik legjelentősebb kelet-európai céggé vált a hálózati eszközöket és más telekommunikációs termékeket forgalmazók piacán. A cégcsoport központi irodája Moszkvában van, helyi irodák találhatóak még Lengyelországban, Csehországban, Szlovákiában, Szlovéniában, Ukrajnában és Szerbiában. Az RRC Mio termékeket az LCP-től és részben a Hamex-Trendexen keresztül vásárolt. Qtek/HTC készülékeket is vásárolt kivételesen az LCP-től, amikor nem tudtak a gyártótól árut szerezni.
13. Az RRC 2008. évi nettó árbevétele: 5.717.955.000 Ft.

Hamex Zrt. (továbbiakban: Hamex)

14. A vállalkozás 1999-ben alakult zrt.-vé, megalakulása óta folyamatosan nagykereskedelmi tevékenységet folytat. Tevékenységi köre eredetileg Panasonic alközpontok, vonalas telefonok értékesítése, support- és szervizelés volt. 2006 tavaszán IT üzletággal bővítették a tevékenységüket. A Hamex 2006-os árbevételében az LCP-től származó termékek részesedése 50%-ot tett ki, 2007-ben a két cég között megszűnt az üzleti kapcsolat.
15. A Hamex 2008. évi nettó árbevétele: 550.806.000 Ft.

16. A vállalkozás jogelődje 1998-ban alakult mobiltelefon-alkatrészek kiskereskedelmére, amelyet időközben nagykereskedelmi és PDA profillal bővítettek. A Speedshop a PDAMánia webáruházán keresztül is értékesített navigációs eszközöket.

### **III.**

#### **Az érintett piac**

17. A hazai autós navigációs piac beindulása 2003-ban kezdődött, mert ekkor jelent meg az első olyan térkép, amely lehetővé tette a Magyarországon történő navigálást és útvonaltervezést, először településkeresést, később utca és házszám keresését is. A gyakorlatilag teljes Magyarországot lefedő és teljes értékű navigációra használható térkép 2005 márciusában jelent meg, ezt követően indult meg az autós navigációs eszközök rohamos piaci térnyerése.
18. Az LCP 2003 óta van jelen az autós navigációs eszközök forgalmazásának piacán. Az LCP által forgalmazott, a vizsgálat tárgya szempontjából érintett termékei közül a Mitac Mio C310, C510 és C710 termékek a navigációs PNA-k kategóriájába tartoznak, a Mitac Mio P350 és P550 termékek, illetve a már kifutott Mio 168-as a navigációs PDA-k közé sorolhatók, a Qtek 9000, 9100 és S200 termékek pocket PC telefonok, a Mio A501, A701, A702 GPS PDA telefonok.

#### Az érintett gépkocsi navigációs termékek piacai

19. A Gazdasági Versenyhivatal a Nav N Go Kft.-vel szemben fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indított Vj-21/2006. és a Navi-Gate Kft. és társaival szemben versenykorlátozó megállapodások tárgyában indított Vj-26/2006. számú ügyben már vizsgálta a gépkocsi navigációs termékek piacát. A Vj-21/2006. számú eljárás során igazságügyi szakértő is kirendelésre került, akinek a feladata a konkurens navigációs termékek összehasonlítása volt. Az igazságügyi szakértői véleményt és az ügyben szerzett piaci információkat az eljáró versenytanács Vj-166/2006/249. szám alatt a jelen ügy iratanyagának részévé tette, tekintettel arra, hogy ezen piaci adatokról és információkról a Gazdasági Versenyhivatalnak hivatalos tudomása van.
20. A Vj-21/2006. számú ügyben feltárássra került, hogy a személyi navigációs berendezések (PND, Personal navigation device) sora rendkívül hosszú, amelyek közös vonása, hogy GPS vevőkészüléket (Global Positioning System) tartalmaznak, azaz képesek a globális műholdas helymeghatározó rendszer jeleinek vételére és ez alapján földrajzi helymeghatározásra, vagy képesek az ezekkel való együttműködésre. A GPS navigációs rendszereknek nincs ésszerű helyettesítő terméke, korlátozott helyettesítőként a kézi navigáció, a hagyományos térkép felhasználásával végrehajtott útvonaltervezés jöhet számításba, ami nem jelent ésszerű alternatívát a sokrétű szolgáltatást nyújtó GPS navigációs rendszerekkel szemben.
21. A gépkocsi navigációs berendezések három kategóriába sorolhatók:

- GPS vevőkészülékek és gépkocsi navigációs célszámítógépek (PNA-k - Portable Navigation Assistant);
- GPS-képes kézi számítógépek (PDA - Personal Digital Assistant);

- Gyári, gépkocsiba épített elektronikus navigációs berendezések.
22. A PNA rövidítés magyar megfelelője a hordozható navigációs asszisztens, a PNA-k alapvetően egyetlen célra, autós/motoros navigációra tervezett készülékeket jelentenek, amelyek a hozzájuk készült célszoftverrel és az abban foglalt digitális térképekkel együtt működőképesek. Kifejezetten navigációra készített céleszközzel van szó tehát, mely más feladatokat is elláthat (pl. MP3 lejátszás, fotónézegetés). Egyéb alkalmazást nem, vagy csak körülményesen lehet rá telepíteni. A magyar piacon is jelenlévő gyártók közül a Mitac, a Garmin, a TomTom és a Navigon a legjelentősebbek. A PNA készülékek piacán a Mio PNA termékek (C310, C510, C710) legfontosabb versenytársai a vizsgált időszakban a Garmin PNA termékek voltak.
  23. A navigációs piac a jelen eljárásban vizsgált magatartás szempontjából másik legfontosabb szegmensét a vizsgált időszakban a GPS funkcióval ellátott PDA-k vagyis az autós navigációra képes mini-számítógépek alkotják. A PDA-k olyan kézi számítógépek, amelyek a megfelelő szoftverrel (és hardverrel amennyiben nincs beépített GPS vevő) alkalmassá tehetők autós navigációra. A PDA rövidítés magyar megfelelője a személyes digitális asszisztens. Olyan tenyérben elférő számítógép, mely már alapkiépítésben is olyan feladatok ellátására képes, mint notesz funkció, alap szintű Word, Excel feladatok, mp3 és videó lejátszás. A PDA termékkategóriába tartoznak a Mio P350, a Mio P550 kézi számítógépek, illetve a már kifutott Mio 168. A Mio A501, A701 és A702 termékek olyan PDA-k, amelyek a GPS-képesség mellett telefonfunkcióval is rendelkeznek.
  24. A GPS-képes kézisámítógépek, a PDA-k piacán a Mitac, a Hewlett Packard, a Fujitsu Siemens, az Asus, az Acer, a Sony, a Toshiba és a palmOne gyártók képviselik magukat Magyarországon.
  25. E készülékektől különálló piacként léteznek azon gépkocsi navigációs termékek, amelyeket gyárilag beépítenek az autókba. A gépkocsigyártók általában csak az általuk preferált típust építik be. Ezen piaci szegmensben a Becker, az Aisin, a Magnetti Mirelli, a Siemens, a Blaupunkt, a Clarion és Melco gyártók érdekeltek.
  26. A legutóbbi időben jelentek meg a piacon az olyan telefonok, amelyek GPS-képesek, ezáltal szintén alkalmasak autós navigációra. Szerepük a vizsgálat tárgyát képező időszakban marginális volt. Ezen termékek a gépkocsi navigációs berendezések negyedik kategóriáját képezik. Ezen termékeknek tehát telefonfunkciója is van, ezen kívül olyan személyi, kézi számítógépnek minősülnek, amelyre különböző navigációs szoftverek telepíthetők, ezáltal használhatók autós navigációra is. Az LCP és RRC által forgalmazott, a jelen eljárás tárgya szempontjából érintett termékek közül a Qtek termékek minősülnek okos-telefonnak.
  27. A jelen ügyben vizsgált magatartás szempontjából az alábbi típusú okos-telefon termékek érintettek: Qtek 9100, Qtek 9000, Qtek S200, Mio A501, A701, A702.
  28. Az egyes termékkategóriák (PDA-k, PNA-k és okos-telefonok) között az ésszerű helyettesítés a részben eltérő funkciók és alkalmazások miatt korlátozott mértékű.
  29. A PDA-k abban különböznek a PNA-któl, hogy utóbbiak olyan navigációs céleszközök, amelyek előre telepített szoftverrel rendelkeznek, és alapvetően a navigáció a főfunkciójuk. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a GPS-képes PDA-k és a PNA-k között csak korlátozott mértékű helyettesítés állhat fenn, hiszen a

GPS funkcióval ellátott PDA-k elsődleges felhasználási területe a kézisámítógépes funkció, amely a navigációs PNA-knál sokkal szélesebb körű felhasználhatóságot jelent. Egy szoftver (ActiveSync) segítségével a készülékük egyes könyvtárait – outlook, contact, calendar, notes, tasks – szinkronizálni tudják bármilyen asztali számítógéppel, vagy notebookkal, ellentétben a PNA-val, amely jellemzően autóban használható termék.

30. Az, hogy a PDA-k a kézisámítógépes funkció mellett milyen többletfunkciókkal rendelkeznek, egyértelműen meghatározza a vásárlási szándékot. Egy telefont is tartalmazó PDA-t nem helyettesíthet semmilyen szempontból egy telefon. Az a fogyasztó, aki telefonos PDA-t vásárol, kimondottan amiatt vásárolja, mert van benne mobiltelefon. A telefonos PDA-kat csak két külön eszközzel lehetne helyettesíteni (külön mobiltelefon és külön PDA). A GPS-es tulajdonsággal ellentétben a telefont nem tartalmazó PDA-t nem lehet utólag telefonálási funkciókkal felruházni. Ezért a GPS-képes és telefonos PDA-k elkülönült termékpiacot képeznek a gépkocsi navigációs berendezések piacán belül. A telefont is tartalmazó PDA-kat a vásárlók kimondottan a telefonálási, illetve egyéb mobil adatkommunikációs lehetőségek miatt vásárolják meg.
31. A telefonos PDA-kat jól helyettesítik az ún. okos-telefonok, melyek elsősorban mobiltelefonok, felruházza PDA jellegű funkciókkal. Legfontosabb tulajdonsága ezeknek az eszközöknek, hasonlóan a telefonos PDA-khoz, hogy operációs rendszerük nyílt, azaz szoftverfejlesztő cégek fejleszthetnek rá különböző programokat, melyeket a felhasználók megvásárolva jelentős mértékben megnövelhetik e készülékek képességeit. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ezen okos-telefonok a telefonos PDA-kal együtt alkotnak egy különálló termékpiacot, elkülönülve a mobiltelefonok és a telefontal nem rendelkező PDA-k piacától.
32. Tekintettel a termékek sajátosságaira, az érintett földrajzi piacnak Magyarország tekintendő.

#### A vizsgált magatartás szempontjából érintett termékek piaci részesedése

33. A jelen versenyfelügyeleti eljárás során a Gazdasági Versenyhivatal a Magyarországon értékesített gépkocsi navigációs berendezések vonatkozásában adatot kért a nagyobb gyártóktól és a jelen eljárásban ügyfél piaci szereplőktől, valamint figyelembe vette a Vj-26/2006. sz. eljárásban szolgáltatott adatokat is, amelyeket Vj-166/2006/249. sz. alatt a jelen eljárás iratanyagának részévé tett.
34. A Vj-26/2006. sz. versenyfelügyeleti eljárásban a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján megalapozottan elfogadható volt a Navi-Gate Kft. becslése az összes értékesített gépkocsi navigációs eszköz évenkénti darabszámáról, amely a 2005. évben 14 ezer db-ot, a 2006. évben 30 ezer db-ot tett ki.
35. A Speedshop az alábbiak szerint becsülte meg a Mitac készülékek piaci részesedését.

#### PDA

2005: - Mitac: 9%, (Qtek 26%)

2006 - Mitac: 23%

2007 - Mitac: 29% (ezzel a legnagyobb piaci szereplő)

## PNA

2005 - Ebben az évben PNA-t még nem forgalmazott a Speedshop.

2006 - Mitac: 67% (ezzel a legnagyobb piaci szereplő)– a Mitac fölényes győzelmét azzal is magyarázza, hogy ezen a készüléken I-Go alapú szoftver volt található, ami a legjobbnak számított ebben az időszakban.

2007 – Mitac: 57%

### 36. Az RRC becslése a Mitac piaci részesedésekre:

#### PDA

2005 - 14,6%

2006 - 29,2%

2007 - 48,2%

#### PNA

2005 - 55,5%

2006 - 58,8%

2007 - 64,5%

37. A többi megkérdezett piaci szereplő által szolgáltatott, üzleti titokként kezelni kért értékesítési adatokból ugyanígy az tűnik ki, hogy az LCP által Magyarországon forgalmazott Mitac Mio PNA termékek vonatkozásában a piaci részesedés a 2006. évben egyértelműen meghaladta a 30%-ot, míg a Mitac Mio PDA termékek esetében 30%-60% közötti.

## IV.

### A vizsgált magatartások

#### LCP-RRC áregyeztetés

38. 2006. július 17-én az „LCP-RRC szóbeli megállapodás” tárgyú e-mailben (Message 9035) az LCP három Qtek készülékre ad kiemelt viszonteladói árat az RRC részére (QTEK-9000: 209 500 Ft; QTEK-9100:132 300 Ft; QTEK-S200:133 400 Ft). A levél szerint ez egyben egy „lélektani határt” is jelent, mely alatt nem kap egy viszonteladó sem (viszonteladó alatt azt érti, aki közvetlenül végfelhasználóknak értékesít). Az LCP megígéri, hogy betartja ezeket az árakat, kéri az RRC-t, hogy az is tartsa magát a szóbeli egyezséghez. Az LCP elismeri, hogy nem valószínű, hogy ezzel nőne a forgalom, „de legalább nagyobb hasznot tudunk generálni és talán érdemes lesz még energiát/marketinget fektetni az új készülékekbe.” Az új modellek kapcsán az LCP kéri, hogy egyeztessenek a bevezető árakról, mivel „nincs értelme az elején árversenybe menni”. E levélre válaszul az RRC két termék esetében más, egy terméknél azonban egyező Qtek árakat jelez vissza (QTEK-9000: 209 500; QTEK-9100: 129900; QTEK-S200:122000). A többi LCP felvetéssel azonban egyetért, jelezve, hogy a gyakori egyeztetés híve.
39. 2006. július 24-én az LCP-s, PDA mániának írt válaszlevél utal arra, hogy az LCP az RRC-vel egyeztetett Qtek és HTC ügyben, mert érzik, hogy „tönkretették a piacot” és „ez így nem mehet tovább” (Message 9139).

