



EUROPOS
KOMISIJA

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

SENSITIVE*
UNTIL ADOPTION

KOMISIJOS KOMUNIKATAS

**Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Sąjungos konkurencijos teisės
tikslams**

* 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>

KOMISIJOS KOMUNIKATAS

Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Sąjungos konkurencijos teisės tikslams

TURINYS

1.	Įvadas.....	2
1.1.	Pranešimo tikslas.....	2
1.2.	Rinkos apibrėžimo vaidmuo.....	3
1.3.	Bendrieji rinkos apibrėžimo principai.....	5
2.	ATITINKAMOS RINKOS SĄVOKA IR BENDROJI METODIKA.....	10
2.1.	Atitinkamos produkto rinkos ir geografinės rinkos sąvoka.....	10
2.2.	Bendroji rinkos apibrėžimo metodika.....	11
2.2.1.	Bendroji produktų rinkų apibrėžimo metodika.....	12
2.2.2.	Bendroji geografinių rinkų apibrėžimo metodika.....	16
3.	RINKŲ APIBRĖŽIMO PROCESAS.....	18
3.1.	Bendras požiūris į rinkos apibrėžimą praktikoje.....	18
3.2.	Produktų rinkų apibrėžimo įrodymai.....	18
3.2.1.	Įrodymai, svarbūs paklausos pakeičiamumui.....	18
3.2.2.	Įrodymai, svarbūs pasiūlos pakeičiamumui.....	22
3.3.	Geografinių rinkų apibrėžimo įrodymai.....	23
3.4.	Įrodymų rinkimas ir vertinimas.....	27
4.	RINKOS APIBRĖŽIMAS KONKREČIOMIS APLINKYBĖMIS.....	29
4.1.	Rinkos apibrėžimas esant didelei diferenciacijai.....	29
4.2.	Rinkos apibrėžimas esant kainų diskriminacijai.....	31
4.3.	Rinkos apibrėžimas esant didelėms investicijoms į MTP.....	31
4.4.	Rinkos apibrėžimas esant daugialypėms platformoms.....	32
4.5.	Rinkos apibrėžimas esant antrinėms rinkoms, paketams ir skaitmeninėms ekosistemoms.....	34
5.	RINKOS DALYS.....	35
6.	IŠVADOS.....	38

1. ĮVADAS

1.1. Pranešimo tikslas

- (1) Šiame pranešime aprašytą rinkos apibrėžimo sąvoką Komisija taiko užtikrindama Sąjungos konkurencijos teisės įgyvendinimą, t. y.: i) užtikrindama antimonopolinių taisyklių pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) 101 ir 102 straipsnius pagal Tarybos reglamentą (EB) Nr. 1/2003¹ (toliau – Reglamentas Nr. 1/2003) įgyvendinimą, ii) vykdydama susijungimų kontrolę pagal Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004² (toliau – Susijungimų reglamentas) ir iii) užtikrindama analogiškų Europos ekonominės erdvės susitarimo³ (toliau – EEE susitarimas) nuostatų įgyvendinimą. Komisija paprastai apibrėžia atitinkamą rinką atlikdama tuos vertinimus, kai svarbu nustatyti santykinį įmonių konkurencinį pajėgumą⁴ tam tikroje teritorijoje⁵.
- (2) Šiuo pranešimu siekiama pateikti gaires, kaip Komisija taiko atitinkamos rinkos sąvoką užtikrindama Sąjungos konkurencijos teisės įgyvendinimą. Išsaugodama gerą rinkų veikimą ir kartu šalindama aktualias rinkos nepakankamumo problemas, konkurencijos politika prisideda prie dvejopos žaliosios ir skaitmeninės pertvarkos ir bendrosios rinkos atsparumo didinimo⁶. Ja siekiama užtikrinti, kad rinkos išliktų atviros ir dinamiškos. Todėl konkurencijos taisyklių

¹ 2002 m. gruodžio 16 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1/2003 dėl konkurencijos taisyklių, nustatytų Sutarties 81 ir 82 straipsniuose, įgyvendinimo (OL L 1, 2003 1 4, p. 1–25).

² 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (OL L 24, 2004 1 29, p. 1–22).

³ Šiame pranešime nuorodos į SESV 101 ir 102 straipsnius ir Susijungimų reglamentą, ypač jo 2 straipsnį, suprantamos kaip nuorodos į atitinkamas lygiavertes EEE susitarimo nuostatas, žr. EEE susitarimo 53 ir 54 straipsnius ir XIV priedą.

⁴ Sąjungos konkurencijos teisėje įmonė yra bet kuris subjektas, vykdomas ekonominę veiklą, kurią sudaro prekių ar paslaugų siūlymas tam tikroje rinkoje, neatsižvelgiant į jo teisinį statusą ir finansavimo būdą. Žr. 1991 m. balandžio 23 d. Sprendimo *Höfner ir Elser / Macrotron*, C-41/90, EU:C:1991:161, 21 punktą ir 2006 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *SELEX Sistemi Integrati / Komisija*, T-155/04, EU:T:2006:387, 50 punktą.

⁵ Apskritai rinkos apibrėžimas yra mažiau svarbus Komisijai užtikrinant valstybės pagalbos taisyklių vykdymą pagal SESV 107 straipsnį, nes vertinant daugiausia dėmesio skiriama pagalbos gavėjui ir atitinkamai pramonės šakai ir (arba) sektoriui, o ne konkurencinio spaudimo, su kuriuo susiduria pagalbos gavėjas, nustatymui. Vis dėlto kai kuriais valstybės pagalbos atvejais gali prireikti apibrėžti rinkas, kad būtų galima įvertinti, ar i) nagrinėjama valstybės pagalba gali paveikti prekybą tarp valstybių narių arba iškraipyti konkurenciją ir ii) taikoma SESV 107 straipsnio 3 dalis. Žr., pavyzdžiui, 1985 m. kovo 13 d. Sprendimą *Nyderlandai ir Leeuwarder Papierwarenfabriek / Komisija*, C-296/82, EU:C:1985:113; 1997 m. sausio 14 d. Sprendimą *Ispanija / Komisija*, C-169/95, EU:C:1997:10; 1999 m. liepos 7 d. Sprendimą *Wirtschaftsvereinigung Stahl / Komisija*, T-106/96, EU:T:1999:137; 2016 m. vasario 1 d. Komisijos sprendimą (ES) 2016/2007 SA.36754-2014/C. Panašiai rinkos apibrėžimas – ir šis pranešimas – gali būti svarbūs ir bylose, nagrinėjamos pagal SESV 106 straipsnį. Žr., pavyzdžiui, 2016 m. gruodžio 15 d. Sprendimą *DEI / Komisija*, T-169/08 RENV, EU:T:2016:733, ir Sprendimą *DEI / Komisija*, T-421/09 RENV, EU:T:2016:748. Kai bet kurioje konkrečioje byloje iškyla klausimas dėl įtakos rinkoje, taigi ir dėl atitinkamos rinkos, šiame pranešime išdėstyto požiūrio elementai gali būti pagrindas vertinant valstybės pagalbos arba SESV 106 straipsnio bylas. Atsižvelgiant į tai, kad atliekant šių dviejų rūšių vertinimą rinkos apibrėžimo taikymas yra labiau ribotas, šiame pranešime konkretūs jų aspektai plačiau neapartami.

⁶ Žr. 2021 m. lapkričio 18 d. Komisijos komunikatą Europos Parlamentui, Tarybai, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui „Naujiems iššūkiams tinkama konkurencijos politika“, COM(2021) 713, p. 6.

vykdymo užtikrinimas gali padėti išvengti priklausomybės ir padidinti ES ekonomikos atsparumą, nes sudaromos sąlygos stiprioms ir diversifikuotoms tiekimo grandinėms⁷. Atsižvelgiant į tai, šiame pranešime pateiktose atnaujintose gairėse atsižvelgiama į svarbius pastarųjų dvidešimties metų pokyčius. Tarp jų – skaitmeninimas ir nauji prekių ir paslaugų siūlymo būdai, taip pat vis labiau tarpusavyje susietas ir globalizuotas komercinių mainų pobūdis.

- (3) Skelbdama procedūras, kurių laikosi Komisija, ir nurodydama pagrindinius kriterijus bei įrodymus, kuriais ji remiasi apibrėždama atitinkamą rinką, Komisija tikisi padidinti savo politikos ir sprendimų priėmimo taikant Sąjungos konkurencijos teisę skaidrumą. Didindama konkurencijos vertinimo veiksmingumą, Komisija taip pat tikisi taupyti savo tarnybų ir išorės suinteresuotųjų šalių išteklius.
- (4) Dėl didesnio skaidrumo ir atitinkamai didesnio Komisijos vertinimų pagal Sąjungos konkurencijos teisę nuspėjamumo taip pat padidės įmonių ir jų konsultantų teisinis tikrumas. Jie galės geriau įvertinti atitinkamų rinkų apimtį ir tai, koku mastu Komisija gali nustatyti konkurencijos problemas konkrečioje byloje. Į šiuos veiksmus jie galės atsižvelgti priimdami vidaus sprendimus, pavyzdžiui, ketindami įsigyti kitas įmones, kurti bendrąsias įmones, sudaryti tam tikrus susitarimus arba vienašališkai imtis tam tikrų veiksmų. Šiame pranešime pateiktos gairės taip pat padės įmonėms numatyti, kokios rūšies informaciją Komisija laiko svarbia rinkos apibrėžimo tikslais.

1.2. Rinkos apibrėžimo vaidmuo

- (5) Rinkos apibrėžimas yra priemonė, kurią Komisija naudoja siekdama nustatyti ir apibrėžti įmonių konkurencijos ribas. Pagrindinis rinkos apibrėžimo tikslas yra sistemingai nustatyti tiesioginį konkurencinį spaudimą, su kuriuo susiduria vertinama (-os) įmonė(s)⁸, siūlydama (-os) tam tikrus produktus⁹ tam tikroje teritorijoje. Rinkos apibrėžimas padeda nustatyti atitinkamus vertinamos (-ų) įmonės (-ių) konkurentus siūlant tuos produktus, taip pat atitinkamus klientus.
- (6) Tos pačios nuostatos taikomos ir apibrėžiant atitinkamas tam tikrų produktų pirkimo rinkas tam tikroje teritorijoje (pirkimo rinkos)¹⁰, sistemingai nustatant tiesioginį konkurencinį spaudimą, su kuriuo susiduria vertinama (-os) įmonė(s), pirkdama (-os) šiuos produktus. Tokiu atveju apibrėžiant rinką nustatomi atitinkami vertinamos (-ų) įmonės (-ių) konkurentai perkant tuos produktus ir

⁷ Ten pat, p. 16.

⁸ Šiame pranešime vertinama įmonė – tai įmonė, kurios konkurencinis pajėgumas yra vertinamas. Paprastai tai yra susitarimo šalys atliekant tyrimus pagal SESV 101 straipsnį, įmonė(s), tiriami (-os) atliekant tyrimus pagal SESV 102 straipsnį, ir koncentracijos šalys atliekant tyrimus pagal Susijungimų reglamentą. Tai gali būti ir skundo pateikėjas konkurencijos byloje, įmonė, veikianti aukštesnės ar žemesnės grandies rinkose, arba bet kuri kita su konkurencijos byla susijusi įmonė, priklausomai nuo nagrinėjamos bylos.

⁹ Šiame pranešime sąvoka „produktas“ vartojama kaip sutrumpintas terminas, prireikus apimantis ir paslaugas ar technologijas. Sąvoka „gamyba“ atitinkamai apima ir tokių paslaugų ar technologijų teikimą ar tiekimą.

¹⁰ Dėl pirkimo rinkų pavyzdžių žr. bylos M.10201 *Ahold Delhaize / Deen Assets* 20–25 punktus ir nurodytas bylas; M.9847 *Aldi / FPLPH Assets* 19–22 punktus ir M.9409 *Aurubis / Metallo* 7.1 skirsnį.

atitinkami tiekėjai. Likusioje šio pranešimo dalyje pirkimo rinkos nebus išsamiau aptariamos, tačiau šiame pranešime pateikiamos gairės taikomos ir pirkimo rinkoms.

