



AllePal OÜ
Pärnu mnt 141
11314 Tallinn

18.04.2024 nr 5-5/2024-024

Kiri edastatud digitaalselt aadressidele: info@allepal.ee; martin.maesalu@ellex.legal;
kevin.gerretz@ellex.legal

Teade järelevamenetluse lõpetamisest

1. Järelevamenetluse käigust, faktilised asjaolud

Konkurentsiamet alustas 20.06.2022 järelevamenetlust nr 5-1/22-0008, mille raames uuris Konkurentsiamet AllePal OÜ (edaspidi Auto24) tegevust seoses võimaliku turgu valitseva seisundi kuritarvitamisega konkurentsiseaduse (KonkS) § 16 punkti 1 tähenduses.

Konkurentsiamet sai kaubaturult korduvalt signaale, mille kohaselt on Auto24 tõstnud oluliselt nii eraklientidele kui ka äriklientidele kehtivat hinnakirja veebilehele www.auto24.ee sõidukite müügikuulutuste lisamiseks. Ametile teadaolevalt ei ole Auto24 klientidele hinnatõusu põhjendanud.

Auto24 on seisukohal, et Auto24 ei oma turgu valitsevat seisundit. Auto24 selgitab, et käesoleva järelevamenetluse tooteturuks on veebireklaamide turg Eestis, mis hõlmab internetiportaale, veebilehekülgi ja otsingumootorite poolseid kasutajatele kuvatavaid reklaame. Geograafiliseks turuks peab Auto24 Eesti Vabariigi territooriumit. Auto24 leiab, et sõiduki müüja ja ostja seisukohalt ei ole vahet, kas kuulutus avaldatakse üld-/horisontaalses portaalis või www.auto24.ee portaalis. Nii ostjate kui müüjate jaoks on olemas alternatiivid, näiteks Facebook Martketplace, erinevad sõidukite müügiks mõeldud grupid, sõidukimüüjate enda kodulehed ning lisaks ka välismaised sõidukikuulutuste portaalid. Muuhulgas on Auto24 seisukohal, et juhul kui Auto24 ei pakuks kõrge väärtusega teenust, siis tooks see kaasa konkurentide laienemise.

Lisaks selgitab Auto24, et isegi juhul kui Auto24 omaks turgu valitsevat seisundit, siis ei ole Auto24 enda väidetavat turgu valitsevat seisundit kuritarvitanud, ülemääraste hindade kehtestamisega. Auto24 püüab enda sõnul pakkuda optimaalseimat ja eri klientide vajadusi kõige paremini rahuldavat hinnastamismudelit. Auto24 leiab, et pakettide muudatuste puhul ei ole tegemist üksnes hindade muutmisega, vaid tootearenduse tulemusel saavad Auto24 kliendid suuremat väärtust ning paremat teenust. Tegemist on jätkuva ning dünaamilise protsessiga, mille raames Auto24 katsetab erinevaid lahendusi, neid vajadusel korrigeerides. Auto24 kuulutuste hinnastamine nii äri- kui ka eraklientidele on üles ehitatud pakettide põhiselt, kus

soodsamates pakettides sisaldub vähem lisafunktsionaalsusi ning kallimates rohkem lisateenuseid. Konkreetsete pakettide sisu kujundab Auto24 koostöös klientidega, viimastelt saadud tagasiside ja soovide põhjal. Lisaks klientidelt saadud tagasisidele analüüsib Auto24 pakettide arendamisel ka muid tulemusnäitajaid. Auto24 hindab konkreetse paketi poolt kliendile loodavat väärtust ning püüab seda vastavalt hinnastada. Äriklientide puhul on kliendi jaoks olulisemad lisafunktsioonid ning äriklientide näol on tegemist professionaalsete turuosalistega, kelle jaoks sõidukite müümine on igapäevane äritegevus ning www.auto24.ee portaali kasutatakse regulaarselt igapäevase töövahendina, mistõttu on äriklientide kuulutamise paketid üles ehitatud kuupõhise tasuna. Eraklientide puhul on Auto24 hinnastamise üles ehitanud nii paketi- kui ka väärtuspõhiselt, kus kuulutamise hind sõltub müüdava sõiduki müügihinnast. Täiendavalt on eraklientide hinnakirja kujundamisel arvestatud sõiduki keskmise müügiajaga. Auto24 on erakliendi puhul püüdnud sõiduki kuulutuste hinnakirja optimeerida selliselt, et konkreetsele kliendile kohalduks võimalikult täpne väärtuspõhine hind. Auto24 selgitas, et äriklientide muudatused on olnud seotud koostöös klientidega arendatud uute pakettidega, mis pakuvad võrreldes eemaldatud pakettidega rohkem funktsionaalsust ning suuremat väärtust. Auto24 edastas enda vastuses ameti teabenõudele Auto24 poolt tellitud majandusliku analüüsi, mis peaks näitama, et Auto24 poolne hinnakujundus ei ole ebaõiglane. Auto24 on seisukohal, et ühe ja sama nimega paketi hinnad ei ole erinevates ajahetkedes võrreldavad ning ühe kuulutuse avalikustamise hind erinevates pakettides samas ajahetkes ei ole võrreldavad, ilma teenuse majanduslikku väärtust arvesse võtmata.

