



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL  
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

Vj-205/2004/12.

**Nyilvános változat!!**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Henkel Magyarország Kft.** (Budapest) kérelmező összefonódás engedélyezése iránti kérelmére indult eljárásban, melyben további ügyfélként részt vett a dr. Molnár Kálmán jogi és adóügyi vezető által képviselt **Unilever Magyarország Kft.** (Budapest) – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t**

A Versenytanács engedélyezi, hogy a Henkel Magyarország Kft. megvásárolja az Unilever Magyarország Kft. Biopon Üzletágát.

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

**I n d o k o l á s**

**I.**

**A kérelmezett összefonódás**

- 1) A Henkel Magyarország Kft. (a továbbiakban: Henkel Kft.) a 2004. december 22-én kötött Megállapodással megvásárolta a holland-angol Unilever-csoportba tartozó Unilever Magyarország Kft-től a Biopon márkanévet és a Biopon mosószercsalád gyártására vonatkozó ismereteket. A márkanév átruházásával kapcsolatosan az alábbi jogok, kapcsolódó anyagok és ismeretek kerülnek eladásra:

- marketing anyagok;
  - a márkával kapcsolatos ismeretek;
  - bejegyzett védjegyek;
  - az üzleti tevékenységhez tartozó szellemi termékek;
  - vevőlista;
  - vevői megrendelések;
  - cégérték (goodwill);
  - technikai ismeretek.
- 2) A fenti jogok és ismeretek átruházása mellett a Henkel Kft. átveszi a Biopon mosószercsaládból már legyártott termékek egy részét (készletek), hogy azokat tovább értékesítse a fogyasztók részére a folyamatosság érdekében. Nem vesz át ugyanakkor a Henkel Kft. semmilyen termelési eszközt vagy gyártóegységet, a Biopon termékcsaládot a meglévő eszközeivel és a megszerzett, illetve már rendelkezésre álló szakmai ismeretekkel fogja gyártani Magyarországon, a szolnoki és a körösladányi gyáregységeiben. Ezáltal a Biopon gyártása visszakerül Magyarországra, mivel jelenleg külföldön (mosópor: Románia, mosógél: Egyesült Királyság) gyártják.
- 3) A Megállapodás szerint az Unilever Magyarország Kft. és a hozzá kapcsolódó vállalkozások (az Unilever-csoport tagjai) kötelezettséget vállalnak arra, hogy 3 éven belül Magyarország területén semmilyen módon, sem közvetlenül sem közvetve nem vesznek részt a mosószerek marketingjében vagy értékesítésében.
- 4) A Henkel Kft. az 1-3) pont szerinti tranzakcióhoz – mint vállalkozások összefonódásához – a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) VI. fejezetének rendelkezései alapján 2004. december 23-án kelt kérelmében a Gazdasági Versenyhivatal engedélyét kérte.
- 5) A vizsgáló által a Tpv. 68. § (4) bekezdése alapján elrendelt hiánypótlást a Henkel Kft. 2005. január 21-én teljesítette.

## II.

### Az összefonódással érintett vállalkozások

### **A Henkel-csoport**

- 6) A Henkel Kft. a németországi Henkel KgaA által közvetlenül vagy közvetve irányított vállalkozások alkotta vállalkozáscsoport (a továbbiakban: Henkel-csoport) tagja. A Henkel-csoport Európa gyakorlatilag egész területére kiterjedően (ezen belül valamennyi Magyarországgal szomszédos országban) jelen van háztartási vegyipari termékeivel.
- 7) A Henkel Kft. Magyarországon négy településen (Szolnok, Körösladány, Vác és Barcs) rendelkezik termelőüzemmel, melyek az alábbi termékeket állítják elő:
- poralakú mosó- és tisztítószeres;
  - folyékony mosó- és tisztítószeres (textilöblítők, mosogatószeres, fertőtlenítőszeres, cipőápoló szeres, bútorápolók, padlóápolók, stb.);
  - ipari (cipő-, fa-, papír-, építőipari) és lakossági ragasztóanyagok;
  - építési kemikáliák.
- 8) A Henkel Kft. 2003. évi nettó árbevétele 56,8 milliárd forint volt. A Henkel-csoport külföldön honos tagjai a 2003. évben – a Henkel Kft. részére történő értékesítésen kívül – nem érték el nettó árbevételt a Magyar Köztársaság területén.

