



EURÓPAI  
BIZOTTSÁG

Brüsszel, XXX  
[...] (2022) XXX draft

**SENSITIVE\***  
*UNTIL ADOPTION*

## A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE

**A Bizottság közleménye az uniós versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról**

\*

Distribution only on a 'Need to know' basis - Do not read or carry openly in public places. Must be stored securely and encrypted in storage and transmission. Destroy copies by shredding or secure deletion. Full handling instructions <https://europa.eu/db43PX>

## A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE

### A Bizottság közleménye az uniós versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról

#### TARTALOMJEGYZÉK

1.	Bevezetés.....	2
1.1.	A közlemény célja .....	2
1.2.	A piacmeghatározás szerepe.....	3
1.3.	A piacmeghatározás általános elvei.....	6
2.	AZ ÉRINTETT PIAC FOGALMA ÉS ÁLTALÁNOS MÓDSZERTAN.....	11
2.1.	Az érintett termékpiac és az érintett földrajzi piac fogalma.....	11
2.2.	A piacmeghatározás általános módszertana .....	12
2.2.1.	A termékpiacok meghatározásának általános módszertana.....	13
2.2.2.	A földrajzi piacok meghatározásának általános módszertana .....	17
3.	A PIACOK MEGHATÁROZÁSÁNAK FOLYAMATA .....	20
3.1.	A piac meghatározásának általános megközelítése a gyakorlatban .....	20
3.2.	Bizonyítékok a termékpiacok meghatározásához .....	20
3.2.1.	A keresleti helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok .....	20
3.2.2.	A kínálati helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok.....	25
3.3.	Bizonyítékok a földrajzi piacok meghatározásához.....	26
3.4.	Bizonyítékok gyűjtése és értékelése.....	30
4.	A PIAC MEGHATÁROZÁSA KÜLÖNLEGES KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT.....	32
4.1.	A piac meghatározása jelentős differenciálás esetén.....	32
4.2.	A piac meghatározása jelentős árdiszkrimináció esetén .....	34
4.3.	A piac meghatározása jelentős K+F beruházások esetén.....	34
4.4.	A piac meghatározása többoldalú közvetítő platformok jelenléte esetén .....	36
4.5.	A piac meghatározása utópiacok, csomagok és digitális ökoszisztémák megléte esetén .....	37
5.	PIACI RÉSZESEDÉSEK.....	39
6.	KÖVETKEZTETÉSEK .....	42

## 1. BEVEZETÉS

### 1.1. A közlemény célja

- (1) A Bizottság az e közleményben ismertetett piacmeghatározási koncepciót alkalmazza az uniós versenyjog érvényesítése során, nevezetesen: i. az Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSZ) 101. és 102. cikke szerinti antitröszt szabályok 1/2003/EK tanácsi rendeletnek<sup>1</sup> (a továbbiakban: 1/2003/EK rendelet) megfelelő érvényesítése során; ii. a 139/2004/EK tanácsi rendelet<sup>2</sup> (a továbbiakban: összefonódás-ellenőrzési rendelet) szerinti összefonódás-ellenőrzés során és iii. az Európai Gazdasági Térségről szóló megállapodásban<sup>3</sup> (a továbbiakban: EGT-megállapodás) meghatározott egyenértékű rendelkezések érvényesítése során. A Bizottság általában azokban az értékeléseiben határozza meg az érintett piacot, ahol fontos megbecsülni a vállalkozások<sup>4</sup> viszonylagos versenyerejét egy adott területen<sup>5</sup>.
- (2) E közlemény célja, hogy iránymutatást adjon arra vonatkozóan, hogy a Bizottság hogyan alkalmazza az érintett piac fogalmát az uniós versenyjog érvényesítése során. A versenypolitika megőrzi a jól működő piacokat, miközben kezeli a releváns piaci hiányosságokat, ezáltal hozzájárul a zöld és

<sup>1</sup> A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról (HL L 1., 2003.1.4., 1. o.).

<sup>2</sup> A Tanács 139/2004/EK rendelete (2004. január 20.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről (HL L 24., 2004.1.29., 1. o.).

<sup>3</sup> Ebben a közleményben az EUMSZ 101. és 102. cikkére, valamint az összefonódás-ellenőrzési rendeletre és különösen annak 2. cikkére való hivatkozásokat az EGT-megállapodás megfelelő rendelkezéseire való hivatkozásként kell értelmezni, lásd az EGT-megállapodás 53. és 54. cikkét, valamint XIV. mellékletét.

<sup>4</sup> Az uniós versenyjogban vállalkozásnak minősül jogállásától és finanszírozásának módjától függetlenül minden olyan jogalany, amely gazdasági tevékenységet folytat, azaz olyan tevékenységet, amely áruk vagy szolgáltatások adott piacon történő kínálatából áll. Lásd: a Bíróság 1991. április 23-i ítélete, Höfner és Elser kontra Macrotron, C-41/90, EU:C:1991:161, 21. pont; a Törvényszék 2006. december 12-i ítélete, SELEX Sistemi Integrati kontra Bizottság, T-155/04, EU:T:2006:387, 50. pont.

<sup>5</sup> A piac meghatározása általában véve kisebb szerepet játszik az állami támogatási szabályok Bizottság általi, az EUMSZ 107. cikke szerinti érvényesítésében, mivel az értékelés inkább a támogatás kedvezményezettjére és az érintett iparágra/ágazatra összpontosít, nem pedig a támogatás kedvezményezettjére nehezedő versenyképesszer azonosítására. Mindazonáltal egyes állami támogatási ügyekben szükség lehet a piacok meghatározására annak értékeléséhez, hogy i. a szóban forgó állami támogatás érintheti-e a tagállamok közötti kereskedelmet vagy torzíthatja-e a versenyt, és ii. az EUMSZ 107. cikkének (3) bekezdése alkalmazandó-e. Lásd például: a Bíróság 1985. március 13-i ítélete, Hollandia és Leeuwarder Papierwarenfabriek kontra Bizottság, C-296/82, EU:C:1985:113; a Bíróság 1997. január 14-i ítélete, Spanyolország kontra Bizottság, C-169/95, EU:C:1997:10; a Törvényszék 1999. július 7-i ítélete, Wirtschaftsvereinigung Stahl kontra Bizottság, T-106/96, EU:T:1999:137; a Bizottság (EU) 2016/2007 határozata (2016. február 1.) az SA.36754-2014/C. számú ügyben. Hasonlóképpen a piacmeghatározás – és a szóban forgó közlemény – szerepet játszhat az EUMSZ 106. cikke alapján vizsgált ügyekben is. Lásd például: a Törvényszék 2016. december 15-i ítélete, DEI kontra Bizottság, T-169/08 RENV, EU: T:2016:733 és DEI kontra Bizottság T-421/09 RENV, EU:T:2016:748. Amikor bármely konkrét esetben a piaci erővel és így az érintett piaccal kapcsolatos megfontolások merülnek fel, az e közleményben körvonalazott módszer elemei alapul szolgálhatnak az állami támogatási vagy az EUMSZ 106. cikkén alapuló ügyek értékeléshez. Tekintettel arra, hogy az értékelések e két típusában korlátozottabb a piacmeghatározás alkalmazása, ez a közlemény nem tárgyalja tovább ezek konkrét szempontjait.

digitális kettős átálláshoz és az egységes piac rezilienciájához<sup>6</sup>. Célja annak biztosítása, hogy a piacok nyitottak és dinamikusak maradjanak. Ennek megfelelően a versenyszabályok érvényesítése hozzájárulhat a függőségek megelőzéséhez és az uniós gazdaság rezilienciájának növeléséhez azáltal, hogy erős és diverzifikált ellátási láncokat tesz lehetővé<sup>7</sup>. Mindezek alapján az e közleményben adott aktualizált iránymutatás figyelembe veszi az elmúlt húsz év jelentős fejleményeit. Ezek közé tartoznak a digitalizáció, az áruk és szolgáltatások kínálatának új módjai, valamint a kereskedelmi ügyletek egyre inkább összekapcsolódó és globalizálódó jellege.

- (3) A Bizottság az általa követett eljárások közzétételével, valamint azon fő kritériumok és bizonyítékok megjelölésével, amelyekre az érintett piac meghatározásakor támaszkodik, a várakozásai szerint növelni fogja az uniós versenyjog alkalmazása során folytatott politikájának és döntéshozatalának átláthatóságát. A Bizottság arra is számít, hogy saját szolgálatai és a külső érdekelt felek erőforrásait megtakarítja, ezáltal hatékonyabbá teszi a versenyértékeléseket.
- (4) A Bizottság által az uniós versenyjog alapján végzett értékelések fokozott átláthatósága és következőképpen fokozott kiszámíthatósága nagyobb jogbiztonságot is eredményez a vállalkozások és tanácsadók számára. Képesek lesznek jobban felmérni az érintett piacok kiterjedését és azt, hogy a Bizottság milyen mértékben azonosíthat versenyjogi aggályokat egy egyedi esetben. Ezeket a tényezőket belső döntéshozataluk során figyelembe vehetik például más vállalkozások felvásárlásának, közös vállalkozások létrehozásának, bizonyos megállapodások megkötésének vagy bizonyos magatartások egyoldalú tanúsításának megfontolása során. Az ebben a közleményben foglalt iránymutatás segítséget nyújt a vállalkozásoknak abban is, hogy előre lássák azokat az információkat, amelyeket a Bizottság a piac meghatározása szempontjából relevánsnak tart.

## 1.2. A piacmeghatározás szerepe

- (5) A piacmeghatározás olyan eszköz, amelyet a Bizottság a vállalkozások közötti verseny határainak azonosítására és meghatározására használ. A piacmeghatározás fő célja azon közvetlen versenykényszer szisztematikus azonosítása, amellyel az érintett vállalkozás(ok)<sup>8</sup> szembesül(nek), amikor bizonyos termékeket<sup>9</sup> kínál(nak) egy adott területen. A piacmeghatározás

<sup>6</sup> Lásd: A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Az új kihívásokra felkészült versenypolitika, 2021. november 18., COM(2021) 713 final, 6. o.

<sup>7</sup> Uo., 16. o.

<sup>8</sup> E közlemény alkalmazásában érintett vállalkozás az a vállalkozás, amelynek versenyerejét értékeli. Ezek általában az EUMSZ 101. cikke szerinti vizsgálatokban a megállapodásban részt vevő felek; az EUMSZ 102. cikke szerinti eljárásban vizsgált vállalkozás(ok); valamint az összefonódás-ellenőrzési rendelet szerinti vizsgálatokban az összefonódásban részt vevő felek. A szóban forgó ügyletől függően érintett vállalkozás lehet a versenyjogi eljárás panaszosa, az upstream vagy downstream piacokon működő vállalkozás vagy bármely más, a versenyjogi eljárás szempontjából releváns vállalkozás is.

<sup>9</sup> E közlemény alkalmazásában a „termék” kifejezés adott esetben a szolgáltatásokat vagy technológiákat is magában foglalja. Ennek megfelelően a „termelés” fogalma magában foglalja az ilyen szolgáltatások nyújtását vagy technológiák beszállítását is.

eredményeként azonosíthatók az érintett vállalkozás(ok)nak a szóban forgó termékeket kínáló releváns versenytársai, valamint az érintett vevők.

- (6) Ugyanezek a megfontolások érvényesek akkor is, amikor egy adott területen bizonyos termékek beszerzésének érintett piacait (a továbbiakban: beszerzési piacok)<sup>10</sup> határozzák meg úgy, hogy szisztematikusan azonosítják azokat a közvetlen versenyképességeket, amelyekkel az érintett vállalkozás(ok) e termékek beszerzése során szembesül(nek). Ebben az esetben a piacmeghatározás eredményeként azonosíthatók az érintett vállalkozás(ok) szóban forgó termékeket beszerző releváns versenytársai, valamint az érintett beszállítók. E közlemény a továbbiakban nem tárgyalja részletesebben a beszerzési piacokat, de az e közleményben foglalt iránymutatás a beszerzési piacokra is vonatkozik.
- (7) A Bizottság általában akkor alkalmaz piacmeghatározást, ha a versenyszempontú értékelés<sup>11</sup> részeként szükséges értékelni a vállalkozások viszonylagos versenyerejét egy adott területen, és különösen azt, hogy egy vállalkozás rendelkezik-e piaci erővel. A piacmeghatározás tehát megfelelő esetekben a versenyszempontú értékelés strukturálásának és megkönnyítésének eszköze, és nem kötelező lépés az uniós versenyjog szerinti valamennyi értékelésben.
- (8) A piacmeghatározás Bizottság általi alkalmazása szorosan kapcsolódik a különböző uniós versenyjogi eszközök célkitűzéseéhez:
- Az EUMSZ 102. cikke szerinti értékelésekben a Bizottság az erőfölény fennállásának értékelése során határozza meg az érintett piacokat, mivel az erőfölény általában az érintett piacra hivatkozással becsülik meg<sup>12</sup>.
  - Az összefonódás-ellenőrzési rendelet szerinti értékelésekben a Bizottság az összefonódás versenyre gyakorolt hatásainak értékelésekor rendszeresen meghatározza az érintett piacokat<sup>13</sup>.
  - Az EUMSZ 101. cikke szerinti értékelések során a Bizottság a piacmeghatározást különösen annak megállapításakor alkalmazza, hogy fennáll-e érzékelhető versenykorlátozás, vagy annak megállapításakor, hogy teljesül-e az EUMSZ 101.

<sup>10</sup> A beszerzési piacokra vonatkozóan lásd például: az M.10201. sz. Ahold Delhaize/Deen Assets ügy, 20–25. pont és a hivatkozott ügyek; az M.9847. sz. Aldi/FPLPH Assets ügy, 19–22. pont, valamint az M.9409. sz. Aurubis/Metallo ügy, 7.1. szakasz.

<sup>11</sup> E közlemény alkalmazásában a „versenyszempontú értékelés” kifejezés egy uniós versenyjogi probléma Bizottság általi érdemi értékelésének azon részeit foglalja magában, amelyek nem a piac meghatározásához kapcsolódnak. Ide kell érteni adott esetben különösen az erőfölény meglétének értékelését, valamint az érintett vállalkozás(ok) magatartása vagy az összefonódás versenyre gyakorolt valószínű hatásainak értékelését.

<sup>12</sup> A Bíróság 1973. február 21-i ítélete, Europemballage és Continental Can kontra Bizottság, C-6/72, EU:C:1973:22, 32. pont; a Törvényszék 2012. május 24-i ítélete, MasterCard és társai kontra Bizottság, T-111/08, EU:T:2012:260, 171. pont.

<sup>13</sup> A Bíróság 1973. február 21-i ítélete, Europemballage és Continental Can kontra Bizottság, C-6/72, EU:C:1973:22, 32. pont; a Bíróság 1998. március 31-i ítélete, Franciaország és társai kontra Bizottság (Kali & Salz), C-68/94 és C-30/95 egyesített ügyek, EU:T:1998:148, 143. pont; a Törvényszék 2002. június 6-i ítélete, Airtours kontra Bizottság, T-342/99, EU:T:2002:146, 19. pont; a Törvényszék 2009. május 7-i ítélete, NVV és társai kontra Bizottság, T-151/05, EU:T:2009:144, 51. pont.

cikke (3) bekezdésének b) pontja szerinti, az EUMSZ 101. cikke (1) bekezdésének alkalmazása alóli mentességre vonatkozó feltétel<sup>14</sup>. A gyakorlatban a Bizottság általában piacmeghatározást alkalmaz az olyan megállapodások értékelésekor, amelyek hatása a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása. Ezzel szemben a Bizottság általában nem határozza meg az érintett piacot azon megállapodások értékelése során, amelyeknek a célja a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása, mint amilyenek a kartellmegállapodások, és erre nem is köteles<sup>15</sup>.

- (9) A piacmeghatározás lehetővé teszi a piaci részesedések kiszámítását, amelyet a Bizottság a versenyszempontú értékelés céljából felhasználhat a vállalkozás versenyerejének értékeléséhez. A Bizottság a piaci részesedéseket alapul veheti első átvilágítási eszközként is annak értékelésére, hogy felmerülhetnek-e versenyjogi aggályok. A piaci részesedési küszöbértékek a csoportmentességi rendeleteknek az EUMSZ 101. cikke tekintetében vett hatályát meghatározó tényezők közé tartoznak<sup>16</sup>; a piaci részesedések felhasználhatók annak értékelésére, hogy fennáll-e a kereskedelemre gyakorolt hatás az EUMSZ 101. és 102. cikke értelmében<sup>17</sup>; valamint az olyan összefonódások azonosítására, amelyek kezdettől fogva nem vetnek fel versenyjogi aggályokat az összefonódás-ellenőrzési rendelet értelmében egyetlen piac tekintetében sem vagy bizonyos piacok tekintetében, kivéve, ha különleges körülmények állnak fenn<sup>18</sup>.

<sup>14</sup> Az uniós bíróságok ezzel összefüggésben úgy ítélték meg, hogy a Bizottság akkor alkalmazhat piacmeghatározást, ha „a meghatározás nélkül nem lehet megállapítani, hogy a kérdéses magatartás célja vagy hatása-e a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása”, a Törvényszék 2000. július 6-i ítélete, Volkswagen kontra Bizottság, T-62/98, EU:T:2000:180, 230. pont; a Törvényszék 2004. július 8-i ítélete, Mannesmannröhren-Werke kontra Bizottság, T-44/00, EU:T:2004:218, 132. pont. Lásd még az (9) pontot további olyan példákkal kapcsolatban, amelyekben az EUMSZ 101. cikke szerinti piacmeghatározás releváns lenne.

<sup>15</sup> A Törvényszék 2004. július 8-i ítélete, Mannesmannröhren-Werke kontra Bizottság, T-44/00, EU:T:2004:218, 132. pont; a Törvényszék 2016. június 28-i ítélete, Telefónica kontra Bizottság, T-216/13, EU:T:2016:369, 214. pont.

<sup>16</sup> A piaci részesedési küszöbértékek az érintett piac(ok)on olyan részesedéssel rendelkező vállalkozások közötti megállapodásokra korlátozzák a mentesítési szabály alkalmazhatóságát, amely nem haladja meg a rendeletekben meghatározott küszöbértékeket. Lásd: az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2022. május 10-i (EU) 2022/720 bizottsági rendelet (C/2022/3015, HL L 134., 2022.5.11., 4. o.) 3. cikkét, az 1217/2010/EU bizottsági rendelet 4. cikkét; a 1218/2010/EU bizottsági rendelet 3. cikkét [az új horizontális csoportmentességi rendeletek hatálybalépését követően aktualizálni kell].

<sup>17</sup> A Bizottság közleménye: Iránymutatás a kereskedelemre gyakorolt hatásnak a Szerződés 81. és 82. cikkében foglalt fogalmáról (a továbbiakban: a kereskedelemre gyakorolt határról szóló iránymutatás) (HL C 101., 2004.4.27., 81. o.), 2.4. szakasz. A Bizottság alapul veheti a piaci részesedéseket annak értékelésekor, hogy fennáll-e a kereskedelemre gyakorolt hatás, de az érzékelhetőségi vizsgálat nem feltétlenül követeli meg az érintett piacok meghatározását és a piaci részesedések kiszámítását (lásd a kereskedelemre gyakorolt határról szóló iránymutatás 48. pontját), és a Bizottság nem köteles ezt megtenni.

<sup>18</sup> E tekintetben lásd az „összefonódással érintett piacok” fogalom meghatározását a legutóbb a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló 139/2004/EK tanácsi rendelet végrehajtásáról szóló 802/2004/EK rendelet módosításáról szóló, 2013. december 5-i 1269/2013/EU bizottsági végrehajtási rendelettel (HL L 336., 2013.12.14., 1. o. [az új végrehajtási rendelet hatálybalépését követően aktualizálandó]) módosított, az összefonódás-ellenőrzési rendelet végrehajtásáról szóló, 2004. április 21-i 802/2004/EK bizottsági rendelet (a továbbiakban: végrehajtási

### 1.3. A piacmeghatározás általános elvei

- (10) Az uniós versenyjog Bizottság általi érvényesítése során a piac meghatározására számos elv vonatkozik. Ezen elvek közé tartoznak a következők:
- (11) Először is, a piac meghatározása az ügy tényállásán alapul<sup>19</sup>. Az uniós versenyjog értelmében vett érintett piacok eltérnek ágazatonként, az ellátási lánc különböző szintjein, és eltérhetnek földrajzi területenként. Egy adott ügyben a piac meghatározásának eredményét általában nem befolyásolja az, hogy a meghatározásra összefonódás-ellenőrzés vagy az antitröszt szabályok érvényesítése keretében kerül-e sor<sup>20</sup>. Amennyiben egy adott piacra vonatkozóan léteznek korábbi bizottsági határozatok, a Bizottság megkezdheti elemzését ezekből kiindulva, és meggyőződhet arról, hogy az érintett piac e korábbi határozatok szerinti meghatározása alkalmazható-e a szóban forgó ügyre. A Bizottság azonban nem köteles a korábbi határozataiból származó érintettpiac-meghatározást alkalmazni a jövőbeli ügyekben<sup>21</sup>.
- (12) Másodszor, az érintett piac meghatározása magában foglalja mind a termékpiac, mind a földrajzi piac meghatározását<sup>22</sup>. Az érintett piac meghatározásakor a Bizottság figyelembe veszi a vevők által az értékelt területen és időszakban relevánsnak ítélt különböző versenyparamétereket. Ezek a paraméterek magukban foglalhatják a termék árát, de innovációs szintjét is, a minőségét különböző szempontok – például tartósság, fenntarthatóság, a termék által kínált felhasználási lehetőségek értéke és sokfélesége, a közvetített kép vagy a biztonság és a magánélet védelme – tekintetében, valamint rendelkezésre állását,

---

rendelet) (HL L 133., 2004.4.30., 1. o.) I. mellékletének 6.3. szakaszában, valamint a 139/2004/EK tanácsi rendelet szerinti egyes összefonódások kezelésére vonatkozó egyszerűsített eljárásról szóló bizottsági közlemény (HL C 366., 2013.12.14., 5. o.), 5. és 6. pontját.