Auto24 on välja toonud, et Euroopa Kohus on *United Brands* otsuses leidnud, et hind on ebaõiglane, kui turgu valitsev ettevõtja on kasutanud oma turgu valitsevast seisundist tulenevaid võimalusi, et saada kauplemisskasu, mida ta ei oleks saanud, kui oleks eksisteerinud normaalne ja piisavalt tõhus konkurents. Sellega seoses oleks ebaõiglane selline hind, mis on ülemäärane põhjusel, et sellel ei ole mõistlikku seost pakutava toote majandusliku väärtusega. *United Brandsi* kohtuotsuse esimese eeltingimusena toob Auto24 välja, et isegi kui Auto24 on kasumlik, siis on ka Euroopa Kohus leidnud, et isegi kui eeldada, et turgu valitseva ettevõtja kasumimarginaal on kõrge või koguni „ülemäärane“, ei piisa sellest, kui järeldada, et küsitav hind ei ole mõistlikult seotud osutatud teenuste majandusliku väärtusega.

Auto24 on seisukohal, et puudub ühtne ja universaalselt objektiivne kasumlikkuse tase, mida saaks pidada õiglaseks või mitte-ülemääraseks. *United Brands* kohtuasja testi teise eeltingimuse puhul selgitab Auto24, et turgu valitsevat seisundit omava ettevõtja poolt küsitav hind ei tohi viia mitte ainult ülemäärase kasumini vaid see hind peab olema ka ebaõiglane. Euroopa Kohus leidis *United Brands* kohtuasjas, et kuritahtlik oleks selline hind, mis on ülemäärane põhjusel, et sellel ei ole mõistlikku seost pakutava toote majandusliku väärtusega. Auto24 on seisukohal, et olulisem ja asjakohasem mõõdik ülemäärase hinna mõõtmiseks on see, kui palju liiklust (piltlikult öeldes silmapaare) suudab kuulutuste portaal luua küsitava tasu eest (nt kui palju maksab miljon vaatamist konkreetsetes ajahetkes). Alternatiivne lähenemisviis suhteliste hindade ja väärtuse hindamisele, mida platvormiäris laialdaselt kasutatakse, on viitega tasumääradele (*takerate*), st sellele, kuidas teenuse maksumus (tehinguga seonduv kulu) suhestub tehingu väärtusesse (tehingust saadavasse tulusse), mida see kokkuvõttes hõlbustab. Auto24 portaalile on olemas alternatiivseid võimalusi, kuid iga alternatiivi väärtus müüja silmis sõltub sellest, kui palju nähtavust on asjaomane alternatiiv võimeline tekitama kulutatud summa kohta.

Lisaks on Auto24 seisukohal, et hindade analüüs ajas peaks arvestama ka inflatsiooniga, sest inflatsioonisurve viitab sellele, et eri ajavahemike nominaalhindade analüüsid ei ole võrreldavad. Inflatsiooni rolli hindamisel väärib märkimist, et auto24.ee portaali pakkumise ja nõudluse tingimusi mõjutavad rohkem sõidukite hinnatasemed kui üldine inflatsiooninäitaja Eestis (näiteks THI). Auto24 on seisukohal, et Auto24 poolt võetavad tasud on küll kasvanud, kuid ei ole ületanud oluliselt ega kestvalt keskmise sõiduki hinna tõusu. Lisaks tuleb Auto24 hinnangul võtta arvesse väärtust, mida portaal loob müüjale tehingu hõlbustamise teel, kuna kulud näiteks fotograafide ning auto sise- ja välipesuks on kõrgemad kui kuulutamise hind