### **A Biopon Üzletág**

- 9) A Biopon márkanévet a Növényolajipari Vállalat hozta létre 1967-ben, az általa gyártott áztatóporra. 1992-ben a Növényolajipari Vállalat privatizációját követően került a Biopon védjegy az Unilever-csoport tulajdonába. Az Unilever-csoport már 1992-ben megkezdte a Biopon márka fejlesztését és hamarosan gépi mosóporral jelent meg a magyar piacon. A Biopon termékek gyártása 1992-től Magyarországon az Unilever Magyarország Kft. rákospalotai, majd nyírbátori gyárában történt. 1997-től – gazdaságossági okokból – a poralapú Biopon mosószer gyártását az Unilever-csoport Romániába helyezte át, míg a folyékony Biopon gyártására Angliában, Olaszországban és – nem jelentős mennyiségben – Nyírbátorban került sor. A Biopon

termékek kizárólag a magyar piacon kerültek és kerülnek forgalmazásra. Az Unilever csoportnak nem állt szándékában a márka külföldi bevezetése.

- 10) Az Unilever Kft-nek a Biopon termékekből származó 2003. évi nettó árbevétele 2,7 milliárd forint volt.

### III.

#### Az érintett vállalkozások piaci helyzete

##### Mosószer

###### *A mosószer fajták*

- 11) A Henkel Kft. és a Biopon Üzletág egyaránt foglalkozik lakossági mosószer forgalmazásával. Az általuk forgalmazott túlnyomó részben por alakú, kisebb részben folyékony mosószereknek nincs ésszerű helyettesítő áruja.
- 12) A mosószer a felhasználás célja alapján az alábbi csoportokra bonthatók:
- Általános (univerzális) mosószer, ezen belül
    - normál;
    - színes ruhákhoz használható (color);
    - fehér ruhákhoz használható (whitening).
  - Speciális mosószer (finommosószer, áztatók).
- 13) A minőség és az ár szempontjából az általános mosószereknek négy jól elkülöníthető csoportja van, melyek jellemzőit az 1. táblázat foglalja össze.

1. táblázat

#### Az általános mosószer minőségi kategóriái

<b>Minőség</b>	<b>Kiskereskedelmi ár (Ft/4,5 kg)</b>
Prémium	2300-2400
Közép	1800-1900
Alacsony	kb. 1500
Alsó	900-1000

- 14) Az általános mosószerek kereszthasználati adatai szerint a fogyasztók egy éven belül – akár párhuzamosan – eltérő funkciójú, illetve árpozicionálású mosószereket is használnak. A középkategóriás mosószereket vásárlók alkalmanként prémiumkategóriás mosószert vesznek, vagy jobb minőséget képviselő alacsony kategóriás mosószerezettel vélik helyettesíthetőnek a középkategóriás mosószert. Az alacsony kategóriákba tartozó mosószert preferáló fogyasztók esetileg vásárolnak középkategóriás mosószert, prémiumkategóriás mosószert azonban elenyésző mértékben.
- 15) A speciális mosószerek helyett jellegükből adódóan nem használhatók az általános mosószerek. Ezzel szemben a speciális mosószerek elvileg használhatók általános célokra, egységáraik azonban érezhetően magasabbak az azonos minőségi kategóriába tartozó általános mosószerek árainál. A különböző célt szolgáló speciális mosószerek szintén nem használhatók fel egymás helyett. Így más funkciót töltenek be a Henkel Kft. által forgalmazott, finom anyagok (pl. gyapjú) tisztítására szolgáló Perwoll termékek, és Biopon Üzletág speciális mosószereinek nagyobb hányadát kitevő áztatók.
- 16) A különböző felhasználási célt szolgáló, illetve különböző minőség- és árkategóriába tartozó mosószerek gyártása azonos jellegű (de eltérő összetételben felhasznált) alapanyagokból történik, részben ugyanazokon a termelőkapacitásokon, a magasabb minőségi kategóriába tartozó mosószerek előállításához azonban többlet berendezések szükségesek.

*A mosószer gyártók és forgalombahozók*

- 17) A Henkel Kft-n kívül kizárólag az Egyesült Vegyi Művek (a továbbiakban: EVM) rendelkezik jelentős mértékű magyarországi mosószergyártó kapacitással. Az importból származó mosószerek közül a Procter&Gamble- és a Reckitt-Benckiser-csoport termékeinek részesedése haladja meg a magyarországi mosószer forgalomból az 5 százalékot. Növekvő, de nem jelentős (5 százalék alatti) mértékű az üzletláncok (Tesco, Auchan, Coop) és a háztartás vegyipari termékeket áruló kiskereskedelmi vállalkozás, a Drogerie Markt által forgalmazott ún. sajátmárkás termékek aránya. Az egyes vállalkozások részesedését az értékben számított 2004. évi magyarországi mosószer forgalomból a 2. táblázat mutatja be (az adatok a MEMRB Kiskereskedelmi Audit felmérésén alapulnak, melyekkel gyakorlatilag azonos adatokat közölt a kérelmező versenytársa a Procter & Gamble Hungary Kft.).