- (7) Komisija paprastai naudoja rinkos apibrėžimą, kai reikia įvertinti santykinį įmonių konkurencijos pajėgumą tam tikroje teritorijoje atliekant konkurencijos vertinimą¹¹ ir, visų pirma, siekiant nustatyti, ar įmonė turi įtaką rinkoje toje teritorijoje. Taigi rinkos apibrėžimas yra priemonė, padedanti atitinkamais atvejais struktūrizuoti ir palengvinti konkurencijos vertinimą, ir nėra privalomas žingsnis atliekant visus vertinimus pagal Sąjungos konkurencijos teisę.
- (8) Komisijos naudojamas rinkos apibrėžimas yra glaudžiai susijęs su tikslais, kurių siekiama įvairiomis Sąjungos konkurencijos teisės priemonėmis:
- atlikdama vertinimus pagal SESV 102 straipsnį, Komisija apibrėžia atitinkamas rinkas, kai vertina, ar esama dominuojančios padėties, kuri paprastai vertinama atsižvelgiant į atitinkamą rinką¹²;
 - atlikdama vertinimus pagal Susijungimų reglamentą, Komisija reguliariai apibrėžia atitinkamas rinkas vertindama koncentracijos poveikį konkurencijai¹³;
 - atlikdama vertinimus pagal SESV 101 straipsnį, Komisija naudoja rinkos apibrėžimą visų pirma nustatydamas, ar esama reikšmingo konkurencijos ribojimo, arba nustatydamas, ar įvykdyta SESV 101 straipsnio 3 dalies b punkte numatyta sąlyga, pagal kurią leidžiama netaikyti SESV 101 straipsnio 1 dalies¹⁴. Praktikoje Komisija linkusi naudoti rinkos apibrėžimą vertindama susitarimus, kuriuos įgyvendinant užkertamas kelias konkurencijai, ji ribojama arba iškraipoma. Priešingai, Komisija paprastai neapibrėžia atitinkamos rinkos, kai vertina susitarimus, kuriais siekiama užkirsti kelią konkurencijai, ją riboti ar iškraipyti, pavyzdžiui, kartelinius susitarimus, ir neprivalo to daryti¹⁵.

¹¹ Šiame pranešime sąvoka „konkurencijos vertinimas“ apima tas Komisijos atliekamo esminio Sąjungos konkurencijos teisės klausimo vertinimo dalis, kurios nėra susijusios su rinkos apibrėžimu. Tai visų pirma apima vertinimą, ar esama dominuojančios padėties, kai taikoma, ir vertinamos (-ų) įmonės (-ių) elgesio arba koncentracijos galimo poveikio konkurencijai vertinimą.

¹² 1973 m. vasario 21 d. Sprendimas *Europemballage ir Continental Can / Komisija*, C-6/72, EU:C:1973:22, 32 punktas; 2012 m. gegužės 24 d. Sprendimas *MasterCard ir kiti / Komisija*, T-111/08, EU:T:2012:260, 171 punktas.

¹³ 1973 m. vasario 21 d. Sprendimas *Europemballage ir Continental Can / Komisija*, C-6/72, EU:C:1973:22, 32 punktas; 1998 m. kovo 31 d. Sprendimas *Prancūzija ir kt. / Komisija* („Kali & Salz“), sujungtos bylos C-68/94 ir C-30/95, EU:C:1998:148, 143 punktas; 2002 m. birželio 6 d. Sprendimas *Airtours / Komisija*, T-342/99, EU:T:2002:146, 19 punktas; 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimas *NVV ir kt. / Komisija*, T-151/05, EU:T:2009:144, 51 punktas.

¹⁴ Šiuo atžvilgiu Sąjungos teismai yra nusprendę, kad Komisija gali apibrėžti rinką, kai „be to neįmanoma nustatyti, ar nagrinėjamas susitarimas gali paveikti prekybą tarp valstybių narių ir ar jo tikslas arba rezultatas yra trukdyti, riboti arba iškreipti konkurenciją bendrojoje rinkoje“, 2000 m. liepos 6 d. Sprendimas *Volkswagen / Komisija*, T-62/98, EU:T:2000:180, 230 punktas; 2004 m. liepos 8 d. Sprendimas *Mannesmannröhren-Werke / Komisija*, T-44/00, EU:T:2004:218, 132 punktas. Dėl kitų pavyzdžių, kai rinkos apibrėžimas pagal SESV 101 straipsnį būtų svarbus, taip pat žr. 9 punktą.

¹⁵ 2004 m. liepos 8 d. Sprendimas *Mannesmannröhren-Werke / Komisija*, T-44/00, EU:T:2004:218, 132 punktas; 2016 m. birželio 28 d. Sprendimas *Telefónica / Komisija*, T-216/13, EU:T:2016:369, 214 punktas.

- (9) Apibrėžus rinką galima apskaičiuoti rinkos dalis, kurias Komisija gali naudoti įmonės konkurenciniam pajėgumui įvertinti konkurencijos vertinimo tikslais. Komisija taip pat gali naudoti rinkos dalis kaip pirmąją atrankos priemonę, kad įvertintų, ar gali kilti konkurencijos problemų. Rinkos dalies ribos yra vienas iš elementų, pagal kuriuos nustatoma bendrosios išimties reglamentų taikymo sritis pagal SESV 101 straipsnį¹⁶, vertinama, ar gali būti daromas poveikis prekybai pagal SESV 101 ir 102 straipsnius¹⁷, ir nustatomos koncentracijos, kurios nuo pat pradžių laikomos nekeliančiomis konkurencijos problemų pagal Susijungimų reglamentą bet kurioje rinkoje arba tam tikrose rinkose, išskyrus atvejus, kai yra konkrečių aplinkybių¹⁸.

1.3. Bendrieji rinkos apibrėžimo principai

- (10) Rinkos apibrėžimui taikoma keletas principų, kuriais Komisija vadovaujasi užtikrindama Sąjungos konkurencijos teisės įgyvendinimą. Šie principai nurodyti toliau.
- (11) Pirma, rinka apibrėžiama remiantis faktinėmis bylos aplinkybėmis¹⁹. Atitinkamos rinkos pagal Sąjungos konkurencijos teisę skiriasi įvairiuose sektoriuose, įvairiuose tiekimo grandinės lygmenyse ir gali skirtis įvairiose geografinėse teritorijose. Rinkos apibrėžimo rezultatui konkrečioje byloje paprastai neturi įtakos tai, ar ji apibrėžiama vykdant susijungimų kontrolę, ar užtikrinant antimonopolinių taisyklių taikymą²⁰. Jei yra ankstesnių Komisijos

¹⁶ Rinkos dalies ribos riboja apsaugos taisyklės taikymą susitarimams tarp įmonių, kurių dalis atitinkamoje (-ose) rinkoje (-ose) neviršija reglamentuose nustatytų ribų. Žr. 2022 m. gegužės 10 d. Komisijos reglamento (ES) 2022/720 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams, C/2022/3015 (OL L 134, 2022 5 11, p. 4–13), 3 straipsnį; Komisijos reglamento Nr. 1217/2010 4 straipsnį; Komisijos reglamento Nr. 1218/210 3 straipsnį [bus atnaujinta, kai įsigalios naujieji horizontalieji bendrosios išimties reglamentai].

¹⁷ Komisijos pranešimo „Gairės dėl Sutarties 81 ir 82 straipsniuose pateiktos poveikio prekybai sąvokos“ (Gairės dėl poveikio prekybai) (OL C 101, 2004 4 27, p. 81–96) 2.4 skirsnis. Vertindama, ar gali būti daromas poveikis prekybai, Komisija gali naudotis rinkos dalimis, tačiau pagal reikšmingumo kriterijų nebūtina apibrėžti atitinkamas rinkas ir apskaičiuoti rinkos dalis (žr. Gairių dėl poveikio prekybai 48 punktą) ir Komisija neprivalo to daryti.

¹⁸ Šiuo atžvilgiu žr. paveiktų rinkų apibrėžtį, pateiktą 2004 m. balandžio 21 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 802/2004, įgyvendinančio Susijungimų reglamentą (Susijungimų įgyvendinimo reglamentas) (OL L 133, 2004 4 30, p. 1–39), su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2013 m. gruodžio 5 d. Komisijos įgyvendinimo reglamentu (ES) Nr. 1269/2013, kuriuo iš dalies keičiamas Reglamentas (EB) Nr. 802/2004, įgyvendinantis Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (OL L 336, 2013 12 14, p. 1–36) [bus atnaujinta įsigaliojus naujam Susijungimų įgyvendinimo reglamentui], I priedo 6.3 skirsnyje, ir Komisijos pranešimo dėl supaprastintos tam tikrų koncentracijų nagrinėjimo pagal Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 procedūros (OL 366, 2013 12 14, p. 5–9) 5 ir 6 punktus.

¹⁹ Žr. 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo *Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija*, E-12/20, 173 punktą: „rinka turi būti apibrėžiama kiekvienu konkrečiu atveju“.

²⁰ Vis dėlto kai kuriais atvejais rinkos apibrėžimo rezultatai gali skirtis, priklausomai nuo atliktos analizės rūšies. Visų pirma, tiesioginis konkurencinis spaudimas, kurį siekiama nustatyti apibrėžiant rinką, gali skirtis priklausomai nuo to, ar pagrindinis dėmesys skiriamas įtakos rinkoje pasikeitimui, palyginti su dominuojančiomis sąlygomis, ar tam, ar dabartinė ar ankstesnė padėtis atspindi įtakos rinkoje padėtį, palyginti su konkurencine padėtimi. Pavyzdžiui, vertinant įtakos rinkoje pasikeitimą, atsirandantį dėl koncentracijos, susijusios su horizontaliaisiais sutapimais, apibrėžta rinka nebūtinai gali būti tokia pati, kaip atitinkama rinka, apibrėžta vertinant dominavimą pagal SESV 102 straipsnį. Taip pat žr. 48 išnašą, kurioje išsamiau paaiškinti pagrindiniai argumentai.

sprendimų dėl konkrečios rinkos, Komisija gali pradėti analizę nuo jų ir patikrinti, ar atitinkamos rinkos apibrėžimas, pateiktas ankstesniuose sprendimuose, gali būti taikomas nagrinėjamoje byloje. Tačiau Komisija neprivalo taikyti atitinkamos rinkos apibrėžimo, pateikto ankstesniuose sprendimuose, būsimose bylose²¹.

- (12) Antra, apibrėžiant atitinkamą rinką reikia nustatyti ir produkto rinką, ir geografinę rinką²². Apibrėždama atitinkamą rinką, Komisija atsižvelgia į įvairius konkurencijos parametrus, kuriuos klientai laiko svarbiais vertinamoje teritorijoje ir vertinamu laikotarpiu. Šie parametrai gali apimti ne tik produkto kainą, bet ir jo inovatyvumą, jo kokybę įvairiais aspektais, pavyzdžiui, patvarumą, tvarumą, produkto vertę ir naudojimo būdų įvairovę, perteikiamą įvaizdį arba užtikrinamą saugumą ir privatumo apsaugą, taip pat jo prieinamumą, įskaitant pateikimo laiką, tiekimo grandinių atsparumą, tiekimo patikimumą ir vežimo išlaidas.
- (13) Trečia, rinkos apibrėžimas, kai jis reikalingas, yra tik vienas iš Komisijos pagal Sąjungos konkurencijos teisę atliekamo vertinimo etapų. Tik atlikusi konkurencijos vertinimą Komisija nusprendžia, ar yra konkurencijos problemų²³. Todėl rinkos apibrėžimas neturi įtakos pagal Sąjungos konkurencijos teisę Komisijos atliekamo vertinimo rezultatams.
- (14) Ketvirta, rinkos apibrėžimas leidžia atskirti konkurencinį spaudimą, daromą rinkoje ir už jos ribų, įtraukiant tik tiesioginį konkurencinį spaudimą atitinkamoje rinkoje. Tačiau Komisija, atlikdama konkurencijos vertinimą, atsižvelgia į visą konkurencinį spaudimą (tiesioginį ar ne).
- (15) Penkta, apibrėžtos rinkos dažnai yra vienodos įvairiose bylose ir vertinimuose, kai kalbama apie tą pačią ekonominę veiklą pagal produktus ir geografią²⁴. Vis

²¹ Šį klausimą Bendrasis Teismas išaiškino 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimo *NVV ir kt. / Komisija*, T-151/05, EU:T:2009:144, 136 punkte: „Visų pirma ieškovai negali turėti tokių lūkesčių dėl aplinkybės, kad kuriame nors ankstesniame sprendime Komisija kaip nors ypatingai apibrėžė rinkas, nes tokiam sprendime padarytos išvados nesaisto nei jos, nei juo labiau Pirmosios instancijos teismo“; taip pat žr. 2005 m. gruodžio 14 d. Sprendimo *General Electric / Komisija*, T-210/01, EU:T:2005:456, 120 punktą; 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimo *Wieland-Werke / Komisija*, T-251/19, EU:T:2022:296, 79 punktą; 2015 m. gegužės 13 d. Sprendimo *Niki Luftfahrt / Komisija*, T-162/10, EU:T:2015:283, 144 punktą; 2015 m. kovo 25 d. Sprendimo *Slovenská pošta / Komisija*, T-556/08, EU:T:2015:189, 197 punktą; 2019 m. gegužės 23 d. Sprendimo *KPN / Komisija*, T-370/17, EU:T:2019:354, 79 punktą. Taip pat žr. 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo *Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija*, E-12/20, 97 punktą.