<sup>19</sup> Lásd: az EFTA-Bírószak 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 173. pont: „a piacmeghatározást eseti alapon kell elvégezni”.

<sup>20</sup> Mindazonáltal egyes esetekben a piac meghatározása az elvégzett elemzés típusától függően eltérő eredményekhez vezethet. A piac meghatározása által azonosítani kívánt közvetlen versenyképesszerek különösen eltérők lehetnek attól függően, hogy a hangsúly a piaci erőnek az uralkodó feltételekhez viszonyított változásán van-e, vagy pedig azon, hogy a jelenlegi vagy múltbeli helyzet a versenyhelyzethez viszonyítva piaci erővel jellemzett helyzetet tükröz-e. Például a piaci erő horizontális átfedésekkel járó összefonódásból eredő változásának értékelése keretében végzett piacmeghatározásnak nem kell minden esetben ugyanazt az érintett piacot eredményeznie, mint az EUMSZ 102. cikke szerinti erőfölény értékelése keretében végzett piacmeghatározásnak. Lásd még a 48. lábjegyzetet, amely részletesebben kifejti a mögöttes érvelést.

<sup>21</sup> A Törvényszék a 2009. május 7-i NVV és társai kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-151/05, EU:T:2009:144, 136. pont) e tekintetben pontosította: „A felperesek nem hivatkozhatnak a jogos bizalomra azon az alapon, hogy a Bizottság a korábbi határozatában sajátosan határozott meg egyes piacokat, mivel ezen intézményt, és különösen az Elsőfokú Bírószakot nem kötik az ilyen határozatban tett megállapítások”; lásd még: a Törvényszék 2005. december 14-i ítélete, General Electric kontra Bizottság, T-210/01, EU:T:2005:456, 120. pont; a Törvényszék 2022. május 18-i ítélete, Wieland-Werke kontra Bizottság, T-251/19, EU:T:2022:296, 79. pont; a Törvényszék 2015. május 13-i ítélete, Niki Luftfahrt kontra Bizottság, T-162/10, EU:T:2015:283, 144. pont; a Törvényszék 2015. március 25-i ítélete, Slovenská pošta kontra Bizottság, T-556/08, EU:T:2015:189, 197. pont; a Törvényszék 2019. május 23-i ítélete, KPN kontra Bizottság, T-370/17, EU:T:2019:354, 79. pont. Lásd még: az EFTA-Bírószak 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 97. pont.

<sup>22</sup> A Bírószak 1978. február 14-i ítélete, United Brands kontra Bizottság, C-27/76, EU:C:1978:22, 10. és 11. pont.

többek között az átfutási idő, az ellátási láncok rezilienciája, az ellátás megbízhatósága és a szállítási költségek tekintetében.

- (13) Harmadszor, a piac meghatározása, amennyiben szükséges, csak egy lépés az uniós versenyjog szerinti bizottsági értékelésben. A Bizottság csak azt követően dönti el, hogy fennállnak-e versenyjogi aggályok, miután elvégezte a versenyszempontú értékelést<sup>23</sup>. A piac meghatározása ezért nem dönti el eleve a Bizottság általi, uniós versenyjog szerinti értékelés eredményét.
- (14) Negyedszer, a piac meghatározása lehetővé teszi a piacon belülről és kívülről érkező versenyképességek közötti különbségtételt azáltal, hogy csak az érintett piacon fennálló közvetlen versenyképességet foglalja magában. A Bizottság azonban a versenyszempontú értékelés során az összes (közvetlen vagy közvetett) versenyképességet figyelembe veszi.
- (15) Ötödször, a meghatározott piacok gyakran azonosak az egyes ügyekben és értékelésekben, amikor ugyanazon gazdasági tevékenységről van szó termék- és földrajzi szempontból<sup>24</sup>. Mindazonáltal a piac meghatározásának eredménye eltérő lehet még ugyanazon termékek és földrajzi területek esetében is, a következőktől függően:
  - *A verseny paraméterei.* A (12) pontban kifejtettek szerint egy vállalkozás különböző versenyparaméterek alapján állhat versenyben más vállalkozásokkal. Például az érintett vállalkozás(ok) termékeinek árára nehezedő versenyképesség eltérhet az ugyanazon vállalkozás(ok) által a termékfejlesztésbe történő beruházással összefüggő versenyképességtől, aminek eredményeként eltérhetnek az érintett termékpiacok és az érintett földrajzi piacok<sup>25</sup>.

<sup>23</sup> Lásd a 11. lábjegyzetet.

<sup>24</sup> A légi közlekedési ágazatban például a légi személyszállítási szolgáltatások érintett termékpiacát a kiindulási pont/érkezési pont (O&D) páros megközelítés alapján határozták meg. Ezt a megközelítést számos ügyben alkalmazták az idők során. Lásd például a következő összefonódási ügyeket: M.3280. sz. Air France/KLM, 9. és 16. pont; M.3770. sz. Lufthansa/Swiss, 12. és az azt követő pontok; M.6447. sz. IAG/bmi, 31. pont; M.7333. sz. Alitalia/Etihad, 63. pont; M.7541. sz. IAG/Aer Lingus, 14. pont; a következő antitrusztügyeket: AT.36201. sz. PO/Lufthansa+SAS+United (85. cikk); AT.39596. sz. British Airways/American Airlines/Iberia; valamint a Bíróság 1989. április 11-i ítéletét, Ahmed Saeed Flugreisen és társai kontra Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, C-66/86, EU:C:1989:140, 40. pont; a Törvényszék 1994. május 19-i ítéletét, Air France kontra Bizottság, T-2/93, EU:T:1994:55, 84. pont; a Törvényszék 2006. július 4-i ítéletét, easyJet kontra Bizottság, T-177/04, EU:T:2006:187, 56. pont. Egy másik példa az online hirdetési szolgáltatások piaca, ahol az érintett termékpiacot több ügyben az offline hirdetőfelülettől elkülönülő online hirdetőfelület biztosításának piacaként határozták meg, az érintett földrajzi piacot pedig több ügyben nemzetiként vagy az EGT-n belüli nyelvi határok mentén – lásd például: M.4731. sz. Google/DoubleClick ügy, 56. és 83–84. pont; M.5727. sz. Microsoft/Yahoo! Search Business ügy, 61. és 91–93. pont; M.7217. sz. Facebook/Whatsapp ügy, 79. és 81–83. pont.

<sup>25</sup> Például az M.7932. sz. Dow/DuPont ügyben a Bizottság először is meghatározta a növényvédőszer-készítmények nemzeti piacait a termék- és árverseny értékelése céljából ((319) és (332) preambulumbekzdés). Ebben az értékelésben a Bizottság a növény/kártevő-kombináció vonatkozásában nemzeti szinten kiszámított piaci részesedésekre támaszkodott, de az EGT-szintű növény/kártevő-kombinációcsoportok piaci részesedését is felhasználta, mivel az tájékoztat a piaci szereplők hatóanyag-portfóliójuk szintjén fennálló erejéről, valamint a K+F-beszállítók globális piaci részesedését, mivel azok az új hatóanyagokat forgalomba hozó beszállítók relatív erejéről adnak információt ((362) preambulumbekzdés). Másodszor, a Bizottság elemezte az innovációs versenyt az egész iparágban, valamint a növény/károsító-kombinációcsoportokból álló innovációs terekben,



- *Az érintett vállalkozás(ok).* Mivel az érintett vállalkozás(ok) tevékenysége adja meg a helyettesítési elemzés kiindulópontját, a piacokat az érintett vállalkozás(ok)tól függően adott esetben eltérően határozzák meg. Ez például akkor fordulhat elő, ha a vállalkozások közötti versenykényszer aszimmetrikus<sup>26</sup>. Ebben az esetben különböző vállalkozások termékeinek a helyettesítési elemzés kiindulópontjaként való figyelembevétele – például azért, mert az összefonódásban részt vevő felek eltérőek, vagy mert egy másik vállalkozás magatartása áll vizsgálat alatt – eltérő eredményekhez vezethet a piacmeghatározás tekintetében.
  - *A figyelembe vett időszak.* A Bizottság figyelembe veszi az értékelés tárgyát képező magatartás vagy összefonódás időpontjában fennálló körülményeket. Ennek megfelelően a piacmeghatározás eredményei idővel módosulhatnak, ha a verseny dinamikája megváltozik. Ez lehet a helyzet például akkor, ha a versenyfeltételek különböző földrajzi területeken idővel közelednek egymáshoz, és elég homogénné válnak ahhoz, hogy az eredetileg különálló földrajzi piacok részeinek minősülő területek később ugyanazon földrajzi piacot alkossák<sup>27</sup>.
- (16) Hatodszor, ha az ügy előretételek értékelést tesz szükségessé, a Bizottság adott esetben figyelembe veszi a várható piaci szerkezetváltásokat. A piaci szerkezetváltások annyiban különböznek a potenciális versenytársak piacra lépésével (potenciális verseny) kapcsolatos megfontolásoktól<sup>28</sup>, hogy a piaci kereslet és kínálat általános dinamikáját, és ezáltal a relatív kínálati feltételek változásaira adott általános reakciókat érintik. Az ilyen piaci szerkezetváltásokat meg kell különböztetni azoktól a változásoktól, amelyek csak azokat az egyedi vállalkozásokat vagy egyedi fogyasztókat érintik, amelyek az érintett piacokon termékeket kínálnak, illetve termékek iránt keresletet támasztanak. A piaci

---

globális vagy legalább EGT-szinten, annak értékelése céljából, hogy az agrokémiai vállalatok hogyan versenyeznek az új hatóanyagok felfedezése és fejlesztése terén ((352) és (361) preambulumbekzdés).

<sup>26</sup> Lásd: az M.6497. sz. Hutchison 3G Austria/Orange Austria ügy és az M.8808. sz. T-Mobile Austria/UPC Austria ügy. Az előbbi ügyben a Bizottság a mobil adatszolgáltatásokból álló szóba jöhető piacból indult ki, és megállapította, hogy a mobil adatszolgáltatások csak korlátozott mértékben helyettesíthetők a helyhez kötött internet-hozzáférési szolgáltatásokkal (57. pont). Az utóbbiban a Bizottság megvizsgálta, hogy a mobil internet-hozzáférési szolgáltatások ugyanúgy használhatók-e otthoni internet-hozzáférésre, mint a helyhez kötött kapcsolatok, és arra a következtetésre jutott, hogy az érintett termékpiac a lakossági ügyfelek tekintetében egyaránt magában foglalta a helyhez kötött és a mobiltechnológiákat is (39. pont). Lásd még: a Törvényszék 2007. január 30-i ítélete, France Télécom kontra Bizottság, T-340/03, EU:T:2007:22, 88–89. pont; a Törvényszék 2010. július 1-jei ítélete, AstraZeneca kontra Bizottság, T-321/05, EU:T:2010:266, 96–97. pont; valamint az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 117. pont.

<sup>27</sup> Például a 2001. évi M.2033. sz. Metso/Svedala ügyben a Bizottság EGT-szintűként határozta meg az aprítógépek – egy bányászati termelőeszköz – földrajzi piacát (lásd a 114. pontot). Az ezt követő, 2020. évi M.9585. sz., Outotec/Metso (ásványipari üzletág) ügyben a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a bányászati termelőeszközök – azaz az őrlő-, flotáló-, szűrő-, vasércpelletáló berendezések – szállításának érintett földrajzi piaca globális kiterjedésű (lásd a 258–261. pontot). Ezenfelül az 1995. évi M.580. sz. ABB/Daimler-Benz ügyben a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a vasúti technológia piacán vannak olyan nemzeti vagy regionális előírások, amelyek akadályozták a hazai régiókn kívüli export belépését, és hogy a vevők az ugyanabban a régióban vagy ugyanabban a tagállamban letelepedett beszállítókat részesítették előnyben (22–41. pont). Később azonban a 2010. évi M.5754. sz. Alstom Holdings/Areva T&D ügyben a Bizottság azt állapította meg, hogy a piac legalább EGT-szintű (35. pont).

<sup>28</sup> Lásd a (25) pontot.

szerkezetváltások befolyásolhatják az érintett termékpiac meghatározását, például akkor, ha elégséges szintet ér el annak a valószínűsége, hogy új terméktípusok jelennek meg a piacon<sup>29</sup>; vagy az érintett földrajzi piac meghatározását, például küszöbön álló technológiai változások vagy a szabályozási keret hamarosan bekövetkező változásai esetén<sup>30</sup>. A Bizottság a várható rövid vagy középtávú piaci szerkezetváltásokat annyiban veszi figyelembe, amennyiben azok a Bizottság értékelése szempontjából releváns időszakon belül a kereslet és a kínálat általános dinamikájának tényleges változásaihoz vezetnek<sup>31</sup>. Ahhoz, hogy a Bizottság így járhatson el, határozott jeleknek kell utalniuk arra, hogy a tervezett szerkezetváltások kellő valószínűséggel végbe fognak menni. A bizonyítékoknak hitelesnek<sup>32</sup> kell lenniük, és túl kell mutatniuk azon a pusztán feltételezésen, hogy a megfigyelt tendenciák folytatódni fognak, vagy hogy egyes vállalkozások megváltoztatják magatartásukat.

- (17) Hetedszer, az „érintett piac” uniós versenyjogban használt fogalma eltér a más összefüggésekben, különösen üzleti szöveggörnyezetben alkalmazott „piac” kifejezéstől. A vállalkozások gyakran használják a „piac” kifejezést arra a területre vagy helyre, ahol termékeiket értékesítik, vagy tágabban arra az iparágra vagy ágazatra, amelyikhez a vállalkozás tartozik. A vállalkozások például mondhatják, hogy globális piacon tevékenykednek, amely esetben úgy vélik, hogy globális szinten versenyeznek a bevételekért az összes földrészről származó vállalkozásokkal. Ez azonban nem jelenti azt, hogy az összes globálisan aktív vállalkozás termékei helyettesíthetők az Európai Gazdasági Térségben (EGT) található vevők számára, vagy hogy a vevők globálisan elég homogén versenyfeltételekkel szembesülnek, ami a releváns szempont a piacnak az uniós versenyjog szerinti bizottsági meghatározása szempontjából, amint azt

<sup>29</sup> Például a gyógyszerek értékelésével összefüggésben az érintett termékpiac kiszélesíthető olyan piaca lépés előtt álló termékekre is, amelyek jelenleg klinikai vizsgálatok alatt állnak, amint azt a (90) pont részletesebben kifejti; vagy leszűkíthető csak egy meghatározott molekulára az originális termék generikus változatának közelgő piaca lépése fényében, lásd: a Bíróság 2020. január 30-i ítélete, Generics (UK) és társai, C-307/18, EU:C:2020:52, 131. pont.

<sup>30</sup> Az M.2478. sz. IBM/Italia/Business Solutions/JV ügyben a Bizottság megjegyezte, hogy a múltban úgy ítélte meg, hogy az informatikai szolgáltatásokat nemzeti szinten nyújtották, mint például az M.2195. sz. Cap Gemini/Vodafone ügyben. Ugyanakkor azt az észrevételt tette, hogy az informatikai szolgáltatások a kereslet és a kínálat nemzetközivé válására utaló tendenciát mutattak, amelyet részben a távoli működést lehetővé tevő internet használata váltott ki (25. pont). A nemzetközivé válás irányába mutató e tendenciát erősítette meg a későbbi, M.6237. sz. Computer Sciences Corporation/iSOFT Group ügy, amelyben a Bizottság megjegyezte, hogy a főbb informatikai szolgáltatók globális szinten működnek, az ügyfelek pedig gyakran globális/EGT-szintű pályázatokat írnak ki (17–18. pont). Ezekben az esetekben a földrajzi piac meghatározása nyitva maradt.

<sup>31</sup> Lásd: a Bíróság 2020. január 30-i ítélete, Generics (UK) és társai, C-307/18, EU:C:2020:52, 134–135. pont, amelyben a Bíróság megállapította, hogy a piac az originális gyógyszer generikus változatának közelgő piaca lépésre tekintettel leszűkíthető csak egy meghatározott molekulára, mivel „az említett generikusgyógyszer-gyártóknak módjukban áll[t] azonnal vagy rövid időn belül belépni a piacra, különösen akkor, ha a piaca lépésre irányuló előzetes és hatékony stratégiát alakítottak ki, továbbá megtették az e piaca lépéshez szükséges intézkedéseket, vagyis például [forgalombahozatali engedély] iránti kérelmet nyújtottak be, sőt szereztek is ilyen [forgalombahozatali engedélyt], vagy akár szállítási szerződéseket kötöttek harmadik személy forgalmazókkal”, és vannak bizonyítékok, „amelyek arra utalnak, hogy az originálisgyógyszer-gyártó azonnaliként fogja fel a generikusgyógyszer-gyártók piaca lépésében megnyilvánuló fenyegetettséget”.

<sup>32</sup> További részletek tekintetében lásd a 3.4. szakaszt arról, hogy a Bizottság hogyan gyűjti és értékeli a piac meghatározásával kapcsolatos bizonyítékokat.

a 2. szakasz részletesebben kifejti. A „piacnak” a versenyjogon kívüli más jogterületeken – például az elektronikus hírközlés területén<sup>33</sup> – használt fogalma vagy meghatározása sem döntő az uniós versenyjog szempontjából.

- (18) Nyolcadszor, a Bizottságnak nem kell végleges következtetést levonnia a piac pontos kiterjedését illetően, amennyiben a Bizottság értékelésének eredménye nem változna különböző elfogadható piacmeghatározások alapján sem. Ilyen helyzetekben a Bizottság nyitva hagyhatja a piac meghatározásának kérdését, ezáltal hatékonyabbá téve a piacmeghatározásra vonatkozó értékelését. A Bizottság nyitva hagyhatja a piac meghatározását<sup>34</sup> mind azokban a helyzetekben, amikor az alkalmazott piacmeghatározástól függetlenül versenyjogi aggályok merülnek fel<sup>35</sup>, mind azokban a helyzetekben, amikor az alkalmazott piacmeghatározástól függetlenül nem merülnek fel versenyjogi aggályok<sup>36</sup>. Ha a piac meghatározása nyitva marad, a Bizottság általában minden lehetséges alternatív piacmeghatározásra vonatkozóan elvégzi a

<sup>33</sup> Lásd különösen: a Bizottság (EU) 2020/2245 ajánlása (2020. december 18.) az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv alapján előzetes szabályozás alá vonható érintett elektronikus hírközlési ágazatbeli termék- és szolgáltatási piacokról (az értesítés a C(2020) 8750. számú dokumentummal történt, HL L 439., 2020.12.29., 23. o.).

<sup>34</sup> A differenciált termékpiacok összefüggésében egy átfogó érintett piac meghatározása nem befolyásolja annak lehetőségét, hogy egyes piaci szegmensekben különböző versenydinamikákat azonosítsanak, miközben a szegmensek pontos körülhatárolása nyitva marad. A bejelentett összefonódás versenyelemzése vezethet annak megállapításához, hogy az összefonódás nem egyenlő mértékben akadályozza a versenyt az érintett piac minden részén, anélkül, hogy ez érintené vagy megkérdőjelezné magát a piacmeghatározást – lásd: a Törvényszék 2022. május 18-i ítélete, Wieland-Werke kontra Bizottság, T-251/19, EU:T:2022:296, 40–41., 64. és az azt követő pontok.

<sup>35</sup> Lásd például az M.10078. sz. Cargotec/Konecranes ügyben hozott határozatot, amelyben a Bizottság a terpeszdaruk és alacsony terpeszdaruk tekintetében nyitva hagyta mind a termékpiac (amely meghatározható átfogóan, vagy a terpeszdaruk és alacsony terpeszdaruk között szegmentálható), mind a földrajzi piac (EGT-szintű vagy globális) meghatározását, mivel az ügylet aggályokat vetett fel e valószínű piacmeghatározások mindegyike szerint ((126) és (376) preambulumbekzdés).

Ezenkívül az összefonódás-ellenőrzési rendelet szerinti értékelések során a Bizottság nyitva hagyhatja a piac meghatározását azokban az esetekben, amikor az első vizsgálatot követően csak a több lehetséges érintett piac egyikét tekintve merülnek fel komoly kétségek, de az érintett vállalkozások olyan kötelezettségvállalásokat tesznek, amelyek alkalmasak arra, hogy az összefonódást a belső piaccal összeegyeztethetővé tegyék; lásd például: M.8785. sz. The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox ügy, 85. pont.

Az 1/2003/EK rendelet 9. cikke szerinti kötelezettségvállalási határozatokban a Bizottság abban az esetben is nyitva hagyhatja a piac meghatározását, ha az első vizsgálatot követően az érintett vállalkozás(ok) olyan kötelezettségvállalásokat nyújtanak be, amelyek elegendőek a kezdeti aggályok eloszlításához. Lásd például: AT.37966. sz. Distrigaz ügy, 11. pont; az AT.40153. sz. Elektronikus könyvekkel kapcsolatos MFN-záradékok és kapcsolódó kérdések (Amazon) ügy, 48. pont.

<sup>36</sup> Lásd például: a Törvényszék 2017. október 26-i ítélete, KPN kontra Bizottság, T-394/15, EU:T:2017:756, 60. pont; a Törvényszék 2003. július 8-i ítélete, Verband der freien Rohrwerke és társai kontra Bizottság, T-374/00, EU:T:2003:188, 107. és 110. pont. Lásd még például az M.9695 LVMH/Tiffany ügyben hozott határozatot, amelyben a Bizottság nyitva hagyta a termék- és földrajzi piac pontos meghatározását a luxuscikkek különböző kategóriái tekintetében, mivel a termék- és a földrajzi piac pontos kiterjedésétől függetlenül nem merültek fel versenyjogi aggályok ((25), (31), (46), (52), (57), (58) és (72) pont).

versenyszempontú értékelést, de a versenyelemzés mélysége az értékelt alternatív piacok szerint változhat<sup>37</sup>.