2. táblázat

**Az egyes vállalkozások részesedése a 2004. évi magyarországi mosószer forgalomból<sup>1</sup>**

Vállalkozás	Általános mosószerek				Speciális mosószerek	Összesen
	Alsó	Alacsony	Közép	Prémium		
Procter&Gamble	–	...	...	...	–	35-40
Henkel Kft.	–	15-20	–	...	...	30-35
Biopon Üzletág	–	0-5	...	–	...	10-15
Unilever Kft.	–	–	–	–	...	...
Reckitt-Benckiser	–	...	–	–	...	...
EVM	–	...	–	–	...	...
Saját márkás	...	–	–	–	–	...
Egyéb	...	–	–	–	–	...
<b>Összesen</b>	...	...	...	...	...	<b>100</b>

*A piaclépés lehetőségei*

- 18) A mosószerek forgalmazásához semmiféle speciális engedély nem szükséges. A mosószergyártáshoz a telephelyengedély mellett csupán környezethasználati engedélyre van szükség. A mosószerek előállításához viszonylag egyszerű eszközök kellenek, a közép- és különösen a prémiumkategóriába tartozó mosószerek piaci

<sup>1</sup> A részletes és pontos adatok üzleti titkot képeznek.

bevezetésének (a fogyasztókkal és a kereskedelemmel való elfogadtatásának) azonban jelentős költségigénye lehet.

- 19) Az előzőekből is adódóan az utóbbi években nem jelentek meg új mosószergyártó kapacitások Magyarországon. A jövőben is reálisan csak az alsó minőségi kategóriákban, elsősorban az üzletláncok sajátmárkás termékeivel lehet új piacrallépéssel számolni (a 2004. év második felében a magyar piacon megjelent Lidl Üzletlanc Doussy néven forgalmaz sajátmárkás mosószert).
- 20) A mosószerek gazdaságosan szállíthatók nagyobb távolságra is: a Procter&Gamble Csehországban és Franciaországban, az Unilever Romániában, Olaszországban és az Egyesült Királyságban, a Reckitt-Benckiser pedig Lengyelországban lévő termelő üzemeiben előállított mosószerekkel van jelen a magyar piacon.

#### *A mosószerek vevői*

- 21) A mosószergyártók és importőrök termékeik túlnyomó részét (a Henkel Kft. mintegy 80 százalékát) hiper- és szupermarketek (Tesco, Auchan, Cora, Metro, Interspar, Kaiser's, Match, CBA, COOP), valamint diszkont jellegű hálózatok (Plus, Profi, Penny Market, stb.) részére közvetlenül értékesítik, az egyéb kiskereskedelmi egységek pedig szak-nagykereskedelmi vállalkozásokon keresztül jutnak hozzá a mosószerekhez.
- 22) A hipermarketek és az áruházláncok többsége is jelentős vevői erővel rendelkezik, amit tovább erősít az, hogy a velük azonos vállalkozáscsoportba tartozó külföldi (elsősorban környező országbeli) vállalkozásokon keresztül – adott esetben – kedvező feltételekkel tudnak importálni.

#### **Egyéb termékek**

- 23) A Biopon Üzletág a mosószereken kívül értelemszerűen nem rendelkezik más termékekkel. Ezzel szemben a Henkel Kft. a háztartási vegyipari termékek széles

palettáját forgalmazza Magyarországon. Ezen termékek közül a textilöblítők, a vízlágyítók, a fehérítők és a folteltávolító adalékok – mint kiegészítő termékek – szorosan kapcsolódnak a mosószerekhez.

- 24) A MEMRB Kiskereskedelmi Audit adatai szerint a Henkel Kft. részesedése a 2004. évi magyarországi forgalomból
- textilöblítőkből ...;
  - vízlágyítókból ...;
  - folteltávolítókból ...;
  - fehérítőkből ...
- százalék<sup>2</sup> volt.

- 25) Az említett termékek mindegyikét több másik vállalkozás is forgalomba hozza, és mindegyik esetében van olyan vállalkozás, amely a Henkel Kft.-nél nagyobb mértékben részesedik az adott árucsoport magyarországi forgalmából: a textilöblítők és a fehérítők esetében az Unilever, a vízlágyítók és a folteltávolítók körében pedig a Reckitt-Benckiser.