40. Az RRC számlákkal igazoltan támasztotta alá, hogy az e-mail levélváltást követő időszakban a fent nevezett három termék esetében eltérő, annál alacsonyabb nettó eladási árakat érvényesített.<sup>1</sup>

### Mitac és az LCP áregyeztetése

41. A következő e-mailek tartalmazzák a vertikum tetején elhelyezkedő gyártó, azaz a Mitac és a termékei forgalmazására jogosult cégek, így köztük és az LCP közötti, viszonteladási árral kapcsolatos információkat.
42. 2006. január 4-én (Message 5413) a Mitac megküldi Mio partnereinek a Csehországra vonatkozó Q1 árlistát. Azt tanácsolja nekik, hogy komolyan kérik, hogy szigorúan tartsák be a kiskereskedői árat („we strongly request you to strictly follow the dealers’ price”). A Mio megteheti, hogy leállítja a szállítást, ha az árat nem követik. Ezzel a partnerek védelme is a célja. Az e-mail csatolmánya táblázatos formában tartalmazza a Mio168RS, a Mio 169, a Mio180, a Mio A201 és a Mio 268+ termékekre nézve azok MSRP-jét (javasolt fogyasztói ár), az ennél kisebb javasolt dealer árat (mennyiségtől függően, négy kategóriában). A táblázat alján található figyelmeztetés szerint a Mio fenntartja magának a jogot a szállítás leállítására, ha a disztribútor nem tartja magát a javasolt dealer árakhoz. Hasonló táblázatot küld a Mitac 2006. április 6-án a cseh Levi-nek, Elko-nak és az LCP-nek, kérve tőlük annak követését (Message 0972). A P350, P550, C510 és a C710 termékek árai április 1-től június 30-ig élnek. A táblázat alján ismét olvasható az eltérés esetében kilátásba helyezett szállítás leállítási szankció. Az e-mail szerint a szlovákiai árak is ezzel megegyezők.
43. A Mitac-LCP között 2006. július 11-én zajló levelezés (Message 3585) során az LCP azt írja, hogy ügyelnek arra, ne keveredjenek árháborúba a helyi cseh disztribútorokkal. Így lehet a Mio piaci részesedését maximálni mindhárom országban. Felhívja a Mitac figyelmét, az Elko agresszívan árazott termékeket ad el Szlovákiába, ugyanolyan árat adva kis- és nagykereskedőknek. Fél attól, hogy a magyar Qtek márkával hasonló módon össze fog omlani a szlovák piac. Tart attól is, hogy tönkreteszi a jól működő magyar piacot is, mert sokan Szlovákiából importálnak készülékeket.
44. A Mitac július 25-én a BGS Levi-nek, az Elko-nak és az LCP-nek írott e-mailjében (Message 1386) a problémák elkerülése érdekében július 31-re telefonkonferenciát javasol. Csatol egy táblázatot annak érdekében, hogy egymással egyeztetve a „megfelelő” árat ki tudják igazítani. 2006. július 31-én (Message 3668) A Mitac a cseh Elko-nak és LCP-nek írva nyitott párbeszédet sürget az árkérdésekben. Javasolja a korábban tervezett telefonkonferencia elhalasztását.
45. Két nappal később, augusztus 2-án a Mitac a BSG Levi, az Elko és az LCP részére megküldi az ún. ár-szimulációt tartalmazó táblázatot. Jelzi, hogyha másnap reggelig nem érkezik válasz, úgy nem látja szükségét telefonkonferenciát tartani. A mellékelt táblázat P351, P550, C710, C510 termékekre tartalmaz MBE oszlopot (ez az átlagos javasolt fogyasztói árból képzett bruttó végfelhasználói ár, amelyet minden MIO eladó próbál tartani a piacon). Az MBE oszlop mellett minden egyes termékre egy „Suggest” oszlop található, amelyben szereplő árak a P-készülékeknél alacsonyabbak, a C-készülékeknél magasabbak az MBE árnál. A táblázat vízszintes sorai a végső árat, a viszonteladó árat és árrését, a nagykereskedő (disztribútor) költségét és árrését

<sup>1</sup> Vj-166/2006/287.



tartalmazza. Megjegyzendő, hogy a disztribútor költsége az ajánlott bruttó fogyasztói ár jelentős részét teszi ki. (M1417, M1423, M3776)

46. Másnap a Mitac sürgeti az LCP választát, mondván, hogy a másik két, cseh vállalkozás már beleegyezését adta; az Elko a P350 disztribútori árát javasolta emelni egy kicsit. Augusztus 2-án az LCP egyetért az Elko-val, egyben felkéri, hogy nézzen utána egyes szlovák partnercégek agresszív árainak. Augusztus 3-án jelzi az Elko-s kollegájának, hogy néhány magyar webáruház nagyon olcsón árusít. Kéri, hogy a Speedshop mellett nézzen utána a Notebookzone-nak és a Windowsceportal-nak. Jelzi, hogy a Warsányi Markiz Kft. budapesti boltjával is elégedetlen, mert szürkeimportból származó termékeket árusítanak. Kéri, hogy a jövőben ne kommunikáljon e cégekkel. Reméli, hogy a jövőben inkább segítik egymást, mintsem hogy versenyezzenek.
47. 2006. augusztus 29-én az LCP a szlovák Electroworldnek írott angol nyelvű e-mailje (Message 4272) szerint hivatalosan – a Mio által - rögzített árak vannak Csehországban, Szlovákiában és Magyarországon is. Előfordulhatott, hogy valamelyik disztribútor nem tartotta be a Mitac szabályait, de ennek kiderítésére még kér 1-2 napot. A megelőző levelezésben ugyanis az Electroworld mások olcsóbb áaira panaszkodott.
48. 2006. szeptember 26-án (Message 1514) a Mitac a csúcsszezon közeledtével felhívja Mio partnerei figyelmét: annak érdekében, hogy a vevők és a partnerek árrései biztosítva legyenek, egyetlen fontos teendőjük van: „az utcai ár stabilan tartása!”. Utal arra, hogy az utóbbi időben problémák adódtak az egymással árháborúzó Mio disztribútorok tevékenységéből. Annak érdekében, hogy „visszahangoljuk az utcai árakat, hivatalosan kihirdeti az új árlistát és -szerkezetet. „Ha követitek a szabályokat, akkor a Mio nagyobb támogatását élvezhetitek”. Október 16-i válaszában az LCP jelzi, hogy valamennyi koncepciót és pontot elfogadja, egyedül a P550-nél kéri a nagy konkurenciára hivatkozva, hogy csökkentsék annak árát. Október 17-én A Mitac elismeri, a cél az, hogy korlátozott „front-end árrést” hagyjanak a disztribútor oldalán, ily módon a „nagybani srácok” ne tudjanak alacsony árat kínálni. Az LCP „Nov/B-ig” fog kapni „backend” visszatérítést, amennyiben nincs arra bizonyíték, hogy az ajánlott ár alatt adott volna el. Valamennyi „backend” visszatérítést követően, ugyanaz lesz az ár, mint korábban. Ha bármilyen bizonyítéka van arra, hogy egy Mio disztribútor ár alatt árul, az el fogja veszíteni árrésének 2%-át.
49. Aznap válaszában az LCP megismétli, hogy egyetért a Mitac-kal, egyedül a P550 árát tartja nagyon magasnak (még a rabattok levonását követően is). Attól nem fél, hogy elveszítenék a visszatérítést, mert általában drágábbak a Mitac ajánlott árainál. Kritizálja, hogy a jól bevált korábbi rendtől eltérően a Mitac csak két árszintet rögzít, jóllehet az LCP-nek több kellene. Nagyon fontosnak tartja, hogy az árrésbe férjen bele a marketing költsége. A Myguide mindenkinek kevés árrést biztosít, nincs pénz marketingre, nincs hely a viszonteladónak. Az LCP szerint „nagyon egyszerű” a helyzet. Ezért van megállapodásuk a Trendex-szel, aki a másik (al)viszonteladó. Megjegyzi, hogy közöttük „nincs botrány”, nem úgy, mint a cseheknél, szlovákoknál, lengyeleknél. Kivételként említi a Speedshopot, akinek egy célja van: „elpusztítani a hálózatunkat”.
50. A Mitac gyors válaszában megjegyzi, hogy a Mitac sokféle egyéb formában is nyújt marketing támogatást az LCP-nek (nem csak az árrés terhére). Javasolja, hogy a vitát jövő héten zárják le, amikor az LCP találkozik Maruis Manowski-val Budapesten (a Mitac egy másik képviselőjével). Zárszóként azt írja: „Kérlek, csak arra emlékezz, az új mechanizmus fő célja, hogy a nagybani disztik ne tudják megölni az árakat.”

51. Még ugyanezen nap az LCP egy szlovák ügyfelének kérése kapcsán kéri a Mitac tanácsát. A Mitac új árrendszere nyomán értesítette ugyanis, hogy emelnie kell az árakat. Az Electroworld azonban nem akarja elfogadni azt, mondván, hogy a többi márka éppen hogy csökkenti az árat a karácsonyi szezon előtt. Az LCP dilemmája: ha megadja neki a kért, korábbi árat, akkor eleshet a 2%-os Mitac kedvezménytől. Ha nem, azaz a Mitac minimum árai alapján áraz, akkor viszont elveszítheti az ügyfelet. Jelzi, hogy minden más esetben tartják az ajánlott árat, gyakran még annál magasabbakat is. Ebben az esetben a Levi konkurenciája miatt nem képes rá. Válaszában a Mitac megígéri, hogy áttekinti az LCP-Electroworld árstruktúráját.
52. A Mitac levél csatolmánya (Message 0231) tartalmazza a P350, P550, C510 és C710 termékek szeptember 26-tól december 31-ig Szlovákiában és Csehországban érvényes bruttó és nettó ajánlott fogyasztói árait, a disztribútor és a dealer árrését (és a vonatkozó árakat is). A táblázat alján olvasható szöveg világossá teszi, hogy aki tartja magát az ajánlott árhoz, 2% utólagos árkedvezményre lesz jogosult („backend rebate”).
53. Az LCP 2006. október 5-én válaszol a Mitac új árlista és árrés struktúra tárgyú, 2006. szeptember 26-i e-mailjére. Kéri annak megértését, hogy a szlovák és román piac felépítése miatt nagyobb mozgástérre van szükségük az árak terén. Szemben a BGS Levi-vel, az LCP igyekszik eltérő árakkal jutalmazni eltérő teljesítményű kereskedőit. Nem tartja jó stratégiának mindenkinek a legolcsóbb árat kínálni. A minimum ár struktúra a következőképpen nézne ki:
- X- disztribútor ára (LCP, Elko, Levi, RHS, Comes, Optimus, stb.)
  - X+10% - al-disztribútor (LC Trading), nagykereskedők (ASBIS, Scop, Flamingo) és autókereskedők központi beszerzései (Porsche Part Center, Suzuki, Citroen, Peugeot, Ford)
  - X+15% - kiskereskedői („retailer”) ár (NAY, Datart, Mectro, Electroworld, Media Markt)
  - X+20% – viszonteladói („reseller”) ár (webáruházak, boltok, egyes autódealerek)
  - X+30% - fogyasztói ár.
- Az LCP legfeljebb azt engedi, hogy egy partnere a kategóriáján belül mozogjon, de egy kiskereskedőnek soha nem ad jobb árat, mint egy nagykereskedőnek. Elismeri ugyanakkor, hogy ezt az árpolitikát nehezebb lenne betartani és ellenőrizni, mint a korábban alkalmazottat.
54. 2006. november 2-án a Mitac két e-mailt is küld, melyeket Hegedűs Viktor körbe küld az LCP-n belül. Az elsőben a következő szöveg áll: „Egyébként kérek, tartsátok az árakat. Vannak disztribútorok, amelyek 20.000 dollár visszatérítést veszítenek, mert nem tartják az ajánlott árat”. A másodikban emlékezteti közép-európai partnereit, hogy októberben azért vezettek be új árrés rendszert, hogy meggátolják az árháborút. Jelzi, hogy még aznap mindenki megkapja a maga rabbat kalkulációját és a novemberi szimulációt.

### **Az LCP ártartó mechanizmusa**

55. Az LCP forgalmazási rendszerének működésének áttekintéséhez a viszonteladókkal kötött szerződések, illetve a nekik küldött árlisták, valamint az alábbiakban ismertetett e-mailek, továbbá az egyes ügyfélnyilatkozatok, illetve tanúvallomások nyújtanak segítséget.

### Az LCP viszonteladókkal kötött szerződései és az árlisták

56. Az LCP Systems Kft. kb. 80 viszonteladói szerződést csatolt be az eljárás során. Az eljárás során korábban tett adatszolgáltatásában mintegy negyven viszonteladói partnert nevez meg (köztük pl. a Hamex Zrt-t és a CHS Hungary Kft.-t).
57. A Vj-166/2006/171. számú irat melléklete tartalmazza az LCP viszonteladókkal kötött szerződéseit, amelyek a jelen eljárás tárgya szempontjából az alábbiakat tartalmazzák:

„Az Árlista tájékoztató jelleggel tartalmazza a Megbízó által ajánlott kiskereskedelmi árat is. A Viszonteladónak azonban jogában áll az ajánlott kiskereskedelmi ártól eltérni.”

58. A becsatolt szerződések főszabályként nem tartalmaznak árlistát, kivéve az autóforgalmazókkal kötött viszonteladói szerződések. Ezek mellékletében a táblázat, pl. a Ford Közép- és Kelet-Európai Értékesítő Kft. esetében tartalmazza a termék leírása mellett a vevő (pl. Ford) nettó árat, a márkakereskedői árat és a végfelhasználói bruttó és nettó árakat. A szintén becsatolt, kb. 10 db nagykereskedelmi szerződés a viszonteladóival megegyező rendelkezéseket tartalmaz.
59. A kereskedőknek a későbbiekben, rendszeresen megküldött árlisták fix árakat tartalmaznak, sem a táblázat címében, sem szövegezésében nem utalva arra, hogy azok ajánlott árak lennének.

### Az LCP forgalmazási rendszerét érintő e-mailek

60. Számos e-mail váltás bizonyítja, hogy az LCP 2005-2006 folyamán a PNA/PDA és okos-telefon termékek vonatkozásában ártartó rendszert működtetett, valamint áregyeztetéseket folytatott nagy- és kiskereskedelmi partnereivel.
61. 2005. október 4-én egy Trendex által küldött e-mailre két LCP-s vezető is válaszol (Message 3717). Kérik, hogy az akciókat a megbeszéltek szerint előre egyeztessék. El kell kerülni azt, ami pl. akkor történt, mikor az Elektroworld „tájékozva” vonta kérdőre, hogy miért olcsóbb a Média Markt-ban egy bizonyos termék. Ezzel szétrombolják saját piacukat, nem tartva magukat ahhoz, amit egymással megbeszéltek, és amit közölni szoktak a partnerekkel az előadásokon. Az akciókat tehát előre meg kell beszélni, vagy inkább ne vállalják be. Nagyon fontosnak tartja a „Metro-s témának” a következményeit. „Szemébe hazudtunk a rendezvényre meghívott összes partnerünknek, hogy ilyenek nem fognak előfordulni, és egyből kettő ilyenrel nyitunk.” A másik LCP-s válaszevél azt javasolja, hogy a retaileknek szabják meg a végárat, amikor tárgyalnak velük. A végfelhasználói ártól csak néhány százalékkal térhessen el a végáruk, ellenkező esetben tönkreteszik a piacot. Ezzel védenék viszonteladóikat, ugyanakkor a retaileket sem haragítják magukra. Azzal zárja, hogy „a mindenkori árakat úgysis mi szabjuk meg. Ahhoz igazodjunk és akkor nincs gond.”