portaalis www.auto24.ee. Auto24 on seisukohal, et Auto24 pakutav teenus on eraisiku jaoks oluliselt soodsam kui alternatiivina komisjonimüügi abil sõiduki müümine, pakkudes samal ajal suure osa tehingu sõlmimiseks vajalikust teenusest (müügi- ja ostuhuvi kokku viimine). Asjaolu, et Auto24 hinnad ei ole liiga kõrged ilmneb ka Auto24 ja teiste sarnaste portaalide tasumäärade (*take-rate*) analüüsist. Auto24 tõi välja, et Eesti sõidukimüüjad peavad tasuma kõigest [...]% oma komisjonitasust Auto24-le, et jõuda (peaaegu) kõigi veebipõhiste sõidukikuulutuste portaalide kasutajateni riigis. Teistes riikides peaksid maaklerid tavaliselt kulutama 1,8-4,5% kogu komisjonitasust. Eraklientide puhul nähtub Auto24 hinnangul nende poolt tellitud analüüsist, et eraklientide kulumäär on Auto24 portaalis on sarnane või madalam kui teiste riikide sõidukikuulutuste platvormidel. Auto24 selgitas ametile, et hinnakujundus ei toimu asjaomases sektoris kulude põhjal, ehk nii ei hinnasta tõenäoliselt ei Google ega Facebook. Auto24 leiab, et hinnastamine kujundatakse kliendile pakutava väärtuse alusel.

2. Konkurentsiameti hinnang

Konkurentsiamet kirjeldab kõigepealt lühidalt olukorda kaubaturul (I). Edasi käsitleb Konkurentsiamet KonkS § 16 p 1 rikkumise tuvastamiseks vajalikke eeldusi ja nende täitmist (II).

I

KonkS § 3 lg 1 kohaselt on kaubaturg hinna, kvaliteedi, tehniliste omaduste, realiseerimis- ja kasutustingimuste ning tarbimis- ja muude omaduste poolest ostja seisukohalt omavahel vahetatavate või asendatavate kaupade käibimise ala, mis hõlmab muuhulgas kogu Eesti territooriumi või selle osa. Kaubaturg hõlmab nii geograafilist turgu kui ka tooteturgu. Võttes aluseks KonkS §-s 3 sätestatu, määratakse tooteturg kindlaks ostja seisukohalt.

Konkurentsiameti hinnangul on kaubaturul käibivaks kaubaks KonkS § 3 lg 1 tähenduses sõidukitega seotud müügikuulutuste (uute ja kasutatud) vahendusteenuse Eesti Vabariigis. Auto24 osutab teenust, millest saavad kasu ning mille eest tasuvad ühelt poolt sõidukite müümisega seotud eraisikud ning ettevõtjad ja teiselt poolt saavad pakutavast teenusest kasu tarbijad. Sellest tulenevalt on Konkurentsiamet seisukohal, et tegemist on kahepoolse turuga. Konkurentsiamet leiab, et antud juhul tuleb asendatavuse analüüsi puhul lähtuda nii sõidukite müümisega tegelevate eraisikute ja ettevõtjate seisukohast, kui ka tarbijate seisukohast.

Konkurentsiamet leiab, et vaadeldav sõidukitega seotud kuulutuste vahendusteenuse pakkumine ei ole millegi muuga asendatav, mistõttu moodustab see eraldiseisva kaubaturu.

Konkurentsiamet ei nõustu Auto24 poolt välja pakutud kaubaturu mõiste laiendamisega antud menetluses, mis kaasaks kaubaturu määramisesse kogu interneti reklaami, kuna antud portaal on siiski kitsalt suunatud üksnes sõidukitega seotud tehingutele. Professionaalsed sõidukite müüjad ja eraisikud kuulutavad Auto24 portaalis eesmärgiga leida enda poolt pakutavale sõidukile sobivaim ostja. Seevastu tarbijad külastavad antud sõidukite müümiseks mõeldud portaali endale sobivaima sõiduki leidmiseks.