²² 1978 m. vasario 14 d. Sprendimas *United Brands / Komisija*, C-27/76, ECLI:EU:C:1978:22, 10 ir 11 punktai.

²³ Žr. 11 išnašą.

²⁴ Pavyzdžiui, oro transporto sektoriuje atitinkama keleivinio oro transporto paslaugų produkto rinka buvo apibrėžta remiantis išvykimo ir paskirties vietos poros metodu. Šis metodas ilgą laiką taikomas įvairiose bylose. Žr., pavyzdžiui, susijungimo bylų M.3280 *Air France / KLM* 9 ir 16 punktus; M.3770 *Lufthansa / Swiss* 12 ir paskesnius punktus; M.6447 *LAG / bmi* 31 punktą; M.7333 *Alitalia / Etihad* 63 punktą; M.7541 *LAG / Aer Lingus* 14 punktą; antimonopolines bylas AT.36201 *PO / Lufthansa+SAS+United* (85 straipsnis); AT.39596 *British Airways / American Airlines/Iberia*; ir 1989 m. balandžio 11 d. Sprendimo *Ahmed Saeed Flugreisen ir kt. / Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs*, C-66/86, EU:C:1989:140, 40 punktą; 1994 m. gegužės 19 d. Sprendimo *Air France / Komisija*, T-2/93, EU:T:1994:55, 84 punktą; 2006 m. liepos 4 d. Sprendimo *easyJet / Komisija*, T-177/04, EU:T:2006:187, 56 punktą. Dar vienas pavyzdys yra internetinės reklamos

dėlto rinkos apibrėžimo rezultatai gali skirtis net kai kalbama apie tuos pačius produktus ir tą pačią geografiją, priklausomai nuo:

- *Konkurencijos parametrai*. Įmonė gali konkuruoti su kitomis įmonėmis pagal skirtingus konkurencijos parametrus, kaip paaiškinta 12 punkte. Pavyzdžiui, konkurencinis spaudimas vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktų kainoms gali skirtis nuo konkurencinio spaudimo tos (tų) pačios (-ių) įmonės (-ių) investicijoms į produktų tobulinimą, todėl gali skirtis atitinkamos produktų ir geografinės rinkos²⁵.
- *Vertinama (-os) įmonė(s)*. Kadangi vertinamos (-ų) įmonės (-ių) veikla lemia pakeičiamumo analizės atskaitos tašką, rinkos gali būti apibrėžiamos skirtingai, priklausomai nuo vertinamos (-ų) įmonės (-ių). Taip gali atsitikti, pavyzdžiui, kai konkurencinis spaudimas tarp įmonių yra asimetriškas²⁶. Tokiu atveju, jei pakeičiamumo analizės išeities taškas yra skirtingų įmonių produktai, pavyzdžiui, dėl to, kad koncentracijos šalys yra skirtingos, arba dėl to, kad tiriamas kitos įmonės elgesys, gali būti gauti skirtingi rinkos apibrėžimo rezultatai.
- *Nagrinėjamasis laikotarpis*. Komisija atsižvelgia į vertinamo elgesio ar koncentracijos metu buvusias aplinkybes. Todėl rinkos apibrėžimo rezultatai ilgainiui gali skirtis, jei keičiasi konkurencijos dinamika. Taip gali būti, pavyzdžiui, kai konkurencijos sąlygos atskirose geografinėse teritorijose ilgainiui susilygina ir tampa pakankamai vienodos, todėl teritorijos, kurios iš pradžių buvo

paslaugų rinkos, kai atitinkama produkto rinka įvairiose bylose apibrėžiama kaip internetinės reklamos ploto teikimo rinka, atskirta nuo neinternetinės reklamos ploto, o atitinkama geografinė rinka įvairiose bylose apibrėžiama kaip nacionalinė rinka arba atitinkanti lingvistines ribas Europos ekonominėje erdvėje; žr., pavyzdžiui, bylos M.4731 *Google / DoubleClick* 56 ir 83–84 punktus; M.5727 *Microsoft / Yahoo! Search Business* 61 ir 91–93 punktus; M.7217 *Facebook / Whatsapp* 79 ir 81–83 punktus.

²⁵ Pavyzdžiui, byloje M.7932 *Dow / DuPont* Komisija, siekdama įvertinti produktų ir kainų konkurenciją, pirmiausia apibrėžė nacionalines augalų apsaugos produktų rinkas (319 ir 332 konstatuojamosios dalys). Atlikdama šį vertinimą, Komisija rėmėsi rinkos dalimis, apskaičiuotomis pagal pasėlių ir kenkėjų derinius nacionaliniu lygmeniu, tačiau taip pat naudojo pasėlių ir kenkėjų derinių grupių rinkos dalisEEE lygmeniu, nes iš jų buvo matyti rinkos dalyvių pajėgumas jų veikliųjų medžiagų portfelio lygmeniu, taip pat MTP tiekėjų pasaulinės rinkos dalis, nes iš jų buvo matyti tiekėjų, pateikiančių rinkai naujas veikliąsias medžiagas, santykinis pajėgumas (362 konstatuojamoji dalis). Antra, siekdama įvertinti, kaip agrochemijos bendrovės konkuruoja atradamos ir kurdamos naujas veikliąsias medžiagas, Komisija išanalizavo inovacijų konkurenciją visoje pramonės šakoje ir inovacijų srityse, kurias sudaro pasėlių ir kenkėjų derinių grupės pasauliniu arba bent jau EEE lygmeniu (352 ir 361 konstatuojamosios dalys).

²⁶ Žr. bylas M.6497 *Hutchison 3G Austria / Orange Austria* ir M.8808 *T-Mobile Austria / UPC Austria*. Pirmoje byloje Komisija pradėjo nuo numatomos rinkos, kurią sudarė judriojo ryšio duomenų paslaugos, ir nustatė, kad judriojo ryšio duomenų paslaugų pakeičiamumas fiksuotojo interneto ryšio prieigos paslaugomis yra ribotas (57 punktą). Antroje byloje Komisija vertino, ar judriojo interneto ryšio prieigos paslaugos gali būti naudojamos prieigai prie interneto namuose taip pat, kaip ir fiksuotojo ryšio paslaugos, ir padarė išvadą, kad atitinkama produkto rinka apima ir fiksuotojo, ir judriojo ryšio technologijas, kiek tai susiję su namų ūkių klientais (39 punktą). Taip pat žr. 2007 m. sausio 30 d. Sprendimo *France Télécom / Komisija*, T-340/03, EU:T:2007:22, 88–89 punktus; 2010 m. liepos 1 d. Sprendimo *AstraZeneca / Komisija*, T-321/05, EU:T:2010:266, 96–97 punktus ir 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo *Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija*, E-12/20, EU:T:2007:22, 117 punktą.

priskiriamos atskiroms geografinėms rinkoms, vėliau įtraukiamos į tą pačią geografinę rinką²⁷.

- (16) Šešta, kai byloje reikia atlikti perspektyvinį vertinimą, Komisija gali atsižvelgti į numatomus rinkos struktūros pokyčius. Struktūriniai rinkos pokyčiai skiriasi nuo aspektų, susijusių su potencialių konkurentų įėjimu į rinką (potenciali konkurencija)²⁸, nes jie daro poveikį bendrai paklausos ir pasiūlos dinamikai rinkoje, taigi ir bendrai reakcijai į santykinų pasiūlos sąlygų pokyčius. Tokius struktūrinius rinkos pokyčius reikia skirti nuo pokyčių, turinčių įtakos tik atskiroms įmonėms ar vartotojams, siūlantiesiems produktus ar pageidaujantiems jų atitinkamose rinkose. Struktūriniai rinkos pokyčiai gali turėti įtakos atitinkamos produkto rinkos apibrėžimui, pavyzdžiui, kai yra pakankama tikimybė, kad rinkoje atsirastų naujų produktų rūšių²⁹; arba atitinkamos geografinės rinkos apibrėžimui, pavyzdžiui, kai artėja technologiniai pokyčiai arba reguliavimo sistemos pokyčiai³⁰. Komisija atsižvelgia į numatomus trumpalaikius ar vidutinės trukmės struktūrinius rinkos pokyčius, jei dėl jų per Komisijos vertinimui svarbų laikotarpį veiksmingai pasikeistų bendra paklausos ir pasiūlos dinamika³¹. Kad Komisija galėtų tai padaryti, turi būti aiškių požymių, kad numatomi struktūriniai pokyčiai yra pakankamai tikėtini.

²⁷ Pavyzdžiui, 2001 m. byloje M.2033 *Metso / Svedala* Komisija apibrėžė, kad kasybos kapitalinės įrangos – smulkintuvų – geografinė rinką apima visą EEE (žr. 114 punktą). Vėlesnėje 2020 m. byloje M.9585 *Outotec / Metso* (mineralinių išteklių veikla) Komisija padarė išvadą, kad atitinkama geografinė kasybos kapitalinės įrangos, t. y. malimo, flotacijos, filtravimo, geležies rūdos granuliavimo įrangos, tiekimo rinką yra pasaulinė (žr. 258–261 punktus). Be to, 1995 m. byloje M.580 *ABB / Daimler-Benz* Komisija padarė išvadą, kad geležinkelio technologijų rinkoje esama nacionalinių arba regioninių specifikacijų, kurios yra kliūtys įeiti į rinką eksportuotojams iš kitų regionų, o klientai pirmenybę teikia tame pačiame regione arba toje pačioje valstybėje narėje įsisteigusiesiems tiekėjams (22–41 punktai). Tačiau vėliau 2010 m. byloje M.5754 *Alstom Holdings / Areva T&D* Komisija padarė išvadą, kad rinką buvo bent jau EEE masto (35 punktas).

²⁸ Žr. 25 punktą.

²⁹ Pavyzdžiui, vertinant vaistus, atitinkama produkto rinką gali būti išplėsta įtraukiant į ją ruošiamus produktus, kurių klinikiniai tyrimai atliekami šiuo metu, kaip išsamiau paaiškinta 90 punkte; arba ji gali būti susiaurinta ir apimti tik konkrečią molekulę, atsižvelgiant į artėjančią originalaus vaisto generinės versijos pateikimą į rinką, žr. 2020 m. sausio 30 d. Sprendimo *Generics (UK) ir kt.*, C-307/18, EU:C:2020:52, 131 punktą.

³⁰ Byloje M.2478 *IBM / Italia / Business Solutions / JV* Komisija pažymėjo, kad anksčiau ji laikėsi nuomonės, jog IT paslaugos buvo teikiamos nacionaliniu lygmeniu, kaip antai byloje M.2195 *Cap Gemini / Vodafone*. Tačiau ji pastebėjo, kad IT paslaugoms būdinga paklausos ir pasiūlos tarptautinimo tendencija, kurią iš dalies skatino naudojimas internetu, leidžiančiu teikti paslaugas nuotoliniu būdu (25 punktas). Ši tarptautinimo tendencija buvo patvirtinta vėlesnėje byloje M.6237 *Computer Sciences Corporation / iSOFT Group*, kurioje Komisija pažymėjo, kad pagrindiniai IT paslaugų teikėjai veikė pasauliniu mastu, o klientai dažnai skelbdavo pasaulinius ir (arba) EEE masto konkursus (17–18 dalys). Šiose bylose geografinė rinką nebuvo apibrėžta.

³¹ Žr. 2020 m. sausio 30 d. Sprendimo *Generics (UK) ir kt.*, C-307/18, EU:C:2020:52, 134–135 punktus, kuriuose Teisingumo teismas nustatė, kad rinką gali būti susiaurinta ir apimti tik konkrečią molekulę, atsižvelgiant į artėjančią originalaus vaisto generinės versijos pateikimą į rinką, nes „generinių vaistų gamintojai [galėjo] tuoj pat arba netrukus patekti į rinką, ypač kai jie laikėsi išankstinės ir veiksmingos pateikimo į rinką strategijos, ėmėsi tam reikalingų veiksmų, t. y. pavyzdžiui, pateikė paraišką [dėl rinkodaros leidimo] arba sudarė tiekimo sutartis su trečiaisiais platintojais,“ ir buvo įrodymų apie „originalių vaistų gamintojo suvokiamą grėsmę, kad generinių vaistų gamintojai nedelsiant įeis į rinką“.

Įrodymai turi būti patikimi³² ir neapsiriboti vien prielaidomis, kad stebimos tendencijos išliks arba kad tam tikros įmonės pakeis savo elgesį.