62. 2005. okt. 16-i LCP-s belső emailben (Message 4878) a szabadságra menő Hegedűs Viktor arra kéri kollegáit, hogy „próbálják menteni a menthetőt”, kommunikálják le, miszerint nem tudtak a Metro akcióról, csak annyit tudtak intézkedni, hogy limitált lett az akciós készletük (2-4 db/áruház). Az akció után magasabb beszerzési árak lesz. A Metronak egyébiránt a Trendex.Com Zrt. szállított.
63. 2005. december 5-én az LCP a Trendex-nek írott e-mailben (Message 1301) utal arra, hogy szólt az LCP-s sales kollegáknak, hogy ne menjenek árversenybe a Trendex-szel, mert „semmi értelme”. Kéri, hogy intézzék el ezeket a dolgokat felnőtt módra, fektessenek le szabályokat, amelyeket mindketten betartanak és betartatnak. Meg kell beszélni, hogyan kezeljék a nagykereskedőket és a hipermarketeket, úgy, hogy „a kecske is jól lakjon és a káposzta is megmaradjon”. Az LCP-t csak az zavarja, ha olcsóbb árakkal csábítja el tőlük a Trendex a partnereket. Kéri, hogy tartsa ugyanazt az árat, és próbáljon jobb szolgáltatást mellé tenni. Nem szabad a saját piacukat tönkre tenni. Utal arra, hogy már beszéltek erről korábban: a vevő oda menjen vásárolni, ahol van áru, amely cég közelebb van hozzá, illetve szimpatikusabb számára. Kiemeli, hogy az LCP mindig informálja a Trendex-et a viszonteladói és nagykereskedelmi árakról, és azoktól nem is tér el – legfeljebb a kettő közötti mozgásteret használja ki, ha egy vevő nagyon sokat találna vásárolni. Jelzi, hogy a következő nap ismételten meg tudják beszélni ezeket a dolgokat.
64. 2005. december 29-én az LCP a PDAmániának ír (Message 1570) – másolatban kapja a Mátixi68 –, kérve a következetesség jegyében, hogy vegyék le az áruházból a LeadTek GPS vevőt, mivel annak az ára túlzottan olcsó. Utal arra, hogy a Pdamania is szokott szólni, ha valaki letöri az árakat.
65. Az LCP 2006. február 16-án, egy előző napi megbeszélésükre utalva azt írja (Message 6425) a Trendex-nek és a Hamex-nek, hogy megküldik a Mátixra vonatkozó árlistát, kérve, hogy ettől csak akkor térjenek el, ha már korábban megegyeztek más árban. Felhívja a figyelmet, hogy kerüljék az egymás közötti árversenyt. A cél az, hogy mindig legyen áru a Mátixban és ezáltal a PDAmánián is. El kell kerülni, hogy az LCP bizományosi készlete helyett a Trendextől vagy a Hamex-től vásároljanak.
66. 2006. március 13-án a Parts Center e-mailjére válaszul az LCP megígéri, hogy „utánanézt” a Mio 168-at túlzottan alacsony áron kínáló viszonteladónak. (Message 1346)
67. 2006. május 8-án Hegedűs Viktor azt írja a CHS érdeklődésére, hogy az árlistájukban benne vannak az ajánlott árak. Kéri tőle, hogy a végáraktól ne nagyon térjenek el, főleg a C310 esetében. A cél az, hogy ne legyen már az árusítás elején árletörés. A CHS válaszában azt kifogásolja csak, hogy a nevezett árlistában csak a 701-es készüléket találja, ezért kéri az aktuális árat. (Message 2584 és 1931)
68. 2006. május 24-én Hegedűs Viktor LCP-s kollegáinak és a Mátix-os Kovács Györgynek továbbít és Mátix68-tól érkezett e-mailt, melynek tárgya: konkurencia figyelés (Message 2665). A levél melléklete a megbeszéltek szerint egy táblázatot tartalmaz. Hegedűs Viktor felhívja kollegái figyelmét, hogy a táblázatban szereplő árak nem egyeznek az ő végáraikkal. Ellenőrzést kér és hogy módosítsák az árakat a PDAmánián.
69. 2006. június 19-én Hegedűs Viktor, a Hamex Zrt. termékmenedzsere az LCP, a PDA futár és Hamex részére azt írja (Message 2777), hogy a Speedshop valóban az ő partnere, de mentségére legyen mondva, hogy ő csak követi mások árait. Ameddig a

címzettek nem tudják megfékezni a kisebb partnereket, addig ő sem tud eredményesen tárgyalni a Speedshoppal. Kifogásolja, hogy mások nem figyelik rendesen az árakat. Nem helyes, hogy úgy viszi le egy kereskedő az árat, hogy közben egy darabot tart készleten (hivatkozik a Quasar-ra). Válaszában az LCP-s Hegedűs Viktor – melyet megkapott még a PDA futár, és a Hamex - szól arról, hogy a Quasar elvileg nagykereskedő, azaz viszonteladókat szolgál ki. A kis forgalmú kereskedőkre kérik nem hivatkozni, továbbá javasolja, hogy ne kapjanak semmiféle kedvezményt. Válaszában a PDA futár támogatja az összedolgozást. Kérdésként felteszi, hogy nem tudná mindenki a saját partnereit leellenőrizni, folyamatosan kontrollálni? Megoldásként felveti, hogy adja mindenki annyit, amennyit akarja, de legalább a „jó áron” kellene hirdetni.

70. A Hamex válasza emlékeztet arra, hogy az elmúlt félév alapján folyamatosan számolni kell az említett problémákkal (hivatkozik a C310-es esetében arra, hogy még be sem érkezett az új termék, amikor az Interneten már zajlott az árverseny). A szóban forgó mindkét cég a Hamex partnere volt, elmondták nekik, hogy miért nem jó az üzletpolitikájuk, s ha kitartanak mellette, úgy nem kapnak többet árut. Ezzel sikerült megoldaniuk a problémát. Fontosnak tartja, hogy kontrollálják a kiskereskedelmi árakat. Nem megengedhető, hogy az Interneten mindenki által látható viszonteladói ár jelenjen meg.
71. Az LCP válaszában Sokacz Milán megköszöni Viktornak, hogy szólt a Quasarról. Még aznap (azaz június 19-én) felhívta telefonon és másnapra megemelték a C310 árát. Kéri, hogy mindenki ellenőrizze a partnerét, ha pedig más partnerénél lát túl alacsony árat, akkor vagy közvetlenül felhívja, vagy szól a „gazdájának”. Például felhívta a Mátix M-Shopját, amely egy másik LCP-s kollega ügyfele. Hegedűs Viktor a Hamex részéről úgy összegzi a történeteket június 20-án, hogy „ez mind nagyon szép, csak akkor én miért tudtam szólni mindenkinek, hogy tartsák az árakat az árlistában megadott kiskereskedelmi árhoz...”. Az ő partnerei kifogásolják, számon kérik rajta, ha más „gazdák” partnerei letörrik az árakat.
72. 2006. június 26-án az LCP azt írja a Speedshopnak (Message 3138), hogy ők tartatják a viszonteladóikkal az árakat. Elismeri, előfordul, hogy valaki megpróbálja lenyomni az árakat. „Természetesen” ezeket a partnereket azonnal felhívják és megkérik, hogy ne vigyék le az árakat, mert nem lesz nagyobb eladásuk, viszont a saját és a többi viszonteladó árrését lerontják. Amennyiben mégsem emeli feljebb a Mio árát, úgy legközelebb nem kap árut, vagy magasabb áron szolgálja ki. Válaszában a Speedshop megjegyzi, hogy az árazás igen kényes téma, egy kevésbé ismert PDA készüléket árusító vállalkozást ugyanis úgy lehet a legegyszerűbben befuttatni, ha egy-két keresett típust mélyen a többiek alá áraz. Példaként felhossa a Mitac C310 esetét, ahol a „megszabott bruttó 124eFt-os minimál árat” az első héten kb. 10 webshop „hagyta figyelmen kívül”. Elismeri viszont, hogy miután ezt jelezte, az LCP-nek többnyire sikerült elérnie a gyors visszaárazást. Addigra azonban már sokan rájuk akadtak és esetleg meg is rendelték a terméket. Úgy összegez, hogy „az szívott, aki az első néhány hétben hozzánk hasonlóan betartotta a minimál árat”.
73. A Speedshop azt is felveti, hogy az LCP szempontjából nem is biztos, hogy rossz lenne a „szabad árképzés”-nek teret engedni, így ugyanis a végfelhasználó olcsóbban juthatna a termékekhez és jobb eséllyel választja pl. a Mitac A701es az Eten G500 helyett. A „piacra belerondító, hazánkba végfelhasználóknak is (legálisan) szállító EU-s cégek” térnyerését is csak úgy lehet megakadályozni, ha a hazai kereskedők árai nem sokkal magasabbak mint az EU-s árak. Végül közli az LCP-vel, hogy „ahogy eddig is,

a jövőben is tartjuk magunkat ahhoz az általános elvhez, hogy a legolcsóbbal megegyező áron adjuk a PDA készülékeket, még akkor is, ha esetleg veszteséggel kell továbbadnunk rajtuk.”

74. 2006. június 27-én az LCP ír a Speedshopnak, a másolatot a Hamex kapja: várja az információt arról, hogy ki a két árletörő kiskereskedő. Amint megígérte, felveti velük az árat, vagy ha nem, akkor legközelebb más eladási árat fognak velük szemben alkalmazni. Azt is elismeri, hogy árletörők mindig is lesznek, ezt kénytelenek tudomásul venni. Bízik benne, hogy hosszabb távon is jól fog alakulni hármuk együttműködése. Válaszában a Speedshop felhívja az LCP figyelmét, hogy nem befolyásolja az LCP árrését, ha szabnak meg kiskereskedelmi árat vagy sem. Minél magasabb viszont a kiskereskedelmi ár, annál nagyobb fantáziát látnak majd az EU-s (azaz: az LCP-t megkerülő) beszerzésben. Másnapi válaszában az LCP arra panaszkodik, hogy partnereitől úgy hallja, a PdaMánia nyomja le az árakat. Rendet kell tenni, hogy mindenki jól járjon.
75. A Speedshop erre azt válaszolja az LCP-nek és a Hamexnek, hogy az ügyfelek igényeinek kielégítése érdekében a legolcsóbbakkal egy szinten kell lenniük, akkor is, ha rövid vagy közép távon veszteséggel jár. Példaként említ egy angol honlapot, ahol a P350 PDA készülék kb. 73 ezer Ft, míg a magyar kiskereskedelmi ár bruttó 90 ezer Ft fölött van. A Speedshopnak teljesen irreleváns, hogy kitől vásárol, csak a versenyképesség számít. Az EU-ban vagyunk és csak idő kérdése, hogy mikor tűnik el a magyar piacot védő burok. Az árazással kapcsolatban azt javasolja, hogy ne szójon bele az LCP a kiskereskedelmi árak alakításába. Legalább három szereplő van, akire nem tudnak érdemben hatni (pdaplaza, classic star és notebookstore), ami bőven elég ahhoz, hogy az „ajánlott kiskereskedelmi áraknál”<sup>2</sup> olcsóbb forrást találjon az egyszerű internetező. Zárszóként megjegyzi, hogy az elmúlt két évben a legtöbb fontos magyar beszállítójával meg tudta értetni, hogy a magyar piac zártságának vége, nőjjenek fel a feladathoz és a többi EU ország áraihoz hasonló szinten szolgálja ki. A hasznuk ugyan rövid távon csökken (a mostani 30-40% árrés jelentősen csökkenhet), de ezt kompenzálni lehet az eladások növekedésével. Javasolja az LCP-nek, hogy tárgyaljon ki a Mitac-kal nagyobb marketing támogatást és jobb árakat.
76. Az LCP július 4-én, hasonlóan hosszú e-mailben fejt ki üzletpolitikáját a Speedshopnak (kapja a Hamex és a Pdamania is). A márka felépítéséhez mindenképp szükség van megfelelő árrésre. Marketing hiányában önjáróvá válik a piac – ez történik most a Qtek esetében, mivel mióta az RRC is elkezdte a forgalmazást, senki sem reklámoz, nem akarnak másnak piacot felhajtani. A Qteken most már nincs is árrés, nem is ad el senki. Az RRC egy két év alatt felépített márkát zúzott szét. Szükség van marketingre ahhoz, hogy a vevők észrevegyék a termék előnyeit. Szükség van értékhozzáadott szolgáltatásokra és szervizre is. Nagy szükség van a viszonteladókra, ezért szeretnének nekik is megfelelő árrést biztosítani – és ezért nem kedvelik az árletörőket. Elismeri, hogy egy kis mozgás belefér, de egy 10 ezer Ft-os árletörés felesleges feszültséget kelt a piacon. Ennek azért nincs értelme, mert szép lassan mindenki utánamegy az áraknak és kialakul az egyoldalú árcsökkentés előtti helyzet. Az LCP nem akar feltétlen beleszólni a piaci végárakba, csak nem fognak ekkora mozgásteret hagyni a jövőben. Nem akarja, hogy a kereskedők közötti árverseny az LCP rovására menjen. Ha nincs marketing, nincs eladás, mindegy, hogy 5 ezer Ft-tal drágább-e a termék. Nem szabad külföldi webáruházakhoz igazítani az árat, inkább veszítsenek el tíz árérzékeny vevőt (ahhoz nem jár bónusz CD lokalizáció, klubkártya, két év hazai garancia, továbbá ráakódik még a szállítási költség is).

---

<sup>2</sup> Az idézőjelet a Speedshop használja a levélben.

Megígéri, hogy a szürke importtal szemben ezeryi eszközzel fel fognak lépni. A LCP jelzi, hogy a Metrót próbálja kézben tartani, azért, hogy ne legyen náluk árletörés. A Speedshopnak azt javasolja, hogy különböztesse meg a viszonteladót a végfelhasználótól, és hogy ne ők legyenek a fő árletörők. Ha a Speedshop árat csökkent, egy soha véget nem érő spirál indul be. Inkább legyen egy-két ezerrel drágább a PDAMánia, de sugallja azt, hogy ez egy nagyon megbízható forrás. Nem kell a legdrágábbnak lenni, de legközelebb ne menjenek bele hasonló licitbe. Valamilyen mértékben lehet befolyásolni a piacot, legalább lassítani lehet az árcsökkenéseket. A Hamex-szel karöltve igyekszik az LCP minden piaci tényezőre odafigyelni, az ezirányú közreműködéseket előre is megköszöni.

77. Válaszában a Speedshop megismétli az elvüket: a legolcsóbb hazai kiskereskedelmi forrással egy áron kínálja a Mitac termékeket. Árletörők nem lesznek, csak a többiek után mennek, de azt azonnal. Jelzi, hogy náluk jobban elkülönül a viszonteladó és a végső vevő, mint pl. a Hamexnél.
78. A hosszú levelezés zárásaként az LCP egyetértését hangoztatja, de ismét utal a Speedshop miatt naponta érkező panaszokra, ami miatt muszáj mindenkivel mindent részletesen átbeszélni. Szeretnék elkerülni a jövőben azt a helyzetet, amikor a Metro 10 ezer Ft-tal olcsóbban adta a Mio169cel-t, ehhez rendelték 60 gépet, miközben 500 db-os volt az igény. Két nap alatt eladták, „aztán zavarták el a vevőket tejet és kenyeret venni”. Az emberek ezt követően a Metro újságot lobogtatva mentek a többi kiskereskedőhöz, hasonló árat követelve.
79. 2006. július 10-én (Message 3248) az LCP elfogadhatatlannak nevezi a Speedshop által a PDAMánián kínált Qtek készülékek árait. Úgy érzi, hogy le kell ülniük egyeztetni az árakat még egyszer. Naponta kap panaszokat a Speedshopra, mindenki hozzájuk akarja igazítani az árakat. Kéri a PDAMánia lapigazgatóját, hogy ő is legyen ott a megbeszélésen. Kéri, hogy a Qtek árakat vigyék feljebb. Válaszában a Speedshop megismétli, hogy mint azt megígérték, tartják is: a Mitac termékek árait csak akkor csökkenti (de akkor azonnal), ha más magyar internetes kiskereskedő olcsóbban kínálja a gépeket, mint ők. Nem akar Qtek árat emelni, mert a jelenlegi áron sem fogy a régi készlet. Aznap vizontválaszában az LCP kitart kérése mellett. Ha a Speedshop árletörő céget lát, kéri, hogy szóljanak, az LCP majd intézkedik – ez korábban működött a Mátix-szal is. A több internetes cég nem zárkózott el az emelés elől, de ehhez az kell, hogy elsőként a Speedshop álljon vissza.
80. Az LCP pontokba szedve összegzi elképzeléseit:
- A701 kéri, hogy vigyék feljebb az árakat, az LCP pedig eléri, hogy a többiek is kövessék a Speedshopot. Szeretné továbbá, ha a szürke import megszűnne.
  - A beragadt készletek kapcsán felveti, hogy eladhatók beszerzési ár alatt is.
  - Az új termékek árának „szinten tartása”: „egy két ezer ft-tal kedvezőbb ár ok, 8-10ezer már nem!”
  - Ha a Speedshop árletörőket lát, akkor először szól az LCP-nek, és csak egy bizonyos időn belül reagál árcsökkenéssel.
81. A Speedshop válaszában lezártnak tekinti a vitát. Üzletpolitikájuk rendkívül egyszerű: az ügyfelek felé a lehető legkedvezőbb kondíciókat és olyan választékot kínálni, amely kielégíti a keresletet. „Ebbe belefér az, hogy nem árazunk más alá (Mitac esetében mindenképpen), de olyan dolgok sajnos nem, hogyha valaki leakciózik valamit, akkor szólunk, majd várunk hátha történik valami, mert ez nem egészséges dolog.”. Alapvető problémának tartja, hogy az LCP olyan viszonteladók érdekeit

próbálja meg védeni, akik már nem életképesek. Az LCP pont-listájára a következőket válaszolja:

- csak a A701-es készletezési problémáira reagál.
- Listát kér, beszerzésük mérlegelni fogja.
- „Lásd fent. Nem rajtunk fog múlni, ha nem sikerül.”
- Nem tartja vállalhatónak, mivel ha lépnek, azt azonnal kell tenniük, „DE CSAK MÁS UTÁN”. Utal arra, hogy naponta akár kétszer is szondázzák az árakat PDA készülékek vonatkozásában és hamarosan az áruházak ellenőrzését is megkezdi.