## 2. AZ ÉRINTETT PIAC FOGALMA ÉS ÁLTALÁNOS MÓDSZERTAN

### 2.1. Az érintett termékpiac és az érintett földrajzi piac fogalma

- (19) Az Európai Unió Bíróságának vagy Törvényszékének (a továbbiakban: az uniós bíróságok) ítélkezési gyakorlatával és a Bizottság határozathozatali gyakorlatával összhangban az érintett piacot, amelyen belül a Bizottság felméri a verseny dinamikáját, jellemzően egy termék- és egy földrajzi dimenzió mentén határozzák meg.
- (20) Az érintett termékpiac magában foglalja mindazokat a termékeket, amelyeket a vevők a termékek jellemzői, árai és rendeltetése alapján az érintett vállalkozás(ok) termékével (termékeivel) felcserélhetőnek vagy helyettesíthetőnek tekintenek, figyelembe véve a versenyfeltételeket, valamint a piaci kereslet és kínálat szerkezetét<sup>38</sup>.
- (21) Az érintett földrajzi piac arra a területre terjed ki, ahol az érintett vállalkozás(ok) keresletet támaszt(anak) az érintett termékek iránt, vagy kínálatot biztosít(anak) ezekben, továbbá ahol a versenyfeltételek kellő mértékben homogének, és amely megkülönböztethető a szomszédos földrajzi területektől, különösen mivel a versenyfeltételek érzékelhetően eltérőek ezeken a területeken<sup>39</sup>.
- (22) Bizonyos esetekben időbeli megfontolások is relevánsak lehetnek az érintett termék- és földrajzi piac meghatározásakor, például akkor, ha olyan tényezők, mint a szezonális vagy a csúcsidővel/völgyidőszakkal kapcsolatos megfontolások befolyásolják a vevők preferenciáit vagy a kínálat szerkezetét<sup>40</sup>.

<sup>37</sup> A Bizottság például a horizontális átfedésekkel járó összefonódásokra vonatkozó versenyszempontú értékelését azokra az alternatív piacokra összpontosíthatja, ahol az érintett vállalkozások közötti átfedések a legjelentősebbek, és ahol a piacon belülről kevesebb közvetlen versenykényszer származik. A Bizottság ezt követően megállapíthatja, hogy ha az átfedések nem vetnek fel versenyjogi aggályokat a piacon, nem vetnek fel versenyjogi aggályokat az alternatív piacokon sem. Lásd például az M.10339. sz. KKR/Landal ügyet, amelyben a Bizottság értékelése a legszűkebb alternatív termékpiacra összpontosított, amelyet azon üdülőkörök piacaként határozott meg, ahol a felek tevékenységei közötti átfedések a legjelentősebbek voltak (23. és az azt követő pontok).

<sup>38</sup> Lásd: a Bíróság 2020. január 30-i ítélete, Generics (UK) és társai, C-307/18, EU:C:2020:52, 129. pont; a Bíróság 1979. február 13-i ítélete, Hoffmann-La Roche kontra Bizottság, C-85/76, EU:C:1979:36, 51. pont. Ezt a fogalom meghatározást tükrözi a végrehajtási rendelet I. mellékletének 6.1. szakasza is [a hivatkozást az új végrehajtási rendelet hatálybalépését követően ellenőrizni kell].

<sup>39</sup> Lásd: a Törvényszék 2003. szeptember 30-i ítélete, Cableuropa és társai kontra Bizottság, T-346/02 és T-347/02, EU:T:2003:256, 115. pont; a Törvényszék 2009. május 7-i ítélete, NVV és társai kontra Bizottság, T-151/05, EU:T:2009:144, 52. pont; valamint a Bíróság 1978. február 14-i ítélete, United Brands kontra Bizottság, C-27/76, EU:C:1978:22, 11. pont. Ezt a fogalom meghatározást tükrözi az összefonódás-ellenőrzési rendelet 9. cikkének (7) bekezdése és a végrehajtási rendelet I. mellékletének 6.2. szakasza is.

<sup>40</sup> Időbeli megfontolások voltak relevánsak a piac meghatározása szempontjából például az M.5467. sz. RWE/Essent ügyben, ahol a Bizottság különbséget tett a csúcsidő és a völgyidőszak órái között a villamos energia előállítás és nagykereskedelmi értékesítése tekintetében (lásd a 32. pontot), valamint

- (23) Ez a közlemény kifejti, hogy a Bizottság hogyan alkalmazza a (20) és (21) pontban foglalt fogalommeghatározásokat.

## 2.2. A piacmeghatározás általános módszertana

- (24) Az 1.2. szakaszban kifejtettek szerint a piac meghatározásának fő célja egy olyan keret biztosítása, amely strukturálja és megkönnyíti a versenyszempontú értékelést azon közvetlen versenykényszer szisztematikus azonosításával, amellyel az érintett vállalkozás(ok) szembesül(nek), amikor bizonyos termékeket kínálnak a vevőknek egy adott területen.
- (25) A vállalkozások a versenykényszer három fő forrásának vannak kitéve: keresleti helyettesíthetőség, kínálati helyettesíthetőség és potenciális verseny. A keresleti helyettesíthetőség jelenti a legközvetlenebb és leghatékonyabb fegyvelmező erőt az adott termék szállítóira nézve<sup>41</sup>. A vállalkozásnak az uralkodó értékesítési feltételekre, például az árakra gyakorolt befolyása attól függ, hogy vevői mennyire könnyen tudnak áttérni olyan rendelkezésre álló termékekre, amelyeket helyettesítőnek tekintenek<sup>42</sup>. Bizonyos esetekben a kínálati helyettesíthetőség is releváns lehet az érintett piac meghatározása szempontjából, nevezetesen akkor, ha az ugyanolyan azonnali és hatásos befolyásoló erővel bír, mint a keresleti helyettesíthetőség. Ezzel szemben távolabbi versenykényszer esetén, amely a közvetlenség és a hatékonyság tekintetében nem felel meg a kínálati helyettesíthetőségre vonatkozó kritériumoknak, további tényezők elemzésére lesz szükség, beleértve a belépési feltételekkel kapcsolatos körülményeket is, és az ilyen versenykényszereket a versenyszempontú értékelés során a potenciális versenyből eredő kényszerként veszik figyelembe<sup>43</sup>.
- (26) A keresleti és a kínálati helyettesíthetőség értékelése segítséget nyújt az érintett piacon található termékek, és ezáltal a piacon aktív beszállítók azonosításában. A piacmeghatározásnak annak érdekében, hogy hasznos keretet biztosítson a versenyszempontú értékeléshez, azonosítania kell azokat a vevőket is, akikre a szóban forgó magatartás vagy összefonódás hasonló hatást gyakorol. Ennek megfelelően a Bizottság – amikor eldönti, hogy mely vevők tartoznak az érintett piachoz – arra összpontosít, hogy a vevők milyen mértékben szembesülnek hasonló vagy eltérő versenyfeltételekkel. Ez földrajzi szempontból releváns,

---

az M.8869. sz. Ryanair/LaudaMotion ügyben, ahol a Bizottság különbséget tett a légi személyszállítás nyári és téli időszaka között (lásd a 96–97. pontot).

<sup>41</sup> A Törvényszék 2006. július 4-i ítélete, easyJet kontra Bizottság, T-177/04, EU:T:2006:187, 99. pont.

<sup>42</sup> Bizonyos piacokon a keresletet nem – vagy nem kizárólag – a termék végső fogyasztója határozza meg, hanem más érdekelt felek is alakíthatják, akiknek az érdekei nem feltétlenül állnak összhangban a végső fogyasztó érdekeivel. Például a gyógyszerpiacokon a betegek a gyógyszerek végső fogyasztói, az orvosok választják ki a vényköteles gyógyszert, vagy tanácsot adhatnak a betegeknek, hogy melyik orvosi rendelvény nélkül is kiadható gyógyszert használják, és a biztosítási rendszerek jellemzően a beadott gyógyszer költségeinek egészét vagy egy részét fedezik. A Bizottság az érintett piac meghatározásakor figyelembe veszi ezeket a sajátosságokat.

<sup>43</sup> A Törvényszék kifejtette, hogy „a potenciális verseny és a kínálatoldali helyettesíthetőség fogalmilag eltérő kérdések, [...] ezek a kérdések részben átfedik egymást, mivel a különbségtétel elsősorban abban áll, hogy a versenykorlátozás azonnali-e vagy sem”; a Törvényszék 2003. szeptember 30-i ítélete, Atlantic Container Line és társai kontra Bizottság, T-191/98, T-212/98–T-214/98 egyesített ügyek, EU:T:2003:245, 834. pont.

amely esetben a Bizottság az érintett földrajzi piacba azokat a területeket foglalja bele, ahol a vevők elég homogén versenyfeltételekkel szembesülnek. A Bizottság különbséget tehet olyan vevőcsoportok között is, amelyekre eltérő körülmények között lényegesen eltérő versenyfeltételek vonatkoznak, például amikor árdiszkrimináció áll fenn a különböző vevőcsoportok között<sup>44</sup>.

### 2.2.1. A termékpiacok meghatározásának általános módszertana

#### 2.2.1.1. Keresleti helyettesíthetőség

- (27) Amint azt a (20) és a (25) pont kifejtette, a Bizottság az érintett termékpiac meghatározásához fő megközelítésként a termékek vevő szempontjából vett helyettesíthetőségének értékelését (keresleti helyettesíthetőség) alkalmazza. Kellően erős keresleti helyettesíthetőség akkor áll elő, ha a vevők könnyen át tudnak térni azonnal elérhető alternatív termékekre. Amennyiben a különböző beszállítók termékei között elegendő a keresleti helyettesíthetőség, a Bizottság ezeket a termékeket ugyanabba az érintett termékpiacba foglalja bele.
- (28) A Bizottság különféle bizonyítékok vizsgálatával határozza meg azon termékek körét, amelyeket az érintett vállalkozás(ok) vevői hatékony helyettesítőnek tekintenek, valamint azt, hogy e termékek milyen mértékben helyettesíthető(k) az érintett vállalkozás(ok) termékeivel. E bizonyítékok közé tartoznak – az egyes esetek követelményeitől és sajátosságaitól függően – az arra vonatkozó mutatók, hogy a vevők miért vagy miért nem helyettesítenék az egyik terméket egy másikkal; ilyenek például a termék jellemzőivel, áraival, rendeltetésével kapcsolatos vevői preferenciák, valamint az áttérés akadályai és költségei. E bizonyítékok közvetlen helyettesítési mutatókat is magukban foglalnak, mint például a korábbi vagy feltételezett helyettesítés bizonyítékait. A Bizottság által a keresleti helyettesíthetőség értékelése során figyelembe vett bizonyítékokra vonatkozó további részleteket a 3.2. szakasz tartalmazza.
- (29) Az e bizonyítékok vizsgálata során megválaszolandó fő kérdés az, hogy az érintett vállalkozás(ok) vevői milyen mértékben és milyen azonnal elérhető alternatív termékekre (ha vannak ilyenek) térnének át az érintett vállalkozás(ok) termékei kínálati feltételeinek más termékekhez viszonyított romlása miatt<sup>45</sup>. Operatív és gyakorlati célokból ez az értékelés általában az áremelkedésekre adott reakciókra összpontosít, de figyelembe veheti más versenyparaméterek – például a minőség vagy az innováció szintje – változásait is, a (12) pontban meghatározottak szerint.
- (30) Fogalmilag ez a megközelítés azt jelenti, hogy abból a szóba jöhető piacból kiindulva, amely eredetileg az érintett vállalkozás(ok) azon termékét (termékeit) vagy terméktípusát foglalja magában, amely(ek) a versenyszempontú értékelés középpontjában áll(nak), alternatív termékeket adnak hozzá a szóba jöhető piachoz annak csökkenő sorrendjében, hogy a vevők milyen mértékben

<sup>44</sup> További részletek tekintetében lásd a 4.2. szakaszt arról, hogy a Bizottság hogyan közelíti meg a piacmeghatározást árdiszkrimináció fennállása esetén.

<sup>45</sup> Ugyanilyen elemzést alkalmaznak a beszerzési piacokkal kapcsolatos ügyekben, amikor az áttérési reakciók elemzésének kiindulópontja a beszállító, és a vizsgálat lehetővé teszi annak azonosítását, hogy a beszállító milyen alternatív értékesítési csatornákat vagy értékesítési helyeket használhat a termékei forgalmazására.

helyettesítenék az érintett vállalkozás(ok) termékeit ezekkel az alternatív termékekkel. Ez az eljárás addig folytatódik, amíg nem azonosítják a vállalkozások termékeinek kínálati feltételeire kellő kényszert gyakorló, azonnal rendelkezésre álló összes helyettesítő terméket. Az érintett piac magában foglalja az összes ilyen azonosított terméket.

- (31) Az annak meghatározását szolgáló elméleti kritérium, hogy valamennyi kellően közeli helyettesítőt azonosítottak-e, az, hogy egy hipotetikus monopolista a szóba jöhető piacon fejthet-e ki piaci erőt. Ez a kérdés annak megválaszolásával értékelhető, hogy egy hipotetikus monopolista a szóba jöhető piacon nyereségesnek találna-e egy kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelést (a továbbiakban: SSNIP-teszt)<sup>46</sup>. Ha ez az áremelés a hipotetikus monopolista számára nem kifizetődő, a szóba jöhető piac további helyettesítőkre való kiterjesztésének folyamata a legközelebbi helyettesítő hozzáadásával folytatódik. Ha az áremelkedés nyereséges a hipotetikus monopolista számára, a folyamat megáll, és a szóba jöhető piac termékei alkotják az érintett piacot.
- (32) Amikor a vállalkozások az ártól eltérő paraméterek – mint például a minőség vagy az innováció szintje – tekintetében versenyeznek, ez megnehezíti az SSNIP-teszt alkalmazását, különösen, ahol a termékek pénzben kifejezett ára nulla<sup>47</sup>, valamint a rendkívül innovatív iparágakkal összefüggésben. Az elvégzett értékelés típusától függően további nehézségek merülnek fel. Ha az értékelés az érintett vállalkozás(ok) piaci erejének változására összpontosít, például a horizontális átfedésekkel járó összefonódások elemzésekor, az SSNIP-teszt általában az uralkodó piaci árra alkalmazható. Előfordulhat azonban, hogy nem ez az eset áll fenn, ha a hangsúly az érintett vállalkozás(ok) meglévő piaci erejének értékelésén van, például amikor a piacokat az EUMSZ 102. cikke

<sup>46</sup> A figyelembe vett kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés általában 5–10 %-os áremelést jelent, amelyet a szóba jöhető piacon egy vagy több termékre alkalmaznak, beleértve az érintett vállalkozás(ok) legalább egy termékét. Az áremelés mértéke és alkalmazásának módja azonban az adott esettől függhet. Például, ha az érintett vállalkozások az ellátási lánc szempontjából viszonylag kevés hozzáadott értéket nyújtanak (mivel a nyersanyagok vagy a beszerzett alkatrészek a teljes ár nagy százalékát teszik ki), az a kérdés, hogy egy hipotetikus monopolista fejthet-e ki piaci erőt, jobban értékelhető a monopolista e hozzáadott értékre gyakorolt hatásához viszonyítva. Ezért a Bizottság ilyen esetekben az eladási ár helyett a hozzáadott értékre alkalmazhatja a kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelést. A Bizottság ezt a koncepciót alkalmazta, és a hozzáadott értékre (vagy „regionális felárakra”) összpontosított az M.6541. sz. Glencore/Xstrata ügyben a behozatalra vonatkozó bizonyítékoknak, valamint a cink ára és árrepe régiók közötti alakulásának értékelésekor; lásd: 135–140. és 144. pont.

<sup>47</sup> Az AT.40099. sz. Google Android ügyben a Bizottság megvizsgálta, hogy a gyártók, a felhasználók és az alkalmazásfejlesztők áttérnének-e az Android alkalmazás-áruházakról más engedélyköteles intelligens mobil operációs rendszerek alkalmazás-áruházaira az előbbi minőségének kismértékű, de jelentős, nem átmeneti jellegű csökkenése (SSNDQ) esetén (lásd: 284–305. pont). Az SSNDQ-tesztet általában koncepcionális keretként alkalmazzák a versenykényszer kvalitatív értékeléséhez. A Bizottság általában nem vállalja az SSNDQ-teszt kvantitatív alkalmazását, amely számos nehézségbe ütközik, többek között a minőség számszerűsítésével kapcsolatban. A Törvényszék a Google és Alphabet kontra Bizottság ügyben 2022. szeptember 14-én hozott ítéletének (T-604/18, EU:T:2022:541) 177. és 180. pontjában megerősítette, hogy „az SSNDQ-teszt [...] releváns bizonyítéknak minősült az érintett piac meghatározása szempontjából”, ugyanakkor megállapította, hogy „a céltermék minőségromlására vonatkozó pontos mennyiségi szabvány meghatározása nem lehet előfeltétele az SSNDQ-teszt alkalmazásának. [...] Kizárólag az számít, hogy a minőségromlás továbbra is kismértékű, de jelentős és nem átmeneti maradjon”.

szerinti erőfölény fennállásának értékelésével összefüggésben határozzák meg<sup>48</sup>. Ezenkívül gyakorlati korlátok megnehezíthetik az SSNIP teszt empirikus alkalmazását az érintett termékpiac valós körülmények közötti meghatározásakor. Előfordulhat például, hogy nem lehet megbízható információkat gyűjteni azon veszteségek összegéről, amelyek egy kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés végrehajtása során egy hipotetikus monopolistánál felmerülnének.

- (33) Ezért, bár a Bizottság az érintett piac értékelése során támaszkodhat az SSNIP-teszt elveire, nem köteles empirikusan alkalmazni az SSNIP-tesztet, és más típusú bizonyítékok is egyaránt hitelesek lehetnek a piacmeghatározás alátámasztása szempontjából, amint azt a 3. szakasz részletesebben kifejti<sup>49</sup>. Az SSNIP-teszt ugyanis sok esetben csak fogalmi keretként szolgál a rendelkezésre álló minőségi bizonyítékok értelmezéséhez.

<sup>48</sup> Általában, ha a szóba jöhető piac (lényegében) egyetlen vállalkozás termékéből (termékeiből) áll, az uralkodó piaci árra alkalmazott SSNIP-teszt mindig arra enged majd következtetni, hogy az érintett piac mindenképpen szélesebb, mint a szóba jöhető piac, mivel egy nyereségmaximalizálásra törekvő vállalkozás természeténél fogva nem találja majd nyereségesnek, hogy az árat az uralkodó (nyereségmaximalizálási) ár fölé emelje.

Ez az Egyesült Államok Legfelsőbb Bíróságának a celofánra és más csomagolótermékekre vonatkozó piacmeghatározásáról elnevezett úgynevezett „celofán hibát” eredményezhet (Egyesült Államok kontra E. I. du Pont de Nemours & Co., 351 U.S. 377 (1956)). Ennek alapján az uralkodó árra alkalmazott SSNIP-tesztből tévesen az a következtetés adódik, hogy az érintett piac mindenképpen szélesebb az erőfölényben lévő vállalkozás termékénél/termékeinél (lásd az erre a koncepcióra vonatkozó magyarázatokat az AT.39523.sz. Slovak Telekom ügyben hozott bizottsági határozat 158–171. pontjában). A celofán hiba akkor is bekövetkezhet, ha az árak a vállalkozások egy csoportjának közös nyereségmaximalizálása miatt a versenyszint felett vannak.

Ha a piacmeghatározást olyan esettel összefüggésben végzik el, amelyben a meglévő piaci erő mértékét kell értékelni, például egy 102. cikk szerinti ügyben az erőfölény értékelésével összefüggésben, figyelembe kell venni azt, hogy az uralkodó ár esetleg már a versenyszint felett van. Ilyen esetekben a Bizottság az SSNIP-tesztet egy olyan kontrafaktuális árból kiindulva alkalmazhatja, amely (fokozottabb) tényleges verseny esetén érvényesülne; vagy más bizonyítékokra is támaszkodhat az érintett piac meghatározása során.

Ezzel szemben azokban az esetekben, amikor a hangsúly a piaci erő változásának értékelésén van, különösen a piaci erőnek a horizontális átfedésekkel járó összefonódásban részt vevő felek közötti verseny megszűnéséből eredő változásának értékelésén, a szóba jöhető piac legalább az összefonódásban részt vevő felek releváns termékeit magában foglalja, és az SSNIP-teszt jellemzően az uralkodó árra alkalmazható. Ezért a piaci erő változásának értékelésével összefüggésben meghatározott érintett piacnak nem kell mindig ugyanannak az érintett piacnak lennie, mint a meglévő piaci erő szintjének értékelésével összefüggésben meghatározott érintett piacnak.

<sup>49</sup> A Törvényszék a 2017. január 11-i Topps Europe kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-699/14, EU:T:2017:2, 82. pont) a következőket mondta ki: „A Bizottság [...] nem követett el nyilvánvaló értékelési hibát, amikor az érintett piacra vonatkozó következtetéseit az összegyűjtött bizonyítékok értékelésére alapozta anélkül, hogy SSNIP-tesztet folytatott volna le”. Hasonlóképpen, a földrajzi piac meghatározását illetően a Törvényszék a 2020. október 5-i HeidelbergCement és Schwenk Zement kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-380/17, EU:T:2020:471, 331. pont) a következőket mondta ki: „Amint azt a Bizottság az ellenkérelem 143. pontjában helyesen jegyzi meg, az »SSNIP-teszt« nem az egyetlen rendelkezésre álló módszer az érintett földrajzi piacok meghatározása során”. Lásd még: a Törvényszék 2022. június 22-i ítélete, thyssenkrupp kontra Bizottság, T-584/19, EU:T:2022:386, 76. és 155. pont; az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 95. pont.