- (17) Septinta, sąvoka „atitinkama rinka“ Sąjungos konkurencijos teisėje skiriasi nuo sąvokos „rinka“, vartojamos kitame kontekste, ypač verslo srityje. Įmonės dažnai vartoja sąvoką „rinka“ nurodydamos teritoriją ar vietą, kurioje jos parduoda savo produktus, arba apskritai pramonės šaką ar sektorių, kuriam jos priklauso. Pavyzdžiui, įmonės gali sakyti, kad jos veikia pasaulinėje rinkoje, jei mano, kad jos konkuruoja dėl pajamų visame pasaulyje su įmonėmis iš visų žemynų. Tačiau tai nereiškia, kad visų pasauliniu mastu veikiančių įmonių produktai yra pakeičiami klientams Europos ekonominėje erdvėje (EEE) arba klientai susiduria su pakankamai vienodomis konkurencijos sąlygomis visame pasaulyje, o tai yra svarbi Komisijos rinkos apibrėžimo pagal Sąjungos konkurencijos teisę perspektyva, kaip išsamiau paaiškinta 2 skirsnyje. Be to, „rinkos“ sąvoka ar apibrėžtis, vartojama ne konkurencijos teisės, o kitose teisės srityse, pavyzdžiui, elektroninių ryšių³³, neturi lemiamos įtakos taikant Sąjungos konkurencijos teisę.
- (18) Aštunta, Komisijai nereikia daryti galutinės išvados dėl tikslios rinkos apimties, jei dėl skirtingų galimų rinkos apibrėžimų Komisijos vertinimo rezultatai nepasikeistų. Tokiais atvejais Komisija gali neapibrėžti rinkos, taip padidindama rinkos apibrėžimo vertinimo veiksmingumą. Komisija gali neapibrėžti rinkos³⁴ tiek tais atvejais, kai konkurencijos problemų kyla nepriklausomai nuo taikomo rinkos apibrėžimo³⁵, tiek tais atvejais, kai konkurencijos problemų nekyla

³² Daugiau informacijos apie tai, kaip Komisija renka ir vertina rinkos apibrėžimo įrodymus, pateikiama 3.4 skirsnyje.

³³ Žr. visų pirma 2020 m. gruodžio 18 d. Komisijos rekomendaciją (ES) 2020/2245 dėl elektroninių ryšių sektoriaus atitinkamų produktų ir paslaugų rinkų, kurioms gali būti taikomas *ex ante* reguliavimas pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą (ES) 2018/1972, kuria nustatomas Europos elektroninių ryšių kodeksas (pranešta dokumentu Nr. C(2020) 8750), C/2020/8750 (OL L 439, 2020 12 29, p. 23–31).

³⁴ Diferencijuotų produktų rinkų atvejais bendros atitinkamos rinkos apibrėžimas neturi įtakos galimybei nustatyti skirtingą konkurencijos dinamiką kai kuriuose rinkos segmentuose, tiksliai nenustatant segmento ribų. Atlikus koncentracijos, apie kurią pranešta, konkurencijos analizę gali būti nustatyta, kad koncentracija nevienodai trukdo konkuruoti visose atitinkamos rinkos dalyse, tačiau tai neturi įtakos pačiam šios rinkos apibrėžimui ir nekelia abejonių dėl jo; žr. 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimo *Wieland-Werke / Komisija*, T-251/19, EU:T:2022:296, 40–41, 64 ir paskesnius punktus.

³⁵ Pavyzdžiui, žr. sprendimą byloje M.10078 *Cargotec / Konecranes*, kuriame Komisija neapibrėžė nei apžarginių ir šaudyklinių transporterių produkto (kuri gali būti apibrėžiama bendrai arba skirstant į apžarginių ir šaudyklinių transporterių segmentus), nei geografinės (EEE masto arba pasaulinės) rinkos, nes sandoris kėlė problemų pagal bet kurią iš šių galimų rinkos apibrėžimų (126 ir 376 konstatuojamosios dalys).

Be to, atlikdama vertinimus pagal Susijungimų reglamentą, Komisija gali neapibrėžti rinkos tais atvejais, kai po pradinio tyrimo kyla didelių abejonių tik dėl vienos iš kelių galimų atitinkamų rinkų, tačiau vertinamos įmonės pateikia įsipareigojimus, tinkamus tam, kad koncentracija būtų suderinama su vidaus rinka; žr., pavyzdžiui, bylos M.8785 *The Walt Disney Company / Twenty-First Century Fox* 85 punktą.

Sprendimuose dėl įsipareigojimų pagal Reglamento Nr. 1/2003 9 straipsnį Komisija taip pat gali neapibrėžti rinkos, jei po pradinio tyrimo vertinama (-os) įmonė(s) pateikia įsipareigojimus, kurių pakanka pradinėms problemoms išspręsti. Žr., pavyzdžiui, bylos AT.37966 *Distrigaz* 11 punktą ir bylos AT.40153 E. knygų didžiausio palankumo statusas ir susiję klausimai (*Amazon*) 48 punktą.

nepriklausomai nuo taikomo rinkos apibrėžimo³⁶. Kai rinka nėra apibrėžiama, Komisija paprastai atlieka visų galimų alternatyvių rinkos apibrėžimų konkurencijos vertinimą, tačiau jos atliekamos konkurencijos analizės išsamumas vertinamose alternatyviose rinkose gali skirtis³⁷.

2. ATITINKAMOS RINKOS SĄVOKA IR BENDROJI METODIKA

2.1. Atitinkamos produkto rinkos ir geografinės rinkos sąvoka

- (19) Pagal Teisingumo Teismo arba Europos Sąjungos Bendrojo Teismo (toliau – Sąjungos teismai) praktiką ir Komisijos praktiką atitinkama rinka, kurioje Komisija vertina konkurencijos dinamiką, paprastai apibrėžiama pagal produkto ir geografinį aspektą.
- (20) Atitinkama produkto rinka apima visus produktus, kuriuos klientai laiko pakeičiamais tarpusavyje arba pakeistiniais vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktu (-ais) remiantis produktų savybėmis, jų kainomis ir numatoma paskirtimi, atsižvelgiant į konkurencijos sąlygas ir pasiūlos bei paklausos struktūrą rinkoje³⁸.
- (21) Atitinkama geografinė rinka apima teritoriją, kurioje vertinama (-os) įmonė(s) tiekia atitinkamus produktus arba jų pageidauja, kurioje konkurencijos sąlygos yra pakankamai vienodos ir kurią galima atskirti nuo kaimyninių geografinių teritorijų, visų pirma dėl to, kad konkurencijos sąlygos tose teritorijose reikšmingai skiriasi³⁹.
- (22) Tam tikrais atvejais apibrėžiant atitinkamą produkto ir geografinę rinką taip pat gali būti svarbūs laiko aspektai, pavyzdžiui, kai tokie veiksniai, kaip

³⁶ Žr., pavyzdžiui, 2017 m. spalio 26 d. Sprendimo *KPN / Komisija*, T-394/15, EU:T:2017:756, 60 punktą ir 2003 m. liepos 8 d. Sprendimo *Verband der freien Rohrwerke ir kt. / Komisija*, T-374/00, EU:T:2003:188, 107 ir 110 punktus. Žr., pavyzdžiui, sprendimą byloje M.9695 *LVMH / Tiffany*, kurioje Komisija nepateikė tikslaus produkto ir geografinės rinkos apibrėžimo įvairių prabangos prekių kategorijų atžvilgiu, nes, nepriklausomai nuo tikslios produkto ir geografinės rinkos apibrėžimo apimtys, nekilo jokių konkurencijos problemų (25, 31, 46, 52, 57, 58 ir 72 punktai).

³⁷ Pavyzdžiui, Komisija, vertindama konkurenciją koncentraciją, susijusią su horizontaliaisiais sutapimais, atveju, gali sutelkti dėmesį į tas alternatyvias rinkas, kuriose vertinamų įmonių sutapimai yra didžiausi ir kuriose yra mažiau tiesioginio konkurencinio spaudimo rinkoje. Tuomet Komisija gali padaryti išvadą, kad, jei sutapimai nekelia konkurencijos problemų toje rinkoje, jie nekelia konkurencijos problemų ir alternatyviose rinkose. Žr., pavyzdžiui, bylą M.10339 *KKR / Landal*, kurioje Komisija, atlikdama vertinimą, daugiausia dėmesio skyrė siauriausiai alternatyviai produkto rinkai, apibrėžtai kaip atostogų parkai, kurioje šalių veikla sutapo labiausiai (23 ir tolesni punktai).

³⁸ Žr. 2020 m. sausio 30 d. Sprendimo *Generics (UK) ir kt.*, C-307/18, EU:C:2020:52, 129 punktą ir 1979 m. vasario 13 d. Sprendimo *Hoffmann-La Roche / Komisija*, C-85/76, EU:C:1979:36, 51 punktą. Ši apibrėžtis taip pat atspindi Susijungimų įgyvendinimo reglamento I priedo 6.1 skirsnyje [nuoroda bus patikrinta įsigaliojus naujam Susijungimų įgyvendinimo reglamentui].

³⁹ Žr. 2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimo *Cableuropa ir kt. / Komisija*, T-346/02 ir T-347/02, EU:T:2003:256, 115 punktą; 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimo *NVV ir kt. / Komisija*, T-151/05, EU:T:2009:144, 52 punktą ir 1978 m. vasario 14 d. Sprendimo *United Brands / Komisija*, C-27/76, EU:C:1978:22, 11 punktą. Ši apibrėžtis taip pat atspindi Susijungimų reglamento 9 straipsnio 7 dalyje ir Susijungimų įgyvendinimo reglamento I priedo 6.2 skirsnyje.

sezoniskumas arba piko ir ne piko metas, daro įtaką klientų prioritetams arba pasiūlos struktūrai⁴⁰.

- (23) Šiame pranešime paaiškinama, kaip Komisija taiko apibrėžtis, pateiktas 20 ir 21 punktuose.

2.2. Bendroji rinkos apibrėžimo metodika

- (24) Kaip paaiškinta 1.2 skirsnyje, pagrindinis rinkos apibrėžimo tikslas yra sukurti sistemą, kuri padėtų struktūrizuoti ir palengvintų konkurencijos vertinimą, sistemingai nustatant tiesioginį konkurencinį spaudimą, su kuriuo susiduria vertinama (-os) įmonė(s), siūlydama (-os) tam tikrus produktus klientams tam tikroje teritorijoje.
- (25) Įmonės susiduria su konkurenciniu spaudimu, kurio šaltiniai yra trys: paklausos pakeičiamumas, pasiūlos pakeičiamumas ir potenciali konkurencija. Paklausos pakeičiamumas yra tiesioginė ir veiksmingiausia tam tikro produkto tiekėjus drausminanti jėga⁴¹. Įmonės įtaka dominuojančioms pardavimo sąlygoms, pavyzdžiui, kainoms, priklauso nuo to, kaip lengvai jos klientai gali pereiti prie esamų produktų, kuriuos klientai laiko pakaitalais⁴². Tam tikrais atvejais pasiūlos pakeičiamumas taip pat gali būti svarbus apibrėžiant atitinkamą rinką, t. y. kai jis yra toks pat tiesioginis ir veiksmingas kaip paklausos pakeičiamumas. Priešingai, dėl ne tokio tiesioginio konkurencinio spaudimo, kuris neatitinka pasiūlos pakeičiamumo kriterijų, t. y. tiesioginio ryšio ir veiksmingumo, reikia analizuoti papildomus veiksnius, įskaitant aplinkybes, susijusias su pateikimo į rinką sąlygomis, ir į juos atsižvelgiama atliekant konkurencijos vertinimą kaip į spaudimą, atsirandantį dėl potencialios konkurencijos⁴³.
- (26) Paklausos ir pasiūlos pakeičiamumo vertinimas padeda nustatyti atitinkamoje rinkoje esančius produktus, taigi ir šioje rinkoje veikiančius tiekėjus. Kad konkurencijos vertinimas būtų naudingas, apibrėžiant rinką taip pat reikia nustatyti klientus, kurie gali susidurti su panašiu nagrinėjamo elgesio ar koncentracijos poveikiu. Todėl sprendama, kurie klientai patenka į atitinkamą rinką, Komisija daugiausia dėmesio skiria tam, kiek klientai susiduria su

⁴⁰ Pavyzdžiui, laiko aspektai buvo svarbūs apibrėžiant rinką byloje M.5467 *RWE / Essent*, kurioje Komisija išskyrė piko ir ne piko valandas elektros energijos gamybos ir didmeninio tiekimo srityje (žr. 32 punktą), ir byloje M.8869 *Ryanair / Laudamotion*, kurioje ji išskyrė vasaros ir žiemos sezoną keleivinio oro transporto srityje (žr. 96–97 punktus).

⁴¹ 2006 m. liepos 4 d. Sprendimas *easyJet / Komisija*, T-177/04, EU:T:2006:187, 99 punktas.