82. 2006. július 12-én Gál Tamás, a PDAMánia lapigazgatója az LCP-nek és Speedshopnak írva (Message 8961), a piaci árproblémák és az együttműködés jobbá tétele érdekében az alábbiakat vállalja a Qtek és a Mio termékek esetében. Jelzik az LCP által megadott e-mail címekre, ha egy terméket olcsóbban látnak. A megadott adatok alapján az LCP el tudja érni az árletörő boltot és intézkedni tud. Az Internet gyorsasága miatt 24 óráig vállalják, hogy nem nyúlnak az áraikhoz. Ha azonban a 24 óra elteltével nem változik az ár, akkor utánamennek. Az ármegfigyeléses rendszert augusztus végéig készek próbaüzemben működtetni. Az LCP részéről Horváth Csaba egyetért ezzel. Utal arra, hogy erről már korábban is szó volt, az LCP pedig hatással lesz az árletörő partnerekre, ahogy eddig is tették. Azon vannak, hogy a kereskedőkkel közösen a piacot építsék, ne pedig rombolják. Együtt erősek tudnak lenni és fellépnek olyan cégek ellen, mint az Annetgroup és a Notebookzone. A 24 óra nem biztos, hogy elég, de egyetért azzal, hogy próbálják ki. Gál Tamás válaszában a 24 órát kezdeti értéknek tekinti, ha látják, hogy minden probléma nélkül működik, nem kell tartani a piaci veszélyektől, akkor ez lehet hosszabb is. Jelzi, hogy bízik az LCP-ben.

83. Az LCP válaszában (ezt is kapja másolatban a Speedshop) ismételten kifejezi egyetértését, azon vannak, hogy jobb legyen az áruellátás és folyamatos legyen az árkövetés, amihez „Ti segítségetekre” egyértelműen szükség van. A Speedshop vezetőjére reagálva, aki nem szereti a szövetkezést, kifejti, hogy lehet háborút indítani mindenki ellen és mindenholnán vásárolni, de egyedül az ember kevés egy nemzetközi piacon. Több száz év tapasztalatai mutatják, hogy csak a stratégiai együttműködések életképesek. Kéri, hogy ezt lássa be a Speedshop: kicsit lazábban kell kezelni a dolgokat, nem megpróbálni minden forintot összekaparni, mert az nem fog sikerülni. A Speedshop válaszában nem tér ki konkrétan a 24 órás árfolyamra, csak utal arra, hogy beszerzési stratégiájukat már többször részletesen vázolta.

84. Az LCP részéről Hegedűs Viktor július 13-án is egyetért a PDA Mánia lapigazgatójával (Message 8985). A Qtek kapcsán jelzi azt a problémát, hogy az euró/Ft árfolyam változása ellenére még senki nem emelt árakat, a webáruházakban még mindig sok helyen a régi árak szerepelnek. Kéri a kollegákat (másolatot kapott a Speedshop, a Hamex és az LCP-s munkatársak), hogy „fussanak egy kört ez ügyben”.

85. 2006. július 12-én a Speedshop megküldi az LCP-nek az „új EMELT bruttó árait”, kérve, hogy aki olcsóbb, azt bírják áremelésre (Message 9006). 2006. július 14-én – árkövetés tárgyszóval – az alábbi e-mail váltás történt a Speedshop és az LCP között. A Speedshop az LCP-nek, PDAMánia-nak és Hamex-nek észrevételezi, hogy 40 óra eltelt azóta, hogy a feltárt olcsóbb cégeket nevesítette, de sajnos egyetlen olyan áremelésről sem tud beszámolni, ami a Speedshop árait elérte volna. A C310 esetében a Mobilix nem változtatta meg az árat, sőt azóta a Digitalmarket is leakciózta 113,900 Ft-ra. A C710 a Mobilix-nél és a Digitalmarket-nél is olcsóbb. A P550 készüléket az Unas és a Mobilix is olcsóbban adja. Kéri annak elérését, hogy az LCP partnerei is kövessék a Speedshopot árazás tekintetében. A PDAMánia erre kilátásba helyezte,



kérni fogja a Speedshopot, hogy másnap reggelre a PDAMánián is legyenek azonos szintű árak az említett boltokkal. Nem akar ugyanis megrendeléseket és piacot veszíteni, különösen nem a mobilix nemrég indult webáruháza javára. Kéri, hogy ne az LCP (nagykereskedő és disztribútor) akarja eldönteni a kiskereskedők versenyét. Az LCP PDAMánia-nak küldött válasza szerint „normális esetben” nem a disztribúció feladata eldönteni a kiskereskedők versenyét. „Akkor avatkozik be, ha valaki-valakik tönkreteszik az árakat.”

86. Egy másik LCP-s, Hamex érdeklődésre reagáló válasz szerint „rajta van” a Mobilixen, az ő ára is meg lesz változtatva. (Message 8998)
87. Az LCP július 13-án egy belső és Hamex-nek küldött e-mailben (Message 8951) írja, hogy már két hete tart a levélváltás a Speedshoppal és a PDA mániával: egyetértenek az utóbbival, de az előbbi mindig „kavar valamit”. Tájékoztatja a többieket, hogy sikerült megegyezni velük: az árakat följebb viszik, a nagykereskedelmi ár fölé 3%-kal. Kéri a kollegáit, hogy a web áruház partnerneiknél emeltessék minimum a Speedshop szintjére az árakat, de még jobb, ha a fölé 2%-kal. Így el lehet kerülni az árletörés problémáját. Sürgősen kéri, hogy kezdjék el hívogatni, „lecsekkolni” a partnereket. A jövőben le kell építeni azt a megoldást, hogy a retailek (Metro, Auchan, stb.) az akciózott termékből csak 20-40 db-ot adnak el. Nincs rájuk semmi szükség, szétvágják a piacot, mert a webshopokban mindenki hozzájuk fogja igazítani az árakat. „SE METRO, SE AUCHAN nem érdekel minket – vagyis akik nem tartják az árakat azokra értendő!!!!”
88. Speedshop témájú 2006. július 24-i e-mailjében (Message 9139) az LCP azt kéri a PDAMánia-tól, hogy a jövőben ismét ők szállíthassák a Mio termékeket, mert így lesz rend a piacon, így lehet megvédeni a márkát hosszú távon és elérni, hogy a Mobilix és mindenki más betartsa az árakat. Gál Tamás válaszában emlékeztet arra, hogy a Speedshop Kft. nem egyenlő a PDA Mánia Kft.-vel (mint ahogy az LCP sem egyenlő a Hamex-szel). Kérdezi, hogy az LCP miért csak a PDAMániát „cseszegeti”, a többi piaci szereplőt, pl. az Electroworld-öt, az Unas-t nem annyira. Utal arra, hogy a Speedshop-pal a következőket beszéltek meg: a PDA Mánia Webáruházán keresztül megrendelt termékeket az LCP/Hamex-től származó készletekből elégíti ki a Speedshop. Ha a készlet elfogy, akkor más úton oldják meg a vevők kiszolgálását, nem fogják őket hetekig hitegetni. Ha nem tetszik e megoldás, úgy azonnal leveszik a kínálatukból a terméket, így az nem lesz látható, rendelhető. Az LCP válaszában azt kéri, hogy ha egy-két hetet csúszik a szállítás, akkor tegyék előrendelhető státuszba a terméket, és csak akkor vegyenek más forrásból, ha ennél több ideig nem tudja az LCP/Hamex ellátni őket áruval. Egy másik, még aznap LCP-s válaszlevél utal arra, hogy az RRC-vel egyeztettek Qtek és HTC ügyben, mert érzik, hogy tönkretették a piacot és „ez így nem mehet tovább”.
89. A Message 0959 tanúsága szerint 2006. október 18-án heves hangvételű levélváltás zajlik az LCP és a Speedshop között. A Speedshop az európai normákra hivatkozva védi üzletpolitikáját. Szerinte az EU-s normák betartása nem lehet tisztességtelen, legfeljebb szokatlan Magyarországon. Az LCP válaszában azt írja, hogy vitájukhoz a GVH-nak nincsen semmi köze. Az LCP termékei nem fix árasak, mint a Garminnál, legfeljebb ha „meghiúsítasz egy 500 db-os áruházi rendelést árletörő politikáddal”. Ez hosszú távon senkinek sem jó, a fogyasztónak sem. Kilátásba helyezi, hogy felemeli az árakat. Céljuk az, hogy ha nem is mindenki, de sokan jól járnak a piacon. Honorálják, ha sokat vásárol a Speedshop az LCP-től, de nem nézhetik tétlenül, ha „ki akarja nyírni a hálózatot”. Bízunk abban, hogy együtt tudnak dolgozni oly módon, hogy „a kecske is jól lakjon és a káposzta is megmaradjon”.

90. Ugyanezen a napon jelentkezik az LCP-nél egy ajkai üzlet azzal a szándékkal, hogy Mio termékeket értékesítsen. Az ezt követő LCP belső levelezéséből kitűnik, hogy Ajkán már van egy jól dolgozó partner, ezért előbb beszélni kell vele, hogy „meg ne sértődjön”, továbbá megjegyzi, hogy „Nehogy árverseny legyen!”.
91. 2006. október 25-én a Speedshop azt írja az LCP-nek (Message 1580), hogy az áruhiány elkerülése érdekében a meglévő külföldi készlet kiárusítását szombat zárásig tartaná fenn. Hangsúlyozza, hogy a sikeres együttműködés érdekében mintegy 10 millió Ft értékű áru értékesítését függesztette fel – ezt kéri respektálni. Másnap azt írja - egyebek között – az LCP-nek, hogy reméli, a Collect nem kap rá az import Mitacokra – az import MyGuide-ra azonnal rákapott, rabolva az ő piacát, miután megtudta, hogy a Speedshop keze meg van kötve. Válaszában az LCP megküldi a szlovák LCP-től az árlistát, a magyar árakat a Hamex-szel való egyeztetést követően ígéri küldeni. E csatolmány (amely egyébként 2006. augusztus 29-i dátumú) az A701, C310, C510, C710, P35 és P55a termékcsaládokra tartalmazza a Speedshopra érvényes árat, USD-ban számolva, mellette a nettó viszonteladói árat és a nettó végfelhasználói árat, ez utóbbi kettőt Ft-ban. Még szintén október 26-án, a Speedshop az LCP levelére válaszul azt írja, hogy a Mitac árak rendben vannak, viszont a HTC Qtek termékeivel egészen más a helyzet, rengeteg forgalmazó van, az árak össze-vissza ugrálnak. Rendelésnél szívesen figyelembe veszi majd az LCP Qtek készleteit és árait, de nem ígér semmit. Válaszul az LCP jelzi, hogy legalább lát a Speedshop is egy rossz példát a hektikus piac veszélyeire. Ez nem céljuk a Mio esetében, más módszerekkel is lehet sikereket elérni.
92. 2006. október 26-án a Speedshop megküldi a kiskereskedelmi piaci helyzet alapján elkészített naprakész árazási elképzeléseit (Message 5154). A csatolt táblázat B oszlopa tartalmazza a leendő végfelhasználói árakat, ami egyes esetekben magasabb a jelenleginél (pl. P350, P550), némely esetben alacsonyabb (pl. C510, C710). A C oszlopban és tőle jobbra található a különböző internetes kiskereskedő cégek árai. Sárgával emeli ki a legjobb árakat, zölddel a második legjobbkat. Jelzi, hogy hol nem tartották szükségesnek a legolcsóbbal egyező árat kínálni - ott a második/harmadikat követik. Válaszában az LCP-s Horváth Csaba kéri, hogy Hegedűs Viktornak küldje az e-mailt, mert mostantól ő foglalkozik az árakkal. Kéri kollegáját, hogy nézze meg a Speedshop árait.
93. Válaszában Hegedűs Viktor csatolja a korrigált táblázatot (Message 0251). Speedshop által küldött Mio árak táblázatba az LCP megjegyzés oszlopot illeszt. Maga a táblázat egyébként a Speedshop mellett az UnasPlaza, a Mobilx, Mátix68, Addel, Edigital, NotebookZone, Gsm Takács, OPS System, Micro Comp, Electro, Store, AV Planet, M-Shop, NaviTel, GPSPlaza, Dr Mobil, i-Shop, Multimedia, PC Land, PdaPlaza, PDAstore, PDAtech, GPSbolt és PC Expert, Pdafutár bruttó fogyasztói árait veti össze. Az árlistából látszik, hogy a Speedshop ára mindig a legolcsóbb áruházzal megegyező, annál soha nem alacsonyabb.
94. Az LCP az egyes termékek kapcsán a következő megjegyzéseket teszi. Az A701 magyar változata kapcsán szerinte az ár az év végéig tarthatónak tűnik. A Mitac mindenkinek rosszul szállít, így nem érdemes felesleges árversenybe bonyolódni. A Pdaplaza és a Notebookzone egyelőre leállt a szürke importtal. A P350 angol és magyar, a C310 magyar, a C710 magyar változatainak árait rendben levőnek találja. A P550 magyar gépének árát alacsonynak találja, de ha már így van, akkor erőteljesebb promóciós munkát kér cserébe. A Mio550 kapcsán. A C510 magyar gép az LCP szerint túl alacsony árú, nem jó, ha annyiért adja, mint a C510 magyar változatát.

Megígéri, hogy beszél Gábor Péterrel, hogy hasson oda az Unasra és a többiekre (az ő áraik miatt árazott alacsonyan a Speedshop), bár tart attól, hogy ők meg a Speedshopra fognak hivatkozni. A megoldás az, hogy együtt kellene lépniük, akciós áron adva a C310-et.