#### 2.2.1.2. Kínálati helyettesíthetőség

- (34) A Bizottság a beszállítók szempontjából is figyelembe veheti a termékek helyettesíthetőségét (kínálati helyettesíthetőség). A kínálati helyettesíthetőség ott lehet releváns az érintett piac meghatározásakor, ahol a beszállítók ugyanazokat az eszközöket és eljárásokat használják a vevők számára nem helyettesíthető kapcsolódó termékek előállítására, és ha ez hasonló versenyfeltételekhez vezet az ilyen kapcsolódó termékek köre tekintetében. Ilyen esetekben helyénvaló lehet az ilyen kapcsolódó termékeket belefoglalni az érintett termékpiacba, feltéve, hogy a kínálati helyettesíthetőség kényszerítő hatása a termékek teljes skálájában egyenértékű a keresleti helyettesíthetőség kényszerítő hatásával a hatékonyság és a közvetlenség szempontjából.
- (35) A piac kínálati helyettesíthetőségen alapuló kiszélesítéséhez szükséges feltételek, hogy a legtöbb, ha nem az összes beszállító át tudja állítani termelését a kapcsolódó termékek körébe tartozó termékek között<sup>50</sup>, miközben csak jelentéktelen további meg nem térülő költségekkel vagy kockázatokkal szembesül, a relatív árak vagy a keresleti viszonyok változása esetén erre ösztönözött, és rövid távon<sup>51</sup> hatékonyan forgalmazni tudja e termékeket.
- (36) Kellően erős kínálati helyettesíthetőség jellemzően akkor fordulhat elő, ha a vállalkozások egy terméket többféle minőségben vagy minőségi osztályban forgalmaznak. A kínálati helyettesíthetőségre vonatkozó megközelítés egyik példája a rozsdamentesacél-lemezek piacáról szóló korábbi bizottsági értékelés<sup>52</sup>. Ebben az ügyben a Bizottság megállapította, hogy a kereslet szempontjából a vevők nem használhatnak ugyanarra a célra különböző minőségi osztályba vagy minőségi osztályok különböző kategóriáiba tartozó termékeket. Lehetséges volt azonban rövid időn belül, ugyanazon berendezések használatával, korlátozott többletköltségek mellett átállni az egyik minőségi család gyártásáról a másik gyártására. Különösebb forgalmazási nehézségek hiányában a rozsdamentesacél-gyártók tehát képesek voltak arra, hogy versenyezzenek a különböző minőségi osztályú termékekre irányuló megrendelésekért. A Bizottság ezért ugyanabba az érintett piacba sorolta a különböző minőségi osztályba tartozó rozsdamentes acélokat.
- (37) A kínálati helyettesíthetőség a piac meghatározása szempontjából releváns lehet akkor is, amikor a vevők rendelésre készített termékeket vásárolnak, például amikor a vevők építési projektekre, vagy vonatok, illetve gázturbinák beszerzésére írnak ki pályázatot. Ilyen esetekben előfordulhat, hogy a különböző vevőknek szánt, megrendelésre készített termékek között nincs vagy csak korlátozott a keresleti helyettesíthetőség. Ehelyett a versenykényszer abból ered, hogy más beszállítók képesek a vevő igényeinek megfelelő konkrét terméket előállítani. Ha ugyanazok a beszállítók tudnak ajánlattal válaszolni és általában

<sup>50</sup> Az EFTA-Bíróóság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 160. pont.

<sup>51</sup> Ez olyan időszak, amely lehetővé teszi a gyártó számára, hogy a terméket olyan időkereten belül értékesítse a vevőnek, amely nem haladja meg jelentősen azt az időkeretet, amelyre a vevőnek szüksége van ahhoz, hogy a szóba jöhető piacon jelen lévő más termék(ek)re térjen át. Ez az értékelés az értékelt termékek szempontjából specifikus.

<sup>52</sup> Lásd: az M.6471. sz. Outokumpu/INOXUM. ügy, 120–121. pont.

is válaszolnak a különböző vevők előírásaira, a megrendelésre készített termékek ugyanahhoz az érintett termékpiachoz tartozhatnak.

- (38) Amennyiben a beszállítók közül csak néhány felel meg a kínálati helyettesíthetőségre vonatkozó fenti feltételeknek, nem helyénvaló a termékkört ugyanahhoz az érintett piachoz rendelni<sup>53</sup>. A Bizottság mindazonáltal figyelembe veszi a feltételeket teljesítő beszállítók által gyakorolt versenykényszert a versenyszempontú értékelés során, beleértve azt is – amikor az ügyben előrettekintő értékelésre van szükség –, hogy a jövőben várhatóan bővítik-e az érintett termékek értékesítését. E megközelítés egyik példája a fémbevonatú acél piacáról szóló korábbi bizottsági értékelés<sup>54</sup>. A Bizottság nem fogadta el az ónozott lemez és az elektrolitikus úton bevont krómácel tekintetében a kínálati helyettesíthetőséget az említett ügyben, mivel csak egyetlen versenytárs beszállító tudta ezeket a termékeket ugyanazon gyártósoron gyártani, és mivel a két terméknek az átállásra képes „mobil gyártósorokon” történő gyártása nem játszott jelentős szerepet a piacon. A Bizottság azonban a versenyszempontú értékelése során figyelembe vette az ónozott lemezt és az elektrolitikus úton bevont krómácelt „mobil gyártósorokon” gyártani képes beszállító által gyakorolt nyomást.
- (39) Hasonlóképpen, ha a kínálati helyettesíthetőséghez a meglévő tárgyi eszközöknek és immateriális javaknak a szokásos üzletmeneten kívüli jelentős kiigazítására, a jelentéktelennél nagyobb többletberuházások, meg nem térülő költségek vagy kockázatok vállalására, tartós stratégiai döntések meghozatalára, vagy késedelem vállalására lenne szükség, a Bizottság nem szélesíti ki az érintett piacot a kínálati helyettesíthetőség alapján. Ez akkor is előfordulhat, ha a gyártók már részt vesznek a kapcsolódó termékek körének gyártásában. Például, bár a sajtkészítők elvileg különböző típusú sajtokat állíthatnak elő, jelentős költségek és átfutási idők is felmerülhetnek, mielőtt egy bizonyos sajtípus gyártója átállhatna egy másik típusú sajt gyártására, és megkezdhetné annak értékesítését<sup>55</sup>. Ezekben az esetekben a Bizottság a versenyszempontú értékelésben az ilyen átállás hatásait a potenciális versenyből eredő kényszerként vizsgálja.

#### 2.2.2. A földrajzi piacok meghatározásának általános módszertana

- (40) Amint azt a (21) és a (26) pont kifejtette, a Bizottság az érintett földrajzi piac meghatározásához fő megközelítésként a versenyfeltételek értékelését alkalmazza. A szokásos kiindulópont azon vevők földrajzi elhelyezkedésének elemzése, akiket valószínűleg érint az adott magatartás vagy összefonódás. Annak érdekében, hogy azonosítsa azokat a vevőket, akikre a szóban forgó

<sup>53</sup> Lásd: a Törvényszék 2010. április 28-i ítélete, Amann & Söhne és Cousin Filterie kontra Bizottság, T-446/05, EU:T:2010:165, 79. pont; lásd még: az M.5046. sz., Friesland Foods/Campina ügy, 159. pont. Lásd még: az EFTA-Bírószak 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 160. pont.

<sup>54</sup> Az ónozott acél értékelése tekintetében lásd: az M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügy, (276)–(278) és (1287)–(1293) preambulumbekkezdés.

<sup>55</sup> Például az M.9413. sz. Lactalis/Nuova Castelli ügyben a piaci vizsgálat azt mutatta, hogy a mozzarella gyártó beszállítók nem kezdhették meg a ricotta gyártását jelentős költségek nélkül és rövid időn belül, és hasonlóképpen a ricotta gyártói sem kezdhették meg jelentős költségek és késedelem nélkül a mascarpone gyártását és értékesítését (lásd a 47–48. pontot).

magatartás vagy összefonódás hasonló hatást gyakorolhat, a Bizottság ezt követően azt elemzi, hogy a vevők földrajzi elhelyezkedése szerinti adott területen a versenyfeltételek elég homogének-e<sup>56</sup>, és hogy e terület megkülönböztethető-e a szomszédos területektől azért, mert a versenyfeltételek érzékelhetően eltérőek ez utóbbi területeken. A földrajzi piacok a helyi léptékűtől a globális léptékűig terjedhetnek, attól függően, hogy a vevők milyen versenyfeltételekkel szembesülnek.

- (41) A Bizottság különféle bizonyítékok vizsgálatával végzi el a versenyfeltételek értékelését. Az ilyen bizonyítékok az egyes ügyek követelményeitől és sajátosságaitól függően a következőket foglalják magukban: különböző vagy ugyanazon beszállítók jelenléte földrajzi területeken; piaci részesedésük és áraik hasonlóságai vagy különbözőségei; hasonlóságok vagy különbségek a vevők preferenciáiban és vásárlási magatartásában; a más területen található vevők ellátásával kapcsolatos akadályok és költségek; a távolsággal kapcsolatos tényezők, amelyek befolyásolják a költségeket, a rendelkezésre álló mennyiségeket vagy az ellátás megbízhatóságát; valamint a kereskedelmi forgalom és a szállítás szerkezete. A Bizottság által a földrajzi piacok értékelése során figyelembe vett bizonyítékokra vonatkozó további részleteket a 3.3. szakasz tartalmazza.
- (42) Az érintett földrajzi piacok meghatározásakor a Bizottság általában elemzi a keresleti helyettesíthetőség mintázatait is – például az importra való áttérést –, hogy azonosítsa a vevők rendelkezésére álló alternatív kínálati lehetőségeket<sup>57</sup>. Ha két területen található vevők többnyire ugyanazokat a beszállítókat tekintik alternatívának, és azonnal tudnak váltani köztük a beszerzési mennyiségek tekintetében, ez más tényezőkkel együtt arra utalhat, hogy a két terület közötti verseny feltételei elég homogének, és így a két területnek ugyanazon érintett földrajzi piac részét kell képeznie. Ezzel szemben, ha a két területen található vevők különböző beszállítókat tekintenek alternatívának, vagy ha korlátozottak azok a mennyiségek, amelyek tekintetében át lehet állni vagy át is állnak behozatalra, például a vevők preferenciái vagy a rendelkezésre álló importvolumen korlátai miatt, ez azt jelzi, hogy a két területen a versenyfeltételek nem elég homogének<sup>58</sup>.

<sup>56</sup> Az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlata következetesen – az azonosítással szemben – a „elég homogén” versenyfeltételeket említi az érintett földrajzi piac meghatározásának kritériumaként. Lásd: a Bíróság 1978. február 14-i ítélete, *United Brands kontra Bizottság*, C-27/76, EU:C:1978:22, 11. és 44. pont; a Törvényszék 2003. július 8-i ítélete, *Verband der freien Rohrwerke és társai kontra Bizottság*, T-374/00, EU:T:2003:188, 141. pont; a Törvényszék 2003. szeptember 30-i ítélete, *Cableuropa és társai kontra Bizottság*, T-346/02 és T-347/02 egyesített ügyek, EU:T:2003:256, 115. pont; a Törvényszék 2009. május 7-i ítélete, *NVV és társai kontra Bizottság*, T-151/05, EU:T:2009:144, 52. pont; a Törvényszék 2020. október 5-i ítélete, *HeidelbergCement és Schwenk Zement kontra Bizottság*, EU:T:2020:471, 294. pont.

<sup>57</sup> Ez az értékelés a 2.2.1.1. szakaszban meghatározott megközelítést követheti, nevezetesen azon beszállítók azonosítását, akikhez a vevők a relatív kínálati feltételek megváltozása esetén áttérnének beszerzéseikkel, valamint az SSNIP-keret alkalmazását.

<sup>58</sup> Az M.7278. sz. *General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power és Grid üzletág)* ügyben a Bizottság az 50 Hz-es nehéz gázturbinák piacát úgy határozta meg, mint Kínát és Iránt nem tartalmazó globális piacot, mivel egyes globális beszállítók e két területen akadályokba ütköztek a vevők ellátásában (lásd: 162–191. pont). Az AT.40099. sz. *Google Android* ügyben a Bizottság úgy határozta meg az intelligens mobil operációs rendszerek és Android alkalmazás-áruházak

- (43) Következésképpen a behozatal pusztá létezése vagy lehetősége egy adott földrajzi területen nem feltétlenül vezet ahhoz, hogy a földrajzi piac kiterjedését kiszélesítsék arra a területre, ahonnan a behozatal származik. A behozatal származási területén található vevők eltérő versenyfeltételekkel szembesülhetnek, mint a behozatal rendeltetési helyén található vevők. Ilyen körülmények között, ha a földrajzi piacokat annyira tágan határoznák meg, hogy azok az importált termékek származási és rendeltetési területeit is magukban foglalják, ez tévedésből az érintett piacba belefoglalhatja azokat a vevőket is, akiket az adott magatartás vagy összefonódás valószínűleg másként érintene. Ez inkább akadályozná, semmint megkönnyítené a versenyszempontú értékelést.
- (44) Jelentős behozattal jellemzett, de olyan körülmények között, amikor bizonyos földrajzi területek közötti kereskedelem vagy más keresleti és kínálati megfontolások nem elégségesek ahhoz, hogy azok alapján elég homogén versenyfeltételekre lehessen következtetni, a Bizottság tehát nem terjeszti ki az érintett földrajzi piacot az ilyen behozatal származási területére. A Bizottság azonban a versenyszempontú értékelés részeként a piaci részesedések kiszámításába belefoglalja az érintett földrajzi piacra irányuló behozattal. A Bizottság más módokon teljes mértékben figyelembe veszi az érintett piacra irányuló behozatal jelentette versenykényszert is a versenyszempontú értékelés során, például annak vizsgálatával – amikor az ügyben előretékinő értékelésre van szükség –, hogy a behozatal a jövőben várhatóan bővülni fog-e<sup>59</sup>.
- (45) Arra, hogy a Bizottság hogyan veszi figyelembe a kereskedelmi forgalmat az érintett földrajzi piac meghatározásakor és a versenyszempontú értékelés elvégzésekor, példa a síkhengerelt szénacél késztermékek piacának korábbi bizottsági értékelése<sup>60</sup>. A Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a síkhengerelt szénacél késztermékek különböző típusainak érintett földrajzi piaci nem voltak szélesebbek az EGT-nél, mivel a világ különböző régióiban eltérőek voltak a piaci struktúrák, a beszerzés igen nagy mértékben regionális szinten történt, a termékek árazása pedig jelentősen eltért a világ különböző régióiban. Mindazonáltal a versenyszempontú értékelés részeként részletesen értékelték a behozatal jelentette versenykényszert.

---

engedélyezésének piacát, mint Kínára ki nem terjedő globális piacot, mivel a vállalkozás Kínában folytatott tevékenységét rendelet korlátozta (406–410. pont).

<sup>59</sup> Az M.9592. sz. Freudenberg/L&B ügyben a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a nem szőtt textíliák és egyéb szövetek piaca legalább EGT-szintű (50–53. pont), és engedélyezte az összefonódást, mivel az ázsiai versenytársak továbbra is elegendő versenynyomást gyakorolnának az érintett vállalkozásokra (lásd a 98–137. pontot az építkezési alkalmazásokhoz használt, nem szőtt elsődleges szőnyegalátétekre vonatkozóan, valamint a 152–180. pontot a gépjárműipari alkalmazásokhoz használt nem szőtt elsődleges szőnyegalátétekre vonatkozóan).

<sup>60</sup> M.8444. sz. ArcelorMittal/Ilva ügy, 7.2.4. szakasz ((320)–(326) preambulumbekzdés) a földrajzi piac meghatározása és 9.4.5.2–9.4.5.9. szakasz ((637)–(750) preambulumbekzdés) a behozatal jelentette kényszerek versenyszempontú értékelése tekintetében. A Bizottság részletesen elemezte a behozatal által támasztott versenykényszert, és megállapította, hogy a jelentős importvolumen önmagában nem jelez elegendő árnyomást, hogy az EGT-n kívüli gyártók kis méretűek és egyénileg korlátozott befolyást gyakorolnak az EGT-n belüli árakra, hogy a behozatal kevésbé megbízható beszerzési forrás az EGT-beli vevők számára a belföldi termékekhez képest, hogy az empirikus bizonyítékok azt mutatják, hogy az áremelésekre adott importreakciók valószínűleg nem elegendőek az áremelkedések megfiúsítására, hogy jelentősen csökkent a behozatal azon képessége, hogy versenynyomást gyakoroljon az EGT-beli gyártókra, hogy a behozatal csak az EGT-beli vevők keresletének egy részével tud versenyezni, és hogy az EGT-beli beszállítók bizonyos mértékig a behozatal kapuőrei is.

### 3. A PIACOK MEGHATÁROZÁSÁNAK FOLYAMATA

#### 3.1. A piac meghatározásának általános megközelítése a gyakorlatban

- (46) A gyakorlatban a Bizottság általában olyan helyzetben van, hogy az azonnal rendelkezésre álló információk, az azonos vagy hasonló ágazatokra vonatkozó korábbi bizottsági határozatokban megállapított érintett piacok, illetve az érintett vállalkozás(ok) által benyújtott információk alapján előzetesen a legvalószínűbb érintett termék- és földrajzi piacokat azonosítsa, amelyeken belül egy adott összefonódást vagy magatartást értékelni kell. Gyakran csak korlátozott számban lesznek ilyen valószínűsíthető alternatív érintett piacok. A Bizottság ezt követően a vizsgálata során összegyűjtött bizonyítékok fényében szükség esetén kiigazítja az érintett termék- és földrajzi piacokra vonatkozó kezdeti munkahipotéziseit. Sok esetben az alternatív valószínűsíthető piacmeghatározások felületes vizsgálata elegendő a Bizottság határozatában szereplő versenyszempontú értékelés strukturálásához és megkönnyítéséhez, és nincs szükség részletes elemzésre, hogy döntést lehessen hozni minden egyes érintett piac meghatározásáról. Határozataiban a Bizottság alternatív piacmeghatározásokat határozhat meg és értékelhet, az ügy sajátosságaitól függően potenciálisan szélesebb vagy potenciálisan szűkebb piacokból kiindulva.
- (47) A következő 3.2. és 3.3. szakasz különböző tényezőket mutat be, amelyek lényegesek lehetnek az érintett termék- és földrajzi piacok meghatározása szempontjából. A 3.4. szakasz ismerteti, hogy a Bizottság hogyan gyűjti össze és értékeli az e különböző tényezőkkel kapcsolatos bizonyítékokat. Ez nem jelenti azt, hogy a Bizottságnak minden egyedi esetben bizonyítékot kell szereznie az összes említett tényezőről és értékelnie kell minden ilyen tényezőt. A gyakorlatban az e tényezők egy csoportjára vonatkozó bizonyíték gyakran elegendő ahhoz, hogy a Bizottság következtetést vonhasson le az érintett piacról.

#### 3.2. Bizonyítékok a termékpiacok meghatározásához

- (48) A 2. szakaszban meghatározott elvekkel összhangban a Bizottság az érintett termékpiac meghatározásakor elsősorban a keresleti helyettesíthetőséggel kapcsolatos bizonyítékokra összpontosít, de figyelembe veheti a kínálati helyettesíthetőségre vonatkozó bizonyítékokat is, amennyiben teljesülnek a 2.2.1.2. szakaszban meghatározott vonatkozó feltételek. A következő bizonyítékkategóriák lehetnek relevánsak a kereslet- és kínálatoldali helyettesíthetőségnek az érintett termékpiac meghatározása céljából történő értékelése szempontjából.

##### 3.2.1. A keresleti helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok

- (49) *A termék jellemzői, árai, rendeltetése és az általános vevői preferenciák.* Az olyan elemekre vonatkozó bizonyítékok, mint a termék jellemzői (ideértve a termékminőséget vagy az innováció szintjét is), az árak és a rendeltetés, amelyek gyakran azonnal hozzáférhetőek, általában hasznosak az érintett vállalkozás(ok) vevői számára rendelkezésre álló lehetséges helyettesítők körének meghatározásához.

- (50) Annak értékelése azonban, hogy a termékek a megfigyelhető jellemzők alapján hasonlóak-e, hogy áraik összehasonlíthatóak-e<sup>61</sup>, vagy hogy a termékek rendeltetése ugyanaz-e<sup>62</sup>, nem feltétlenül elegendő annak megállapításához, hogy két termék a kereslet szintjén helyettesíti-e egymást. Ennek az az oka, hogy ezek a megfontolások nem feltétlenül tükrözik pontosan, hogy a vevők miként értékelik a termék tulajdonságait, és hogy hogyan reagálnának a relatív kínálati feltételek változásaira, például az áremelkedésre. Ezzel szemben a termék jellemzőinek, árának és rendeltetésének különbségei önmagukban nem feltétlenül elegendőek mindig annak megállapításához, hogy két termék különböző termékpiacokhoz tartozik<sup>63</sup>.
- (51) A Bizottság ezért vizsgálja azokat a mögöttes okokat, amelyek miatt a vevők egy adott terméket egy másikkal helyettesítenének vagy nem helyettesítenének, azzal, hogy megpróbálja azonosítani a vevők választása szempontjából a legrelevánsabb paramétereket. A termék árán kívül különböző paraméterek – például az innováció szintje vagy a minőség – különböző módokon alakíthatják a vevők választásait, amint az a (12) pontban is szerepel. A forgalmazási láncok közötti különbségek – ideértve az online és offline csatornákat is<sup>64</sup> – vagy a szabályozási keret<sup>65</sup> szintén relevánsak lehetnek. A vevők választása szempontjából legrelevánsabb paraméterek azonosítása lehetővé teszi a Bizottság számára, hogy a termékeket e paraméterek mentén összehasonlítsa, ami információval szolgál a közöttük lévő helyettesíthetőség mértékének értékelése szempontjából.
- (52) *A korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok.* Egyes esetekben létezhet arra utaló bizonyíték, hogy a piacon bekövetkezett múltbeli strukturális változásokat,

<sup>61</sup> Ami az árak időbeli alakulására vonatkozó bizonyítékokat illeti, a keresleti helyettesíthetőséghez nem kapcsolódó számos különböző tényező okozhatja az árak együttmozgását. Másrészt az árak együttmozgásának hiánya vagy az eltérő árak jellemzően arra utalnak, hogy a termékek valószínűleg a kereslet szintjén nem helyettesítik egymást. Ezért az ár-együttmozgások elemzései, beleértve az olyan kvantitatív technikákat, mint az árkorreláció- vagy a stacionaritáselemzések, elvben informatívabbak, ha azt jelzik, hogy két termék nem ugyanannak a piacnak a része.