⁴² Tam tikrose rinkose paklausą gali lemti ne galutinis produkto vartotojas (arba ne vien tik jis), bet ir kitos suinteresuotosios šalys, kurių interesai nebūtinai sutampa su galutinio vartotojo interesais. Pavyzdžiui, farmacijos rinkose pacientai yra galutiniai vaistų vartotojai, gydytojai parenka receptinį vaistą arba gali patarti pacientams, kokį nereceptinį vaistą vartoti, o draudimo schemos lėšomis paprastai padengiamos visos skirto vaisto išlaidos arba jų dalis. Apibrėždama atitinkamą rinką, Komisija atsižvelgia į šiuos ypatumus.

⁴³ Bendrasis Teismas yra išaiškinęs, kad „potenciali konkurencija ir pasiūlos pakeičiamumas yra konceptualiai skirtingi klausimai, <...>, šie klausimai iš dalies sutampa, nes skirtumas visų pirma yra tas, ar konkurencijos ribojimas yra tiesioginis, ar ne“, 2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimas *Atlantic Container Line ir kt. / Komisija*, sujungtos bylos T-191/98, T-212/98-T-214/98, EU:T:2003:245, 834 punktas.

panašiomis ar skirtingomis konkurencijos sąlygomis. Tai aktualu geografiniu požiūriu, kai Komisija į atitinkamą geografinę rinką įtraukia tas vietas, kuriose klientai susiduria su pakankamai vienodomis konkurencijos sąlygomis. Komisija taip pat gali išskirti klientų grupes, kurios susiduria su iš esmės skirtingomis konkurencijos sąlygomis skirtingomis aplinkybėmis, pavyzdžiui, kai skirtingoms klientų grupėms taikomos skirtingos kainos⁴⁴.

2.2.1. Bendroji produktų rinkų apibrėžimo metodika

2.2.1.1. Paklausos pakeičiamumas

- (27) Kaip nurodyta 20 ir 25 punktuose, pagrindinis metodas, kurį Komisija taiko apibrėždama atitinkamą produkto rinką, yra produktų pakeičiamumo vertinimas iš vartotojo perspektyvos (paklausos pakeičiamumas). Pakankamai stiprus paklausos pakeičiamumas atsiranda tada, kai klientai gali lengvai pereiti prie lengvai prieinamų alternatyvių produktų. Kai yra pakankamas skirtingų tiekėjų produktų paklausos pakeičiamumas, Komisija šiuos produktus priskiria tai pačiai atitinkamai produkto rinkai.
- (28) Nagrinėdama įvairius įrodymus, Komisija nustato produktų, kuriuos vertinamos (-ų) įmonės (-ių) klientai laiko veiksmingais pakaitalais, asortimentą ir jų pakeičiamumą vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktais. Tokie įrodymai, atsižvelgiant į kiekvienos bylos reikalavimus ir ypatumus, apima rodiklius, rodančius priežastis, dėl kurių klientai vieną produktą pakeistų kitu, pavyzdžiui, klientų prioritetus, susijusius su produkto savybėmis, kainomis, numatoma paskirtimi ir kliūtimis pakeisti produktą kitu bei pakeitimo išlaidas. Jie apima ir tiesioginius pakeičiamumo rodiklius, pavyzdžiui, buvusio ar hipotetinio pakeičiamumo įrodymus. Išsamesnė informacija apie įrodymus, kuriais Komisija remiasi vertindama paklausos pakeičiamumą, pateikiama 3.2 skirsnyje.
- (29) Pagrindinis klausimas, į kurį reikia atsakyti nagrinėjant šiuos įrodymus, yra tai, kokių mastu ir prie kokių lengvai prieinamų alternatyvių produktų (jei tokių yra) vertinamos (-ų) įmonės (-ių) klientai pereitų, pablogėjus vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktų pasiūlos sąlygoms, palyginti su kitais produktais⁴⁵. Operatyviniais ir praktiniais tikslais šiame vertinime paprastai daugiausia dėmesio skiriama reakcijai į kainų padidėjimą, tačiau taip pat galima atsižvelgti į kitų konkurencijos parametrų, pavyzdžiui, kokybės ar inovatyvumo, pokyčius, kaip nurodyta 12 punkte.
- (30) Konceptualiai šis metodas reiškia, kad, pradedant nuo numatomos rinkos, kurioje iš pradžių yra vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktas (-ai) arba produktų rūšis, kuris (-ie) yra konkurencijos vertinimo objektas, į numatomą rinką įtraukiami alternatyvūs produktai mažėjančia tvarka pagal tai, kiek klientai pakeistų vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktus šiais alternatyviais produktais. Šis procesas tęsiamas tol, kol nustatomi visi lengvai prieinami pakaitiniai

⁴⁴ Išsamiau apie tai, kaip Komisija apibrėžia rinką esant kainų diskriminacijai, žr. 4.2 skirsnį.

⁴⁵ Lygiavertė analizė taikoma su pirkimo rinkomis susijusiose bylose, kai atskaitos taškas, nuo kurio pradedamos analizuoti pakeitimo reakcijos, būtų tiekėjas, o testas skirtas nustatyti alternatyvius tiekėjo produktų platinimo kanalus ar pardavimo vietas.

produktai, kurie pakankamai riboja nustatytų įmonių produktų pasiūlos sąlygas. Atitinkama rinka apima visus šiuos nustatytus produktus.

- (31) Teorinis kriterijus, naudojamas nustatyti, ar nustatyti visi pakankamai artimi pakaitalai, yra tas, ar hipotetinis monopolistas numatomoje rinkoje galėtų naudotis įtaka rinkoje. Šį klausimą galima įvertinti paklausus, ar hipotetiniam monopolistui numatomoje rinkoje būtų pelninga įgyvendinti nedidelį, bet reikšmingą nelaikiną kainos padidinimą (angl. *small but significant non-transitory increase in price*, toliau – SSNIP testas)⁴⁶. Jei hipotetiniam monopolistui toks kainos padidėjimas yra nepelningas, papildomų pakaitalų įtraukimo į numatomą rinką procesas tęsiamas įtraukiant kitą artimiausią pakaitalą. Jei kainų didinimas yra pelningas hipotetiniam monopolistui, procesas sustabdomas ir produktai numatomoje rinkoje sudaro atitinkamą rinką.
- (32) Kai įmonės konkuruoja ne pagal kainas, o kitus parametrus, pavyzdžiui, kokybę ar inovatyvumą, SSNIP testą taikyti sudėtinga, ypač nulinės piniginės kainos produktų⁴⁷ ir labai novatoriškų pramonės šakų atveju. Papildomų sunkumų kyla priklausomai nuo atliekamo vertinimo rūšies. Kai vertinant daugiausia dėmesio skiriama vertinamos (-ų) įmonės (-ų) įtakos rinkoje pokyčiui, pavyzdžiui, atliekant koncentracijų, susijusių su horizontaliaisiais sutapimais, analizę, SSNIP testas paprastai gali būti taikomas pagal dominuojančią rinkos kainą. Tačiau kitaip gali būti tuo atveju, kai daugiausia dėmesio skiriama vertinamos (-ų) įmonės (-ių) esamos įtakos rinkoje vertinimui, pavyzdžiui, apibrėžiant rinkas, kai vertinama, ar esama dominavimo pagal SESV 102 straipsnį⁴⁸. Be to, dėl

⁴⁶ Paprastai SSNIP laikomas 5–10 proc. kainos padidinimas, taikomas vienam ar keliems numatomos rinkos produktams, įskaitant bent vieną vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktą. Tačiau kainos padidinimo mastas ir jo taikymo būdas gali priklausyti nuo konkrečios nagrinėjamos bylos. Pavyzdžiui, kai vertinamos įmonės sukuria palyginti nedidelę pridėtinę vertę tiekimo grandinėje (nes žaliavos ar išsijęjami komponentai sudaro didelę visos kainos procentinę dalį), klausimą, ar hipotetinis monopolistas gali turėti įtaką rinkoje, galima geriau vertinti atsižvelgiant į jo poveikį šiai pridėtinei vertei. Todėl tokiais atvejais Komisija gali taikyti SSNIP pridėtinei vertei, o ne pardavimo kainai. Komisija šią koncepciją taikė ir daugiausia dėmesio skyrė pridėtinei vertei (arba regioniniams priedams) byloje M.6541 *Glencore / Xstrata*, vertindama įrodymus apie importą ir cinko kainų bei maržų pokyčius skirtinguose regionuose; žr. 135–140 ir 144 punktus.

⁴⁷ Byloje AT.40099 *Google Android* Komisija vertino, ar gamintojai, naudotojai ir programėlių kūrėjai pereitų iš „Android“ programėlių parduotuvių į kitų licencijuojamų išmaniųjų mobiliųjų telefonų operacinių sistemų programėlių parduotuves nedidelio, bet reikšmingo pirmųjų kokybės nelaikino sumažėjimo (angl. *significant non-transitory decrease of quality*, SSNDQ) atveju (žr. 284–305 punktus). Apskritai SSNDQ taikomas kaip conceptuali sistema, skirta konkurenciniam spaudimui kokybiškai įvertinti. Komisija paprastai netaiko SSNDQ testo kiekybiškai, nes tai susiję su tam tikrais sunkumais, įskaitant kokybės kiekybinį įvertinimą. 2022 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo *Google ir Alphabet / Komisija*, T-604/18, EU:T:2022:541, 177 ir 180 punktuose Bendrasis Teismas patvirtino, kad „SSNDQ testas <...> buvo tinkamas įrodymas siekiant apibrėžti atitinkamą rinką“, kartu nurodydamas, kad „tikslios kiekybinės tikslinio produkto kokybės pablogėjimo normos apibrėžimas negali būti būtina SSNDQ testo taikymo sąlyga. <...> Svarbu tik tai, kad kokybės pablogėjimas išliktų nedidelis, nors ir reikšmingas ir nelaikinas“.

⁴⁸ Apskritai, kai numatomą rinką (iš esmės) sudaro vienos įmonės produktas (-ai), SSNIP testas, taikomas pagal dominuojančią rinkos kainą, visada rodo, kad atitinkama rinka turi būti platesnė nei numatoma rinka, nes kuo didesnio pelno siekiančiai įmonei iš esmės neapsimoka kelti kainos virš savo dominuojančios (didžiausią pelną užtikrinančios) kainos.

Dėl to gali atsirasti vadinamasis celofano paradoksas, kurio pavadinimas kilo iš JAV Aukščiausiojo Teismo rinkos apibrėžimo, susijusio su celofanu ir kitais pakavimo produktais (*Jungtinės Valstijos / E. I. du Pont de Nemours & Co.*, 351 U.S. 377 (1956)). Tai reiškia, kad atlikus SSNIP testą pagal dominuojančią kainą daroma klaidinga išvada, kad atitinkama rinka turi būti platesnė nei

praktinių apribojimų gali būti sunku empiriškai taikyti SSNIP testą apibrėžiant atitinkamą produkto rinką realiose bylose. Pavyzdžiui, gali būti neįmanoma surinkti patikimos informacijos apie nuostolių, kuriuos hipotetinis monopolistas patirtų įgyvendindamas SSNIP, dydį.

- (33) Todėl, nors Komisija, vertindama atitinkamą rinką, gali remtis SSNIP testo principais, ji neprivalo SSNIP testo taikyti empiriškai, o rinkos apibrėžimui pagrįsti vienodai tinka ir kitų rūšių įrodymai, kaip išsamiau aprašyta 3 skirsnyje⁴⁹. Iš tikrųjų daugeliu atvejų SSNIP testas yra tik konceptuali sistema turimiems kokybiniais įrodymams aiškinti.

2.2.1.2. Pasiūlos pakeičiamumas

- (34) Komisija taip pat gali atsižvelgti į produktų pakeičiamumą tiekėjų požiūriu (pasiūlos pakeičiamumas). Pasiūlos pakeičiamumas gali būti svarbus apibrėžiant atitinkamą rinką, kai tiekėjai naudoja tą patį turtą ir procesus susijusiems produktams, kurie nėra pakaitalai klientams, gaminti ir kai dėl to susidaro panašios konkurencijos sąlygos tokių susijusių produktų asortimente. Tokiais atvejais gali būti tikslinga tokius susijusius produktus įtraukti į atitinkamą produkto rinką, jeigu pasiūlos pakeičiamumo produktų asortimente ribojantis poveikis yra lygiavertis paklausos pakeičiamumo poveikiui veiksmingumo ir tiesioginio ryšio atžvilgiu.
- (35) Būtinios sąlygos, kad rinka būtų išplėsta remiantis pasiūlos pakeičiamumu, yra tai, kad dauguma tiekėjų, jei ne visi, galėtų keisti vieno susijusių produktų asortimentą sudarančio produkto gamybą kito produkto gamyba⁵⁰, patirdami tik

dominuojančios įmonės produktas (-ai) (žr. šios sąvokos paaiškinimus Komisijos sprendimo byloje AT.39523 *Slovak Telekom* 158–171 punktuose). Cėlofano paradoksas taip pat gali atsirasti, kai kainos yra virškonkurencinio lygio dėl bendro įmonių grupės siekio kuo labiau padidinti pelną.