KonkS § 13 lg 1 kohaselt omab turgu valitsevat seisundit ettevõtja või mitu samal kaubaturul tegutsevat ettevõtjat, kelle positsioon võimaldab tal/neil sellel kaubaturul tegutseda arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest. Turgu valitseva seisundi omamist eeldatakse, kui ettevõtjale või mitmele samal kaubaturul tegutsevale ettevõtjale kuulub kaubaturul vähemalt 40 protsenti käibest.

Sõidukikuulutuste vahendamisega seotud kaubaturu puhul on tegemist kahepoolse turuga nagu Konkurentsiamet on eelnevalt juba välja toonud. Konkurentsiamet on turgu valitseva seisundi analüüsi puhul lähtunud nii sõidukikuulutuste kuulutajate kui tarbijate seisukohast. Auto24 on

ainus asjaomasele kaubaturul tõsiselt võetav ning spetsialiseerunud portaal, mis tegutseb uute ja kasutatud sõidukite müümisega. Põhimõtteliselt on nii kauplajatel kui ka tarbijatel sõidukite müügikuulutusi võimalik avaldada ka üldistes müügiportaalides, kuid neis avaldatud sõidukikuulutuste väike arv tõendab juba iseenesest, et tegemist ei ole tõhusate konkurentidega spetsialiseerunud automüügiportaalile (erandiks on siinkohal www.kuldnebors.ee, mis aga kuulub Auto24-ga samasse kontserni). Kui Auto24 veebilehel on üle 31 000 erineva sõidukimüügi kuulutuse, millest ligikaudu 23 000 moodustavad sõiduautod, siis üldises kuulutuste portaalil www.soov.ee on vaid 9124 sõidukimüügi kuulutust, millest sõiduautod moodustavad 2531. www.osta.ee portaalil on sõiduautode müügikuulutusi 83.¹

Auto24 poolt pakutavale teenusele puudub Eestis konkurents, mistõttu ei ole võimalik Eestis võrrelda Auto24 hindasid kellegi teisega. Uute ja kasutatud sõidukite edasimüüjad kasutavad lisaks Auto24 portaalile ka enda veebiportaale, kus sõidukeid müüa. Samas kasutavad sõidukite müügiga tegelevad ettevõtjad võimalust lisada sõidukite müügikuulutusi ka Auto24 veebilehele, kuna tulenevalt külastamise statistikast on Auto24 kõige populaarsem ja suurima külastatavusega sõidukite müümiseks mõeldud veebiportaal Eestis. Sõidukite kuulutuste lisamisega Auto24 veebilehele tagab sõidukimüüja selle, et tema kuulutus jõuaks maksimaalse hulga tarbijateni, mis omakorda viiks võimaliku tehinguni. Seda argumentatsiooni kinnitab ka tõsiasi, et vaatluse tulemusel on selge trend, et uute ja kasutatud sõidukite müügiga tegelevate ettevõtjate kuulutused on paralleelselt olemas nii nende enda kui ka Auto24 veebilehel. Juhul, kui sõidukite müük oleks edukas üksnes läbi nende ettevõtja veebilehe, ei teeks ükski ettevõtja lisakulutusi selleks, et lisada kuulutusi ka mujale portaalidesse. Ettevõtja majanduslik eesmärk on teenida kasumit ning hoida kulusid võimalikult madalal. Sellest tulenevalt on Konkurentsiamet seisukohal, et Auto24 on uute ja kasutatud sõidukite müügiga tegelevate ettevõtjate jaoks väga oluline teenusepartner. Arvestades, et Eestis ei ole ühtegi sõidukite müümiseks mõeldud portaali peale Auto24, siis on Auto24 ka vältimatu teenusepartner, et jõuda võimalikult suure hulga ostjateni.

Kahepoolse turu puhul on oluline silmas pidada ka tarbija vaadet. Kui tarbija soovib sõidukit soetada, siis üldiselt soovib tarbija eelkõige mitme sõidukimargi sõidukite kuulutustega tutvuda. Seega suure tõenäosusega ei soovi tarbija külastada kõikide sõidukite maaletoojate veebilehti eraldi, mis on tarbija jaoks ebamugavam ja ajamahukam. Tarbija jaoks on mugavam kasutada Auto24 teenust ning saada vajalik informatsioon ühest kohast korraga. Arvestades, et erasikute peamine eelistus kasutatud sõidukite müümisel on Auto24 veebilehel ja nagu eelpool välja toodud, siis seda kasutavad ka kasutatud sõidukeid müüvad ettevõtjad, ei ole muud sõidukikuulutuste keskkonnad tarbija jaoks esmane valik.