<sup>62</sup> Például a Bizottság korábban bizonyos élelmiszerek tekintetében külön piacokat határozott meg annak ellenére, hogy azok rendeltetése ugyanaz, mégpedig az emberi fogyasztás. Az M.7220. sz. – Chiquita Brands International/Fyffes ügyben a Bizottság a banánt a többi friss gyümölcstől elkülönülő termékpiacként határozta meg (29–34. pont).

<sup>63</sup> Például az AT.38477. sz. British Airways/SN Brussels ügyben a Brüsszel és London közötti útvonalon a vasúti közlekedés és a légi szolgáltatások között a termékjellemzők tekintetében fennálló különbségek ellenére a rendelkezésre álló bizonyítékok azt mutatták, hogy közöttük intermodális verseny áll fenn, ami alapján a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy az érintett piac szélesebb a közvetlen légi szolgáltatásoknál, és magában foglalja a vasúti szállítást is (18–21. és 23. pont).

<sup>64</sup> Annak megállapítása érdekében, hogy az online és offline értékesítési csatornák ugyanahhoz a termékpiachoz tartoznak-e, a Bizottság értékelheti, hogy a vevők úgy vélik-e, hogy ezek a csatornák eltérő jellemzőkkel rendelkeznek például az árszintek, a vevőszolgálat minősége, a kiszállítási idő és a logisztikai költségek, a nyitvatartási idők, a termék vásárlás előtti kipróbálásának szükségessége, valamint a két csatorna által kínált termékkörök közötti különbségek tekintetében. Lásd például az M.8394. sz. Essilor/Luxottica ügyet, amelyben a Bizottság azt vizsgálta, hogy az optikai kiskereskedelem piacát fel kell-e osztani online és offline csatornák szerinti szegmensekre ((83)–(89) és (139) preambulumbeközdés).

<sup>65</sup> Például szabályozás előírhatja, hogy a gyógyszerészek a gyógyszerek kiadásakor bizonyos feltételek mellett automatikusan helyettesítsék a gyógyszer originális változatát egy olcsóbb generikus változattal.

eseményeket vagy sokkokat követően a különböző termékek helyettesíthetők lesznek egymással. Az ilyen bizonyíték rendszerint tájékoztatást ad a vevői preferenciákról, különösen akkor, ha a helyettesítés oka az érintett vállalkozás(ok) termékei relatív kínálati feltételeinek exogén<sup>66</sup> megváltozása, például váratlan költségsokk vagy más hasonló esemény. Új termékek bevezetése is szolgálhat hasznos információkkal, amikor pontosan meg lehet határozni, hogy az új termékkel szemben mely termékek vesztek a forgalmukból<sup>67</sup>. Hasonlóképpen, egy beszállító piacról való kilépésére adott válaszul bekövetkező vagy bizonyos termékek (például a termelés kiesése miatti) (ideiglenes) hiányából eredő mennyiségi változások tájékoztathatnak a helyettesítési mintázatokról<sup>68</sup>. Mindenesetre a Bizottság megvizsgálja, hogy a jelentős változásra, mint például a termék teljes hiányára adott reakciók a relatív kínálati feltételek mérsékeltebb változásaira adott reakciókra engednek-e következtetni. Egyes esetekben a vállalkozások a szokásos üzletmenet során is gyűjthetnek releváns információt a kereslet szintjén egymást helyettesítő termékekről. Adott vállalkozás például rendelkezhet az általa elveszített és megnyert ügyfelekre vonatkozó adatokkal, valamint ismerheti azon versenytársak kilétét, akik ügyfeleket szereztek vagy vesztek el. Ezzel szemben az arra vonatkozó bizonyítékok, hogy a vevők a relatív kínálati feltételek változásaitól független tényezők miatt távolodtak el a terméktől, kevésbé informatívak a keresleti helyettesíthetőség szempontjából, mivel az ilyen eltávolodások inkább a termékmigrációt, nevezetesen a fogyasztási mintázatok és preferenciák időbeli változásait tükrözik<sup>69</sup>.

- (53) Ha elegendő adat áll rendelkezésre a korábbi helyettesítésre vonatkozóan, mennyiségi mérőszámok vezethetők le a különböző termékek helyettesíthetőségére vonatkozóan. Például le lehet vezetni a szóba jöhető helyettesítő termékek közötti áttérési rátákat, azaz ki lehet számítani az egy termék tekintetében kiesett és az egyes helyettesítő termékekhez áttérített mennyiségek arányát; vagy meg lehet becsülni a termék iránti keresletre vonatkozó saját-árrugalmasságot és kereszt-árrugalmasságot<sup>70</sup> ökonometriai

<sup>66</sup> A kínálati feltételekben bekövetkező exogén eltolódás vagy sokk olyan váratlan eseményeknek tudható be, amelyek nem gyakorolnak közvetlen hatást a keresletre.

<sup>67</sup> Például az M.5335. sz. Lufthansa/SN Airholding ügyben a Bizottság azt vizsgálta, hogy az antwerpeni repülőtér helyettesítette-e a brüsszeli repülőtér. Ebben az összefüggésben a Bizottság figyelembe vette a VLM Airlines belépését az Antwerpen–Manchester útvonalra, ahol versengett az SN légitársaság Brüsszel–Manchester útvonalon közlekedő járataival (lásd a 96. és 100–101. pontot).

<sup>68</sup> Például az M.6576. sz. Munksjö/Ahlstrom ügyben a Bizottság az előimpregnált papír érintett termékpiacának értékelése során figyelembe vette, hogy egy versenytárs felhagyott az előimpregnált papír gyártásával, és felmérte, hogy mely versenytársak szereztek meg a gyártással felhagyót versenytárs ügyfeleit (lásd a 189. pontot).

<sup>69</sup> Például az M.6576. sz. Munksjö/Ahlstrom ügyben a Bizottság megállapította, hogy a szabványos dekorpapírról az előimpregnált papírra való áttérést a bútoriparban nagyrészt egy, az értéklánc távolabbi, alsó szakaszán elhelyezkedő nagy vevő stratégiai beruházási döntései vezérelték, ezért azt nem az előimpregnált papír relatív árának rövid távú változásai határozták meg vagy erősítették fel (lásd: 248. pont).

<sup>70</sup> Az „X” termék iránti kereslet sajátár-rugalmassága az „X” iránti keresletnek az „X” termék árában bekövetkezett egy százalékos változásra való reagálóképességét (azaz a keresett mennyiség várható százalékos változását) méri. Az „X” és „Y” termék közötti kereszt-árrugalmasság annak a mércéje, hogy hogyan változik az „X” termék iránti kereslet „Y” termék ára egy százalékos változásának függvényében.

technikák alkalmazásával<sup>71, 72</sup>. Az ilyen kvantitatív bizonyítékoknak ahhoz, hogy hitelesek legyenek, kellően megalapozottnak kell lenniük.

- (54) *A hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok.* A Bizottság támaszkodhat az arra vonatkozó információkra is, hogy a vevők valószínűleg hogyan reagálnak a relatív kínálati feltételek feltételezett változásaira („hipotetikus helyettesítés”). A vevők és a versenytársak által az ilyen hipotetikus helyettesítéssel kapcsolatban adott, indoklással ellátott válaszok információval szolgálhatnak a helyettesítő termékek azonosításához. Egyes esetekben a hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyíték a vevők reprezentatív mintáján végzett felmérésekből is rendelkezésre állhat. Bizonyos esetekben a hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyíték lehet a helyettesíthetőség egyetlen rendelkezésre álló közvetlen bizonyítéka, például olyan esetekben, amikor előretekintő értékelésre van szükség. Mindazonáltal a hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok kevésbé hitelesek, mint a tényleges helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok, mivel a hipotetikus keresleti helyettesíthetőségnek nincsenek tényleges következményei a vevőkre nézve. Különösen az alternatív termékre való hipotetikus áttérés valószínűségére vagy nagyságrendjére vonatkozóan a piaci szereplők által kifejtett vélemények nem biztos, hogy kellően megbízhatóak, teljesek vagy pontosak ahhoz, hogy a Bizottság meg tudja becsülni a sajátár-rugalmasságot. Ez azonban eseti értékelés, és a rendelkezésre álló bizonyítékok erejétől függ.
- (55) A gyorsan fejlődő iparágakban – különösen a gyors technológiai fejlődéssel jellemezhető iparágakban – az új vagy újonnan fejlesztett termékek vagy eljárások, valamint a technológiai vagy szabályozási változások piaci szerkezetváltáshoz vezethetnek, amely befolyásolja a meglévő versenydinamikát és a relatív kínálati feltételekre adott általános reakciókat. Ilyen esetekben a Bizottság figyelembe veheti a helyettesítési lehetőségeknek a verseny dinamikájának változásából eredő várható változásait, a (16) pontban meghatározott feltételekre is figyelemmel.
- (56) *Az ágazat álláspontja szerinti versenykényszerre vonatkozó bizonyítékok.* A vállalkozások jellemzően a szokásos üzletmenet részeként figyelemmel kísérik a versenyt. Lehetnek olyan ágazati szövetségek vagy szakértők is, amelyek figyelemmel kísérik a versenyt. Míg a piac határaival kapcsolatos ilyen ágazati álláspontok nem feltétlenül felelnek meg az érintett piac fogalmának az uniós

<sup>71</sup> Például az M.5658. sz. Unilever/Sara Lee ügyben a Bizottság szkennerradatokból származtatott keresletrugalmasságra vonatkozó ökonometriaival becsléseket használt az annak meghatározására irányuló SSNIP-teszt elvégzéséhez, hogy a férfi és a nem férfi dezodorok ugyanahhoz az érintett termékpiachoz tartoznak-e.

A Bizottság a korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékokat nemcsak a piacok meghatározásához használhatja fel, hanem a versenyszempontú értékelés elvégzéséhez is, különösen annak meghatározásához, hogy az érintett vállalkozás(ok) közeli versenytársai-e egymásnak, vagy a valószínű hatások mennyiségi értékeléséhez; lásd például: M.8792. sz. T-Mobile NL/Tele2 NL ügyet (704–720. és 798–823. pont).

<sup>72</sup> Az áttérési rátákra vagy a kereslet (kereszt-)árrugalmasságára vonatkozó bizonyítékok lényegesek lehetnek azon legközelebbi helyettesítők azonosítása szempontjából, amelyek tekintetében mérlegelik, hogy hozzáadják a szóba jöhető piachoz, valamint az SSNIP-teszt alkalmazása szempontjából. A magas áttérési ráták vagy a szóba jöhető piacon kívüli termékekhez viszonyított kereszt-árrugalmasság azonban nem feltétlenül jelenti azt, hogy az érintett piac ezekre a termékekre is kiterjed.



versenyjog értelmében, azon információk, amelyek alapján a vállalkozások egymást (közeli) versenytársaknak tekintik, valamint más piaci szereplők és ágazati szakértők versenykényszerrel kapcsolatos nézetei hasznos információkkal szolgálhatnak a keresleti helyettesíthetőség értékeléséhez. Ez különösen akkor igaz, ha bizonyos vállalkozások (közelebbi) versenytársakként való minősítésének alapjául szolgáló indokok megfelelnek a Bizottság piacmeghatározási keretrendszerének, vagyis ha a vállalkozások termékeit a vevők egymással helyettesítőnek tekintik.

- (57) *A keresletnek a lehetséges helyettesítőkre történő átállításával kapcsolatos akadályok és költségek.* A helyettesíthetőségnek különféle potenciális akadályai vannak, és átállási költségekkel is számolni kell. Ezeknek az akadályoknak és költségeknek sokféle forrása lehet, mint például szerződéses kötelezettségek, az alternatív termékek felkutatásának költségei, az alternatív termékek minőségével és hírnevével kapcsolatos bizonytalanság, az egyéb termékek használata elsajátításának vagy a saját termelési folyamatok kiigazításának a költségei, a márka elismerése, a szabályozási akadályok vagy az állami beavatkozás egyéb formái, a közvetlen és közvetett hálózati hatások megléte<sup>73</sup>, az adathordozhatóság költségei vagy az egyéb termékekkel való interoperabilitás<sup>74</sup> mértéke.
- (58) Az áttérés akkor is akadályokba ütközhet, ha a vevők nem tudnak különböző értékesítési csatornák között váltani. Például az eredeti alkatrészek piacán az autóalkatrészek kínálatában jelentkező versenykényszer eltérhet a tartalék alkatrészek tekintetében az autóalkatrészek kínálatában jelentkező versenykényszerszertől, mivel a tartalék alkatrészek vásárlói nem tudják az alkatrészeket az eredetiberendezés-gyártóknak kínált feltételek mellett beszerezni. Ez két különálló érintett termékpiac meghatározását eredményezheti.
- (59) *Az SSNIP-teszt végrehajtása.* Egyes esetekben az érintett piac határait úgy is meg lehet határozni, hogy kvantitatívan értékelik, hogy egy kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés nyereséges lenne-e egy hipotetikus monopolista számára<sup>75</sup>. Az SSNIP-teszt végrehajtására példa a „kritikusveszteség-elemzés”<sup>76</sup>. A kritikusveszteség-elemzés általában magában foglalja az értékesítési volumen azon maximális veszteségének meghatározását, amelyet a szóba jöhető piac termékei tekintetében végrehajtott, kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelést követően vállalni lehet ahhoz, hogy az ilyen áremelkedés nyereséges maradjon egy hipotetikus monopolista számára. Ezt a „kritikus veszteséget” ezután összevetik az értékesítési volumennek az

<sup>73</sup> Közvetlen hálózati hatások akkor állnak fenn, ha a felhasználó által átvett termék értéke a termék felhasználói számának változásával (egyenes vagy fordított arányban) változik. Közvetett hálózati hatások akkor állnak fenn, ha egy termék felhasználói számának változása befolyásolja egy kiegészítő termék iránti keresletet, és ez az első termék értékének ingadozását eredményezi.

<sup>74</sup> Ez lenne a helyzet például akkor, ha a termékek egy alcsoportja nem működik együtt egy másik termékkel, így az áttérés többletköltséget jelent a vevők számára.

<sup>75</sup> A Bizottság az SSNIP-tesztet az M.5658. sz. Unilever/Sara Lee ügyben alkalmazta (92–94. pont és a műszaki melléklet 5.3. szakasza).

<sup>76</sup> Lásd például az M.9076. sz. Novelis/Aleris ügy I. mellékletének 2.1.2. pontját. A Bizottság kritikusveszteség-elemzést alkalmazott az M.4734. sz. Ineos/Kerling ügyben is, de végül azt állapította meg, hogy az eredmények nem voltak meggyőzőek (95–105. pont).

áremelkedésből eredően várható tényleges veszteségére vonatkozó becsléssel. Ha a kritikus veszteség nagyobb, mint a valószínűsíthető tényleges veszteség, a kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés nyereséges lenne, ami azt jelzi, hogy a szóba jöhető piacon lévő termékek érintett termékpiacot alkotnak. Ellenkező esetben előfordulhat, hogy a szóba jöhető piacot ki kell szélesíteni. Az elvégzendő elemzés sajátosságai az egyes ügyek sajátos körülményeitől függenek. A kritikus veszteség elemzése során a Bizottság azt is figyelembe veszi, hogy a megfigyelt magas százalékos haszonkulcs nemcsak alacsony kritikus veszteséget jelent, hanem azt is jelezheti, hogy a kereslet tényleges rugalmassága – és így a tényleges veszteség – valószínűleg alacsony, és fordítva<sup>77</sup>.

### 3.2.2. A kínálati helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok

- (60) *A korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok.* A kínálati helyettesíthetőség értékelésekor a Bizottság figyelembe veheti a vállalkozásoktól származó, a kapacitásfelesleg fennállására vonatkozó bizonyítékokat, valamint a termelés és a kínálat rövid távú átcsoportosítására való képességüket és ösztönzöttségüket. Különösen fontosak az arra vonatkozó bizonyítékok, hogy a termelést vagy a kínálatot a kínálati vagy keresleti viszonyok exogén változásaira válaszul a szóban forgó termékekre állították át. Ezzel szemben a korábbi kínálati helyettesíthetőségre vonatkozó bizonyítékok hiányában a Bizottság úgy ítélheti meg, hogy kevésbé valószínű, hogy az ilyen helyettesítés hatása azonos lenne a keresleti helyettesíthetőség hatásával a hatékonyságot és a közvetlenséget tekintve.
- (61) *A kínálat átállításával kapcsolatos akadályok és költségek.* A Bizottság számos akadályt és költséget figyelembe vesz annak értékelése során, hogy a piac kiszélesíthető-e a kínálati helyettesíthetőség alapján. Például figyelembe veszi, hogy a vállalkozásoknak a termelés vagy a kínálat átállításához vállalniuk kell-e konkrét tőkebefektetéseket vagy a termelési folyamatokra, a tanulásra és a humán tőkére, a márka alapítására vagy a név elismertetésére, az adatokhoz való hozzáférésre, az átállítási költségekre irányuló konkrét beruházásokat, vagy más beruházásokat. Relevánsak lehetnek az olyan jogi vagy adminisztratív akadályok fennállására vonatkozó információk is, mint például egy adott engedély megszerzésének szükségessége, vagy stratégiai jellegű akadályok, amelyek befolyásolhatják a termelés vagy a kínálat átállítását, ilyenek lehetnek a szerződéses kapcsolatok vagy a kizárólagossági megállapodások. A Bizottság elemzi továbbá a vállalkozások arra irányuló ösztönzöttségét, hogy termelésüket vagy kínálatukat átállítsák, ideértve azt is, hogy egy ilyen átállítás más termékek értékesítésének visszaeséséhez vezetne-e, valamint azt is, hogy a vállalkozások képesek-e váltani. Amint azt a (39) pont kifejtette, ha az ilyen akadályok vagy költségek nem jelentéktelenek, a Bizottság az ilyen vállalkozások által gyakorolt versenykényszert (ha van ilyen) a versenyszempontú értékelés részeként veszi figyelembe, és nem az érintett piac kiszélesítésével.

<sup>77</sup> Ha a megfigyelt százalékos haszonkulcsok magasak, a csökkenő volumen viszonylag magas nyereségkiesést eredményez a kiesett mennyiségek után. Ez azt jelenti, hogy a mennyiség alacsony „kritikus vesztesége” mellett a hipotetikus monopolista áremelése már nem nyereséges. Másrészt a megfigyelt magas haszonkulcsok utalhatnak arra is, hogy a valószínűsíthető tényleges veszteség is viszonylag alacsony, mivel máskülönben a vállalkozások nem emelték volna az árakat a megfigyelt szintre, és nyereségesnek tartanák az árcsökkentést.

### 3.3. Bizonyítékok a földrajzi piacok meghatározásához

- (62) A Bizottság az érintett termékek vevőinek vásárlási magatartására és preferenciáira vonatkozó előzetes információk alapján általában előzetes véleményt tud alkotni arról, hogy a szóba jöhető földrajzi piac helyi, nemzeti, regionális, EGT-szintű<sup>78</sup>, az EGT-nél szélesebb vagy globális-e. A Bizottság ezt követően megvizsgálja, hogy a verseny feltételei a szóba jöhető piacon elég homogének-e, és hogy a szóba jöhető piac megkülönböztethető-e más területektől amiatt, hogy a versenyfeltételek érzékelhetően eltérőek e területeken.
- (63) Az érintett földrajzi piac értékelése szempontjából a bizonyítékok alábbi kategóriái lehetnek relevánsak.
- (64) *Az elérhető beszállítók kiléte, piaci részesedések és árak.* Ha a különböző földrajzi területeken lévő vevők ugyanazokat a tényleges és potenciális beszállítókat érik el, és ha ezek a beszállítók hasonló piaci részesedéssel rendelkeznek a különböző területeken, ez általában az első jele annak, hogy a versenyfeltételek elég homogének ahhoz, hogy ezeket a területeket egyazon érintett földrajzi piacba foglalják bele. Ezzel szemben, ha a beszállítók piaci részesedése jelentősen eltér az egyes területeken, ez jellemzően arra utal, hogy ezeken a területeken a versenyfeltételek nem elég homogének.
- (65) Mindazonáltal a piaci részesedések önmagukban nem elegendőek annak meghatározásához, hogy a versenyfeltételek elég homogének-e. Egyes vállalkozások például saját hazai piacukon magas piaci részesedést élvezhetnek pusztán a múltbeli jelentőségük miatt, és ellenkezőleg, adott vállalkozások egységes jelenléte az Európai Gazdasági Térség egészében összhangban állhat nemzeti vagy regionális földrajzi piacokkal.
- (66) Az árak és az árkülönbségek előzetes elemzése szintén hasznos bizonyítékkal szolgálhat. A különböző területeken érvényesülő homogén versenyfeltételek általában várhatóan hasonló árszintekhez vezetnek ugyanazon termékek esetében. Ez a hasonlóság a különböző területek közötti működő arbitrázs eredménye is lehet, vagyis azon folyamaté, amelynek révén az egyik területen meglévő magasabb árak arra késztethetik az arbitrázsöröket, hogy az alacsony árral jellemzett területen vásároljanak, és a magas árral jellemzett területen értékesítsenek tovább mindaddig, amíg az árak kellően közelednek ahhoz, hogy az ilyen arbitrázs ne legyen nyereséges. Az árszintek elemzése azonban önmagában ritkán döntő a földrajzi piac meghatározása szempontjából<sup>79</sup>.

<sup>78</sup> Gyakorlati okokból a Bizottság munkafeltevés-ként jellemzően EGT-szinten értékeli a piacokat, ha határozott jelek utalnak arra, hogy a piacok a nemzetinél szélesebbek, de a globálisnál szűkebbek.

<sup>79</sup> Ez vonatkozik az ár-együttmozgások értékelésére szolgáló kvantitatív technikákra is, mint például az árkorreláció- vagy a stacionaritáselemzésekre. Amint az a 61. lábjegyzetben szerepel, a működő arbitrázsön kívül számos más tényező is okozhatja az árak együttmozgását. Az ilyen ár-együttmozgások tehát adott esetben tévesen arra engednek következtetni, hogy két terület ugyanahhoz az érintett földrajzi piachoz tartozik, jóllehet a versenyfeltételek e területeken nem elég homogének. Másrészt az árak együttmozgásának hiánya jellemzően arra utal, hogy a versenyfeltételek nem elég homogének. Ezért az árak együttmozgásának elemzése elvileg informatívabb, ha azt jelzi, hogy a különböző területek nem ugyanahhoz a piachoz tartoznak.