Kai rinka apibrėžiama nagrinėjant bylą, kurioje reikia įvertinti esamos įtakos rinkoje dydį, pavyzdžiui, vertinant dominavimą 102 straipsnio byloje, reikia atsižvelgti į tai, kad dominuojanti kaina jau gali būti virškonkurencinio lygio. Tokiais atvejais Komisija, apibrėždama atitinkamą rinką, gali taikyti SSNIP testą, pradėdama nuo priešingos padėties scenarijaus kainos, kuri dominuotų esant (labiau) veiksmingai konkurencijai, arba gali remtis kitais įrodymais.

Priešingai, bylose, kuriose daugiausia dėmesio skiriama įtakos rinkoje pokyčiui įvertinti, ypač įtakos rinkoje pokyčiui, atsirandančiam dėl konkurencijos tarp koncentracijos, susijusios su horizontaliaisiais sutapimais, šalių panaikinimo, numatoma rinka apima bent jau atitinkamus susijungiančių šalių produktus, o SSNIP testas paprastai gali būti taikomas pagal dominuojančią kainą. Todėl vertinant įtakos rinkoje pokytį atitinkama rinka ne visada turi būti pati atitinkama rinka, kaip ir vertinant esamos įtakos rinkoje dydį.

⁴⁹ 2017 m. sausio 11 d. Sprendimo *Topps Europe / Komisija*, T-699/14, EU:T:2017:2, 82 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „Komisija nepadarė <...> akivaizdžios vertinimo klaidos savo išvadas dėl atitinkamos rinkos grįsdama surinktų įrodymų vertinimu ir neatlikdama SSNIP testo“. Panašiai, kiek tai susiję su geografinės rinkos apibrėžimu, Bendrasis Teismas 2020 m. spalio 5 d. Sprendimo *HeidelbergCement ir Schwenk Zement / Komisija*, T-380/17, EU:T:2020:471, 331 punkte pažymėjo, kad: „Kaip Komisija teisingai pažymėjo atsiliepimo į ieškinį 143 punkte, „SSNIP testas“ nėra vienintelis galimas metodas apibrėžiant atitinkamas geografines rinkas“. Taip pat žr. 2022 m. birželio 22 d. Bendrojo Teismo Sprendimo *thyssenkrupp / Komisija*, T-584/19, EU:T:2022:386, 76 ir 155 punktus ir 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo *Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija*, E-12/20, 95 punktą.

⁵⁰ 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo *Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija*, E-12/20, 160 punktas.

nereikšmingas papildomas negrįžtamasias sąnaudas ar riziką, turėtų paskatų tai daryti, kai pasikeičia santykinės kainų ar paklausos sąlygos, ir galėtų juos veiksmingai parduoti trumpuoju laikotarpiu⁵¹.

- (36) Pakankamai stipraus pasiūlos pakeičiamumo atvejų paprastai gali atsirasti tada, kai įmonės parduoda vieną skirtingos kokybės ar klasės produktą. Požiūrį į pasiūlos pakeičiamumą rodo Komisijos anksčiau atliktas nerūdijančiojo plieno plokščių rinkos vertinimas⁵². Toje byloje Komisija nustatė, kad paklausos požiūriu pirkėjai negalėjo naudoti skirtingų klasių ar klasių grupių tam pačiam tikslui. Tačiau per trumpą laiką ir naudojant tą pačią įrangą buvo galima pereiti nuo vienos klasių grupės gamybos prie kitos, o papildomos išlaidos buvo nedidelės. Kadangi nebuvo ypatingų sunkumų platinant, nerūdijančiojo plieno gamintojai galėjo konkuruoti dėl įvairių klasių užsakymų. Todėl Komisija įvairias nerūdijančiojo plieno klases įtraukė į tą pačią atitinkamą rinką.
- (37) Pasiūlos pakeičiamumas taip pat gali būti svarbus apibrėžiant rinką, kai klientai perka užsakomuosius produktus, pavyzdžiui, kai klientai skelbia statybos projektų arba traukinių ar dujų turbinų pirkimo konkursus. Tokiais atvejais skirtingiems klientams skirtų užsakomųjų produktų paklausos pakeičiamumo gali nebūti arba jis gali būti nedidelis. Vietoje to konkurencinis spaudimas atsiranda dėl kitų tiekėjų gebėjimo gaminti konkretų produktą, atitinkantį kliento poreikius. Kai tie patys tiekėjai gali pateikti ir paprastai pateikia pasiūlymus pagal skirtingų klientų specifikacijas, užsakomieji produktai gali būti įtraukti į tą pačią atitinkamą produkto rinką.
- (38) Kai tik kai kurie iš tiekėjų atitinka pirmiau minėtas pasiūlos pakeičiamumo sąlygas, produktų asortimento nereikėtų įtraukti į tą pačią atitinkamą rinką⁵³. Atlikdama konkurencijos vertinimą, Komisija vis dėlto atsižvelgia į konkurencinį spaudimą, kurį daro sąlygas atitinkantys tiekėjai, įskaitant tai, ar tikėtina, kad jie ateityje išplės atitinkamų produktų pardavimą, kai byloje reikia atlikti perspektyvinį vertinimą. Tokio požiūrio pavyzdys yra Komisijos anksčiau atliktas metalu dengto plieno rinkos vertinimas⁵⁴. Toje byloje Komisija nepripažino alavuotojo ir elektrolitiniu būdu chromu padengto plieno pasiūlos pakeičiamumo, nes tik vienas konkuruojantis tiekėjas galėjo gaminti šiuos produktus toje pačioje gamybos linijoje, o abiejų produktų gamyba pakaitinėse linijose, kurias galima sukeisti, rinkoje esminio vaidmens neturėjo. Tačiau vertindama konkurenciją Komisija atsižvelgė į tiekėjo, galinčio gaminti alavuotąjį ir elektrolitiniu būdu chromu padengtą plieną pakaitinėse linijose, daromą spaudimą.

⁵¹ Tai yra toks laikotarpis, per kurį gamintojas gali parduoti produktą klientui per laikotarpį, kuris nėra daug ilgesnis nei laikotarpis, per kurį klientas pereina prie kito (-ų) produkto (-ų) numatomoje rinkoje. Toks vertinimas priklauso nuo vertinamų produktų.

⁵² Žr. Sprendimo *Outokumpu / INOXUM* byloje COMP/M.6471 120 ir 121 punktus.

⁵³ Žr. 2010 m. balandžio 28 d. Sprendimo *Amann & Söhne ir Cousin Filterie / Komisija*, T-446/05, EU:T:2010:165, 79 punktą; taip pat žr. bylos M.5046 *Friesland Foods/Campina* 159 punktą. Taip pat žr. 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo *Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija*, E-12/20, 160 punktą.

⁵⁴ Žr. bylos M.8713 *Tata Steel / ThyssenKrupp / JV* 276–278 ir 1287–1293 konstatuojamąsias dalis dėl alavuotojo plieno vertinimo.

- (39) Panašiai, kai dėl pasiūlos pakeičiamumo reikėtų iš esmės koreguoti turimą materialųjį ir nematerialųjį turtą ne įprastomis veiklos sąlygomis, patirti daugiau nei nereikšmingas papildomas investicijas, negrįžtamas sąnaudas ar riziką, priimti ilgalaikio pobūdžio strateginius sprendimus arba vėluoti, Komisija, remdamasi pasiūlos pakeičiamumu, atitinkamos rinkos neišplečia. Taip gali atsitikti net ir tuo atveju, jei gamintojai jau gamina visą susijusių produktų asortimentą. Pavyzdžiui, nors sūrio gamintojai iš esmės gali gaminti skirtingų rūšių sūrį, gali būti, kad tam tikros rūšies sūrio gamintojas, norėdamas pakeisti gamybą ir pradėti pardavinėti kitos rūšies sūrį, patirtų didelių išlaidų ir tai ilgai užtruktų⁵⁵. Tokiais atvejais Komisija, atlikdama konkurencijos vertinimą, nagrinėja tokio pakeitimo poveikį kaip potencialios konkurencijos spaudimą.

2.2.2. Bendroji geografinių rinkų apibrėžimo metodika

- (40) Kaip nurodyta 21 ir 26 punktuose, pagrindinis metodas, kurį Komisija taiko apibrėždama atitinkamą geografinę rinką, yra konkurencijos sąlygų vertinimas. Įprastas atskaitos taškas yra klientų, kuriems atitinkamas elgesys ar koncentracija gali turėti įtakos, buvimo vietos analizė. Siekdama nustatyti tuos klientus, kurie gali susidurti su panašiu atitinkamo elgesio ar koncentracijos poveikiu, Komisija analizuoja, ar konkurencijos sąlygos tam tikroje teritorijoje, kurioje yra klientai, yra pakankamai vienodos⁵⁶ ir ar ją galima atskirti nuo kaimyninių teritorijų, nes konkurencijos sąlygos tose teritorijose reikšmingai skiriasi. Geografinės rinkos gali būti nuo vietinio iki pasaulinio masto, priklausomai nuo konkurencijos sąlygų, su kuriomis susiduria klientai.
- (41) Komisija konkurencijos sąlygas vertina nagrinėdama įvairius įrodymus. Tokie įrodymai, atsižvelgiant į kiekvienos bylos reikalavimus ir ypatumus, apima: skirtingų arba tų pačių tiekėjų buvimą geografinėse teritorijose; jų rinkos dalių ir kainų panašumus arba skirtumus; klientų prioritetų ir pirkimo elgsenos panašumus arba skirtumus; kliūtis ir išlaidas, susijusias su tiekimu klientams kitoje teritorijoje; su atstumu susijusius veiksnius, turinčius įtakos išlaidoms, turimiems kiekiams arba tiekimo patikimumui; prekybos srautus ir siuntų modelius. Išsamesnė informacija apie įrodymus, kuriais Komisija remiasi vertindama geografines rinkas, pateikiama 3.3 skirsnyje.
- (42) Apibrėždama atitinkamas geografines rinkas, Komisija paprastai analizuoja ir paklausos pakeičiamumo modelius, pavyzdžiui, perėjimą prie importo, kad nustatytų alternatyvias tiekimo galimybes vartotojams⁵⁷. Kai klientai dviejose

⁵⁵ Pavyzdžiui, byloje M.9413 *Lactalis / Nuova Castelli* rinkos tyrimas parodė, kad mocarelą gaminantys tiekėjai negalėjo pradėti gaminti rikotos, nepatirdami didelių išlaidų ir per trumpą laiką, ir analogiškai rikotos gamintojai negalėjo pradėti gaminti ir parduoti maskarponės, nepatirdami didelių išlaidų ir nevėluodami (žr. 47–48 punktus).

⁵⁶ Europos Sąjungos teismų praktikoje nuosekliai nurodoma, kad atitinkamos geografinės rinkos apibrėžimo kriterijus yra ne identiškos, o pakankamai vienodos konkurencijos sąlygos. Žr. 1978 m. vasario 14 d. Sprendimo *United Brands / Komisija*, C-27/76, EU:C:1978:22, 11 ir 44 punktus; 2003 m. liepos 8 d. Sprendimo *Verband der freien Rohrwerke ir kt. / Komisija*, T-374/00, EU:T:2003:188, 141 punktą; 2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimo *Cableuropa ir kt. / Komisija*, sujungtos bylos T-346/02 ir T-347/02, EU:T:2003:256, 115 punktą; 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimo *NVV ir kt. / Komisija*, T-151/05, EU:T:2009:144, 52 punktą; 2020 m. spalio 5 d. Sprendimo *HeidelbergCement ir Schwenk Zement / Komisija*, EU:T:2020:471, 294 punktą.

⁵⁷ Atliekant šį vertinimą galima taikyti 2.2.1.1 skirsnyje nurodytą metodą, t. y. nustatyti tiekėjus, iš kurių klientai pradėtų pirkti pasikeitus santykinėms tiekimo sąlygoms, ir taikyti SSNIP sistemą.

teritorijose alternatyvomis laiko iš esmės tuos pačius tiekėjus ir gali lengvai pakeisti pirkimo iš jų apimtį, tai kartu su kitais veiksniais gali reikšti, kad konkurencijos sąlygos abiejose teritorijose yra pakankamai vienodos, todėl abi teritorijos turėtų priklausyti tai pačiai atitinkamai geografinėi rinkai. Priešingai, kai klientai dviejose teritorijose skirtingus tiekėjus laiko alternatyviais arba kai apimtis, kurią gali pakeisti ir pakeičia importas, yra ribota, pavyzdžiui, dėl klientų prioritetų arba dėl galimo importo apimties apribojimų, tai rodo, kad konkurencijos sąlygos dviejose teritorijose nėra pakankamai vienodos⁵⁸.