95. 2006. november 11-én Hegedűs Viktor ismerteti kollegáival az LCP jövőképét. Megállapítja, hogy töretlenül fejlődnek, a konkurencia kiszorításával újabb és újabb piacokat foglalnak el, immáron három országban. Ennek több összetevője van: jó a termék, agresszív marketing, motivált eladási csatornák (vizonteladók, retailek és autóimportőrök), erős terméktámogatás (szerviz, after sales marketing) és kontrollált árak (versenyképes árak, mindig a piaci viszonyoknak és a marketing által generált igényeknek megfelelően). Megjegyzi, hogy a Garmin ellen GVH vizsgálat indult, mert ők megszbaják a végárakat. Egyetlen komoly ellenfélnek az RRC-t tekinti. A Hamex-szel kapcsolatban javasolja meg vizsgálni a további együttműködési lehetőségeket. Az első változat szerint lényegében ugyanúgy, de konzorciumként működnének együtt - megjegyzi, hogy a jelenlegi helyzet inkább „kartellszerű”. Elképzelhető azonban az is, hogy a Hamex az LCP-ben kisebbségi vagy akár többségi részesedést is vásároljon.

## V.

### Az ügyfél- és tanúmeghallgatások

#### LCP – Hegedűs Viktor ügyvezető igazgató

96. Az LCP ügyfélként történő meghallgatásán – egyebek között - az alábbiakat adta elő (Vj-166/2006/71. sz. és Vj-166/2006/193. sz. irat):

2004-ben, amikor az LCP még kis cég volt, kötöttek megállapodást a Trendex-el, amely révén ez utóbbi cég megfinanszírozta az áru egy részét. Cserébe ők kapták a legjobb árat, és ők vállalták a legnagyobb volumet. 2005-ben a Trendextől a Hamex Zrt-be vitték át a forgalmazás, ami az LCP-nek közömbös volt. Ekkor még mindig ő volt a legnagyobb partnerük. A Hamexnek a Mio készülékek kb. 30-40%-át adták el. A Hamex és az LCP eladói között egészséges verseny volt. Az ügyfelek kapcsán részben átfedték egymást. Voltak olyan áruházi beszállítások is, amit csak egyikük látott el. A kapcsolat a finanszírozás miatt működött, mert az LCP-nek szüksége volt egy finanszírozó partnerre. A viszonteladóknak volt, hogy tartottunk közös rendezvényt. A Hamex magát központi forgalmazónak hívta. 2006 utolsó hónapjaiban cégjogi kapcsolatot terveztek a felek, ennek a feltételeiben azonban nem sikerült megegyezni. A 2007-es vásárlásait a Hamex nem fizette ki, majd ebből kölcsönös perek lettek. A Hamex partnerei közül sokan átjöttek az LCP-hez, ők is leszerződtek az áruházakkal, valamint a nagykerekkel.

A kedvezmény rendszerük lényege, hogy aki nagykereskedőnek vallja magát, az nagyobb rabattot kap. Akkor adtak további kedvezményt, ha marketinget is rakott a termék mögé. Az LCP kiszolgálja a kiskereskedőket, olykor a fogyasztókat is, de nem erre vannak berendezkedve. A rabatt rendszer arrafele tereli a piacot, hogy 20-30 nagy partnerrel álljon kapcsolatban. Az áruházakat a bevállalt nagy mennyiség miatt nagykereskedőnek kezelik. 60% a nagykereskedői szint, 30% kb. a retail és 10% körüli a kisker.

Az LCP végfelhasználóknak csak kiegészítőket értékesített nagyobb mennyiségben.

Ajánlott végfelhasználói áruk volt, a viszonteladók ezt arra használták, hogy ez alá kell menni. Árletörésről panaszkodó e-mailek mindig jöttek, de őket ez nem érdekelte.

A kezdetekben a PDAMánia webáruháznak több beszállítója is volt. Először direktbe szállítottak a PDAMániára, ami számukra stratégia portál volt, mert ezen az oldalon keresztül kommunikálták az új modelleket. A PDAMánia kettőre csökkentette a beszállítóit a Mátix68-ra és a Speedshopra, később a Speedshop lett az egyedüli beszállító. Ekkor sor került egy háromoldalú megbeszélésre (PDAMánia-Speedshop-LCP), és megállapodtak a kereskedelmi feltételekben. A Speedshop nagykereskedő akart lenni, meg akarta kapni a nagyker árat, de mennyiségben nem hozta egy nagyker szintjét. A Speedshop-pal az egyik probléma az volt, hogy ugyanazon az áron árult a viszonteladóinak, mint a végfelhasználóknak. Az LCP támogatta a PDAMánián a termékeket, de közben a Speedshop megkerülve az LCP-t külföldről szerezte be a termékeket. Így lényegében az LCP finanszírozta a marketingjét és PR-ját a Speedshop külföldről behozott termékeinek. Az LCP visszarakta egy kisker szintre, amire válaszul átment a Hamex-hez. A Speedshop súlya az LCP forgalmán belül elenyésző volt, aztán később már ezt is a Hamextől vette.

Az eléje tárt mindegyik e-mail kapcsán állította, hogy az ajánlott végárat sosem tartatták. Az árak folyamatosan mentek lefelé.

Message 9006: Horváth Csaba itt a beavatkozást arra értette, hogy ha valaki nagyker árakat kap, és ezt arra használja, hogy a végfelhasználókat szolgálja ki.

Message 3138 átgondolatlan vitatkozás lehetett, mert önmagával mond ellent. Valahol Poór Bence azt írja, hogy ne szóljatok bele, van, ahol meg úgy beszél, mintha arról lett volna szó, hogy ezt közösen határozták meg.

Message 1301-el kapcsolatban elmondta, hogy folyamatosan beszéltek arról, hogy nem lesz árverseny, de valójában mindig versenyeztek a salesesek. Sosem valósult ez meg, a végeredmény mindig verseny lett. A Hamexnél volt egy olyan nyomásgyakorlás, hogy ne legyen. Ők úgy érezték, hogy amikor mi adunk el, akkor az általuk finanszírozott termékekből mi profitálunk. A levelezések azért mentek, hogy ne fajúljanak el a viták. Mindig is volt egy egészséges verseny a két cég között.

Elismerte, hogy az LCP akkor közbeavatkozik, ha valaki arra használja a nagyker státuszát, hogy végfelhasználóknak értékesítsen. Ilyenkor visszarakták őt viszonteladói státuszba és rosszabb árakat kapott. Az e-mailekben szereplő árletörő cégek is erre vonatkoznak.

Volt olyan is, hogy az LCP „törte le” az árakat, amikor pl. a Mio C250-es típus a Média Markt-ban 49.900 Ft-ba került, köszönhetően annak, hogy a Média Markt megrendelt 1000 db-ot. Ekkor a viszonteladóink zúgolódtak, hogy miért törjük le az árakat, de közöltük velük, hogy a Média Markt olyan mennyiséget vásárolt, ami indokolja az alacsony árat.

Nem emlékezett arra sem, hogy a tajvani cégtől megfogalmazódott volna olyan elvárás, hogy tartani kellett volna az árat egy bizonyos szinten. Tajvan sosem szólt bele az árakba, még ajánlott árakat sem közöltek felénk. Nekik mindig az volt a kifogásuk, hogy Magyarországon túl magasak az árak, ő mindig kommunikáltam felénk, hogy ez nincs így.

RRC– Virágh Attila ügyvezető igazgató

97. Az RRC meghallgatásán a következőket adta elő (Vj-166/2006/99. sz. irat):

Az LCP Kft.-t és a Hamex Zrt.-t elsősorban konkurenciának tekintették. Korábban a Mio termékeket a Hamextől vásárolták. Az alacsony margin szint miatt a termék nem alkalmas arra, hogy bármilyen megállapodás szülessen az árakkal kapcsolatban.

QTEK (ma HTC) termékekkel is foglalkozik az RRC. Az LCP-vel még tárgyalni sem lehetett rendesen, nemhogy megállapodni. Olyan megállapodás születhetett, hogy harcolnak a sűrű piac ellen.

Nem tudott konkrétan arról, hogy lett volna megállapodás kísérlet az árakkal kapcsolatban. A Message 9035-tel kapcsolatban elmondom, hogy RRC-LCP szóbeli megállapodásról nem tudtam. Az e-mailben szereplő árakat nem tartották.

Hamex – Roboz László ügyvezető igazgató

98. A Hamex meghallgatásán a következőket adta elő (Vj-166/2006/45. sz. irat):

2006 tavaszán az addig egy üzletággal működő Hamexet IT üzletággal bővítették, ekkor került képbe a Hamex-nél az LCP, mint beszállító, és a Mio navigációs eszközök. A Hamex 2006-os árbevételében az LCP-től származó termékek közel 50%-ot tettek ki. 2007 tavaszán a két cég között az üzleti kapcsolat megszűnt.

Cégük a logisztikai tevékenysége, értékesítési hálózata, raktárai miatt került a képbe. Olyan nagy igény mutatkozott a GPS navigációs termékekre, hogy az LCP nem tudta méretéből fakadóan kiszolgálni. A Hamex jelen volt továbbá az áruházláncokban is.

A Mio termékek esetében voltak javasolt végfelhasználói árak. Ez azért fontos információ, hogy a viszonteladónak ne határozzanak meg olyan árat, ami nem fedezi az ő költségeit. Olyan árlisták jelentek meg, amelyben az egész értékesítési csatorna ajánlott árai benne voltak (viszonteladó, disztribútor, végfelhasználó). Az LCP által kommunikált ajánlott végfelhasználói árat tovább kommunikáltuk a tőlünk vásároló viszonteladók felé.

A piacon elvárható, hogy mindenki normálisan tartsa az árakat. Ha van 100 viszonteladóm, akkor az nem normális, hogy kettő-három elkezd „árletörni”. Ez azért nem normális helyzet, mert így azok a cégek meghalnak, akik nem bírják a 0 árréses értékesítést. Azt általánosságban megfogalmazhatjuk, hogy valami normális árképzés a piacon nem árt. Ne menjen mindenki a saját feje után, így van, aki elad két nap alatt 500 darabot, másnak meg a nyakán marad. Valamihez igazodni kell. Olyan néha megnéztek, hogy ha valahol nagyon olcsón láttak terméket, akkor az honnan került oda. Nem volt szükség szankcióra, mindenkinek érdekében állt a normális üzletmenet. Mindig van egy-két renitens, mindig van, aki nagyon kis árrésen árult, ők úgysem bírták sokáig.

A Trendex.com-ról elmondta, hogy amikor az nagykereskedőként forgalmazta a Mio a terméket, akkor a Hamex még nem. Amikor a Hamex elkezdte forgalmazni a Mio termékeket, akkor a Trendex abbahagyta, a Trendexnél ezzel foglalkozó munkatársak átmentek a Hamex-hez.

### Molnár Zsolt tanú (RRC)

99. Az eljárás során Molnár Zsolt (RRC) tanúkénti meghallgatása során (Vj-166/2006/115) az alábbiakat adta elő:

Voltak olyan partnerek, akik nem szívesen vásároltak az LCP-től, és ők kérték, hogy legyenek Mio termékeik. Mivel nem voltak komoly szereplők, ezért nem tudott olyan árakat adni, amelyet a partnereik megköveteltek. A Mio üzletág ilyen formában nem volt stratégiaileg tartható, a hosszú távú cél mindenképp a gyártóval való közvetlen kapcsolatfelvétel volt. A Mio-s szerződés egy hosszú tárgyalás eredménye, hivatalosan az RRC 2008 januárja óta disztribútor.

A Qtek-HTC kapcsán minimális vásárlás volt az LCP-től, sosem kaptak versenyképes árakat. Olyankor vásárolt tőlük, amikor nem tudott a gyártótól árut szerezni.

A Mitac nem tud beleszólni az árazásukba, mert rengeteg cég foglalkozik a Mio-val, amelyek nem feltétlenül legális megoldásokkal, de lenyomják az árakat.

Nem kivitelezhető, hogy valakik árazásban meg tudjanak állapodni, az eléje tárt levelezést teljesen életszerűtlennek tartotta. A magyar piac annak ellenére, hogy kicsi, érzékeny.

### Baranyai Gábor tanú (LCP)

100. Az eljárás során Baranyai Gábor (LCP Systems Kft.) tanúként került meghallgatásra. (Vj-166/2006/116) A meghallgatás során az alábbiakat adta elő:

Az Electro World prágai központjával tartotta a kapcsolatot. A Mitac részéről Mariusszal tartotta a kapcsolatot, ő volt a Közép-Kelet-Európára kinevezett régiós vezető. A BGS Levi is kinevezett disztribútor volt, voltak viszontvásárlások. A két cseh disztribútor (BGS Levi és Elko) között nagyon éles volt a harc, és voltak konfliktusok. Örök kérdés volt, hogy a cseh Electro World-öt ki szolgálja ki.

A tajvaniak közül ismerte Sonia Chan-t, aki többször járt itt, de nem volt jellemző a közvetlen kapcsolat. A Mitac és az LCP közötti pontos árazási viszonyokba nem igazán volt beelőlése. Olyanról nem volt tudomása, hogy a Mitac elvárt volna bármilyen ár betartását az LCP-től.

Baranyai Gábor a Message 4272-vel kapcsolatban azt nyilatkozta, hogy az egy alkudozás része volt az Electro World-del. Amikor a levélben azt írta, hogy hivatalosan rögzített árak vannak, akkor abban ő egyáltalán nem volt biztos, ez csak egy tárgyalási taktika volt az ő megnyugtatása érdekében.

### Poór Benedek (Speedhop)

101. Az eljárás során meghallgatott Poór Benedek ügyvezető (Speedshop) ügyfélként előadta (Vj-166/2006/109.), hogy az LCP-vel való e-mail kommunikációt annak fényében kell értelmezni, hogy a Speedshop érdeke az volt, hogy ne vesszen össze az LCP Kft-vel, mert ebben az esetben nagyon megnehezítette volna az áruhoz jutást. Az az elv, hogy az LCP kérésére emelnék az árat, ellenkezik a cég stratégiájával, ettől még elképzelhetőnek tartja, de akkor is csak elszigetelt példa lehetett, a jó viszony és a beszélgetés fenntartása érdekében. A levelezés célja is az

volt, hogy az LCP ismerje be, az internetes kereskedelem korában az árakat nem lehet szabályozni.

Kovács György (Mátrix68 Kft.)

102. Kovács György, az akkor még eljárás alá vontként szereplő Mátrix68 Kft. ügyvezetője az alábbiakat adta elő meghallgatása keretében (Vj-166/2006/94):

Az LCP-től és a szub-disztribútoroktól is (Trendex, Hamex) vásároltak készülékeket. 2006 közepén kerültek ki a PDAMánia webáruházból. A PDA mánia kétfelé volt osztva, a navigációs részt ők vittük, míg a telefon és az ahhoz tartozó kiegészítőket a Speedshop.

Ajánlott árat kaptunk az LCP-től. Ezeknek ott van jelentősége, hogy a készülék bemutatkozásakor mennyiért jelenjenek meg a hirdetések. Ezt követően úgymint elkezdődik az Interneten az egymás alá vágás, ezért nem áll meg a kartell vád. A végfelhasználó árak kontrollálása az internetes értékesítésnél lehetetlen.

Biztosan állította, hogy nem hallott arról, az LCP kontrollálni akarta volna az árakat. Ők inkább a Hamextől vásároltak, nem az LCP-től. Az LCP-vel korábban konfliktusba is keveredtek, valamint a Trendex-Hamex jobb árat is ajánlott.

Az Message1570-ről elmondta, hogy láthatóan próbálta őket az LCP presszionálni, de ezek próbálkozás szinten maradtak.