#### IV.

#### A Procter&Gamble Kft. véleménye

- 26) A mosószerek magyarországi forgalmából jelenleg legnagyobb részesedéssel rendelkező (és más háztartás vegyipari termékek piacain is jelenlévő) vállalkozás, a Procter&Gamble Kft. észrevételeket nyújtott be a Gazdasági Versenyhivatalhoz a Biopon Üzletágnak a Henkel Kft. által tervezett megvásárlásával megvalósuló összefonódással kapcsolatosan.
- 27) A Procter&Gamble Kft. észrevételeiben hivatkozott arra, hogy a Biopon Üzletág megszerzése esetén a Henkel Kft. részesedése a magyarországi általános mosószer – forgalomból 40 – ezen belül az alacsonykategóriás mosószerek esetében 60 százalék

---

<sup>2</sup> A pontos adatok üzleti titkot képeznek, azonban a Henkel Kft. részesedése egyik termék esetében sem haladja meg a 30 százalékot.



főlé emelkedne, továbbá mosószer-portfóliója kiegészülne a Biopon Üzletág által forgalmazott középkegélmosószerrel.

- 28) Az előzőek – a Procter&Gamble Kft. álláspontja szerint – egyértelműen káros hatással járnának a tisztességes versenyre, hátrányosan és jelentős mértékben befolyásolva a verseny fennmaradását és fejlődését, miközben a tervezett összefonódásnak – álláspontja szerint – nincs semmiféle előnye a tisztességes verseny, mint védett jogi tárgy vonatkozásában.
- 29) Mindezek alapján a Procter&Gamble Kft. kérte, hogy a Gazdasági Versenyhivatal az összefonódás engedélyezése iránti kérelmet utasítsa el.

## V.

### **Az engedélykérési kötelezettség**

- 30) A Biopon Üzletág a Tpv. 23. § (5) bekezdése szerinti vállalkozásrésznek minősül, ezért annak a Henkel Kft. általi megszerzése a Tpv. 23. § (1) bekezdés a) pontja alapján vállalkozások összefonódásának minősül.
- 31) Az összefonódással érintett vállalkozások (Tpv. 26. § szerint: a Henkel-csoport tagjai és a Biopon Üzletág) 2003. évi együttes nettó árbevétele meghaladta a tízmilliárd forintot, ezen belül a Biopon Üzletágé az ötszázmillió forintot, ezért a kérelmezett összefonódáshoz a Tpv. 24. § (1) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal engedélye szükséges.

## VI.

### **Az engedélyezés**

- 32) A Tpv. 30. § (2) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal nem tagadhatja meg az engedély megadását, ha az összefonódás nem hoz létre vagy nem erősít meg olyan gazdasági erőfölényt, amely akadályozza a hatékony verseny kialakulását,

fennmaradását vagy fejlődését az érintett piacon (Tpvt. 14. §). Az összefonódással érintett piac(ok)nak minősülnek mindazok, amely(ek)en az összefonódással érintett vállalkozások valamelyike piaci tevékenységet fejt ki.

### **Az érintett piac**

33) Tpvt. 14. § szerint:

- (1) Az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni.
- (2) A megállapodás tárgyát alkotó árun túlmenően figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesítő árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait.
- (3) 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.

### *Az érintett árupiacok*

- 34) A mosószeresek felhasználási célját kielégítő más áru nem létezik, és olyan más áru sincs, amelyhez szükséges gyártóeszközök rövid idő alatt, számottevő többletköltség nélkül átállíthatók lennének a mosószeresek gyártására. Mindezekre tekintettel összefonódással érintett árupiacként a keresleti- és a kínálati helyettesítés alapján sem azonosítható a Henkel Kft. és a Biopon Üzletág által gyártott termékeknél (a mosószereseknél) tágabb piac.
- 35) A mosószereseken belül az általános és a speciális mosószeresek között a felhasználás célja szempontjából legfeljebb egyirányú helyettesítési viszony állhat fenn: a speciális mosószeresek elvileg felhasználhatók általános mosószerként, fordítva azonban nem.

Ezen egyirányú helyettesíthetőség sem tekinthető azonban ésszerűnek, mert a speciális mosószerek ára érezhetően magasabb az általános mosószerek áránál. Mindezek alapján a Versenytanács álláspontja szerint a különböző speciális mosószerek az általános mosószerektől elkülönült árupiacokat alkotnak. A speciális mosószereken belüli egyes érintett piacok egyértelmű meghatározását a Versenytanács szükségtelennek ítélte, mert azokhoz kapcsolódóan káros versenyhatások nem voltak azonosíthatók.