- (67) A Bizottság ezért feltárja a piaci részesedések vagy árak bármely adott konfigurációja mögött meghúzódó okokat, és más mutatókat is értékel.
- (68) *A vevők preferenciái és vásárlási magatartása.* A kultúra, a nyelv, az életstílus, a demográfia vagy a társadalmi-gazdasági háttér közötti különbségek nyomán helyi, nemzeti vagy regionális preferenciák alakulhatnak ki bizonyos termékek vagy márkák tekintetében<sup>80</sup>. Ez hatással lehet a különböző vállalkozások versenyhelyzetére a különböző területeken. A különböző területek vevőinek preferenciái közötti különbségek valószínűleg eltérő vásárlási magatartást eredményeznek, és így nagymértékben képesek korlátozni a piac földrajzi kiterjedését.
- (69) Különösen, ha azon termékek köre, amelyeket a vevők az érintett vállalkozás(ok) termékeit helyettesítő termékeknek tekintenek, földrajzi területenként eltér, ez általában határozottan azt jelzi, hogy a versenyfeltételek nem elég homogének ahhoz, hogy e területek ugyanahhoz a földrajzi piachoz tartozzanak.
- (70) A vevők vásárlásai aktuális földrajzi mintázatának vizsgálata hasznos mutatókkal szolgálhat a vevők preferenciái és a versenyfeltételek közötti hasonlóságokat vagy különbségeket illetően. Ha például az EGT-n belül a vevők hasonló feltételek mellett érik el ugyanazokat a beszállítókat, függetlenül a vevő földrajzi elhelyezkedésétől, például ha hasonló feltételek mellett vásárolnak az EGT-n belül bárhol található vállalkozásoktól, vagy készleteiket olyan pályázati eljárások keretében szerzik be, amelyekbe a vállalkozások ugyanazon körét hívják meg, és amelyekben ugyanezen kör tesz ajánlatot, a földrajzi piacot valószínűleg EGT-szintűnek kell tekinteni<sup>81</sup>. Hasonlóképpen, ha a vevők világszerte hasonló feltételek mellett érik el ugyanazokat a beszállítókat, függetlenül a vevő földrajzi elhelyezkedésétől, az érintett földrajzi piac valószínűleg globális lesz<sup>82, 83</sup>.

<sup>80</sup> Az AT.39740. sz. Google search (Shopping) ügyben például a Bizottság a nyelvi preferenciák miatt az általános keresés piacát nemzetiként határozta meg annak ellenére, hogy a felhasználók a világ bármely pontján hozzáférhetnek e szolgáltatásokhoz (lásd a 253–254. pontot). Az M.7220. sz. Chiquita/Fyffes ügyben a Bizottság – bár elismerte, hogy a banánkínálat főként az EGT-n kívülről érkezett – nemzeti szintűként határozta meg a piacot a nemzeti preferenciák alapján (lásd: 119–131. pont). Ez is azt szemlélteti, hogy egyetlen beszállító vagy ugyanazon beszállítók EGT-beli vagy világszintű jelenléte összhangban állhat nemzeti szinten meghatározott földrajzi piacokkal, amint azt a (65) pont kifejti.

<sup>81</sup> A fémipari alapanyagok, mint az alumínium vagy az acél gyártásának és beszállításának piacairól hozhatók erre példák. Az M.9076. sz. Novelis/Aleris ügyben a Bizottság vizsgálata megerősítette, hogy a vevők általában előnyben részesítik az alumínium gépjárműkarosszéria-lemezek EGT-ben letelepedett beszállítóktól történő beszerzését, és az alumínium gépjárműkarosszéria-lemezek érintett földrajzi piacát EGT-szintűként határozta meg. A síkhengerelt szénacél késztermékek piacain, például az M.8444. sz. ArcelorMittal/Ilva és az M.8713. sz., Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügyben az érintett földrajzi piacot EGT-szintűnek tekintették, az EGT-n belüli földrajzi differenciálással (amint azt az utóbbi ügyben a Törvényszék 2022. június 22-i thyssenkrupp kontra Bizottság ügyben hozott ítélete – T-584/19, EU:T:2022:386, 145–258. pont – megerősítette). A piacot EGT-szintűként határozták meg a tűzálló termékek tekintetében is, többek között azért, mert a vevők általában határozottan előnyben részesítik az EGT-n belüli beszállítóktól való beszerzést – lásd: az M.8286. sz. RHI/Magnesita Refratarios ügy, 55–57. és 61. pont.

<sup>82</sup> Például a polgári ürepülési alkalmazások piacain a vevők világszerte ugyanazoktól a beszállítóktól szerzik be az eredeti légijármű-berendezéseket, valamint az ürepülési rendszereket és alkatrészeket, és

- (71) *A különböző területeken található vevők ellátásával kapcsolatos akadályok és költségek.* A Bizottság értékeli, hogy a beszállítók képesek-e és hajlandóak-e versenyképes feltételek mellett kínálni termékeiket a szóba jöhető piac egészén, vagy vannak-e olyan akadályok vagy költségek, amelyek miatt a beszállító számára lehetetlen vagy nem vonzó, hogy olyan területeken is vevőket szolgáltasson ki versenypiaci feltételek mellett, amelyeken jelenleg ezt nem teszi. Ez az értékelés magában foglalja annak vizsgálatát, hogy a vevők preferenciái miatt a beszállítóknak jelen kell-e lenniük helyben, vagy hozzáféréssel kell-e rendelkezniük egy forgalmazási hálózathoz vagy releváns értékesítési csatornához, hogy a szóba jöhető piacon mindenütt értékesíthessenek. Az értékelés kiterjed a szabályozási keret vizsgálatára is, nevezetesen minden olyan, állami fellépéssel létrehozott akadály vizsgálatára, amely más területek beszállítóit érintheti. Ilyen akadályok lehetnek a közbeszerzési szabályok, az állami támogatások, az árszabályozás, a kereskedelmet vagy a termelést korlátozó kontingensek és vámok, a műszaki szabványok, a nyelvi követelmények, a jogi monopóliumok, a letelepedés szabadságának korlátozása, az adminisztratív engedélyezési követelmények (például engedélyek), vagy más ágazatspecifikus szabályozás. Az ilyen akadályok ugyanis ténylegesen korlátozhatják azt, hogy egy adott földrajzi területen a beszállítók milyen mértékben vannak kitéve az e területen kívüli beszállítók versenynyomásának, és ezáltal a versenyfeltételek közötti különbségekhez vezethetnek. Ugyanezek az akadályok gátolhatják a vevőket abban, hogy különböző területeken lévő beszállítóktól vásároljanak.
- (72) Ezzel szemben a szabályozási keret, különösen a szabályozási harmonizáció – például uniós vagy globális szinten – csökkentheti a kereskedelmi akadályokat, és arra utalhat, hogy a földrajzi piacok szélesebbek, vagy a jövőben valószínűleg szélesebbé válnak. A Bizottság a földrajzi piacok meghatározásakor figyelembe veszi a piaci integráció folyamatát. Ahol a szabályozási akadályokat felszámolták, a Bizottság értékeli a piaci szerkezetváltásra utaló releváns bizonyítékokat, például az árakat, a piaci részesedéseket vagy a kereskedelmi szerkezetet illetően.
- (73) *Távolsággal kapcsolatos tényezők, szállítási költségek és vonzaskörzetek.* Egyes piacokon a beszállítók versenyhelyezete függhet az egyes beszállítók és a vevő közötti távolságtól. Például a szállítási költségek bizonyos termékek esetében a költségek jelentős hányadát tehetik ki, ami a vevőtől nagyobb távolságra lévő beszállítókat jelentős versenyhátrányba hozhatja a vevőhöz közelebb működő

---

a Bizottság megállapította, hogy e termékek érintett földrajzi piaca globális, például az M.8658. sz. UTC/Rockwell Collins ügyben (204–205. és 207. pont); az M.8425. sz. Safran/Zodiac Aerospace ügyben (298. pont); az M.8948. sz., Spirit/Asco ügyben (37–38. pont).

<sup>83</sup> A Bizottság meghatározhat olyan globális piacot is, amelyből csak az eltérő versenyfeltételekkel jellemezhető konkrét területeket zárja ki, mint például az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power és Grid üzletág) ügyben, amelyet az 58. lábjegyzet ismertet. Hasonlóképpen, az M. 8677. sz. Siemens/Alstom ügyben a Bizottság megállapította, hogy mind a nagy sebességű, mind a nagyon nagy sebességű vonatok érintett földrajzi piaca olyan globális piac lehet, amely nem foglalja magában Kínát, Dél-Koreát és Japánt, mivel e három országban leküzdhetetlen belépési korlátok állnak a külföldi beszállítók előtt (lásd a 133. pontot). Lásd még az M.6541. sz. Glencore/Xstrata ügyet, amelyben a Bizottság globálisként meghatározott potenciális földrajzi piacokat értékelt, amelyek nem foglalták magukba Kínát, mivel a Kínából származó export korlátozott volt, mivel az ágazati elemzők Kínára és a világ többi részére vonatkozó adatokat egymástól elkülönítve közölték, és mivel számos piaci szereplő támogatta ezt a felosztást (lásd a 43–45. pontot).

beszállítókhöz képest. Más tényezők, mint például az ellátás biztonságával kapcsolatos megfontolások, fenntarthatósági megfontolások, a termékek romlandósága vagy hozzáférhetősége hasonló hatást fejthetnek ki. Ezenkívül a fogyasztói piacokon fontos szempont lehet a beszállítóhoz való utazás távolsága vagy időtartama. Jellemzően ez a helyzet például a repülőterek, szupermarketek vagy benzinkutak esetében.

- (74) Ilyen helyzetekben a piacok valószínűleg földrajzilag differenciáltak abban az értelemben, hogy a versenyfeltételek az egyes beszállítók és a vevők közötti távolság függvényében változnak. Ilyen esetekben a Bizottság vonzáskörzetek alapján határozhat meg földrajzi piacokat, amely vonzáskörzetek tükrözik azt a távolságot, amelyen belül a vevők és a beszállítók általában elhelyezkednek. Vonzáskörzetek az ügy sajátosságaitól függően a vevők vagy a beszállítók körül is kialakíthatók. Bár gyakran előnyösebb a versenyfeltételeket minden egyes vevő földrajzi helyén értékelni, előfordulhat, hogy nem lehetséges vonzáskörzeteket kialakítani a vevők földrajzi helye körül, például azért, mert sok vevő van, vagy mert a vevők szétszórtnak helyezkednek el, vagy mert nincs információ a versenytársak vevőinek elhelyezkedéséről. Gyakorlati okokból tehát a Bizottság kialakíthatja a vonzáskörzeteket a beszállítók földrajzi helye körül<sup>84</sup>. A vonzáskörzeteket általában a vevő utazási távolsága vagy utazási ideje alapján mérik ki (amely esetben izokronnak hívják őket), vagy azon helyszín körüli szállítási távolság vagy idő alapján, amelyen belül az értékesítés egy adott hányadára sor kerül. A vonzáskörzetek méretének reprezentatívnak kell lennie a legtöbb vevő vásárlási mintázataira nézve, amelyek a szállítási vagy utazási távolságok vagy idő tényleges eloszlásából határozhatók meg, és/vagy alapulhatnak a piaci szereplők nézetein. Ennek alapján a Bizottság jellemzően az értékesítések vagy a vevők 80 %-át lefedő vonzáskörzeteket tekinti kiindulópontnak<sup>85</sup>. Az érzékenységi elemzések elvégzése vagy a piacspezifikus megfontolások figyelembevétele érdekében a Bizottság más lefedettség arányokat is alapul vehet. A Bizottság például az értékesítés 70 %-át és/vagy 90 %-át lefedő vonzáskörzet alapján is határozott már meg földrajzi piacokat<sup>86</sup>.

- (75) *A kereskedelmi forgalom és a szállítások mintázata.* A szállítások és a kereskedelmi forgalom mintázatának és alakulásának, valamint az ilyen forgalom mozgatórugóinak elemzése jelezheti akadályok hiányát vagy meglétét. Az ilyen forgalomnak a relatív kínálati feltételek változásaira való reagálási képessége szintén megmutathatja a szóba jöhető földrajzi piacon kívüli beszállítók által az érintett vállalkozás(ok)ra gyakorolt versenynyomás mértékét. Egyes esetekben ezt a kényszert számszerűsíteni lehet, például az

<sup>84</sup> Ilyen helyzetben a Bizottság egy olyan hipotetikus vevő körül is létrehozott vonzáskörzetet, amely az összefonódásban részt vevő felek telephelyei közötti középpontban helyezkedik el, azaz a telephelyek közötti egyenes vonal középpontjában, lásd az M.7252. sz. Holcim/Lafarge ügyet (73. pont).

<sup>85</sup> Lásd például az M.7408. sz. Cargill/ADM Chocolate Business ügyet az ipari csokoládé piaccal kapcsolatban (63–78. pont), vagy az M.7567. sz. Ball/Rexam ügyet az italos dobozok piaccal kapcsolatban (248. pont).

<sup>86</sup> Például az M.7878. sz. Heidelberg Cement/Schwenk/Cemex Hungary/Cemex Croatia ügyben a Bizottság megfelelőbbnek találta a felek üzemei körüli szállítások 90 %-át képviselő körkörös vonzáskörzeteket, mint a szállítások 70 %-át képviselő vonzáskörzeteket ((182) preambulumbekzdés), de a közúti távolságok és a szállítási mintázatok alapján módosított vonzáskörzeteket is figyelembe vett ((189)–(190) preambulumbekzdés).

importrugalmasság ökonometriai becslésével vagy olyan eseménytanulmányokkal, amelyek bemutatják, hogy a behozatal hogyan reagál az árváltozásokra<sup>87</sup>. A kereskedelmi forgalom pusztán meglelte vagy a relatív kínálati feltételek változásaira való reagálási képessége azonban nem feltétlenül jelenti azt, hogy a kereskedelmi forgalom kiindulási területén a versenyfeltételek elég homogének a szóba jöhető földrajzi piac feltételeivel ahhoz, hogy indokolttá tegyék az érintett földrajzi piac kiterjesztését. Ha nem ez a helyzet, és amint azt a (42) pont kifejti, a Bizottság a versenyszempontú értékelés során veszi figyelembe az importőrök által az érintett vállalkozás(ok)ra gyakorolt versenykényszert (ha van ilyen; többek között a piaci részesedésekre és az esetleges jövőbeli terjeszkedésre tekintettel), és nem az érintett földrajzi piac kiszélesítésével.

### 3.4. Bizonyítékok gyűjtése és értékelése

- (76) A Bizottság a bizonyítékok különböző kategóriáit és forrásait használja fel az érintett piacok meghatározásához, és minőségi és mennyiségi információkra egyaránt támaszkodhat. Bizonyos típusú bizonyítékok döntőek lehetnek az egyik esetben, de csekély mértékben lényegesek vagy irrelevánsak lehetnek más iparágat, más terméket érintő vagy eltérő körülményekkel jellemzett ügyekben. A legtöbb esetben, és különösen, amikor részletes értékelésre van szükség, a Bizottság a 3.2. és 3.3. szakaszban ismertetett számos tényező és különböző források mérlegelésére alapozza határozatát. A Bizottság nyitott megközelítést alkalmaz az empirikus bizonyítékokkal kapcsolatban, amelynek célja az egyes esetekben esetlegesen releváns, valamennyi rendelkezésre álló információ hatékony felhasználása, és e bizonyítékok alapján készíti átfogó értékelést<sup>88</sup>. A Bizottság nem alkalmaz merev hierarchiát a különböző információforrásokra vagy bizonyítéktípusokra<sup>89</sup>.
- (77) A Bizottság által a piacok meghatározásához felhasznált bizonyítékoknak hitelesnek kell lenniük<sup>90</sup>. Valószínűleg ez a helyzet áll fenn például akkor, ha a

<sup>87</sup> Lásd például az M.6541. sz. Glencore/Xstrata ügyet, amelyben a Bizottság a behozatalnak a cinkfém relatív árváltozásaira való reagálási képességét értékelte az EGT-ben (lásd: 141–148. pont).

<sup>88</sup> A Törvényszék a 2010. július 6-i Ryanair kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-342/07, EU:T:2010:280, 136. pont) a következőket mondta ki: „A Bizottságnak összességükben kell mérlegelnie a versenyhelyzet értékeléséhez felhasznált bizonyítékcsoportok eredményét. Ezzel kapcsolatban előfordulhat, hogy egyes bizonyítékoknak nagyobb jelentőséget tulajdonít, míg másokat mellőz”. Ugyanezt az érvelést értelemszerűen alkalmazni kell a piacmeghatározásra is.

<sup>89</sup> A Törvényszék a 2017. január 11-i Topps Europe kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-699/14, EU:T:2017:2, 82. pont) a következőket mondta ki: „az érintett piac meghatározása nem követeli meg a Bizottságtól, hogy különböző információforrások vagy bizonyítéktípusok merev hierarchiáját kövesse”. Ezt megerősítette a Törvényszék 2022. június 22-i thyssenkrupp kontra Bizottság ügyben hozott ítélete is (T-584/19, EU:T:2022:386, 78. és 156. pont).

<sup>90</sup> A különböző bizonyítékok bizonyító erejét illetően az egyetlen releváns tényező, amelyet meg kell vizsgálni, a benyújtott bizonyítékok hitelessége (lásd például: a Törvényszék 2013. szeptember 13-i ítélete, Total Raffinage Marketing kontra Bizottság, T-566/08, EU:T:2013:423, 43. pont). A szóban forgó eljárás jellege szerepet játszik e tekintetben. Különösen az összefonódások ellenőrzését illetően az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlata megállapítja, hogy figyelemmel a Bizottság számára kötelező gyorsaság követelményére és a szigorú határidőkre, ezen intézmény a szolgáltatott információk pontatlanságára utaló valószínűsítő körülmények hiánya esetén nem köteles vizsgálatot végezni valamennyi, hozzá érkező információ tekintetében. Lásd: a Törvényszék 2021. október 20-i ítélete, Polskie Linie Lotnicze „LOT” kontra Bizottság, T-240/18, EU:T:2021:723, 87. és 88. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat.

bizonyítékok hatóságoktól származnak, vagy ha több forrás alátámasztja őket, többek között az ellentétes érdekű piaci szereplők, mint például beszállítók és azok közvetlen vevői. Emellett a Bizottságnak a lehető legnagyobb mértékben fel kell használnia a vizsgált időszakhoz viszonyított legújabb bizonyítékokat, különösen a változáson átmenő iparág piacainak értékelésekor. Amennyiben az ügy előretekintő értékelést tesz szükségessé, és ha a piac meghatározása a verseny dinamikájának a figyelembe vett időszakban bekövetkezett változásain alapul, ezeket a változásokat hiteles bizonyítékokkal kell alátámasztani, amelyek kellő bizonyossággal igazolják, hogy a várt változások valóban bekövetkeznek majd. A bizonyítékok nagyobb bizonyító erővel bírnak, ha megállapítható, hogy a bizonyítékokat nem befolyásolhatta a Bizottság vizsgálata, mint például az összefonódásról vagy magatartásról folytatott megbeszéléseket megelőző és a bizottsági vizsgálat előttre tehető bizonyítékok.

- (78) Adott esetben, valamint az érintett vállalkozás(ok) beadványaira támaszkodva a Bizottság a piaci szereplőkhöz intézett írásbeli információkérések és/vagy e szereplők kikérdezése útján gyűjt bizonyítékokat. Ebben az összefüggésben a Bizottság az ágazatban működő fő versenytársaktól és vevőktől törekszik tényszerű bizonyítékokat beszerezni, valamint a termék- és földrajzi piacok határaitól alkotott véleményüket megismerni. A Bizottság kapcsolatba léphet továbbá az érintett kereskedelmi vagy fogyasztói szövetségekkel, az upstream vagy a kapcsolódó piacokon tevékenykedő vállalkozásokkal, valamint más kulcsfontosságú érdekelt felekkel, beleértve a kormányzati hatóságokat vagy a nem kormányzati szervezeteket.
- (79) Az érintett piac meghatározása érdekében a Bizottság belső dokumentumokat is bekérhet az érintett jogalanyoktól, köztük különösen az érintett vállalkozás(ok)tól. A belső dokumentumok különösen akkor relevánsak, ha azokat a szokásos üzletmenet során készítették el, szemben a bizottsági vizsgálat céljából vagy alatt készített dokumentumokkal, mivel az előbbiek jobban tükrözhetik, hogy ezek a vállalkozások hogyan látják a piacot vagy piacokat. Ez magában foglalhatja azokat a marketingtanulmányokat is, amelyeket a vállalkozások a múltban azzal a céllal rendeltek meg, hogy megalapozottan hozhassanak döntést például termékeik árazásával vagy marketingtevékenységeikkel kapcsolatban. Annak megállapításához, hogy a vevők gazdaságilag jelentős hányada két terméket egymással helyettesíthetőnek tekint-e, figyelembe lehet venni a használati mintázatokra és magatartásokra vonatkozó fogyasztói felméréseket, a fogyasztói vásárlási mintázatokra vonatkozó adatokat, a beszállítók által kifejtett álláspontokat, valamint az érintett vállalkozás(ok) és versenytársaik által benyújtott piackutatási tanulmányokat. Azok a bizonyítékok, amelyek azt mutatják, hogy egy vállalkozás nyomon követi bizonyos versenytársak magatartását, vagy olyan stratégiai dokumentumok, amelyekre a vállalkozás támaszkodott, hogy megalapozott üzleti döntéseket tudjon hozni, mint például az üzleti tervek vagy az erősségek, gyengeségek, lehetőségek vagy fenyegetések értékelése, szintén jelezhetik a különböző versenytárs vállalkozások által gyakorolt versenykényszer erejét<sup>91</sup>.