Gál Tamás ügyvezető

103. Az eljárás során meghallgatott Gál Tamás ügyvezető, Eldanor Kft. (korábban PDAMánia Kft.) (Vj-166/2006/50) az alábbiakat adta elő:

A PDAMánia weblap csoport üzemeltetője és alkotója a PDAMánia Kft. volt. A weblap csoportot 2007. januárban megvásárolta a Sanoma csoport, jogvédelmi okokból kérték a Kft. nevének megváltoztatását. A webáruház úgy nézett ki, mint egyfajta kirakat. Nekik beszállítói partnereik és szerződéseik voltak. Ők kiskereskedők voltak, ők álltak kapcsolatban az ügyfelekkel. A partnerek saját maguk töltötték fel és tartották karban a termékeket, azok leírását és árait is. A webáruházban való jelenlétért egy fix havi díjat, illetőleg egy %-ban meghatározott jutalékot kértek.

Az LCP Kft-vel ebben az időszakban egy média megállapodásuk volt. Bannereket jelenítettek meg, írtak a termékeikről. Az LCP ezt próbálta meg kihasználni azzal, hogy fenyegetőzött, felmondja a szerződést, amennyiben nem próbál meg hatást gyakorolni a Speedshopra. Megpróbált kettőjük között párbeszédet létrehozni, érdemi vitájukba nem kívánt beleszólni. A Speedshoppal végül nem bírtak megbirkózni. Az LCP ekkor indította be a „Tiszta forrásból” kampányát, amit felháborítónak tart: egy másik EU-s országból behozott termék miért nem lenne tiszta forrás?

## **VI. Jogi háttér**

104. A Tptv. 11. § (1) bekezdése szerint tilos a vállalkozások közötti megállapodás és összehangolt magatartás, valamint a vállalkozások társadalmi szervezetének, a köztestületnek, az egyesülésnek és más hasonló szervezetnek a döntése (a

továbbiakban együtt: megállapodás), amely a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza vagy ilyen hatást fejthet, illetve fejt ki. Nem minősül ilyennek a megállapodás, ha egymástól nem független vállalkozások között jön létre.

105. A Tpv. 11. § (2) bekezdése a) pontja alapján a tilalom vonatkozik különösen a vételi vagy az eladási árak, valamint egyéb üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett meghatározására.
106. A Tpv. 13. § (1) bekezdése szerint nem esik a tilalom alá a megállapodás, ha csekély jelentőségű. A (2) bekezdés értelmében akkor csekély jelentőségű a megállapodás, ha a megállapodást kötő feleknek és az azoktól nem független vállalkozásoknak az együttes részesedése az érintett piacon a tíz százalékot nem haladja meg. Nem lehet azonban csekély jelentőségű az a megállapodás, mely
- a vételi vagy az eladási árak versenytársak közötti közvetlen vagy közvetett meghatározására, vagy
  - a piac versenytársak által történő felosztására vonatkozik.
107. A Tpv. 14. § (1) bekezdése szerint az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és földrajzi terület figyelembe vételével kell meghatározni, míg a (2) bekezdés szerint a megállapodás tárgyát képező árun kívül figyelembe kell venni az azt – felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesíthető árukat, továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait. A (3) bekezdés a földrajzi piac meghatározásához nyújt támpontokat. Eszerint földrajzi terület az, amelyen kívül a) a fogyasztó 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.
108. A Tpv. 16. §-a szerint a megállapodások meghatározott csoportjait a Kormány rendeletben mentesítheti a 11. §-ban foglalt tilalom alól. A Kormány a megállapodások csoportos mentesüléséről a törvény 17. §-ában foglalt szempontok figyelembevételével rendelkezhet. A Tpv. 17. §-a alapján mentesül a 11. §-ban foglalt tilalom alól a megállapodás, ha
- a) az hozzájárul a termelés vagy a forgalmazás ésszerűbb megszervezéséhez, vagy a műszaki vagy a gazdasági fejlődés előmozdításához, vagy a környezetvédelmi helyzet vagy a versenyképesség javulásához;
  - b) a megállapodásból származó előnyök méltányos része a fogyasztóhoz jut;
  - c) a gazdasági verseny velejárol korlátozása vagy kizárása a gazdaságilag indokolt közös célok eléréséhez szükséges mértéket nem haladja meg; és
  - d) nem teszi lehetővé az érintett áruk jelentős részével kapcsolatban a verseny kizárását.
109. A Tpv. 20. §-a értelmében annak bizonyítása, hogy a megállapodás a tilalom alól a 16. § vagy a 17. § alapján mentesül azt terheli, aki a mentesülésre hivatkozik.
110. A vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól történő mentesítéséről szóló 55/2002. (III. 26.) Korm. rendelet (a továbbiakban: Rendelet) 1. § (1) bekezdése kimondja, hogy a Rendelet alapján - a Tpv. 17. §-ában meghatározott szempontokra figyelemmel - mentesül a gazdasági versenyt korlátozó megállapodásokra vonatkozó tilalom (Tpv. 11. §) alól az a megállapodás, amelyben a résztvevő vállalkozások mindegyike a termelési vagy forgalmazási lánc egymástól eltérő szintjén működik, és amely azokra a feltételekre vonatkozik, amelyek mellett



egyres áruknak vagy szolgáltatásoknak a felek általi vásárlása, értékesítése vagy viszonteladása történik (a továbbiakban: vertikális megállapodás).

111. A Rendelet 3. § a) pontja szerint az 1. §-ban foglaltak nem alkalmazhatók arra a vertikális megállapodásra, amelynek célja közvetlenül vagy közvetve, önmagában vagy a felek ellenőrzése alá tartozó egyéb tényezőkkel együtt a vevő lehetőségeinek korlátozása az általa alkalmazott eladási ár meghatározásában, ide nem értve azt a lehetőséget, hogy a szállító legnagyobb eladási árat vagy ajánlott eladási árat határozzon meg, feltéve, hogy ez nem vezet a felek bármelyike általi nyomásgyakorlás vagy ösztönzés következményeként rögzített vagy legkisebb eladási árhoz.
112. A Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, az f) pont alapján megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
113. A Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A vállalkozások társadalmi szervezetével, a közttestülettel, az egyesüléssel és más hasonló szervezettel szemben kiszabott bírság összege legfeljebb a tagvállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.
114. A Tpv. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## VII.

### A Versenytanács döntése

#### VII. 1. Az eljárás alá vontak magatartása értékelésének keretei

115. Jelen ügy tárgya a Mitac, az LCP és üzleti partnerei közötti magyarországi áregyeztetés és ártartó mechanizmus versenyjogi megítélése. A viszonteladói és a végfelhasználói/fogyasztói árak horizontális illetve vertikális rögzítése a Tpv. 11. § (2) bekezdés a) pontjába ütközően versenykorlátozó célzatú magatartás.
116. A versenytanács szerint a jelen ügyben az érintett termékpiac a teljes gépkocsi navigációs piac termékei közül
- a navigációs célszámítógépek (PNA-k) és
  - a GPS funkcióval ellátott kézi számítógépek (PDA-k),
  - a GPS-képes pocket PC telefonokat, valamint a telefonos PDA-kat is magában foglaló okos-telefonok piaca,
- amelyek a gépkocsi navigációs berendezések piacán belül egyenként különálló termékpiacot alkotnak. Az érintett földrajzi piac a Magyar Köztársaság területe.

117. Az érintett piacon a 2006. évben a Mitac Mio termékei rövid idő alatt piacvezető szerepre tettek szert. A PNA termékek piaci részesedése a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján meghaladja a 30%-ot, míg a Mitac Mio PDA termékek piaci részesedése 30%-60% közötti. Az okos-telefonok kapcsán hasonló adat nem áll a Versenytanács rendelkezésére, itt az eljárás alá vontak nyilatkozatai szerint részesedésük jóval kisebb mértékű volt.
118. A jelen eljárásban vizsgált áregyeztetések nemcsak vertikális, hanem horizontális viszonylatban is alkalmasak voltak a verseny korlátozására, mivel az LCP az érintett áruvertikum minden egyes szintjén jelen van (a kiskereskedelmi szinten csekély mértékben).
119. A versenytanács szerint a Mitac-LCP megállapodás és az LCP ártartó rendszere kapcsán megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozások piaci részesedése kétségtelenül meghaladja a 10%-ot, ezért a vizsgált árrögzítő megállapodás és gyakorlat nem minősülhet csekély jelentőségűnek. Az LCP és az RRC között létrejött horizontális árrögzítő megállapodás esetében nem alkalmazható a Tpv. 13. § kivétele, így az okos-telefonok piacának részletes elemzése ebben a tekintetben szükségtelen volt.
120. A jogsértő magatartással érintett időszak az e-mailek tanúsága szerint az autós navigációs termékek magyarországi árusításának felfutását jelentő 2005-2006-os évek. A későbbi e-mail levelezésről nincs tudomása a Versenytanácsnak, tekintettel az eljárás megindulásakor foganatosított helyszíni kutatás ekkorra eső időpontjára.

## **VII. 2. Az LCP-RRC közötti árkartell**

121. A Message 9035 számú e-mail bizonyíték tanúsága szerint az LCP és az RRC, mint a Qtek okostelefonok nagykereskedői, 2006. július 17-én megegyeztek egymással arról, hogy a jövőben egyeztetik egymással minimális áraikat, továbbá konkrétan meghatározták azt az árat, amelyen a viszonteladóknak a Qtek-9000 termékeket kínálják. A levelezésben szereplő másik két okos-telefon áráról – legalábbis e levelek szerint - nem jött létre akaratgegyezés. Hasonlóképpen, a Message 9139 számú e-mail közvetetten utal az LCP és az RRC közötti, Qtek/HTC termékek esetében folytatott egyeztetésekre.
122. A Tpv. 11. § (2) bekezdés a) pontjába ütköző megállapodás természeténél fogva súlyosan korlátozza a Qtek termékek két nagykereskedője közötti árversenyt. A rendelkezésre álló bizonyítékok ugyanakkor azt mutatják, hogy az RRC nem tartotta magát a megállapodott árhoz, annál olcsóbban árusította a készüléket, így a megállapodás érdemi negatív hatást nem fejtett ki a piacon.
123. A Tpv. 11. § (1) bekezdése szerint már azon megállapodás is a versenyjogi tilalomba ütközik, amely a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza, vagy ilyen hatást fejthet ki. Az, hogy utóbb egyik fél nem tartja magát a megállapodáshoz, nem teszi azt meg nem történtté.

### VII. 3. A Mitac-LCP vertikális áregyeztetése

124. Az LCP és a Mitac vállalkozás a vizsgált időszakban nem írtak alá disztribútori szerződést a Mio termékek forgalmazásáról, ennek ellenére az általuk folytatott levelezés egyértelműen bizonyítja, hogy a Mitac termékek viszonteladói és végfelhasználói árának nem csak ajánlott ára került rögzítésre. Az eljárás alá vontak közötti megegyezés értelmében a termékek árait a Mitac határozta meg, amelyek betartását az LCP vállalta. A megállapodás kimondott célja volt, hogy Magyarországon és a környező országokban maximalizálják a Mio termékek piaci részesedését (Message 3585). Több e-mail és Baranyai Gábor tanúvallomása is alátámasztja, hogy a Mitac által meghatározott árak nem ajánlott árként, hanem ténylegesen rögzített árként funkcionáltak a piacon. Ez utóbbi kapcsán, különösen a többi Mitac-LCP közötti e-mail fényében nem tartja életszerűnek a Versenytanács azt a védekezést, hogy az LCP illetékes alkalmazottja csak „blöffölt” volna, amikor az olcsóbb árat kérő Electro World-del szemben a rögzített minimum árakra hivatkozott. A Mitac több alkalommal is kimondottan felszólítja a partnereket (Message 5413, 0972), hogy kövessék az árakat. A 2006-os év elején küldött táblázatban szereplő árak évközben is egyeztetésre és kiigazításra kerültek, a felek egy ár-meghatározási rendszer kialakításában is együttműködnek. (Message 1386, 1417, 1423, 3776). A szlovák és cseh piacokra vonatkozó árlista ugyan kifejezetten nem tartalmazott magyar árakat, de közvetett bizonyítékként jól szemlélteti a Mitac ártartásra épülő üzletpolitikáját, amely értelemszerűen Magyarországon is ezzel megegyező kellett hogy legyen.
125. A rendelkezésre álló bizonyítékok tanúsága szerint a Mitac által meghatározott és az LCP által betartott kiskereskedői és végfelhasználói árak ténylegesen nem ajánlott, hanem rögzített árként kellett hogy funkcionáljanak a piacon, amelyek megszegéséhez – a Mitac levelek tanúsága szerint - komoly szankciórendszer is társult.
126. A 2006. szeptember 26-i e-mail szerint „az utcai ár stabilan tartása” érdekében megküldi az LCP-nek is az új árlistát és -szerkezetet, jelezve, hogy ha követik a szabályokat, akkor a Mio nagyobb támogatását élvezhetik. Ennek az egyik fő célja, hogy a nagykereskedők ne tudjanak túlzottan alacsony árakat kínálni. Egy novemberi e-mail szerint az új árrendszer célja az árháború elkerülése volt. Egy másik októberi e-mailből kitűnik az is, hogy az LCP akkor fogja megkapni a 2%-os „backend” visszatérítést, ha nincs arra bizonyíték, hogy az ajánlott ár alatt adott volna el. Válaszában az LCP valamennyi koncepcióval és ponttal egyetért, csupán egyetlen terméknél kért árcsökkenést.
127. Egy másik októberi levélben az LCP jelzi a Mitac-nak, hogy minden esetben tartják az ajánlott árat, gyakran még annál magasabbakat is (egyedül a cseh Electro World kapcsán kér alacsonyabb árakat). Az LCP megkötöttségét jelzi ez a tény, továbbá az is, hogy válaszában a Mitac megígéri, áttekinti az LCP - Electro World árstruktúrát. Világos tehát, hogy az LCP úgy érezte, nem alakíthatja szabadon továbbeladási árait, hanem előtte egyeztetnie kell a gyártóval.
128. Nemcsak a levelekhez csatolt árlistákban szerepelt, hanem a Mitac külön is felhívta a figyelmet (Message 5413) arra, hogy jogszerűen leállíthatja a szállítást, amennyiben a partnerek nem követik az árakat. A Mitac által az LCP-nek 2006. október 17-én 15 óra 5 perckor küldött e-mail bizonyíték értelmében a Mitac 2% árrés elvesztésével „büntette” az árletörő disztribútorait, sőt elrettentő példaként megemlíti,

hogy volt olyan, aki 20.000 dollár visszatérítést veszített emiatt. A Mitac védekezése szerint a gyakorlatban mégsem került sor az eltérő árakat alkalmazók szankcionálására. Ezt a tényt a Versenytanács csak a bírság összegénél tudta figyelembe venni. Önmagában a fenyegetettség léte is kellő pressziót tud gyakorolni a – szerződéssel egyébként nem rendelkező, ezért némileg bizonytalan helyzetben levő – importőrre. Az ártartás „mézesmadzag” eleme ugyanakkor bizonyíthatóan működött: a minimum árakat tiszteletben tartó kereskedő megkapta a 2% bónuszt.

129. A Mitac és az LCP fenti magatartásával részesévé váltak egy, a Tpv. 11. § (2) bekezdés a) pontja alapján tiltott árrögzítő megállapodásnak, amely, tekintettel a Mitac piaci részesedésére, érezhető mértékben képes volt a versenyt korlátozni. A jogsértés időtartama nehezen meghatározható, az életszerűen az üzleti kapcsolat elejétől kellene hogy datálódjon, erre vonatkozó e-mailek hiányában azonban a Versenytanácsa csak 2006. augusztustól állapította meg a jogsértést. Az eljárás megindulását követően jogsértésre utaló bizonyíték nem merült fel.