- 36) Az általános mosószereken belül a felhasználás célja eltérő a normál, a color és a whitening típusú termékek esetében. Az egyes mosószer márkák ezen változatait azonban azonos berendezéseken és azonos jellegű alapanyagokból állítják elő, ezért a kínálati helyettesítés alapján azok azonos árupiacokhoz tartoznak.
- 37) Az egyes általános mosószer márkák az azonos fő felhasználási cél (a mosás) mellett minőségben – és azzal összhangban állóan árban is – eltérnek egymástól. A felmérések szerint az ár-minőség skálán egymástól távol eső márkákat a fogyasztók nem tartják egymással felcserélhetőnek, jellemzően más fogyasztói kör vásárolja az „olcsó” (és gyengébb minőségű), illetve a „drága” (de kiváló minőségű) márkákat. Ezzel szemben az egymáshoz viszonylag közeli árfekvésű kategóriákba (pl. közép-prémium, közép-alacsony) tartozó termékek között van átjárás, ezért azok egymás keresleti helyettesítőinek minősülnek. Ebből adódóan az egymást helyettesíteni képes ár-minőség kategóriák olyan egymást átfedő rendszere adódik (ún. helyettesítési lánc), ami alapján a Versenytanács álláspontja szerint az általános mosószerek egységes árupiacot alkotnak.
- 38) A Henkel Kft. által gyártott további termékek esetében az érintett árupiac egyértelmű meghatározását a Versenytanács szükségtelennek tartotta, mert
- azok egy része (ragasztóanyagok, építési kemikáliák) semmilyen formában sem kapcsolódnak a Biopon Üzletág által forgalmazott áruhoz, a mosószerhez;
  - a mosószerekhez valamilyen formában kapcsolódó áruk (lásd 23-25. pont) tekintetében pedig még a legszűkebben meghatározott árupiacokon is csak olyan részesedéssel rendelkezik a Henkel Kft., ami (a később részletezettek szerint) nem ad alapot versenyaggályokra.

*Földrajzi piac*

- 39) Figyelembe véve, hogy a magyarországi mosószer forgalom mintegy fele importból származik, az érintett földrajzi piac valószínűsíthetően szélesebb, mint Magyarország területe. A Versenytanács azonban ezen földrajzi piac pontos meghatározását szükségtelennek tartotta, mert – a később részletezettek szerint – Magyarország területének érintett földrajzi piacként való figyelembevétele esetén sem azonosított az engedély megtagadására alapot adó káros versenyhatást.
- 40) Mindezek alapján az összefonódással érintett (lehetséges legszűkebb) földrajzi piacként a Versenytanács a mosószeres esetében Magyarország egész területét tekintette. Ezen döntésénél a Versenytanács az előzőek mellett figyelembe vette azt is, hogy az érintett piaci részesedések meghatározásához csak magyarországi forgalomra nézve álltak rendelkezésére megbízható adatok.
- 41) A Henkel Kft. által forgalmazott további termékek esetében szintén Magyarország egész területét tekintette (legszűkebb) érintett földrajzi piacnak a Versenytanács.

**A versenyhatások**

- 42) A Tpv. eddigi alkalmazási tapasztalatai alapján – egyezően a nemzetközi versenyjogi gyakorlattal – egy összefonódásnak az alábbi hatásai lehetnek a gazdasági erőfölényes helyzetre és általában is a gazdasági versenyre.

42.1. Horizontális hatás akkor következik be, ha van olyan érintett piac (áru és földrajzi piac kombináció), amelynek azonos – akár eladói, akár vevői – oldalán legalább két, az összefonódásban résztvevő vállalkozáscsoport jelen van. Ekkor az összefonódás miatt csökken az egymással versenyben álló vállalkozáscsoportok száma, növekszik az összefonódás révén bővülő vállalkozáscsoport piaci részesedése, miáltal egyedül vagy más vállalkozáscsoportokkal közösen gazdasági erőfölényes helyzetbe kerülhet vagy a meglévő gazdasági erőfölény erősödhet.

42.2. Vertikális hatásról akkor beszélünk, ha van olyan érintett piac, amelyen az egyik vállalkozáscsoport eladóként, a másik vállalkozáscsoport pedig vevőként van (lehet) jelen, azaz a két vállalkozáscsoport a termelési-értékesítési lánc egymást követő fázisaiban tevékenykedik. Ebben az esetben a köztük meglévő piaci kapcsolat vállalkozáscsoporton belülivé válik. Ez megteremti az érdekeltséget arra, hogy ha a vállalkozáscsoport az egyik érintett piacon erőfölényben van, akkor ezzel a másik piacon visszaéljen, és lehetősége is nyílik versenyt korlátozó magatartások megvalósítására (például szerződéskötéstől való indokolatlan elzárkózás, árdiszkrimináció).