- (43) Todėl vien dėl to, kad tam tikroje geografinėje teritorijoje esama importo arba jis yra galimas, nebūtinai reikia išplėsti geografinės rinkos aprėptį iki teritorijos, iš kurios importuojama. Importo kilmės teritorijoje esantys klientai gali susidurti su kitokiomis konkurencijos sąlygomis nei klientai, esantys teritorijoje, į kurią importuojama. Tokiomis aplinkybėmis, jei geografinės rinkos būtų apibrėžtos plačiai, apimant importuojamų prekių kilmės ir pristatymo teritorijas, į atitinkamą rinką gali būti klaidingai įtraukti klientai, kuriems atitinkamas elgesys ar koncentracija greičiausiai turėtų kitokį poveikį. Tai trukdytų, o ne palengvintų konkurencijos vertinimą.
- (44) Esant aplinkybėms, kurioms būdingas didelis importas, tačiau prekyba tarp tam tikrų geografinių teritorijų arba kiti pasiūlos ir paklausos veiksniai yra nepakankami, kad būtų pakankamai vienodos konkurencijos sąlygos, Komisija neišplečia atitinkamos geografinės rinkos, kad ji apimtų tokio importo kilmės teritoriją. Tačiau, atlikdama konkurencijos vertinimą ir apskaičiuodama rinkos dalis, Komisija įtraukia importą į atitinkamą geografinę rinką. Atlikdama konkurencijos vertinimą Komisija taip pat visapusiškai atsižvelgia į importo atitinkamoje rinkoje daromą konkurencinį spaudimą kitais būdais, pavyzdžiui, nagrinėdama, ar tikėtina, kad importas ateityje didės, kai byloje reikia atlikti perspektyvinį vertinimą⁵⁹.
- (45) Tai, kaip Komisija atsižvelgia į prekybos srautus apibrėždama atitinkamą geografinę rinką ir atlikdama konkurencijos vertinimą, matyti iš ankstesnio Komisijos atlikto gatavų plokščio nelegiruotojo plieno gaminių rinkos vertinimo⁶⁰. Komisija padarė išvadą, kad kelių rūšių gatavų plokščio

⁵⁸ Byloje M.7278 *General Electric / Alstom* (šilumos energija – atsinaujinančiosios energijos ir tinklų veikla) Komisija 50 Hz didelės galios dujų turbinų rinką apibrėžė kaip pasaulinę, išskyrus Kiniją ir Iraną, nes kai kurie pasauliniai tiekėjai susidūrė su kliūtimis tiekti produkciją klientams šiose dviejose teritorijose (žr. 162–191 punktus). Byloje AT.40099 *Google Android* Komisija apibrėžė išmaniųjų mobiliųjų operacinių sistemų licencijavimo ir „Android“ programėlių parduotuvių rinką kaip pasaulinę, išskyrus Kiniją, nes įmonės veikla Kinijoje buvo ribojama teisės aktais (406–410 punktai).

⁵⁹ Byloje M.9592 *Freudenberg / L&B* Komisija padarė išvadą, kad neaustinių ir kitų audinių rinkos apima bent jau visą EEE (50–53 punktai), ir leido vykdyti koncentraciją, nes Azijos konkurentai ir toliau darytų pakankamą konkurencinį spaudimą vertinamoms įmonėms (žr. 98–137 punktus dėl neaustinių pirminių kiliminių dangų, skirtų naudoti statyboje, ir 152–180 punktus dėl neaustinių pirminių kiliminių dangų, skirtų naudoti automobiliuose).

⁶⁰ M.8444 *ArcelorMittal / Ilva* 7.2.4 skirsnis (320–326 konstatuojamosios dalys) dėl geografinės rinkos apibrėžimo ir 9.4.5.2–9.4.5.9 skirsniai (637–750 konstatuojamosios dalys) dėl konkurencijos vertinimo, susijusio su importo daromu spaudimu. Komisija atliko išsamią importo daromo konkurencinio spaudimo analizę ir nustatė, kad didelė importo apimtis pati savaime nėra pakankamo spaudimo kainoms rodiklis, ne EEE gamintojai yra maži ir atskirai daro nedidelę įtaką kainoms EEE, importas, palyginti su vietos produktais, yra mažiau patikimas tiekimo EEE vartotojams šaltinis, empiriniai duomenys rodo, kad importo reakcija į kainų padidėjimą greičiausiai nepakankama, kad būtų išvengta kainų padidinimo, importo galimybės daryti konkurencinį spaudimą EEE gamintojams

nelegiruotojo plieno gaminių atitinkamos geografinės rinkos nėra platesnės nei EEE, nes rinkos struktūros įvairiuose pasaulio regionuose skyrėsi, tiekimas vyko labai dideliu mastu regioniniu lygmeniu, o gaminių kainos įvairiuose pasaulio regionuose labai skyrėsi. Vis dėlto atliekant konkurencijos vertinimą buvo išsamiai įvertintas importo daromas konkurencinis spaudimas.

3. RINKŲ APIBRĖŽIMO PROCESAS

3.1. Bendras požiūris į rinkos apibrėžimą praktikoje

- (46) Praktikoje Komisija paprastai gali preliminarai nustatyti labiausiai tikėtinas atitinkamas produktų ir geografines rinkas, kuriose turėtų būti vertinama konkreti koncentracija ar elgesys, remdamasi lengvai prieinama informacija, atitinkamomis rinkomis, nustatytomis ankstesniuose Komisijos sprendimuose tose pačiose ar panašiose pramonės šakose, arba vertinamos (-ų) įmonės (-ių) pateikta informacija. Dažnai tokių galimų alternatyvių atitinkamų rinkų skaičius yra ribotas. Tuomet Komisija, atsižvelgdama į tyrimo metu surinktus įrodymus, jei reikia, pakoreguoja savo pradines darbinės hipotezes apie atitinkamas produktų ir geografines rinkas. Daugeliu atvejų Komisijos sprendime pateikiamam konkurencijos vertinimui struktūrizuoti ir palengvinti pakanka paviršutiniškai išnagrinėti alternatyvius galimus rinkos apibrėžimus, todėl nebūtina atlikti išsamios analizės, kad būtų padaryta išvada dėl kiekvienos atitinkamos rinkos apibrėžimo. Priklausomai nuo bylos specifikos, Komisija savo sprendimuose gali išdėstyti ir įvertinti alternatyvius rinkos apibrėžimus, pradėdama nuo galimų platesnių arba galimų siauresnių rinkų.
- (47) 3.2 ir 3.3 skirsniuose aprašyti įvairūs veiksniai, kurie gali būti svarbūs apibrėžiant atitinkamas produktų ir geografines rinkas. 3.4 skirsnyje aprašyta, kaip Komisija renka ir vertina šių skirtingų veiksmų įrodymus. Tai nereiškia, kad kiekvienoje konkrečioje byloje Komisija turi gauti įrodymus apie visus minėtus veiksmus ir juos įvertinti. Praktikoje dažnai pakanka įrodymų, susijusių su tam tikru šių veiksmų rinkiniu, kad Komisija galėtų padaryti išvadą dėl atitinkamos rinkos.

3.2. Produktų rinkų apibrėžimo įrodymai

- (48) Vadovaudamasi 2 skirsnyje nurodytais principais, Komisija, apibrėždama atitinkamą produkto rinką, pirmiausia dėmesį skiria įrodymams, susijusiems su paklausos pakeičiamumu, tačiau ji taip pat gali atsižvelgti į įrodymus, susijusius su pasiūlos pakeičiamumu, jei tenkinamos atitinkamos 2.2.1.2 skirsnyje nustatytos sąlygos. Toliau išvardytos įrodymų kategorijos gali būti svarbios vertinant paklausos ir pasiūlos pakeičiamumą siekiant apibrėžti atitinkamą produkto rinką.

3.2.1. Įrodymai, svarbūs paklausos pakeičiamumui

- (49) *Produktų savybės, kainos, numatoma paskirtis ir bendrieji klientų prioritetai.* Įrodymai, susiję su tokiais elementais kaip produkto savybės (įskaitant ir

labai sumažėjo, importas galėjo patenkinti tik dalį EEE pirkėjų paklausos, o EEE tiekėjai tam tikru mastu taip pat buvo importo sargai.

produkto kokybę ar inovatyvumą), kainos ir numatoma paskirtis, kurie dažnai yra lengvai prieinami, paprastai yra naudingi nustatant galimų pakaitalų, kurie yra prieinami vertinamos (-ų) įmonės (-ių) klientams, asortimentą.

- (50) Tačiau įvertinimo, ar produktai yra panašūs pagal stebimas savybes, ar jų kainos yra panašios⁶¹, ar produktai naudojami pagal tą pačią numatomą paskirtį⁶², gali nepakakti siekiant nustatyti, ar du produktai yra paklausos pakaitalai. Taip yra todėl, kad tokie svarstymai gali tiksliai neatspindėti, kaip klientai vertina produkto savybes ir kaip klientai reaguotų į santykinį pasiūlos sąlygų pokyčius, pavyzdžiui, kainos padidinimą. Ir atvirkščiai, produkto savybių, kainų ir numatomos paskirties skirtumai ne visada gali būti pakankami siekiant nustatyti, kad du produktai priklauso skirtingoms produktų rinkoms⁶³.
- (51) Todėl Komisija vertina pagrindines priežastis, dėl kurių klientai vieną produktą pakeistų kitu arba ne, siekdama nustatyti parametrus, kurie yra svarbiausi klientų pasirinkimui. Klientų pasirinkimą gali lemti ne tik produkto kaina, bet ir įvairūs kiti parametrai, pavyzdžiui, jo inovatyvumas arba kokybė, įvairiais būdais, kaip nurodyta 12 punkte. Taip pat gali būti svarbūs platinimo kanalų, įskaitant internetinius ir neinternetinius kanalus⁶⁴, skirtumai arba reguliavimo sistema⁶⁵. Nustatydama tuos parametrus, kurie yra svarbiausi vartotojų pasirinkimui, Komisija gali palyginti produktus pagal tuos parametrus, o tai yra informatyvu siekiant įvertinti jų pakeičiamumą.
- (52) *Ankstesnio pakeičiamumo įrodymai.* Tam tikrais atvejais gali būti įrodymų, kad po praeities struktūrinių pokyčių, įvykių ar sukrėtimų rinkoje įvyko skirtingų produktų pakeitimas. Tokie įrodymai paprastai yra informatyvūs klientų

⁶¹ Kalbant apie kainų pokyčių laikui bėgant įrodymus galima pastebėti, kad bendrus kainų pokyčius gali lemti daug įvairių veiksnių, nesusiėjusių su paklausos pakeičiamumu. Kita vertus, jei nėra bendrų kainų pokyčių arba yra kainų skirtumų, tai paprastai rodo, kad produktai greičiausiai nėra paklausos pakaitalai. Todėl bendrų kainų pokyčių analizė, įskaitant kiekybinius metodus (kainų koreliacijos ar nekintamumo analizė), iš esmės yra informatyvesnė, kai rodo, kad du produktai nėra toje pačioje rinkoje.

⁶² Pavyzdžiui, Komisija anksčiau yra apibrėžusi atskiras tam tikrų maisto produktų rinkas nepaisant to, kad jų numatoma paskirtis žmonių mitybai yra tokia pati. Byloje M.7220 *Chiquita Brands International / Fyffes* Komisija bananus apibrėžė kaip atskirą nuo kitų šviežių vaisių produkto rinką (29–34 punktai).

⁶³ Pavyzdžiui, byloje AT.38477 *British Airways / SN Brussels*, nepaisant to, kad geležinkelių ir oro transporto paslaugos maršrutu Briuselis–Londonas skiriasi pagal produkto savybes, turimi įrodymai rodo, kad tarp šių paslaugų esama įvairiarūšės konkurencijos, todėl Komisija padarė išvadą, kad atitinkama rinka yra platesnė nei tiesioginės oro transporto paslaugos ir apima geležinkelių transportą (18–21 ir 23 punktai).

⁶⁴ Siekdama nustatyti, ar internetiniai ir neinternetiniai pardavimo kanalai priklauso tai pačiai produkto rinkai, Komisija gali įvertinti, ar klientai mano, kad šie kanalai pasižymi skirtingomis savybėmis, pavyzdžiui, kainų lygiu, klientų aptarnavimo kokybe, pristatymo laiku ir logistikos išlaidomis, darbo laiku, poreikiu prieš perkant išbandyti produktą ir abiejų kanalų siūlomų produktų asortimento skirtumais. Žr., pavyzdžiui, bylą M.8394 *Essilor / Luxottica*, kurioje Komisija vertino, ar mažmeninės prekybos optikos produktais rinka turėtų būti suskirstyta į internetinių ir neinternetinių kanalų segmentus (83–89 ir 139 konstatuojamosios dalys).