#### **VII. 4. Az LCP magyarországi ártartó rendszere**

130. Az LCP által kötött viszonteladói szerződések nem tartalmaznak ugyan árrögzítő klauzulát, illetve ajánlott árról szólt az írás, azonban a Tpv. 65/A. §-a alapján folytatott helyszíni vizsgálat során megtalált e-mail levélváltások azt bizonyítják, hogy az LCP az időszakonként megküldött táblázatokban szereplő árakat ténylegesen minimum árként alkalmazta, amelyek betartása érdekében több üzleti partnerével együttesen, rendszeresen fellépett a viszonteladóival szemben. Az alábbiakban a tényállásban ismertetett e-mailek alapján bemutatjuk az árkövetés LCP üzletpolitikájában játszott szerepét, példákat mutatunk az árak tartatására (ezzel is alátámasztva a viszonteladók részéről legalábbis közvetett módon kinyilvánított egyetértését), majd külön is értékeljük az LCP-PDAmánia/Speedshop kapcsolatát.

131. A Versenytanács által áttekintett e-mailek alapján egyértelmű, hogy jelen eljárásban többről volt szó, mint egy-két ügyféllel kötött eseti jellegű kétoldalú árrögzítő megállapodásról (mint amire konkrétan utalnak egyes e-mailek, lásd különösen az LCP-Speedshop kapcsolatot). Az LCP által meghatározott, kívánatosnak tartott árak egy jól átgondolt rendszert alkottak, olyan céltudatos üzleti módszert, amely révén az LCP a Mitac termékek – és természetesen maga számára – jelentős piaci részesedést és sikert kívánt garantálni. Olyan többszintű árrendszert dolgozott ki és tudott több-kevesebb sikerrel működtetni, amelyben az árversenynek moderált szerep jutott, ennél fontosabbnak tartva azt, hogy a kereskedőket kellő árrés garantálásával tudja megfelelő marketingre és így nagyobb eladásokra ösztönözni.

#### Az LCP ártartó üzletpolitikája

132. 2005. október 4-i Trendex-LCP e-mail váltás szerint már korábban megbeszélték, hogy az akciókat előre egyeztetik egymással. Nem szerencsés, ha más árakat kap az Elektroworld, mint pl. a Média Markt. Ez a levél utal arra, hogy hasonló üzenetet szoktak a partnerekkel az előadásokon közölni, ami mutatja azt, hogy az ártartás az LCP értékesítési rendszerének egyik fontos eleme. Az LCP-s válaszlevél kifejezetten azt javasolja, hogy a retaileknek szabják meg a végárat, amitől csak néhány százalékkal térhessen el a végárak, ellenkező esetben tönkreteszik a piacot. Egy másik 2005. októberi e-mailből azt tudhatjuk meg, hogy a Metro - akinek egyébként a Trendex.Com Zrt. szállított - akciója is problémát okozott a rendszerben,

sokak nemtetszését váltotta ki, az LCP utólag csak annyit tudott elérni, hogy limitálta az akciós készletüket 2-4 db/áruház szinten, továbbá a kifogásolt akció után magasabb beszerzési árú lett.

133. Egy 2005. december 5-i e-mailben az LCP világosan megírja a Trendex-nek, hogy nem fognak vele árversenybe bonyolódni, mert „semmi értelme”. Ehelyett meg kell beszélniük, hogyan kezeljék a nagykereskedőket és a hipermarketeket, úgy, hogy „a kecske is jól lakjon és a káposzta is megmaradjon”. Az LCP-t zavarta, amikor olcsóbb árakkal csábította el tőle a Trendex a partnereket. Az LCP kérte a Trendex-et, mint kiemelt kereskedői partnerét, hogy tartsa ugyanazt az árat, és próbáljon jobb szolgáltatást mellé tenni. A levél szerint az LCP mindig is informálta a Trendex-et a viszonteladói és nagykereskedelmi árakról, és azokról nem is tért el.
134. A 2006. június 19-i LCP-Hamex-PDAMania levelezés részeként a Hamex emlékeztet arra, hogy a 2006. első félévének tapasztalatai alapján folyamatosan számolni kell a túlzott árversenyből fakadó problémákkal (hivatkozik a C310-es esetre). A levél szerint volt két, árat letörő cég – mindkettő a Hamex partnere -v, akiknek elmondták, hogy miért nem jó az üzletpolitikájuk, s ha kitartanak mellette, úgy nem kapnak többet árut. Ezzel sikerült megoldaniuk a problémát. A Hamex, akaratosságban az LCP-vel, fontosnak tartotta, hogy kontrollálják a kiskereskedelmi árakat. Szerinte az sem megengedhető, hogy az Interneten mindenki által látható viszonteladói ár jelenjen meg.
135. Egy 2006. június 26-i e-mail szerint a Speedshop felvetette az LCP-nek, hogy jobb üzletpolitika lenne a „szabad árképzés”-nek teret engedni. Ez közvetve azt bizonyítja, hogy az LCP üzletpolitikája ezzel éppen ellentétes volt. Másnap azt is kifejti, hogy az elmúlt két évben a legtöbb fontos magyar beszállítójával meg tudta értetni, hogy a magyar piac zártságának vége, a többi EU ország hasonló árszinten szolgálják ki. A hasznuk ugyan rövidtávon csökken (a mostani 30-40% árrés jelentősen csökkenhet), de ezt kompenzálni lehet az eladások növekedésével.
136. Az LCP ezzel szemben július 4-én hosszú e-mailben fejtegeti üzletpolitikáját a Speedshop, a Hamex és a PDAMania előtt. E szerint a márkaépítés kulcsa a megfelelő árrés, amire építve erőteljes marketinget lehet folytatni. A minőségi szolgáltatást nyújtó viszonteladók védelme miatt nem kedveli az árletörőket. Az ajánlott árhoz képest egy kis mozgás belefér, de egy 10 ezer Ft-os árletörés felesleges feszültséget kelt a piacon. Valamilyen mértékben lehet befolyásolni a piacot, legalább lassítani lehet az árcsökkenéseket. A levél világossá teszi, hogy a Hamex-szel karöltve igyekszik az LCP minden piaci tényezőre odafigyelni. Hasonló elemeket tartalmaz a július 10-i Speedshopnak írt e-mail is: elvárás az új termékek árának szinten tartása, amelybe egy-két ezer forintos olcsóbb ár még belefér, de 8-10 ezer már nem.
137. Július 13-án az LCP belső kollegáinak és Hamex-nek írott e-mailjében kifejti, hogy a retailekre (Metro, Auchan, stb.) nincs semmi szükség, ha nem tartják az árakat, mert néhány tucat termék eladásával is tönkretelhetik a piacot, mivel a webshopok hozzájuk igazítják áraikat. A Versenytanács megjegyzi, önmagában nem feltétlenül tilos szelektálni a szóba jövő kereskedők között, de jelen esetben ez az e-mail is mutatja az LCP átfogó, országos ártartásra épülő kereskedelmi politikáját, amelynek keretében az elvárt árhoz képest érezhetően olcsóbb szinten árusító áruházak akár ki is szorulhatnak az ekkoriban leginkább keresett Mio termékek forgalmazásából.
138. 2006. július 14-én az LCP azt írja a PDAMániának, hogy „normális esetben” nem a disztribúció feladata eldönteni a kiskereskedők versenyét. Ha azonban valakik

tönkretezzük az árakat, akkor beavatkozik. E levél is világosan mutatja, hogy az LCP forgalmazási rendszerének – melynek írott és íratlan játékszabályait az ehhez csatlakozó kereskedő el kellett hogy fogadja - csak bizonyos szűk korlátok között engedett mozgásteret.

139. 2006. október 16-i e-mailben az LCP ugyan azt írja a Speedshop-nak, hogy termékei nem fix árasak, mint a Garminnál, viszont hozzá teszi, hogy legfeljebb ha „meghiúsítasz egy 500 db-os áruházi rendelést árletörő politikáddal”. A Versenytanács szerint ez is mutatja, hogy az LCP olyan áröngző rendszert alkalmazott, amely az akciózásnak kívánt eleget venni (ugyanezen levélben az LCP kilátásba helyezte, hogy megemeli a Speedshop árait).

140. 2006 októberében a Mitacnak írt levelében az LCP alapvetően sikeresként értékelte többszintű árrés rendszerre épülő üzletpolitikáját, megjegyezve, hogy Magyarországon „nincs botrány”, nem úgy, mint a cseheknél, szlovákoknál, lengyeleknél. Kivételként egyedül a Speedshopot említi, akinek egy célja van: „elpusztítani a hálózatunkat”. Az LCP 2006. október 5-én Mitac-nak küldött levelében írja le az általa alkalmazott és kívánatosnak tartott minimum árstruktúrát (ami egyébként eltért a Mitac által akkor bevezetett ösztönzési rendszertől):

- X- disztribútor ára (LCP, Elko, Levi, RHS, Comes, Optimus, stb.)
- X+10% - al-disztribútor (LC Trading), nagykereskedők (ASBIS, Scop, Flamingo) és autókereskedők központi beszerzései (Porsche Part Center, Suzuki, Citroen, Peugeot, Ford)
- X+15% - kiskereskedői („retailer”) ár (NAY, Datart, Mectro, Electro World, Media Markt)
- X+20% – viszonteladói („reseller”) ár (webáruházak, boltok, egyes autódealerek)
- X+30% - fogyasztói ár.

141. A Versenytanács szerint önmagában az, hogy egy termék de facto kizárólagos „hivatalos” importőre különböző árat alkalmaz egyes kereskedőkkel szemben, nem jelent versenykorlátozó megállapodást. Megvalósul azonban az áröngzés tényállása, ha az importőr a termékeket tőle megvásároló forgalmazók viszonteladási árait is befolyásolni kívánja.

142. Az egyik utolsó, a Versenytanács által ismert LCP-s belső levél 2006. novemberben ismerteti a cég jövőképét. E szerint töretlen sikerüknek egyik összetevője a kontrollált árak.

143. Ezen ártartó megállapodásnak a kezdeményezője az LCP volt, jóllehet az részben következett a fent ismertetett Mitac-LCP megállapodásból is. A megállapodásnak részese volt valamennyi LCP üzletfél, aki nem határolódott el a forgalmazási rendszer szerves részét képező ártartó üzletpolitikától. Az LCP forgalmazási rendszerébe bekapcsolódó kereskedőknek például a 2005 végén tartott tájékoztató ismertették a forgalmazás fő játékszabályait, közte szükségszerűen a marketing fontosságát és ahhoz kapcsolódóan az „akciózás” veszélyeit, az ártartással járó előnyöket.

#### Az árlisták és betartatásuk

144. A megállapodás érvényre juttatásában az LCP munkatársai mellett tevékeny szerepet játszott a kiemelt disztribútornak minősülő Hamex. Az internetes webshopok

árazásának nyomon követésében – bizonyos időszakban – fontos platform volt a PDAMánia, az árak monitoringjában jelentős segítséget nyújtott az oda beszállító Speedshop is. Az LCP által szükségesnek tartott ártartási rendszer a gyakorlatban is megvalósult, ráadásul pont a termékek bevezetése szempontjából kritikusnak nevezhető első hónapokban. Volt ugyan néhány, elsősorban Interneten áruló kereskedő, aki időszakonként nem tartotta magát e szabályokhoz, de ettől még a rendszer egésze létezett és sok esetben érvényesült is, a fogyasztók számára magasabb árakat eredményezve.

145. Az együttműködés fenntarthatósága szempontjából a legnagyobb kihívást azok a webshop-ok és retailer-ek jelentették, amelyeket az eljárás alá vontak gyakran „árletörök”-nek neveznek. Ezek részben úgy tudtak alacsonyabb árakkal dolgozni, hogy külföldről, más EU-tagországból beszerzett árukat értékesíttek. A Versenytanács számára ez is mutatja, hogy a megállapodás révén kialakult magyar árak magasabbak voltak a környező országok árainál, hiszen egyébként nem lett volna üzletileg kifizetődő párhuzamos, „szürke” importba fogni. Ezen túl az LCP-túl a Mitacnak küldött egyik e-mail is utal arra, hogy a magyar árak a legtöbb esetben még a gyártó által elérendőnek kitűzött árat is meghaladták.
146. Az LCP 2006. február 16-i LCP-s e-mail jól mutatja az árlisták valós természetét. A Trendex-től és a Hamex-től, mint kiemelt kereskedőtől (s egyben versenytársaitól) azt kérte, hogy a listától ne térjenek el, kivéve, ha már korábban megegyeztek más árban. Felhívta a figyelmet, hogy kerülni kell az egymás közötti árversenyt. Hasonló az üzenete volt a 2006. május 8-i e-mailnek, amelyben az egyik viszonteladótól azt kérte az LCP, hogy a végáraktól ne nagyon térjenek el, főleg a C310 esetében. Világosan kifejti üzletpolitikája egyik pillérét: a cél az, hogy ne legyen már az árusítás elején árletörés. A CHS válaszában csupán azt kifogásolja, hogy a nevezett árlistában csak a 701-es készüléket találja, ezért kéri az aktuális árat. Az ártartásra való felhívást viszont - meglepetésének hangot sem adva - teljesen természetesen vette, .
147. A 2006. június 19-i LCP-Hamex-PDAMánia levelezés részeként az LCP a Hamex jelzését követően még aznap felhívta a Quasar-t, akik másnapra megemelték a C310 árát. Kérte, hogy mindenki ellenőrizze a partnerét, ha pedig más partnerénél lát túl alacsony árat, akkor vagy közvetlenül felhívja, vagy szól a „gazdájának”. A Hamex másnapi e-mailjében mindenkitől kérte, hogy hozzá hasonlóan tartassák az árlistában megadott kiskereskedelmi árakat, mert különben az ő partnerei joggal kifogásolják, ha más „gazdák” partnerei letörlik az árakat.
148. 2006. június 26-án az LCP Speedshopnak írt levele szerint tartatják a viszonteladóikkal az árakat. Ennek érdekében, ha valaki megpróbálja lenyomni az árakat, akkor azokat azonnal felhívják és megkérlik, hogy ne vigyék le az árakat. Amennyiben mégsem emeli feljebb a Mio termék árát, úgy legközelebb nem kap árut, vagy magasabb áron szolgálja ki. Válaszában a Speedshop felhossa a Mitac C310 esetét, ahol a „megszabott bruttó 124eFt-os minimál árat” az első héten kb. 10 webshop „hagyta figyelmen kívül”. Elismeri viszont, hogy miután ezt jelezte, az LCP-nek többnyire sikerült elérnie a gyors visszaárazást. Mindez jól mutatja, hogy az ajánlott ár valójában minimál ár volt, s aki nem tartotta magát ahhoz, azzal szemben az LCP vagy valamelyik kiemelt forgalmazója azonnal fellépett.
149. 2006. július 10-én az LCP azt írja a Speedshop-nak, hogy több internetes cég nem zárkózott el az áremelés elől, de ehhez az kell, hogy elsőként a Speedshop álljon

vissza. Ez is mutatja, hogy nem egyetlen kétoldalú megállapodásról volt szó, hanem magának az egész értékesítési rendszer egyik fontos, mindenki által ismert eleméről.

150. Július közepén a Hamex érdeklődésére az LCP azt válaszolta, hogy mindent megtesz a Mobilix árának megváltoztatása érdekében.
151. Az LCP július 13-án egy belsős és Hamex-nek küldött e-mail tájékoztatja a többieket, hogy sikerült megegyezni a PDAMániával és a Speedhoppal – bár ez utóbbi „mindig kavar valamit”: e szerint az árakat a nagykereskedelmi árnál 3%-kal magasabb szintre viszik. Felkérte a kollegáit, hogy a webáruházas partnereiknél emeltessék minimum a Speedshop szintjére az árakat, de még jobb, ha a fölé 2%-kal. Így el lehet kerülni az árletörés problémáját. Ennek érdekében kérte, hogy kezdjék el hívogatni, „lecsekkolni” a partnereket.