42.3. A portfólió hatás az összefonódás révén létrejövő vállalkozáscsoport által gyártott (forgalmazott) áruk körének bővüléséből adódik. Ez különösen akkor járhat káros versenyhatásokkal, ha egymást kiegészítő (azonos vevők által vásárolt) áruk gyártói (forgalmazói) kerülnek egy vállalkozáscsoportba. Ebben az esetben ugyanis, ha az egyik vállalkozáscsoport valamely áru(k) piacán magas piaci részesedéssel rendelkezik, akkor az összefonódás következtében bővülő vállalkozáscsoport más áru(k) piacán képes lehet versenykorlátozó magatartás (pl. árukapcsolás) érvényesítésére.

42.4. Konglomerátum hatásról akkor beszélünk, ha – jóllehet külön-külön vizsgálva egyetlen érintett piacon sem jön létre vagy erősödik meg gazdasági erőfölényes helyzet – összességében számottevően javul a vállalkozáscsoport vagyoni, pénzügyi illetve jövedelmi helyzete, melyek a gazdasági erőfölény meghatározó tényezői (Tpv. 22. § (2) bekezdés b. pont), és alapot adhatnak versenyt korlátozó stratégiák (pl. piacrabló ár) alkalmazására.

#### *Horizontális hatások*

- 43) Horizontális összefüggésben a Henkel Kft. és a Biopon Üzletág azonos magyarországi tevékenysége az általános mosószerek magyarországi gyártása és forgalmazása. Az

összefonódás révén ezen érintett piacon a Henkel Kft. részesedése az eddigi, 30 százalékot kis mértékben meghaladó mértékről érezhetően 40 százalék fölé emelkedik.

- 44) Az előzőekre tekintettel az összefonódás a verseny érezhető csökkenésével járhat, figyelembevéve azt is, hogy az érintett piac második és harmadik legnagyobb szereplője között jön létre. Más oldalról viszont a piac jellegében nem történik érdemi változás: azon továbbra is két kiemelkedő piaci részesedésű vállalkozás (a Henkel Kft. és a Procter&Gamble Kft.) lesz jelen. A sorrend ugyan változik közöttük: a Henkel Kft. megelőzi a Procter&Gamble Kft-t, piaci részesedésük között azonban nem alakul ki olyan különbség, ami a Henkel Kft-t egyedüli gazdasági erőfölényes helyzetbe hozná.
- 45) Elvileg nem zárható ki az sem, hogy az összefonódás következtében a Henkel Kft. és a Procter&Gamble Kft. az általános mosószerek piacán közös erőfölénybe kerül, vagy esetlegesen meglévő közös erőfölényük tovább erősödik.
- 46) A Versenytanács kialakult gyakorlata (Vj-126/2001.) szerint a közös erőfölény fennállásához azt kell bizonyítani, hogy az egymástól jogilag független vállalkozásokat olyan speciális kapcsolat, érdekkötélék fűzi össze, amely miatt azok között érdemi versenyre nem kerül sor. A kapcsolat alapulhat különösen irányítási viszonyon, megállapodáson, strukturális viszonyon és ún. oligopolisztikus interdependencián. Az oligopolisztikus interdependencián alapozódó közös erőfölény kialakulásának alapvetően két feltétele van:
  - a) olyan tényezők, amelyek alapján a vállalkozások egyként való viselkedése várható;
  - b) olyan tényezők, amelyek egyébként lehetővé teszik az oligopolium tagjai számára, hogy a piacon másoktól függetlenül viselkedjenek (pl. szabadon emelhessék áraikat).
- 47) A magyarországi általános mosószercsoporthoz képest az oligopolisztikus interdependencia kialakításához. A Henkel Kft. és a Procter&Gamble Kft. együttes piaci részesedése a jelenlegi mintegy 70 százalékról 80 százalék fölé emelkedne, és jelenleg nincs a piacon olyan további vállalkozás, amelynek piaci

részesedése akárcsak megközelítené a 10 százalékot, és új mosószer gyártó vállalkozás piacralépésének is csekély a valószínűsége. A magas arányú (és Európa számos, esetenként Magyarországtól viszonylag távoli országából származó) import azonban egyértelműen jelzi, hogy a Henkel Kft. és a Procter&Gamble Kft. együttesen sem képes a független cselekvésre, mert (pl. áraik túlzott emelése esetén) számolniuk kell

- nemcsak azzal, hogy a már jelenlévő importálók növelik magyarországi forgalmukat; hanem
- új importőröknek a magyar piacon való megjelenésével is.