Tarbijal võimalik sõidukeid müüa tasuta näiteks Facebooki Marketplace keskkonnas ning erinevates Facebooki automüügiga seotud gruppides, kuid need ei ole omavahel võrreldavad teenused Auto24 poolt pakutavaga. Veebilehe www.auto24.ee puhul on võimalik väga konkreetselt valida automarki, väljalaske aastat, võimsust jms olulisi indikaatoreid, mis on tarbijamugavust arvestades väga olulised argumendid. Samal ajal erinevates sõidukite müügiga seonduvates gruppides on võimalik üksnes leida otsingusõnaga näiteks automark, kuid otsing kuvab kõiki kuulutusi selle otsingusõnaga, sh juba müüdud sõidukeid, erinevaid sõiduki varuosi jms. Seega on Facebooki gruppides orienteerumine kaootiline, keeruline ning tarbija jaoks pigem ebamugav. Silmas tuleb pidada ka seda, et kõik potentsiaalsed sõidukite ostjad ei oma Facebooki kontot, ega saa seetõttu erinevates gruppides otsingut teostada. Konkurentsiamet leiab eeltoodust tulenevalt, et vaadeldav sõidukitega seotud kuulutuste vahendusteenuse pakkumine ei ole millegi muuga asendatav, mistõttu moodustab see eraldiseisva kaubaturu. Tulenevalt avalikult kättesaadavatest andmetest, järelevalvemenetluse käigus kogutud tõenditest ning erinevate portaalide kuulutuste arvude võrdlemisest, on võimalik asuda

¹ Statistilised andmed kuulutuste osas on esitatud 08.04.2024 seisuga.

seisukohale, et tõsiseltvõetavaid konkurente Auto24-l ei ole.

Euroopa Kohus on kaasuses Hoffmann–La Roche² vs Euroopa Komisjon leidnud, et kuigi turuosa tähtsus võib kõikuda turgude lõikes, siis võib asuda põhjendatud seisukohale, et väga suured turuosad tõendavad iseenesest, välja arvatud erandlikud olukorrad, turgu valitseva seisundi olemasolu. Ettevõtja, kes omab väga suurt turuosa, mis püsib teatud aja jooksul tema tootmismahu ja pakkumise suuruse tõttu, ning kusjuures oluliselt väiksemate turuosadega ettevõtjad ei ole võimelised kiiresti rahuldama selliste ostjate nõudlust, kes soovivad loobuda suure turuosaga ettevõtja tarnetest, on oma turuosa tõttu sedavõrd tugev, et ta muutub möödapääsmatuks kaubanduspartneriks ning selline seisund tagab talle suhteliselt pikaks ajaks vähemalt sellise tegevusevabaduse, mis on iseloomulik turgu valitsevale seisundile. Konkurentsiamet on seisukohal, et sarnaselt eeltoodud kohtulahendile on ka Auto24 möödapääsmatu kaubanduspartner sõidukitega seotud müügikuulutuste vahendamisel. Auto24 turuosa on püsinud muutumatuna väga pika perioodi jooksul, kus turule küll on proovitud siseneda konkurentide poolt, kuid Auto24 turuosa ei ole sellest muutunud ning endiselt on populaarseim ning enim kasutatud kanal kasutatud sõidukite müügiks eelkõige Auto24.

Lisaks on Euroopa Kohus leidnud Hoffmann-La Roche³ vs. Euroopa Komisjon ja United Brands vs. Euroopa Komisjon⁴ otsustes, et tähelepanuväärne kaudne tõend on kõnealuse ettevõtja väga suur turuosa ning asjaomase ettevõtja ja tema otseste konkurentide turuosade vaheline suhe, eriti kui vahetutel konkurentidel on vaid marginaalsed turuosad. Konkurentsiamet leiab, et oluline on siinkohal välja tuua, et Auto24-le tõsiseltvõetavaid konkurente asjaomasel kaubaturul ei ole. Nagu eelnevas lõigus mainitud, siis on konkurendid küll püüdnud kaubaturule siseneda, kuid seda tulutult. Auto24-le on keeruline konkurentsi pakkuda, kuna Auto24 brändina on väga tuntud ning tekitanud klientides usaldust.