#### A PDAMánia szerepe: minta kirakat és ármegfigyelő

152. Az ártartó megállapodás érvényesülése szempontjából külön is érdemes kitérni az egyik Internetes honlap, illetve az oda szállító cég szerepére. Már egy 2005. december 29-i e-mail is mutatja, hogy a PDAMánián megjelenő áraknak az LCP nagy szerepet tulajdonított (kérte, hogy vegyék le az áruházból a LeadTek GPS vevőt, mivel annak az ára túlzottan alacsony). A levélből kitűnik, hogy a PDAMánia is szokott szólni, ha valaki „letöri az árakat”.
153. 2006. május 24-i e-mail azt bizonyítja, hogy a PDAMániára akkoriban szállító Mátrix68 is már egyfajta konkurenciafigyelést végzett. A csatolt táblázat áttekintése után az LCP konstataulta, hogy a piaci árak nem egyeznek az ő végáraikkal, ezért kollegáitól. ellenőrzést kért, hogy módosítsák az árakat a PDAMánián.
154. 2006. június 19-i e-mail szerint a Hamex, akihez ekkor a Speedshop tartozott, azzal mentetgeti ez utóbbit, hogy nem tesz mást, mint a többiek árait követi. Ameddig a címzettek nem tudják megfékezni a kisebb partnereket, addig ő sem tud eredményesen tárgyalni a Speedhoppal. 2006. június 26-án a Speedshop maga is megírta az LCP-nek, hogy ahogy eddig is, a jövőben is tartják magukat ahhoz az általános elvhez, hogy a legolcsóbbal megegyező áron adják a PDA készülékeket.
155. Június 27-én a Speedshop jelzi, hogy legalább három szereplő van, akire nem tud az LCP érdemben hatni (pdaplaza, classic star és notebookstore), ami bőven elég ahhoz, hogy az „ajánlott kiskereskedelmi áraknál”<sup>3</sup> olcsóbb forrást találjon az egyszerű internetező.
156. A LCP július 4-én figyelmezteti a Speedshopot: ha árat csökkent, egy soha véget nem érő spirál indul be. E helyett azt javasolja, hogy inkább legyen néhány ezer forinttal drágább a PDAMánia, de sugallja azt, hogy ez egy nagyon megbízható forrás. Nem kell a legdrágábbnak lenni, de legközelebb ne menjenek bele hasonló licitbe. Válaszában a Speedshop megismétli az elvüket: a legolcsóbb hazai kiskereskedelmi forrással egy áron kínálja a Mitac termékeket. Árletörök nem lesznek, csak a többiek után mennek, de azt azonnal.
157. 2006. július 10-én az LCP egyebek közt arra kérte a Speedshop-ot: ha árletörő céget lát szóljon, az LCP majd intézkedik – ez korábban működött a Mátrix-szal is. Válaszában a Speedshop kifejti, hogy üzletpolitikájába belefér az, hogy nem áraznak

<sup>3</sup> Az idézőjelet a Speedshop használja a levélben.



más alá (Mitac esetében mindenképpen), abba azonban nem egyezik bele, hogy olcsóbb árat látva várokozzék, míg az LCP intézkedik. Utal arra is, hogy naponta akár kétszer is szondázzák az árakat PDA készülékek vonatkozásában és hamarosan az áruházak ellenőrzését is megkezdi. Mint látjuk, ez a határozott Speedshop álláspont utóbb gyengült, ez is mutatja az LCP, mint magyarországi kizárólagos importőr „meggyőző erejét”.

158. Két nappal később a PDAMánia lapigazgatója az LCP-nek és Speedshopnak a piaci árproblémák és az együttműködés jobbá tétele érdekében a Qtek és a Mio termékek esetében vállalta, hogy jelzik az LCP-nek, ha olcsóbb terméket látnak. A megadott adatok alapján az LCP el tudja érni az árletörőt és intézkedni tud. Ezt követően 24 óráig vállalják, hogy nem nyúlnak az áraikhoz, ha azonban ennek elteltével sem változik az ár, akkor utánamennek. Az ármelegfigyeléses rendszert augusztus végéig készek próbaüzemben működtetni. Az LCP egyetértett ezzel.

159. Még aznap a Speedshop megküldte az LCP-nek az „új EMELT bruttó árait”, kérve, hogy aki ennél olcsóbb, azt bírják áremelésre. 2006. július 14-én a Speedshop az LCP-nek több olcsóbb céget is jelzett, kérve annak elérését, hogy az LCP partnerei is kövessék a Speedshopot árazás tekintetében.

160. 2006. októberi e-mailek arról tanúskodnak, hogy ekkorra elmérgesedett a helyzet az LCP és a Speedshop között. Október 25-én a Speedshop ugyanakkor azt írja az LCP-nek, hogy a sikeres együttműködés érdekében mintegy 10 millió Ft értékű áru értékesítését függesztette fel. Panaszkodott amiatt, hogy mások ráraboltak az ő piacára, miután megtudták, hogy a Speedshop keze meg van kötve. 2006. október 26-án is megküldte a Speedshop a kiskereskedelmi piaci helyzet alapján elkészített naprakész árazási elképzeléseit. Az árlistából látszik, hogy a Speedshop ára mindig a legolcsóbb áruházzal megegyező volt, annál soha nem alacsonyabb. A csatolt táblázat jövőbeli végfelhasználói áraihoz az LCP beillesztet egy megjegyzés oszlopot. Az árakat alapvetően rendben levőnek találta, ahol alacsonynak tartotta, ott vagy erőteljesebb promóciós munkát vagy emelést kért. Egy terméknél megígérte, hogy odahat az Unasra és a többiekre, mivel az ő áraik miatt árazott alacsonyan a Speedshop.

### Összegzés

161. Az LCP és viszonteladói közötti – az írásos szerződést lényegében átértelmező - megállapodás tartalma lényegében az volt, hogy az LCP által kívánatosnak tartott, árlistákban és e-mailekben kommunikált ártól való minimális (1-2 ezer forintos) eltérés még nem jelentett problémát, egy jelentősebb, több-ezer forintos aláárazás esetén viszont az LCP vagy valamelyik nagykereskedelmi partnere intézkedett, telefonon próbálva jobb belátásra bírni a partnert. Az ártartó rendszer működtetésére, annak kétoldalúságára (értve ez alatt, hogy a viszonteladók tisztában voltak a játékszabályokkal és vagy önként, vagy LCP nyomására a legtöbbször követték is az irányvonalat) az idézett e-mailek számos példával szolgálnak.

162. Az LCP maga is tisztában volt forgalmazási rendszere ártartásra vonatkozó részének kartell-szerű jellegével, ami abból adódott, hogy kiemelt üzleti partnerei (különösen a Hamex, Trendex és a Speedshop) egyben versenytársai is voltak.

163. Az LCP, a Speedshop és a Hamex ezen magatartásával a Tpv. 11. § (2) bekezdés a) pontja alapján tiltott végfelhasználói árrögzítést valósított meg, amely

vertikális értelemben alkalmas a gazdasági verseny korlátozására. Mivel az LCP maga is kiszolgált olyan vevőket, akik a másik két vállalkozás potenciális ügyfelei lehettek, a megállapodásnak horizontális jellege is volt, ami kizárja a csekély piaci részesedésre támaszkodó mentesülést.

## **VII. 5. A mentesülés lehetősége**

164. Az eljáró versenytanács szerint a Mitac, illetve az LCP által szervezett, autónavigációs Mio és Qtek termékeket érintő árrögzítő megállapodások, valamint az LCP-RRC közötti ármegállapodás, sem csoportos, sem egyedi mentességre nem tarthat igényt.
165. Az eljárás tárgyává tett megállapodások/áregyeztetések, amennyiben a vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól történő mentesítéséről szóló kormányrendelet hatálya alá esnek is (ez megkérdőjelezhető az LCP vertikális integráltságából adódó horizontális versenykorlátozásra való alkalmasság miatt is), a rendelet 3. § a) pontjában foglalt megszorító szabály miatt nem részesülhetnek az automatikus mentesség kedvezményében, mivel az ajánlott ár valójában a kereskedők árképzési szabadságának korlátozását célozta. Az árrögzítést tartalmazó megállapodások/egyeztetések a rendelet alapján semmiképpen nem mentesülhetnek a tilalom alól.
166. Mindezen túl a Tpv. által megkívánt módon eljárás alá vontak nem is terjesztettek elő egyedi mentesülésre vonatkozó érvelést (e helyett lényegében az árrögzítés tényét kívánták cáfolni).

## **VII. 6. Jogkövetkezmények**

167. A versenytanács a jogsértés megállapítása mellett indokoltnak találta a Tpv. 78. §-a alapján bírság kiszabását is.

### *Mitac-LCP megállapodás*

168. Az eljáró versenytanács az árrögzítő megállapodások miatt kiszabott bírság meghatározása során releváns forgalomként az eljárás alá vont vállalkozások által az érintett termékekből a magyar piacon, a jogsértőnek megállapított időszakban elért árbevételüket vette alapul.
169. A jogsértés természete kapcsán a Versenytanács figyelembe vette, hogy a viszonteladói árak meghatározása, mégha az ajánlott árak védernyője alatt történik is, a súlyosabb forgalmazással összefüggő (vertikális) versenykorlátozások közé tartozik, mivel a vállalkozások közötti verseny egyik legfontosabb elemét, az árat képes eltéríteni attól a szinttől, amely zavartalan versenykörülmények között kialakulhatott volna.
170. A megállapodás ténylegesen is megvalósult, hatását kifejtette a piacon, jóllehet az erős párhuzamos import miatt nem tudott a maga teljességében érvényesülni. Súlyosította a versenykorlátozó megállapodás káros piaci hatását, hogy a Mitac és magyarországi forgalmazója, az LCP a Mio termékek révén 2006-ra a piac meghatározó szereplőjévé váltak. Az árrögzítés hatásait ugyanakkor enyhítette, hogy műszaki cikkeknél szokásosnak mondható jelentős piaci átalakulások történnek évről-

évre, ami egyben annak is a jele, hogy a márkák közötti verseny képes a márkán belüli verseny korlátozódását enyhíteni.

171. A Mitac vállalkozással szemben kiszabandó bírság meghatározása során az eljáró versenytanács még a következő súlyosító körülményekre volt tekintettel:
- monitoring rendszer keretében ellenőrizte az ártartást;
  - az árakat nem tartóval szemben szankció, illetve kedvezmény megvonását helyezte kilátásba.

*Az LCP ártartó forgalmazási rendszere*

172. A jogsértés természete kapcsán a Versenytanács figyelembe vette, hogy a viszonteladói árak meghatározása, mégha az ajánlott árak védernyője alatt történik is, a súlyosabb forgalmazással összefüggő (vertikális) versenykorlátozások közé tartozik, mivel a vállalkozások közötti verseny egyik legfontosabb elemét, az árat képes eltéríteni attól a szinttől, amely zavartalan versenykörülmények között kialakulhatott volna. Tovább súlyosította a helyzetet, hogy az érintett vállalkozások nem tisztán nagykereskedő-kiskereskedő, vagy hasonló vertikális viszonyban álltak egymással, hanem versenytársak is voltak, azaz ténylegesen vagy potenciálisan hasonló ügyfélkört láttak el a navigációs termékekkel. Az eredendően vertikális ármegkötésnek ily módon erőteljes horizontális versenykorlátozás (kartell) arculata is volt.

173. A megállapodások ténylegesen is megvalósultak, hatásukat kifejtették a piacon, jóllehet az erős párhuzamos import miatt nem tudtak a maguk teljességében érvényesülni. Súlyosította a versenykorlátozó megállapodás káros piaci hatását, hogy a Mitac és magyarországi forgalmazója, az LCP a Mio termékek révén 2006-ra a piac meghatározó szereplőjévé váltak. Az árrögzítés hatásait ugyanakkor enyhítette, hogy műszaki cikkeknél szokásosnak mondható jelentős piaci átalakulások történnek évről-évre, ami egyben annak is a jele, hogy a márkák közötti verseny képes a márkán belüli verseny korlátozódását enyhíteni.

174. Az LCP-vel szemben kiszabandó bírság meghatározása során az eljáró versenytanács a következő további súlyosító körülményeket vette figyelembe:
- ténylegesen ellenőrizte az ártartást, a túlzott akcióba bocsátkozókkal szemben fellépett;
  - a Vj-26/2006. sz. versenyfelügyeleti eljárásban már elmarasztalta a GVH.

175. A Hamex vállalkozással szemben kiszabandó bírság meghatározása során az eljáró versenytanács figyelembe vette, hogy mintegy az LCP „jobb-kezeként” tevékenyen hozzájárult a végfelhasználói árrögzítés végrehajtásának ellenőrzéséhez.

176. A Speedshop-pal szemben nem szabott ki bírságot az eljáró versenytanács, tekintettel arra, hogy az internetes szegmens mérvadó piaci szereplőjeként üzletpolitikájával tevékenyen hozzájárult ahhoz, hogy az LCP ártartásra épülő rendszere csak korlátozottan valósuljon meg.

*Az LCP-Hamex árkartell*

177. Az LCP-RRC versenytársak közötti áregyeztetés miatt a versenytanács külön is indokoltnak találta 1-1 millió Ft bírságot kiszabni, igaz csak szimbolikus jelleggel, jelezve, hogy a horizontális áregyeztetés a legsúlyosabb versenykorlátozások közé

tartozik, még akkor is, ha az szűk termékkörre vonatkozik és egy gyorsan változó piacon azt végül is nem tartják be a szereplők. Tekintettel a piaci szereplők méretére, a jogsértés időtartamának és az érintett árukör csekély mivoltára, a Versenytanács egymillió Ft-ban határozta meg a bírság összegét.

## VII. 7. Eljárási kérdések

178. A Mitac vizsgálati kifogást fogalmazott meg – melyhez csatlakozott több eljárás alá vont is, mivel úgy ítélték meg, hogy sérült a védekezéshez fűződő joguk amiatt, hogy nem nyerhettek betekintést a GVH birtokában levő, az LCP-nél folytatott helyszíni kutatásnál készült ún. tükörmásolat egészébe. A Versenytanács külön végzésben utasította el az erre alapozott iratbetekintési kérelmet. Előre bocsátandó, hogy meglehetősen sajátos problémával áll szemben a hatóság, amikor egy vállalkozás a nála keletkezett (ott írt vagy oda érkezett) elektronikus levelezésbe a hatóságnál kíván betekinteni.
179. A Versenytanács álláspontja szerint a Tpv. 65. § (5) bekezdése alapján készült ún. fizikai tükörmásolat nem tekinthető az akta részét képező iratnak. Az ott elérhető információk ugyanis az ún. leválogatás – egyfajta speciális bizonyítási eljárás – révén válnak az akta részévé, ezeket használhatja fel a bizonyítási eljárás során a GVH, illetve ezekbe nyerhetnek betekintést az ügyfelek. Az eljárás alá vont védekezéshez való joga nem sérült, a GVH minden olyan e-mailt az akta részévé tesz, amely az ügy tárgyához, azaz a Mitac termékek árrögzítéséhez kapcsolódik. Amennyiben az eljárási kifogásnak helyt adott volna a Versenytanács, analógia révén, a jövőben minden egyes indítványnak, amely arra vonatkozna, hogy a GVH vizsgálói folytassanak további helyszíni kutatást, hátha találnak a vizsgálok a vállalkozásra nézve enyhítő bizonyítékot, eleget kellene tenni.
180. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
181. A bíróságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
182. A Ket. 138.§-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83.§-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bíróság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

183. A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára történő befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő
- az eljárás alá vont neve,
  - a versenyfelügyeleti eljárás száma,
  - a befizetés jogcíme (bírság).
184. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2009. szeptember 24.