- 48) Az előzőek szerinti (elsősorban az importon alapuló) lehetséges versenyt – az új márkák bevezetésének nehézségei ellenére – erősíti az a körülmény, hogy a mosószeresek túlnyomó része az erős nemzetközi háttérrel rendelkező hiper- és szupermarketeken, üzletláncokon keresztül jut el a fogyasztókhoz. Ezek a vállalkozások a hozzájuk kapcsolódó külföldi vállalkozásokon keresztül az általánosnál kedvezőbb feltételek mellett képesek behozni Magyarországra a versenyző árukat.
- 49) Mindezek alapján (46.b. pont alatti feltétel hiányában) a Versenytanács álláspontja szerint nincs reális veszély arra nézve, hogy a magyarországi általános mosószer piacon közös erőfölényes helyzet alakuljon ki. Megjegyzi a Versenytanács, hogy a 46.a. pont alatti tényezőket sem lehetett azonosítani, és ilyen tényezők hiányára utal az a körülmény is, hogy a Procter&Gamble Kft. a Gazdasági Versenyhivatalhoz fordult a Henkel Kft. összefonódás engedélyezési kérelmének elutasítása érdekében.
- 50) Az előzőekre tekintettel – figyelembe véve, hogy a Henkel Kft. további termékei tekintetében nem áll versenyben a Biopon Üzletággal – az összefonódásnak nincsenek olyan horizontális hatásai, amelyek indokolnák annak megtiltását.
- 51) Megjegyzi a Versenytanács, hogy az összefonódásnak nem valószínűsíthető megtiltásra alapot adó horizontális hatásai azon feltételezés mellett sem, hogy az általános mosószer kategóriák külön-külön árupiacot alkotnak. Ilyen feltételezés mellett horizontális hatás csak az alacsony kategóriában jelentkezne. Ebben a kategóriában a Henkel Kft. részesedése ugyan a jelenlegi 50 százalék körüli mértékről

60 százalék fölé emelkedne, azonban éppen ez az a kategória, melyben a tényleges és a lehetséges import versenye a legerősebb, továbbá ebben a kategóriában van jelen a Henkel Kft. melletti másik magyarországi gyártó vállalkozás, az ÉVM.

- 52) Nem jelentkeznének versenyaggályra alapot adó horizontális hatások annak feltételezése mellett sem, hogy az általános és a speciális mosószeres (esetleges kínálati helyettesítés alapján) azonos árupiacokhoz tartoznak. A speciális mosószereseknek az általános mosószeresekhez képest elhanyagolható mértékű forgalma alapján ugyanis ezen az (együttes) piacon a részesedések minimális mértékben térnének el az általános mosószeres piacán mutatkozó részesedésektől.

#### *Egyéb versenyhatások*

- 53) A Henkel Kft. és a Biopon Üzletág tevékenysége alapján az összefonódásnak vertikális hatása nincs. Az engedély megtagadására alapot adó portfólió hatással nem kell számolni, mert a Henkel Kft. termékköre, csak egy speciális mosószerrel, az áztatóval bővül.
- 54) Az 51) pontban említett – feltételezett – szűkebb (kategóriánkénti) piacmeghatározás esetén jelentőséggel bírna ugyan, hogy a Henkel Kft. portfóliója bővül a középkategóriás mosószeresekkel, ennek azonban nem voltak azonosíthatók káros versenyhatásai, sőt az inkább erősítheti a Henkel Kft. és a Procter&Gamble Kft. közötti versenyt. Az 51) pont szerint feltételezett tágabb (a speciális mosószereseket is magába foglaló) piacmeghatározás mellett portfólió hatással nem kellene számolni.
- 55) Káros konglomerátum hatás szintén nem valószínűsíthető, mert az összefonódás révén a Henkel Kft.-hez kerülő Biopon Üzletág jelenleg is egy európai mértékben jelentős vállalkozáscsoporthoz, az Unilever-csoporthoz tartozik.



**A döntés**

- 56) Mindezek alapján a Versenytanács a Tpvt. 77. § (1) bekezdés a) pontja szerinti határozatában a Henkel Kft-nek a Biopon Üzletág feletti irányításszerzését – egyezően a Tpvt. 71. § szerinti vizsgálói indítvánnyal – a Tpvt. 30. § (2) bekezdése alapján a rendelkező részben foglaltak szerint engedélyezte.

**A kapcsolódó versenykorlátozás**

- 57) Az összefonódáshoz adott engedély a Tpvt. 30. § (5) bekezdése alapján kiterjed mindazokra a versenykorlátozásokra, amelyek az összefonódás megvalósításához szükségesek. A Versenytanács kialakult gyakorlata szerint indokolt versenykorlátozásnak minősül az eladó vállalkozás által vállalt versenytilalom, ha az időben korlátozott, továbbá az érintett áruk és a földrajzi terület tekintetében nem lépi túl az értékesített vállalkozás korábbi működési területét (Elvi állásfoglalások 90., Versenyfelügyeleti Értesítő 2000. évi 5. szám).
- 58) A Versenytanács álláspontja szerint a Szerződésben foglalt versenykorlátozás (lásd 3. pont) az előzőek szerinti feltételnek megfelel, mert csak a mosószeres magyarországi forgalmazására vonatkozik, és a három éves időtartam is összhangban van a Versenytanács által más esetekben elfogadott mértékkel.