<sup>91</sup> Az M.7902. sz. Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide ügyben például a Bizottság annak megállapításához, hogy ezek a beszállítók ugyanahhoz a piachoz tartoznak, arra a tényre támaszkodott, hogy az összefonódásban részt vevő felek összehasonlító



- (80) Egyes esetekben a vevők vagy a beszállítók reprezentatív mintáján végzett eseti felmérések hasznos információkkal szolgálhatnak az érintett piacról<sup>92</sup>. A Bizottság a szóban forgó kérdéstől és a más forrásokból rendelkezésre álló bizonyítékoktól függően, valamint az adminisztratív korlátok, például a vizsgálat időkerete figyelembevételével dönthet úgy, hogy egy adott esetben felmérést folytat le vagy rendel meg. A felméréseket gondosan kell megtervezni annak érdekében, hogy érdemi válaszokat lehessen kapni a vizsgálat tárgyát képező sokaságtól. Például elvben előnyösebb a közelmúltbeli döntésekről tudakozódni, mint a hipotetikus döntésekről; a kérdéseknek egyértelműeknek kell lenniük, és nem készíthetnek egy adott irányba mutató válaszadásra; emellett a válaszlehetőségek körének kellően átfogónak kell lennie.
- (81) A Bizottság támaszkodhat nyilvános információkra, piaci vagy ágazati jelentésekre, valamint piaci statisztikákra vagy gazdasági tanulmányokra, beleértve az érintett vállalkozás(ok) külső tanácsadói által készített tanulmányokat is<sup>93</sup>. A szabályozott piacokat érintő esetekben, ideértve például a távközlési, az energia- vagy az egészségügyi ágazatot, a Bizottság az ágazatspecifikus szabályozóktól is kérhet adatokat és véleményeket.
- (82) Adott esetben a Bizottság informális látogatásokat tehet, vagy hivatalos vizsgálatokat is végezhet az érintett vállalkozás(ok)nál, azok vevőinél és/vagy versenytársainál annak érdekében, hogy jobban megértse, hogyan gyártják vagy szállítják a termékeket.

#### **4. A PIAC MEGHATÁROZÁSA KÜLÖNLEGES KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT**

- (83) Ez a szakasz egyes iparágak, ágazatok vagy piactípusok tekintetében specifikus piacmeghatározási szempontokkal foglalkozik. Amennyiben e szakasz másként nem rendelkezik, a termékpiac és a földrajzi piac meghatározása tekintetében továbbra is az ebben a közleményben kifejtett általános piacmeghatározási elveket kell alkalmazni.

##### **4.1. A piac meghatározása jelentős differenciálás esetén**

- (84) A termékek differenciálhatók, így egyes termékek közelebbi helyettesítők, mint mások. A differenciálás történhet termék- vagy földrajzi szinten. Termék-differenciálásra akkor kerül sor, ha a termék jellemzői a vevők

---

teljesítményértékelésnek vetették alá magukat mind a szállodaláncba tartozó, mind a független szállodákkal (lásd a 28. pontot). Az M.6663. sz. Ryanair/Aer Lingus III ügyben a Bizottság úgy értékelte, hogy a Ryanair és az Aer Lingus által a légi személyszállítási útvonalakon alkalmazott árak nyomon követése bizonyítékként szolgált annak megállapításához, hogy ugyanazon városok különböző repülőterei helyettesítői-e egymásnak (lásd a 98–103. pontot).

<sup>92</sup> Az M.4439. sz. Ryanair/Aer Lingus ügyben a Bizottság független tanácsadót bízott meg azzal, hogy végezzen fogyasztói felmérést a dublini repülőtéren. A Bizottság e felmérés eredményeit közvetett bizonyítékként használta fel annak értékeléséhez, hogy bizonyos repülőterek egymással helyettesíthetők-e a fogyasztók számára (lásd a 36. pontot, a 94. pontot, a 99. pont (9) bekezdését és az I. mellékletet).

<sup>93</sup> Az ilyen tanulmányok eredete és háttére szintén releváns. Különösen az adott üggyel összefüggésben készített tanulmányok kerülnek alapos vizsgálatra, mivel a bizonyítékoknak kisebb bizonyító erejűk van, ha azokat a Bizottság vizsgálata befolyásolta.

választása szempontjából fontosak<sup>94</sup>, ideértve a kialakítást, a márka arculatát, a műszaki előírásokat, a tartósságot, a szolgáltatás szintjét vagy bármely más sajátos jellemzőt<sup>95</sup>. Földrajzi differenciálásra akkor kerül sor, ha az egyedi vevő és beszállító földrajzi elhelyezkedése számít a vevő választása szempontjából<sup>96</sup>.

- (85) Annak az elvnek az alkalmazása, miszerint a vevők számára ténylegesen rendelkezésre álló helyettesítőket elemzik az érintett piac meghatározása céljából, arra készítheti a Bizottságot, hogy a differenciált termékek láncolatán belül külön érintett piacokat azonosítson. Más esetekben a Bizottság meghatározhat egy viszonylag széles érintett piacot, amely differenciált termékeket foglal magában<sup>97</sup>.
- (86) A termékek differenciálása esetén a piaci részesedés kevésbé megbízható mutatója lehet a piaci erőnek, és a Bizottság rendszerint a versenyszempontú értékelés részeként elemzi, hogy az érintett vállalkozás(ok) és más beszállítók közeli versenytársak-e. Annak részletes versenyszempontú értékelése, hogy a beszállítók mennyire közeli versenytársai egymásnak, csökkentheti a piaci részesedések és ennél fogva a piacmeghatározás jelentőségét. Ezért, bár a piac meghatározása továbbra is fontos lépés, annak elemzése, hogy a beszállítók milyen közeli versenytársai egymásnak, relevánsabbá válhat a differenciált piacok versenyszempontú értékelése során<sup>98</sup>.

<sup>94</sup> Lásd például a Törvényszék 2022. május 18-i Wieland-Werke kontra Bizottság ügyben hozott ítéletét (T-251/19, EU:T:2022:296) a rézből és rézötvözetekből készült hengerelt termékek piacról, amelyben a Törvényszék a 39. pontban megállapította, hogy: „[...] a felperes nem vitatja, hogy a hengerelt termékek nem homogén termékek, hanem olyan termékek, amelyek számos kritérium (összetétel, a kikészítés szintje, végfelhasználás stb.) alapján differenciáltak. E kritériumok mindegyike lehetővé teszi a hengerelt termékek átfogó piacának szegmentálását, anélkül, hogy ezek bármelyike eleve döntő lenne, vagy lehetővé tenné különálló termékpiacok meghatározását”.

<sup>95</sup> Például a távközlési ágazatban, ahol a vevők különböző típusai eltérő fogyasztási szokásokkal rendelkezhetnek, amelyek befolyásolják, hogy melyik beszállítót választják. Az M.8792. sz. T-Mobile NL/Tele2 NL ügyben a Bizottság szélesebb piacmeghatározás mellett döntött, és az ügyfélcsoportok közötti termékdifferenciálást állapított meg, az ügyfelek által havonta elköltött pénz, a szerződés felépítése és időtartama, a szerződés teljesítése, valamint az ügyfél igények tekintetében fennálló különbségek miatt. Ebben a konkrét ügyben, bár a Bizottság a mobiltávközlési szolgáltatások valamennyi végfelhasználó számára történő nyújtásának átfogó kiskereskedelmi piacát állapította meg, továbbra is úgy látta, hogy a kiskereskedelmi mobiltávközlési szolgáltatások nyújtása tekintetében két különálló ügyfélcsoport azonosítható: a lakossági ügyfelek és az üzleti ügyfelek.

<sup>96</sup> Az M.7155. sz. SSAB/Rautaruukki ügyben a Bizottság úgy ítélte meg, hogy a síkhengerelt acéltermékek erős földrajzi differenciáltsága – amelyet a skandináv országok, a kontinentális Európa és az Egyesült Királyság közötti eltérő árak elemzése is bizonyít – indokolta az összefonódás hatásának a skandináv országokra összpontosító értékelését (lásd a 102. pontot).

<sup>97</sup> Ilyen esetekben a Bizottság értékelése során figyelembe veheti az egyes piaci szegmensek versenydinamikáját. Lásd a Törvényszék 2022. május 18-i Wieland-Werke kontra Bizottság ügyben hozott ítéletét (T-251/19, EU:T:2022:296) a rézből és rézötvözetekből készült hengerelt termékek piacról, amelyben a Törvényszék a 40. pontban kifejtette, hogy: „Emellett szem előtt kell tartani, hogy a differenciált termékek piacainak összefüggésében az átfogó piac megléte nem érinti annak lehetőségét, hogy egyes piaci szegmensekben különböző versenydinamikákat azonosítsanak”.

<sup>98</sup> A Bizottság például úgy értékelheti a vállalkozások közötti verseny intenzitását, hogy elemzését a vállalkozások szegmensekben való részesedéseire, az áttérési szintekre, az árakra vagy a piaci részesedés szintjére, illetve a különböző termékek közötti helyettesíthetőség mennyiségi mérőszámaira, mint például az áttérési rátákra vagy a becsült keresleti rugalmasságra összpontosítja. Erre az elemzésre példa az M.5658. sz. Unilever/Sara Lee ügy, amelyben a Bizottság jelentős differenciáltságot állapított meg a dezodorok piacán, és versenyszempontú értékelésének részeként a

- (87) Egyes esetekben helyettesítési láncok<sup>99</sup> léte alapján a Bizottság olyan érintett piacokat határozhat meg, amelyek esetében a piac szélén elhelyezkedő termékek vagy területek nem helyettesíthetők közvetlenül<sup>100</sup>. A tények Bizottság általi elemzése azonban általában arra készteti a Bizottságot, hogy főként a helyettesítési lánc megszakadása miatt elutasítsa a piac ilyen szélesebb körű meghatározását<sup>101</sup>.

#### 4.2. A piac meghatározása jelentős árdiszkrimináció esetén

- (88) Árdiszkrimináció akkor áll fenn, ha ugyanazon termékért különböző vevőknek (vagy vevőcsoportoknak) eltérő árakat számítanak fel, a költségektől független okok miatt. Ez ahhoz vezethet, hogy az érintett termék vevőinek egy elkülönült csoportja egy szűkebb, elkülönült piacot alkot. Általában ez a helyzet, ha a következő három feltétel teljesül<sup>102</sup>: a) egyértelműen megállapítható, hogy az érintett terméknek a vevő részére történő értékesítésekor egy adott vevő melyik csoporthoz tartozik; b) nem valószínű a vevők közötti kereskedelem vagy a harmadik személyek általi arbitrázs; és c) az árdiszkrimináció tartós jellegű. Ezekben a helyzetekben a különböző vevőcsoportok közötti verseny feltételei eltérőek lehetnek, így a szóban forgó magatartás vagy ügylet különböző hatást gyakorolhat a különböző vevőcsoportokra. A vevők földrajzi elhelyezkedése alapján történő árdiszkrimináció szintén indokolhatja az érintett földrajzi piac e földrajzi helyek szerinti meghatározását<sup>103</sup>.

#### 4.3. A piac meghatározása jelentős K+F beruházások esetén

- (89) A Bizottság figyelembe vehet egyedi tényezőket azokban a rendkívül innovatív iparágakban, amelyeket gyakori és jelentős kutatási és fejlesztési (a továbbiakban: K+F) beruházások jellemeznek.

---

becsült keresleti rugalmasság alapján kvantitatív értékelést folytatott le a várható árhatások tekintetében. Lásd még a 71. lábjegyzetet.

<sup>99</sup> Például, még ha az „A” termék vásárlói nem is tekintik a „C” terméket keresleti alternatívának, fennállhat egy olyan helyettesítési lánc, amelyben „A” vevői a „B” terméket helyettesítőnek, „B” vevői pedig a „C” terméket helyettesítőnek tekintik. Ekkor az „A” termékre közvetett kényszert gyakorolhat a „C” termék által támasztott verseny egy ilyen helyettesítési láncon keresztül.

<sup>100</sup> Az M.9413. sz. Lactalis/Nuova Castelli ügyben a Bizottság megállapította, hogy bizonyíték van a márkás és a saját márkás sajtok helyettesítési láncára (lásd a 89. pontot), és hogy versenyeznek egymással, bár nem tudta kizárni, hogy a márkás termékek esetleg elsősorban egy másik piacon versenyeznek, és nyitva hagyta a piac meghatározását.

<sup>101</sup> Az M.5335. sz. Lufthansa/SN Airholding ügyben a Bizottság elutasította a különböző típusú jegyek közötti helyettesítési lánc meglétét, mivel ezt nem támasztották alá bizonyítékok. A Bizottság által végzett árelemzés azt mutatta, hogy az állítólagos helyettesítési lánc végein az árak nagyon eltérőek voltak, és nem függtek egymástól (lásd: 33. pont). Az M.6905. sz. Ineos/Solvay/JV ügyben a Bizottság elutasította az EGT-n belüli helyettesítési láncot alkotó fő S-PVC beszállítók szállítási területei közötti átfedések meglétét egy mennyiségi elemzés alapján, amely kimutatta az arbitrázs hiányát és az egymást átfedő vonzáskörzetek közötti eltérő árképzési tendenciákat (lásd a 260–262. és a 338. pontot).

<sup>102</sup> Ez akkor is érvényes, ha ezek a feltételek csak a jövőben teljesülnek, például a versenyfeltételekben a felülvizsgálat tárgyát képező összefonódás által előidézett változások miatt.

<sup>103</sup> A termékpiac és a földrajzi piac árdiszkrimináció által érintett meghatározására példa: az M.5830. sz. – Olympic/Aegean Airlines ügy (lásd az 58. pontot) és az M.7155. sz. SSAB/Rautaruukki ügy (lásd a 101–102. pontot).

- (90) Azon esetek egyik kiemelkedő példája, amikor a Bizottság e megközelítést alkalmazhatja, az úgynevezett piacra lépés előtt álló termékek. Bár előfordulhat, hogy ezek a termékek még nem állnak a vevők rendelkezésére, a K+F-folyamatuk kellően látható lehet annak a piacnak a megállapításához, amelyhez ezek a termékek valószínűleg tartozni fognak a fejlesztés sikeres befejezése és a termékek forgalomba hozatala esetén. A Bizottság megállapíthatja, hogy az ilyen piacra lépés előtt álló termékek meglévő érintett termék- és földrajzi piachoz<sup>104</sup> tartoznak, vagy új piachoz, amely a piacra lépés előtt álló termékekre és azok helyettesítőire korlátozódik<sup>105</sup> és magában foglalja azokat a területeket is, ahol ezeket a termékeket valószínűleg értékesíteni fogják. A piacra lépés előtt álló termék rendeltetése és a más termékekkel való várható helyettesíthetősége különös szerepet játszik az érintett piac meghatározásában.
- (91) Ezzel szemben egyes esetekben előfordulhat, hogy a K+F folyamat nem kapcsolódik szorosan egyetlen konkrét termékhez sem<sup>106</sup>, hanem a kutatás olyan korábbi szakaszaival függ össze, amelyek több célt is szolgálhatnak, vagy még nem feltétlenül irányulnak konkrét célkitűzésekre, és amelyek hosszabb távon különböző termékek alapját is képezhetik. Bár az a tény, hogy az ilyen korábbi innovációs erőfeszítések nem jelennek meg azonnal értékesíthető termékeként, megnehezítheti a szűk értelemben vett érintett termékpiac azonosítását, mégis releváns lehet azon határok azonosítása, amelyeken belül a vállalkozások az ilyen korábbi innovációs erőfeszítések terén versenyeznek<sup>107</sup>. Az ilyen típusú értékelés alkalmazásában az olyan tényezők, mint az innovációs erőfeszítések jellege és terjedelme, a különböző kutatási irányvonalak célkitűzései, a különböző részt vevő csoportok szakosodása vagy a vállalkozás múltbeli innovációs erőfeszítéseinek eredményei lényegesek lehetnek az innovációs verseny határainak megállapítása szempontjából.
- (92) Folytonosság állhat fenn egy adott termékhez vagy piacra lépés előtt álló termékhez szorosan kapcsolódó K+F folyamatok és olyan korábbi innovációs erőfeszítések között, amelyek nem kapcsolódnak szorosan ilyen termékekhez. Ez lehet a helyzet különösen abban az időbeli szakaszban, amikor a K+F folyamatok célzottabbakká válnak, de még mindig olyan többszörös és

<sup>104</sup> Különösen az azonos rendeltetésű termékek mellett. Az ilyen értékelésekre vonatkozó releváns példák a gyógyszeriparban találhatók. Például az M.7275. sz. Novartis/GlaxoSmithKline Onkology Business ügyben a Bizottság a felek általi fejlesztés alatt álló B-Raf inhibitorokat és MEK-inhibitorokat az előrehaladott melanóma kezelésére szolgáló célzott terápiák piacának részeként értékelte, ahol már forgalmaztak meglévő termékeket (23–31. pont).

<sup>105</sup> Különösen azokban az esetekben, amikor különböző vállalkozások azonos vagy összehasonlítható piacra lépés előtt álló termékeket fejlesztenek, vagy ha ezek a termékek jellemzőik miatt várhatóan jelentősen megváltoztatják az iparág dinamikáját. Például az M.9461. sz. AbbVie/Allergan ügyben a Bizottság a fekélyes vastagbélgyulladás és a Crohn-betegség kezelésére alkalmas IL-23 inhibitorokra korlátozódó valószínűsíthető piacot azonosított, jöllehet akkor egyetlen beszállító sem forgalmazta az IL-23 inhibitorot, mivel a termékek akkoriban fejlesztés alatt álltak, különösen azért, mert az ilyen termékek ígéretesek voltak e betegségek kezelése szempontjából (lásd a 48–54. és 56–60. pontot).

<sup>106</sup> Amint az a 9. lábjegyzetben említésre került, a „termék” kifejezés a technológiákat is magában foglalja. Ez a szakasz különösen releváns a piacok ilyen technológiák jelenlétében történő meghatározása szempontjából is. A technológiák az anyagi javaktól vagy a szolgáltatástól függetlenül szellemi tulajdon-jogként engedélyezhetők vagy értékesíthetők, és mint ilyenek, e közlemény alkalmazásában terméknek tekinthetők.

<sup>107</sup> Az M.7932. sz. Dow/Dupont ügyben a Bizottság az innovációs terek koncepcióját alkalmazta e határok megállapításához (lásd különösen a 4.4. szakaszt).

alternatív potenciális eredményekből tevődnek össze, amelyeket még nem eléggé finomítottak ahhoz, hogy meghatározott felhasználási célú, konkrét piacra lépés előtt álló terméknek minősüljenek. Ebben az esetben a Bizottság piacmeghatározással kapcsolatos értékelése attól függően állhat közelebb a piacra lépés előtt álló termékek, illetve az innovációs erőfeszítések értékeléséhez, hogy hol helyezkedik el a vonatkozó K+F folyamat ebben a folytonosságban.

- (93) Az innováció a verseny kulcsfontosságú paramétere, és a termékek jövőbeli fejlesztése természeténél fogva nagyrészt bizonytalan. Ebből következően a Bizottság figyelembe veheti a K+F folyamatok valamennyi lehetséges kimenetelét, és különösen azokat a forgatókönyveket értékelheti, amelyekben a szóban forgó magatartás vagy ügylet jelentősen befolyásolná a versenyt.

#### **4.4. A piac meghatározása többoldalú közvetítő platformok jelenléte esetén**

- (94) A többoldalú közvetítő platformok a felhasználók különböző csoportjai közötti interakciókat támogatják, és olyan helyzetet teremtenek, amelyben az egyik felhasználói csoport kereslete befolyásolja a többi csoport keresletét<sup>108</sup>. Ebben a helyzetben az egyik csoportnak a kínálati feltételek megváltozására adott reakciója más csoportokat is érinthet, ami visszacsatolási hurkokat, azaz közvetett hálózati hatásokat eredményez a platform különböző oldalai között<sup>109</sup>. A platformok a kínálati feltételek meghatározásakor jellemzően internalizálják ezeket a különböző csoportok közötti közvetett hálózati hatásokat. A Bizottság az érintett piacok meghatározása és/vagy a versenyszempontú értékelés során figyelembe veszi a platform különböző oldalain működő felhasználói csoportok közötti közvetett hálózati hatásokat.
- (95) Többoldalú közvetítő platformok megléte esetén a Bizottság meghatározhatja a platform egésze által kínált termékek érintett termékpiacát oly módon, hogy az magában foglalja az összes (vagy több) felhasználói csoportot<sup>110</sup>, vagy meghatározhat külön érintett termékpiacokat a platform mindegyik oldalán kínált termékek tekintetében<sup>111</sup>. Az ügy tényállásától függően helyénvalóbb lehet külön piacokat meghatározni, ahol a platform különböző oldalain jelentős különbségek vannak a helyettesítési lehetőségek között. Annak értékeléséhez, hogy léteznek-e ilyen különbségek, a Bizottság figyelembe vehet olyan tényezőket, mint például az, hogy az egyes felhasználói csoportok számára

<sup>108</sup> A többoldalú közvetítő platformok tipikus példái közé tartoznak a fizetési kártya-rendszerek (lásd az AT.34579. sz. Mastercard ügyet) és a reklámtámogatású platformok (lásd az M.8124. sz. Microsoft/LinkedIn ügyet).

<sup>109</sup> Például a platform A oldalán bekövetkező áremelkedés csökkenti a felhasználók keresletét ezen az oldalon. Az A oldal keresletének csökkenése ezt követően hatással lenne a B oldal felhasználóinak keresletére, ami viszont hatással lehet az A oldal felhasználóinak keresletére (vagy egy harmadik C oldalra). Lásd az AT.39740. sz. Google search (Shopping) ügy (159. pont) és az AT.40099. sz. Google Android ügy (464., 469. és 638. pont) példáit.

<sup>110</sup> Az M.8124. sz. Microsoft/LinkedIn ügyben a Bizottság egyetlen piacot határozott meg az online toborzási szolgáltatások tekintetében, amely magában foglalta mind az álláskeresőket, mind a munkaerő-toborzókat (lásd a 3.7. szakaszt).