Lähtudes eeltoodud põhjendustest leiab Konkurentsiamet, et Auto24 omab sõidukitega seotud kuulutuse vahendusteenuse kaubaturul turgu valitsevat seisundit KonkS § 13 tähenduses.

II

KonkS § 16 kohaselt on turgu valitseval ettevõtjal keelatud enda seisundi otsene või kaudne kuritarvitamine kaubaturul. KonkS § 16 lähtub suures osas samasisulisest Euroopa Liidu toimimise lepingu art-st 102, mistõttu saab KonkS § 16 tõlgendamise sisustamisel lähtuda lisaks ka Euroopa Liidu praktikast.

Tuvastamaks KonkS § 16 p 1 rikkumine, tuleb tuvastada, et vaatlusalune ettevõtja (i) on asjaomasel kaubaturul turgu valitsevat seisundit omav ettevõtja (KonkS § 13), (ii) on kohaldanud teise isiku suhtes otseselt või kaudselt ebaõiglasi tingimusi (praegusel juhul ebaõiglaselt kõrget hinda), (iii) kui kaubaturul turgu valitsevat seisundit omava ettevõtja tegevus võis kahjustada konkurentsi.

Kuna Konkurentsiamet leiab, et Auto24 omab turgu valitsevat seisundit, siis tuleb analüüsida, kas ettevõtja on kohaldanud ebaõiglaseid tingimusi.

Seejärel on vaja tuvastada, kas tegemist on ülemäärase hinnaga, mille kindlakstegemise üheks võimaluseks on võrrelda tootele kehtestatud hinda ja selle tootmiskulu (vt nt Euroopa Kohtu 14. veebruari 1978. a otsus asjas nr C-27/76 United Brands vs. komisjon, p-d 251 ja 252). Samas on see vaid üks viis, kuidas ülemäärast hinda analüüsida ja vahel on mõistlik kombineerida

² Euroopa Kohtu otsus nr 85/76 – Hoffmann-La Roche & Co. AG vs Euroopa komisjon, p 41.

³ Kohtu otsus nr 85/76 – Hoffmann-La Roche & Co. AG vs Euroopa komisjon, p-d 39 ja 48.

⁴ Euroopa Kohtu otsus nr C-27/76 – United Brands vs Euroopa Komisjon, p 111.

erinevaid meetodeid. Seejuures on kohtupraktikas korduvalt selgitatud, et ei ole olemas miinimumläve, millest alates tuleb hind lugeda „tunduvalt kõrgemaks“. Määravaks on pigem iga kaasuse enda asjaolud. Seejuures on kohtupraktika sedastanud, et KonkS § 16 p 1 rikkumisega on muu hulgas tegemist siis, kui hind on ülemäärane, sest sellel puudub igasugune seos toote majandusliku väärtusega (vt nt Euroopa Kohtu 14. veebruari 1978. a otsus asjas nr C-27/76 *United Brands* vs. komisjon, p 250).

Konkurentsiamet toob välja, et järelevaevemenetluses kogutud andmete ning avalikult kättesaadava informatsiooni kohaselt hakkas AllePal OÜ müügitulu kasvama pärast portaali www.auto24.ee omandamist ning pärast mitmete ettevõtjate koondumist 2020. majandusaastal. Perioodil 01.05.2019-30.04.2020 oli AllePal OÜ müügitulu 6,14 miljonit eurot, sellest järgneval majandusaastal 11,78 miljonit. Perioodil 01.05.2022-30.04.2023 kasvas müügitulu 15,48 miljoni euron. AllePal OÜ majandustegevuse alla kuulub mitmeid portaale veel peale Auto24, mistõttu ei kajasta ettevõtja müügitulu kasv muutuseid vaid ühe portaali raames. Samas on järelevaevemenetluse käigus kogutud informatsiooni põhjal võimalik välja tuua, et perioodil 11.2021-10.2022 oli Auto24 individuaalne müügitulu [...] miljonit eurot, moodustades seega ligikaudu [...] AllePal OÜ müügitulust.