**VII.****Az összefonódás engedélyezésének nyilvánvalósága**

- 59) A Tpvt. 63.§ (3) bekezdésének ac) pontja szerint a versenytanácsi határozatot a kérelem beérkezésétől, illetve a hiányok pótlásától számított 45 napon belül kell meghozni, amennyiben „az engedély a 30. § (2) bekezdése alapján nyilvánvalóan nem tagadható meg”, mely esetben a Tpvt. 62. § (1) bekezdése alapján az eljárási díj összege kettőmillió forint. Amennyiben az engedély megadása nem nyilvánvaló vagy

a Tpvt. 30. § (1) bekezdésén alapul, akkor a határozatot a Tpvt. 63. § (3) bekezdés b) pontja alapján 120 napon belül kell meghozni, mely esetben a Tpvt. 62. § (1) bekezdése alapján – a kérelem benyújtásával egyidejűleg megfizetett kettőmillió forinton felül – további nyolcmillió forint eljárási díjat kell fizetni a határozat kézbesítésétől számított tizenöt napon belül.

- 60) Arra nézve a Tpvt. nem tartalmaz rendelkezést, hogy az összefonódás mely esetben minősül olyannak, amely „a 30. § (2) bekezdése alapján nyilvánvalóan nem tagadható meg”. A Tpvt. 63.§ (3) bekezdés ac) pontja szerinti (egyszerűsített) és a b) pont szerinti (teljeskörű) eljárásban elbírálnak összefonódások megkülönböztetésekor a Versenytanács – a saját több éves gyakorlatát tükröző – a Gazdasági Versenyhivatal elnöke és a Versenytanács elnöke által a Tpvt. 36. § (6) bekezdése alapján kiadott 1/2003. számú közleményből (a továbbiakban: Közlemény) indul ki.
- 61) A jelen ügy szempontjából releváns horizontális hatással összefüggésben a Közlemény szerint akkor alkalmazható az egyszerűsített eljárás, ha nincs olyan érintett piac, amelyen az összefonódásban résztvevő vállalkozáscsoportok együttes részesedése meghaladja a 20 százalékot (14.ii.a. pont). A Közlemény 14.iii. pontja alapján valamely érintett piacon 20 százalékot meghaladó együttes piaci részesedés esetén is alkalmazható azonban az egyszerűsített eljárás, ha az összefonódás következtében a piaci koncentráció növekedése ezen az érintett piacon csekély mértékű. E pont alapján akkor engedélyezhető egyszerűsített eljárásban az összefonódás, ha:
- az ezen az érintett piacon legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező érintett vállalkozáscsoport figyelmen kívül hagyásával az összefonódásban érintett többi vállalkozáscsoport együttes piaci részesedése ezen az érintett piacon nem haladja meg az 5 százalékot; és
  - ezen az érintett piacon van az összefonódásban résztvevő legnagyobb vállalkozáscsoporthoz hasonló piaci részesedésű versenytárs vállalkozás; és
  - az összefonódás a lehetséges verseny lényeges csökkenését sem eredményezheti, mert alappal feltételezhető, hogy a jelenleg alacsony piaci részesedésű vállalkozáscsoport részesedése a jövőben sem növekedhet érezhetően.

- 62) A Henkel Kft. és a Biopon Üzletág együttes piaci részesedése az általános mosószeres egésze, illetve azon belül az alacsony kategóriájú mosószeres esetében is meghaladja a 20 százalékot, ezen belül mindkettőé az 5 százalékot, ezért a Versenytanács határozatát a Tpv. 63. § (3) bekezdés b) pontja alapján hozta meg. A Tpv. 62. § (1) bekezdés szerinti további nyolcmillió forint eljárási díj megfizetéséről nem kellett rendelkezni, mert a Henkel Kft. a kérelem benyújtásával egyidejűleg megfizette a teljes (tízmillió forintos) eljárási díjat.

### VIII.

#### **Eljárási kérdések**

- 63) Az ügyfelek kérték a tárgyalás mellőzését, ezért a Versenytanács határozatát – a Tpv. 74. § (1) bekezdésének alkalmazásával – tárgyaláson kívül hozta meg.
- 64) Az ügyfeleket megillető jogorvoslati jog a Tpv. 83. § (1)-(2) bekezdésén alapul.

Budapest, 2005. március 8.