<sup>111</sup> A fizetési kártya-rendszerekre vonatkozó AT.34579. sz. Mastercard ügyben a Bizottság a piac kibocsátási és elfogadási oldalát különálló érintett termékpiacokként határozta meg (lásd a 6.2.3. és a 6.2.4. szakaszt).

helyettesíthető termékeket kínáló vállalkozások eltérőek-e, az egyes oldalakon a termékdifferenciálás mértéke (vagy annak az egyes felhasználói csoportok általi megítélése), a magatartási tényezők, mint például az egyes felhasználói csoportok homing döntései<sup>112</sup> és a platform jellege (például üzleti vagy párosító platformról van-e szó). Amennyiben a platform egyes oldalain kínált termékek tekintetében külön piacokat határoztak meg, a hálózati hatásokat és a platform másik oldaláról származó kényszereket továbbra is figyelembe lehet venni a versenyszempontú értékelésben.

- (96) A gyakorlatban a közvetett hálózati hatások jelenléte nehezebbé teheti a keresleti helyettesíthetőség értékelését és különösen az SSNIP-teszt alkalmazását, mint azokban a helyzetekben, amikor a felhasználói csoportok között nem áll fenn a kereslet ilyen kölcsönös függősége.
- (97) A többoldalú közvetítő platformok gyakran nulla pénzben kifejezett áron szállítanak adott terméket egy felhasználói csoportnak annak érdekében, hogy a felhasználókat a platform többi oldalán kínált termékekhez vonzzák, és ezeken az oldalakon tegyék pénzzé termékeiket. A nulla pénzben kifejezett árak a többoldalú közvetítő platformok üzleti stratégiájának szerves részét képezik, így az a tény, hogy egy terméket nulla pénzben kifejezett áron szállítanak, nem jelenti azt, hogy e terméknek nincs érintett piaca.
- (98) Ilyen esetekben a nem árjellegű elemek különösen fontosak a helyettesíthetőség értékelése szempontjából. A Bizottság olyan elemekre összpontosít, mint a termék funkcionalitása<sup>113</sup>, a rendeltetése<sup>114</sup>, a feltételezett helyettesítésre és a versenykényszerre vonatkozó, az ágazati véleményeken<sup>115</sup> alapuló bizonyítékok, az áttérés akadályai és költségei, mint például a más termékekkel való interoperabilitás és az engedélyezési jellemzők<sup>116</sup>. A Bizottság mérlegelheti az SSNIP-keret alternatíváit is, nevezetesen a vevőknek a minőség kismértékű, de jelentős, nem átmeneti jellegű csökkenésére (SSNDQ) válaszul tanúsított áttérési magatartásának értékelésével<sup>117</sup>.

#### **4.5. A piac meghatározása utópiacok, csomagok és digitális ökoszisztémák megléte esetén**

- (99) Bizonyos körülmények között egy tartós termék (elsődleges termék) fogyasztása egy másik összekapcsolt termék (másodlagos termék) fogyasztásához vezet (ezt gyakran „utópiacnak” nevezik). Ilyen körülmények között a Bizottság az

<sup>112</sup> Ez a felhasználók azon döntésére utal, hogy egy adott termékhez egy platformot használnak (single-homing) vagy párhuzamosan több platformot használnak ugyanahhoz a termékhez (multiple-homing).

<sup>113</sup> Lásd például a fogyasztói hírközlési szolgáltatások és közösségi hálózati szolgáltatások piacmeghatározását az M.7217. sz. Facebook/WhatsApp ügyben (24–33. és 51–61. pont).

<sup>114</sup> Lásd például az általános keresőszolgáltatások piacának meghatározását az AT.39740. sz. – Google Search (Shopping) ügyben (163–183. pont).

<sup>115</sup> Lásd például a professzionális közösségi hálózati szolgáltatások piacának meghatározását az M.8124. sz. Microsoft/LinkedIn ügyben (106–110. pont).

<sup>116</sup> Lásd például az AT.40099. sz. – Google Android ügyet és különösen az Android alkalmazás-áruházak piacának meghatározását (284–305. pont), valamint a licencelhető intelligens mobil operációs rendszerek piacának meghatározását (239. pont).

<sup>117</sup> Az SSNDQ ilyen értékelésének példája tekintetében lásd a 47. lábjegyzetet.

elsődleges termékek és a másodlagos termékek érintett piacainak meghatározásakor és/vagy a versenyszempontú értékelés során figyelembe veszi a megfelelő kapcsolódó piacok piaci viszonyai által támasztott versenykényszert is.

- (100) Az elsődleges termékek és másodlagos termékek esetében az érintett termékpiacok meghatározásának általában három lehetséges módja van, nevezetesen: i. az elsődleges terméket és a másodlagos terméket egyaránt magában foglaló rendszerpiacként<sup>118</sup>; ii. több piacként, nevezetesen az elsődleges termék piacként és az elsődleges termék egyes márkáihoz kapcsolódó másodlagos termékek külön piacaiként<sup>119</sup>; vagy iii. kettős piacként, nevezetesen egyrészt az elsődleges termék piacként, másrészt a másodlagos termék piacként<sup>120</sup>.
- (101) A rendszerpiac meghatározása annál megfelelőbb lehet: i. minél valószínűbb, hogy a vevők az elsődleges termék vásárlásakor figyelembe veszik az életciklusköltséget; ii. minél nagyobbak a másodlagos termék(ek)re fordított kiadások (vagy e termékek értéke), mint az elsődleges termékre fordított kiadások (vagy annak értéke); iii. minél magasabb az elsődleges termékek közötti helyettesíthetőség mértéke, és minél alacsonyabbak az elsődleges termékek közötti áttérés költségei; és iv. ha nincs, vagy csak kevés a másodlagos termék(ek)re szakosodott beszállító<sup>121</sup>. Ha ezek a körülmények kisebb valószínűséggel teljesülnek, helyénvalóbb lehet kettős vagy több piacot meghatározni, elsősorban a különböző beszállítók másodlagos termékei közötti helyettesíthetőség mértékétől függően. Ha például a különböző beszállítóktól származó másodlagos termékek kompatibilisek az összes vagy a legtöbb elsődleges termékkel, a kettőspiac-meghatározás megfelelőbb lehet, míg ha az elsődleges termékek vásárlói a másodlagos termékek korlátozott körének használatához vannak kötve, akkor a több piac meghatározása lehet helyénvalóbb.
- (102) Más körülmények között, bár egy vagy több termék fogyasztása nem függ az elsődleges terméktől, a vevők továbbra is előnyben részesíthetik több termék együttes, csomagban történő fogyasztását. Ilyen körülmények között a Bizottság megvizsgálhatja, hogy a csomag az egyes termékektől elkülönülő érintett termékpiacot képez-e<sup>122</sup>.

<sup>118</sup> Az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power és Grid üzletág) ügyben a Bizottság egy piacot határozott meg a gázturbinák értékesítésére és az azt követő szervizelésére (lásd a 7.2.3.3. szakaszt).

<sup>119</sup> Az AT.39097. sz. „órák javítása” ügyben a Bizottság több különálló piacot határozott meg a tartalék alkatrészek számára, amelyek mindegyike egy adott óramárkához kapcsolódott (lásd: 86–91. pont).

<sup>120</sup> Az M.9408. sz. Assa Abloy/Agta Record ügyben a Bizottság a szolgáltató megkülönböztetése nélkül határozta meg az értékesítés utáni szolgáltatások piacát (lásd: 127. pont).

<sup>121</sup> Lásd ebben az értelemben: a Törvényszék 2010. december 15-i ítélete, CEAHR kontra Bizottság, T-427/08, EU:T:2010:517, 78–109. pont és különösen 79., 95. és 108. pont, valamint az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power és Grid üzletág) ügy, 95. pont.

<sup>122</sup> Lásd az M.5462. sz. Thomas Cook Group/Gold Metal International ügyet, amelyben a Bizottság megvizsgálta és nyitva hagyta annak lehetőségét, hogy a szervezett utazások piaca elkülönült legyen az olyan üdülésektől, amelyek esetében a fogyasztó egyénileg vásárolja meg a különböző elemeket (lásd a 9–16. pontot).

- (103) A digitális ökoszisztémák bizonyos körülmények között úgy is értelmezhetők, mint amelyek egy elsődleges alaptermékéből és több másodlagos (digitális) termékéből állnak, amelyek fogyasztása például technológiai kapcsolatok vagy interoperabilitás révén az alaptermékhez kapcsolódik<sup>123</sup>. A digitális ökoszisztémák vizsgálatakor a Bizottság ezért az érintett termékpiac(ok) meghatározása céljából az utópiacokra alkalmazottakhoz hasonló elveket alkalmazhat<sup>124</sup>. Amennyiben a másodlagos (digitális) termékeket csomagban kínálják, a Bizottság értékelheti annak lehetőségét is, hogy ez a csomag önmagában érintett piacot képez-e. Bár nem minden digitális ökoszisztémára illeszthető rá az utópiacra vagy a csomagalapú piacra épülő megközelítés, a Bizottság az érintett termékpiac(ok) meghatározása céljából minden esetben figyelembe vehet olyan elemeket, mint a hálózati hatások, az áttérés költségei és a (single- vagy multiple-)hominggal kapcsolatos döntések.

## 5. PIACI RÉSZESEDESEK

- (104) A piac meghatározása lehetővé teszi a Bizottság számára, hogy azonosítsa az egyes érintett piacokon tevékenykedő beszállítókat és vevőket. Ezt követően ki tudja számítani a piac teljes méretét és az egyes beszállítók piaci részesedését az érintett termékeknek a vevők elhelyezkedése szerinti földrajzi területen belüli értékesítései (és – a vevők esetében – beszerzései) alapján.
- (105) A piaci részesedések a beszállítók relatív piaci helyzetét tükrözik, és mint ilyenek, nagyon hasznosak lehetnek a piaci erő értékeléséhez. A piaci részesedés azonban nem az egyetlen mutatója a vállalkozás piaci erejének<sup>125</sup>. Az ügy sajátos jellegétől függően más tényezők is relevánsak lehetnek, mint például a piacra lépés akadályai, a konkrét eszközökhöz és inputokhoz való hozzáférés, valamint a termékdifferenciálás és a helyettesíthetőség mértéke. Ezt a versenyjogi eljárásokban folytatott érdemi értékelésére vonatkozó bizottsági iránymutatások fejtik ki részletesebben<sup>126</sup>.

<sup>123</sup> A Törvényszék a 2022. szeptember 14-i Google és Alphabet kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (T-604/18, EU:T:2022:541) 116. pontjában kimondta: „egy digitális »ökoszisztémában« [...] azok a termékek vagy szolgáltatások, amelyek az adott ökoszisztémát alkotó érintett piacok részét képezik, horizontális vagy vertikális komplementaritásuk alapján átfedésben lehetnek egymással vagy kapcsolódhatnak egymáshoz. Az érintett piacok együttvéve globális dimenzióval is rendelkezhetnek az összetevőiket egyesítő rendszer, valamint az adott rendszeren belüli vagy más rendszerekből eredő esetleges versenyképesség fényében”. A digitális ökoszisztémára példa a mobil operációs rendszer köré épülő termékek ökoszisztémája, beleértve a hardvert, az alkalmazás-áruházat és a szoftveralkalmazásokat.

<sup>124</sup> Lásd az AT.40099. sz. – Google Android ügyben hozott határozat 299. pontját az alkalmazás-áruházak piacának meghatározásáról, amelyben a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy az alkalmazás-áruházból és intelligens mobil operációs rendszerekből álló rendszerpiac meghatározásának feltételei nem állnak fenn.

<sup>125</sup> Lásd például: a Törvényszék 2007. július 9-i ítélete, Sun Chemical Group és társai kontra Bizottság, T-282/06, EU:T:2007:203, 140. pont. Lásd még: a Törvényszék 2010. július 6-i ítélete, Ryanair kontra Bizottság, T-342/07, EU:T:2010:280, 42. pont.

<sup>126</sup> Lásd például: a Bizottság iránymutatása a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerint a horizontális összefonódások értékeléséről (HL C 31., 2004.2.5., 5. o.), III. és IV. szakasz. Lásd még: a Bizottság közleménye – Iránymutatás az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikkének a horizontális együttműködési megállapodásokra való alkalmazhatóságáról (HL C 11., 2011.1.14., 1. o.), 45. pont.



- (106) A Bizottság általában az értékesítéseken alapuló piaci részesedésből indul ki. Ezzel szemben a beszerzési piacokon a Bizottság általában a beszerzéseken alapuló piaci részesedésre támaszkodik. Általában mind az értékesítések vagy beszerzések értéke, mind az értékesítések vagy beszerzések volumene hasznos információkkal szolgál.
- (107) Az értékesítésen vagy beszerzésen kívül – az adott terméktől vagy az adott iparágtól függően – más mérőszámok is nyújthatnak kiegészítő vagy hasznosabb információkat a piaci részesedések meghatározásához. Ezek a mérőszámok az alábbiak lehetnek: kapacitás<sup>127</sup> vagy termelési volumen (különösen olyan piacok esetében, ahol a kapacitás stratégiai fontosságú); a beszállítók száma (különösen olyan piacokon, ahol hivatalos pályázatokat szerveznek, vagy olyan helyzetekben, amikor az innovatív termékek a fejlesztési szakaszban vannak); az odaítélt pályázatok száma<sup>128</sup>; a használat mérőszámai, mint például az (aktív) felhasználók száma<sup>129</sup>, a látogatások száma<sup>130</sup>, az eltöltött idő vagy a közönség létszáma<sup>131</sup>, a letöltések<sup>132</sup> és frissítések száma, a platformon zajló interakciók száma<sup>133</sup> vagy a platformon kötött ügyletek volumene vagy értéke (különösen, ha a termékekhez való hozzáférést főként ingyenesen biztosítják, mint például a digitális piacokon, vagy általánosabban a többoldalú közvetítő platformok esetében); flottaegységek, ülőhely-kapacitás, utak száma vagy hozzáférési jogok, például résidők meghatározott repülőtereken (például a közlekedési piacokon)<sup>134</sup>; és/vagy a birtokolt tartalékok (például a bányászati ágazatban)<sup>135</sup>. Azokon a piacokon, ahol gyakori és jelentős K+F beruházásokra kerül sor, a K+F-kiadások szintje, illetve a szabadalmak vagy a szabadalomra való

<sup>127</sup> Lásd például: a nejlonpolimer értékláncra vonatkozó M.8674. sz. BASF/Solvay Polyamide Business ügy (455. pont b) alpont); a szürke cement piacát érintő összefonódásra vonatkozó M.7744. sz. HeidelbergCement/Italcementi ügy (61. pont), valamint a nikkelpiacot érintő összefonódásra vonatkozó az M.4000. sz. Inco/Falconbridge ügy (315. és az azt követő pontok). Lásd még: az M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügy ((474)–(481) preambulumbekzdés), valamint a Törvényszék 2022. június 22-i ítélete, thyssenkrupp kontra Bizottság, T-584/19, EU:T:2022:386, 591. pont.

<sup>128</sup> Lásd például: M.8134. sz. Siemens/Gamesa ügy, 75–80. pont, amelyben a Bizottság kifejti, hogy a szélturbinákra vonatkozó odaítélt pályázatok száma ebben az esetben relevánsabb mérőszám volt, mint a szélturbinák telepített bázisa az odaítélés és a telepítés közötti időeltolódás miatt.

<sup>129</sup> Lásd például: M.7217. sz. Facebook/WhatsApp ügy (95–98. pont).

<sup>130</sup> Lásd például: AT.39740. sz. – Google Search (Shopping) ügy (273–284. pont).

<sup>131</sup> Lásd például: M.9064. sz. Telia Company/Bonnier Broadcasting Holding ügy az ingyenesen fogható és a fizetős alap televíziócsatornák nagykereskedelmi piacával kapcsolatban (315., 316., 324., 327., 333. és 339. lábjegyzet).

<sup>132</sup> Lásd például: AT.40099. sz. Google Android ügy (591–593. pont).

<sup>133</sup> Lásd például: M.10262. sz. Facebook/Kustomer ügy (176–179. pont) a B2C hírközlési szolgáltatások piacával kapcsolatban.

<sup>134</sup> Lásd például: M.4439. sz. Ryanair/Aer Lingus ügy (340–347. pont); M.8869. sz. Ryanair/LaudaMotion ügy (303–306. pont) és M.9287. sz. Connect Airways/Flybe ügy (447–453. pont).

<sup>135</sup> Lásd például: M.4000. sz. Inco/Falconbridge ügy (490–494. pont) és M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügy ((472)–(481) preambulumbekzdés).

hivatkozások száma használható releváns mérőszámként a vállalatok relatív versenyhelyzetének értékeléséhez<sup>136</sup>.

- (108) A jelentős mértékű termékdifferenciálással jellemezhető piacokon az értékesítés értékében és volumenében mért piaci részesedés jelentősen eltérhet egymástól. Ilyen körülmények között a Bizottság általában úgy véli, hogy az értékesítési értékek jobban tükrözik a különböző termékek heterogenitását<sup>137</sup>. Az értékesítési volumen kiegészíti az értékesítési értéket, és egyes esetekben jobban tükrözheti a vállalkozások versenyerejét. Például két olyan vállalkozás összefonódása esetén, amelyek másoknál sokkal alacsonyabb áron kínálnak egy terméket, de a vevők jelentős részét foglyul ejtik, az értékesítési érték önmagában alábecsülheti e vállalkozások versenybeli jelentőségét és kölcsönhatásait<sup>138</sup>.
- (109) Amint az a 4.1. szakaszban kifejtésre került, jelentős mértékű termék- vagy földrajzi differenciálás esetén a piaci részesedés általában kevésbé informatív, és relevánsabb lehet a helyettesíthetőség mértékének értékelése a versenyszempontú értékelés keretében. A Bizottság adott esetben támaszkodhat az érintett piac szegmensei tekintetében fennálló részesedésekre, és ezeket figyelembe veheti annak értékelésekor, hogy a vállalkozások mennyire közeli versenytársai egymásnak és versenytársaiknak<sup>139</sup>.
- (110) A piaci részesedésre vonatkozó információkat az érintett vállalkozás(ok) becslés formájában is megadhatják, ha pontos piaci részesedések nem állnak rendelkezésükre. A Bizottság emellett vagy alternatívaként más információforrásokat is felhasználhat a piac méretére és a piaci részesedésre vonatkozóan. Ezek közé tartozhatnak a hatóságok, ágazati tanácsadók vagy szakmai szövetségek által készített tanulmányok vagy jelentések, az érintett vállalkozás(ok) belső dokumentumai vagy a piaci szereplők által benyújtott becslések. Különösen abban az esetben, ha az érintett vállalkozás(ok)tól származó megbízható becslések vagy más forrásokból származó információk nem állnak rendelkezésre, a Bizottság az érintett piaci szereplőkhöz intézett információkérések révén teljes vagy részleges piaci rekonstrukciót végezhet azzal, hogy felkéri az érintett piac beszállítóit vagy vevőit, hogy szolgáltatassanak adatokat saját értékesítési vagy beszerzési volumeneikről vagy értékeikről, illetve egyéb releváns mérőszámokról.
- (111) Főszabályként a Bizottság a legalább három évre vonatkozó, éves referencia-időszakokra számított piaci részesedésekre támaszkodik. A piaci részesedés

<sup>136</sup> Lásd például: M.7932. sz. Dow/DuPont ügy (a határozat 1. melléklete) és M.8084. sz. Bayer/Monsanto ügy ((1153) és az azt követő preambulumbekendések).

<sup>137</sup> Lásd például: az M.7278.sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power és Grid üzletág) ügy, 426. pont.

<sup>138</sup> Például a saját márkás, nem differenciált termékek szolgáltatói közötti verseny jobban megragadható a mennyiségi részesedés alapján. Lásd: az M.9413. sz., Lactalis/Nuova Castelli ügy, 137. pont.

<sup>139</sup> Például az M.9409. sz. Aurubis/Metallo Group Holding ügyben a Bizottság megállapította, hogy az olvasztásra és finomításra szánt rézhulladék érintett piaca nagymértékben differenciált, különösen az anyagösszetétel és a származás tekintetében, és több szegmensből áll. A Bizottság felülvizsgálta e konkrét szegmensek tekintetében fennálló piaci részesedéseket annak értékelése céljából, hogy az összefonódásban részt vevő felek mennyire közeli versenytársai egymásnak és versenytársaiknak (lásd: (227) és (468) preambulumbekendés).

számítása tekintetében figyelembe vett időszak azonban az érintett piac jellemzőitől függően eltérő lehet. Különösen az ingadozó vagy rendszertelen kereslettel vagy a kínálat és/vagy a kereslet szezonálisával jellemzett piacokon helyénvaló lehet hosszabb vagy rövidebb referencia-időszakok alkalmazása a piaci részesedések kiszámításához<sup>140</sup>.

## 6. KÖVETKEZTETÉSEK

- (112) A Bizottság határozathozatali gyakorlatában tovább fogja fejleszteni az érintett termék- és földrajzi piac fogalmára vonatkozó értelmezését, összhangban a piaci fejleményekkel és a versenydinamikák alakulásával, az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlatával és a piacmeghatározás bevált gyakorlatainak alakulásával.
- (113) Az „érintett piac” fogalmának Bizottság általi, e közleményben szereplő értelmezése nem érinti a fogalomnak az uniós bíróságok által az egyedi ügyekben alkalmazott értelmezését.

<sup>140</sup> Az ingadozó kereslet miatti hosszabb referencia-időszakokra a pályázati piacokon találhatók példák. Például az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power és Grid üzletág) ügyben a piaci részesedéseket öt és tíz évre számították ki (lásd a 420–422. pontot), míg az M.8677. sz. Siemens/Alstom ügyben tízéves referencia-időszakot alkalmaztak (lásd a 141. pontot). Több évnyi adatot használtak fel rövidebb referencia-időszakokat (nevezetesen idényeket) érintően a légitársaságokra vonatkozó ügyekben, például az M.8869. sz. Ryanair/LaudaMotion ügyben (lásd: 304. pont).