Lisaks toob Konkurentsiamet välja, et AllePal OÜ EBITDA marginaal on avalike andmete kohaselt perioodil 01.05.2022-30.04.2023 77%. Auto24 individuaalne EBITDA marginaal perioodil 11.2021-10.2022 on aga ligikaudu [...]%. EBITDA marginaal on sarnasel tasemel, võrreldes teiste ettevõtjate majandusaastanäitajatega. EBITDA marginaal püsib kõrge veebiportaalsektori iseärasuse tõttu, kus ettevõtjate erinevad halduskulud on pigem madalad, kuid teenuse väärtusloome on seevastu kõrge. Kuna Auto24-l ei ole Eestis konkurente, siis tuli hinnata teiste sarnaste ettevõtjate majandusnäitajaid, kes tegutsevad Baltikumis, Skandinaavias ja Euroopa Liidu piirkonnas. Konkurentsiamet hindas AllePal OÜ ja Auto24 EBITDA marginaali teiste Baltikumis, Skandinaavias ja Euroopas tegutsevate ettevõtjate EBITDA marginaalidega ning antud olukorras on AllePal OÜ ja Auto24 EBITDA marginaal võrreldav teiste sarnase ärimudeliga ettevõtjate näitajatega, mistõttu ei täheldanud Konkurentsiamet Auto24 tegevuses KonkS-is sätestatud tingimuste ja nõuetega vastuolu.

Konkurentsiamet leiab, et oluline on välja tuua asjaolu AllePal OÜ puhul, et olenemata kõrgest EBITDA marginaalist on ettevõtja perioodil 01.05.2022-30.04.2023 teeninud mitme ettevõtja peale kokku kasumit ligikaudu 1,8 miljonit eurot ning eelneval kahel majandusaasta perioodil on ettevõtja teeninud kumulatiivselt lausa kahjumit. Järelevaevemenetluse vältel on selgunud, et kahjum tekkis peamiselt seetõttu, et AllePal OÜ maksab iga-aastaselt seotud ettevõtjale tagasi laenukohustusi ja intresse.

Täiendavalt hindas Konkurentsiamet Auto24 hinnakirju ning arusaadavalt on tõsiasi, et kuulutuste lisamise hind on tõusnud portaalis www.auto24.ee, kuid pakettide sisu, mida äriklientidele pakutakse on samuti aastate jooksul muutunud. 2024. aastal kehtiv odavaim pakett sisaldab endas rohkem teenuseid, kui seda sisaldas 2020. aastal kehtinud odavaim pakett, mistõttu saab Auto24 klient makstava tasu eest rohkem väärtust.

Lisaks kasutas Konkurentsiamet olulise mõõdikuna Auto24 hinnakirja analüüsimisel müügikuulutuse tulude suhet kogu kasutatud sõidukite kaubaturu komisjonitasu suhtes. Auto24 tulu moodustab ligikaudu [...]% kogu kaubaturu komisjonitasust. Tegemist on laialdaselt kasutatud parameetriga, millele on andnud soovitusel ka Euroopa Komisjon. Vastavat parameetrit on Konkurentsiamet järelevaevemenetluse raames võrrelnud ka teiste Baltikumi ja Euroopa Liidu ettevõtjatega, kes tegutsevad samal tegevusalal ning Auto24 portaali komisjonitasu on võrreldav teiste Baltikumi ja Euroopa Liidu liikmesriikides tegutsevate sarnase ärimudeliga ettevõtjate komisjonitasudega, ega ole sealjuures ebamõistlik või ülemäärane.

3. Menetluse lõpetamine

Lähtudes eeltoodust lõpetab Konkurentsiamet järelevalvemenetluse AllePal OÜ suhtes KonkS § 63⁴ lg 1 punkti 1 alusel konkurentsiseaduse rikkumise tunnuste puudumisega. Konkurentsiamet jõudis järelevalvemenetluse käigus järelduseni, et AllePal OÜ ei ole kehtestanud ebaõiglaselt kõrget hinda enda poolt pakutavale teenusele. Tulenevalt asjaolust, et AllePal OÜ omab turgu valitsevat seisundit KonkS § 13 tähenduses, jälgib Konkurentsiamet kõrgendatud tähelepanuga kaubaturul toimuvat.

/allkirjastatud digitaalselt/

Evelin Pärn-Lee
Konkurentsiameti peadirektor

*Konkurentsiameti 18.04.2024 teate nr 5-5/2024-024
ärakiri on samane originaaliga. Ärakirjast on välja
jäetud AllePal OÜ ärisaladused, vastavad kohad on
tekstis tähistatud nurksulgudega.*

/Eugen Elison Kask/ 03.05.2024