⁶⁵ Pavyzdžiui, reguliavimo sistemoje gali būti nustatyta, kad išduodami vaistus vaistininkai tam tikromis sąlygomis turi automatiškai pakeisti originalią vaisto versiją pigesne generine versija.

prioritetų atžvilgiu, ypač kai pakeitimą lemia išorinis⁶⁶ vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktų santykinės pasiūlos sąlygų pasikeitimas – netikėtas kainų šuolis ar kitas panašus įvykis. Naujų produktų pateikimas į rinką taip pat gali suteikti naudingos informacijos, kai galima tiksliai išanalizuoti, kurių produktų pardavimas sumažėjo dėl naujo produkto⁶⁷. Panašiai ir kiekių pokyčiai, susiję su reakcija į tiekėjo pasitraukimą iš rinkos arba tam tikrų produktų (laikinu) neprieinamumu (pavyzdžiui, dėl gamybos sutrikimų), gali būti informatyvūs kalbant apie pakeičiamumo modelius⁶⁸. Bet kuriuo atveju Komisija tikrina, ar reakcija į reikšmingą pokytį, pavyzdžiui, visišką produkto neprieinamumą, gali būti laikoma orientyru, rodančiu reakciją į mažesnius santykinių pasiūlos sąlygų pokyčius. Kai kuriais atvejais įmonės taip pat gali rinkti svarbią informaciją apie paklausos pakaitalus įprastinės veiklos metu. Pavyzdžiui, įmonė gali turėti duomenų apie klientus, kuriuos ji prarado, ir klientus, kuriuos ji įgijo, taip pat apie konkurentus, kurie tuos klientus įgijo / prarado. Priešingai, įrodymai apie tai, kad klientai atsisako produkto dėl veiksnų, nesusijusių su santykinių pasiūlos sąlygų pokyčiais, yra mažiau informatyvūs paklausos pakeičiamumo atžvilgiu, nes tokie pokyčiai veikiau atspindi produkto migraciją, t. y. vartojimo įpročių ir prioritetų pokyčius bėgant laikui⁶⁹.

- (53) Kai yra pakankamai duomenų apie pakeičiamumą praeityje, gali būti įmanoma apskaičiuoti kiekybinius skirtingų produktų pakeičiamumo rodiklius. Pavyzdžiui, gali būti įmanoma apskaičiuoti produktų, kurie galėtų būti pakaitalais, nukreipimo koeficientus, t. y. apskaičiuoti vieno produkto prarastos apimties dalį, kuri nukreipiama į kiekvieną produktą, kuris galėtų būti pakaitalas, arba, taikant ekonometrinius metodus^{70,71}, įvertinti produkto

⁶⁶ Išorinis pasiūlos sąlygų pokytis arba sukrėtimas atsiranda dėl netikėtų įvykių, neturinčių tiesioginio poveikio paklausai.

⁶⁷ Pavyzdžiui, byloje M.5335 *Lufthansa / SN Airholding* Komisija vertino, ar Antverpeno oro uostas gali pakeisti Briuselio oro uostą. Atsižvelgdama į tai, Komisija nagrinėjo „VLM Airlines“ atėjimą į rinką siekiant vykdyti skrydžius maršrutu Antverpenas–Mančesteris, konkuruojant su SN skrydžiais maršrutu Briuselis–Mančesteris (žr. 96 ir 100–101 punktus).

⁶⁸ Pavyzdžiui, byloje M.6576 *Munksjö / Ahlstrom* Komisija, vertindama atitinkamą iš anksto impregnuoto popieriaus produkto rinką, atsižvelgė į tai, kad konkurentas nutraukė iš anksto impregnuoto popieriaus gamybą, ir įvertino, kurie konkurentai įgijo jo klientus (žr. 189 punktą).

⁶⁹ Pavyzdžiui, byloje M.6576 *Munksjö / Ahlstrom* Komisija nustatė, kad pastebėtą standartinio dekoratyvinio popieriaus pakeitimą iš anksto impregnuotu popieriumi baldų pramonėje daugiausia lėmė strateginiai didelio kliento, esančio tolesnėje vertės grandinės vietoje, investiciniai sprendimai, todėl trumpalaikiai santykinų iš anksto impregnuoto popieriaus kainų pokyčiai jo nelėmė ir neparyškino (žr. 248 punktą).

⁷⁰ Pavyzdžiui, byloje M.5658 *Unilever / Sara Lee* Komisija naudojo ekonometrinius paklausos elastingumo įverčius, gautus iš skenerio duomenų, kad atliktų SSNIP testą ir nustatytų, ar vyriški ir ne vyriški dezodorantai priklauso tai pačiai atitinkamai produkto rinkai.

Komisija gali naudoti įrodymus apie ankstesnį pakeičiamumą ne tik rinkoms apibrėžti, bet ir konkurencijos vertinimui atlikti, ypač siekdama nustatyti, ar vertinama (-os) įmonė(s) glaudžiai konkuruoja tarpusavyje, arba kiekybiniam galimo poveikio vertinimui; žr., pavyzdžiui, bylą M.8792 *T-Mobile NL / Tele2 NL* (704–720 ir 798–823 punktai).

⁷¹ Įrodymai apie nukreipimo koeficientus arba (kryžminį) paklausos elastingumą (kainoms) gali būti svarbūs nustatant kitus artimiausius pakaitalus, kuriuos reikia įtraukti į numatomą rinką, ir taikant SSNIP testą. Tačiau dideli nukreipimo į produktus, kurie nepriskiriami numatomi rinkai, koeficientai arba (kryžminis kainų) elastingumas nebūtinai reiškia, kad atitinkama rinką apima tokius produktus.

paklausos elastingumą savo kainoms ir kryžminį elastingumą kainoms⁷². Kad tokiomis kiekybiniais įrodymais būtų galima pasikliauti, jie turi būti pakankamai patikimi.

- (54) *Hipotetinio pakeičiamumo įrodymai.* Komisija taip pat gali remtis informacija apie tai, kaip pirkėjai gali reaguoti į hipotetinius santykinų pasiūlos sąlygų pokyčius (hipotetinis pakeičiamumas). Pagrįsti pirkėjų ir konkurentų atsakymai dėl tokio hipotetinio pakeičiamumo gali būti informatyvūs nustatant pakaitinius produktus. Kai kuriais atvejais įrodymų apie hipotetinį pakeičiamumą taip pat galima gauti iš reprezentatyvios klientų imties apklausų. Tam tikrais atvejais hipotetinio pakeičiamumo įrodymai gali būti vieninteliai turimi tiesioginiai pakeičiamumo įrodymai, pavyzdžiui, tais atvejais, kai reikia atlikti perspektyvinį vertinimą. Vis dėlto hipotetinio pakeičiamumo įrodymai gali būti mažiau patikimi nei faktinio pakeičiamumo įrodymai, nes hipotetinis paklausos pakeičiamumas neturi realių pasekmių vartotojams. Visų pirma, rinkos dalyvių nuomonė dėl hipotetinio perėjimo prie alternatyvaus produkto tikimybės ar masto gali būti nepakankamai patikima, išsami ar tiksli, kad Komisija galėtų įvertinti paklausos elastingumą savo kainoms. Tačiau tai vertinama kiekvienu konkrečiu atveju ir priklauso nuo turimų įrodymų patikimumo.
- (55) Sparčiai besivystančiose pramonės šakose, ypač tose, kurioms būdinga sparti technologinė pažanga, nauji ar naujai sukurti produktai ar procesai, taip pat technologiniai ar reguliavimo pokyčiai gali lemti struktūrinius rinkos pokyčius, kurie turi įtakos esamai konkurencijos dinamikai ir bendrai reakcijai į santykinę pasiūlos sąlygas. Tokiais atvejais Komisija gali atsižvelgti į numatomus pakeičiamumo galimybių pokyčius, atsirandančius dėl konkurencinės dinamikos pokyčių, laikydamasi 16 punkte nustatytų sąlygų.
- (56) *Konkurencinio spaudimo įrodymai, pagrįsti pramonės atstovų nuomone.* Įmonės paprastai stebi konkurenciją įprastinės veiklos metu. Konkurenciją taip pat gali stebėti pramonės asociacijos arba ekspertai. Nors tokia pramonės atstovų nuomonė apie rinkos ribas nebūtinai atitinka atitinkamos rinkos sąvoką pagal Sąjungos konkurencijos teisę, informacija apie tai, kurios įmonės laiko viena kitą (artimomis) konkurentėmis, taip pat kitų rinkos dalyvių ir pramonės ekspertų nuomonė apie konkurencinį spaudimą gali būti naudinga informacija paklausos pakeičiamumui įvertinti. Tai ypač taikytina tais atvejais, kai nurodytos pagrindinės priežastys, dėl kurių tam tikros įmonės laikomos (artimomis) konkurentėmis, atitinka Komisijos rinkos apibrėžimo sistemą, t. y. kai klientai įmonių produktus laiko pakaitalais.
- (57) *Kliūtys ir išlaidos, susijusios su paklausos keitimu pereinant prie galimų pakaitalų.* Yra įvairių galimų pakeičiamumo kliūčių ir keitimo išlaidų. Šios kliūtys ir išlaidos gali būti įvairios kilmės, pavyzdžiui, sutartiniai įsipareigojimai, alternatyvių produktų paieškos išlaidos, netikrumas dėl alternatyvių produktų kokybės ir reputacijos, mokymosi naudotis kitais produktais arba savo gamybos procesų pritaikymo išlaidos, prekės ženklo žinomumas, reguliavimo kliūtys arba kitos valstybės intervencijos formos,

⁷² Produkto X paklausos elastingumas savoms kainoms – tai produkto X paklausos reagavimo (t. y. tikėtino procentinio paklausos kiekio pokyčio) į produkto X kainos pokytį vienu procentu matas. Produktų X ir Y kryžminis kainų elastingumas – tai produkto X paklausos reagavimas į produkto Y kainos pokytį vienu procentu.

tiesioginis ir netiesioginis tinklo efektas⁷³, duomenų perkeliamumo išlaidos arba sąveikumo⁷⁴ su kitais produktais mastas.

- (58) Kliūčių keisti produktą taip pat gali atsirasti, kai klientai negali pakeisti vieno pardavimo kanalo kitu. Pavyzdžiui, konkurencinis spaudimas tiekiant automobilių komponentus pirminės įrangos rinkai gali skirtis nuo konkurencinio spaudimo tiekiant tokius komponentus atsarginėms dalims, nes atsarginių dalių pirkėjai negali gauti komponentų tokiomis sąlygomis, kokios siūlomos pirminės įrangos gamintojams. Dėl to gali būti apibrėžtos dvi skirtingos atitinkamos produkto rinkos.
- (59) *SSNIP testo taikymas.* Kai kuriais atvejais atitinkamos rinkos ribas galima nustatyti ir kiekybiškai įvertinus, ar SSNIP būtų pelningas hipotetiniam monopolistui⁷⁵. SSNIP testo įgyvendinimo pavyzdys yra „kritinio praradimo analizė“⁷⁶. Atliekant kritinio praradimo analizę paprastai nustatomas didžiausias pardavimo apimties praradimas, kuris gali būti patirtas po produktų SSNIP numatomoje rinkoje, kad toks kainų padidėjimas vis tiek būtų pelningas hipotetiniam monopolistui. Tada šis kritinis praradimas lyginamas su tikėtino faktinio pardavimo apimties praradimo, atsiradusio dėl kainų padidėjimo, įverčiu. Jei kritinis praradimas yra didesnis už tikėtiną faktinį praradimą, SSNIP būtų pelningas, o tai rodo, kad produktai numatomoje rinkoje sudaro atitinkamą produkto rinką. Pagal priešingą scenarijų gali tecti išplėsti numatomą rinką. Atliekamos analizės ypatumai priklauso nuo konkrečių kiekvienos bylos aplinkybių. Atlikdama kritinio praradimo analizę, Komisija taip pat atsižvelgia į tai, kad didelė stebima procentinė pelno marža reiškia ne tik mažą kritinį praradimą, bet ir gali reikšti, kad faktinis paklausos elastingumas, taigi ir faktinis praradimas, gali būti mažas, ir atvirkščiai⁷⁷.

3.2.2. Įrodymai, svarbūs pasiūlos pakeičiamumui

- (60) *Ankstesnio pakeičiamumo įrodymai.* Vertindama pasiūlos pakeičiamumą, Komisija gali atsižvelgti į įmonių pateiktus įrodymus apie perteklinius pajėgumus ir jų gebėjimą bei paskatas perskirstyti gamybą ir pasiūlą trumpuoju laikotarpiu. Ypač svarbūs yra įrodymai apie atitinkamų produktų ankstesnį gamybos ar pasiūlos perkėlimą reaguojant į išorinius pasiūlos ar paklausos

⁷³ Tiesioginis tinklo efektas pasireiškia tada, kai naudotojo gaunamo produkto vertė svyruoja (tiesiogiai arba atvirkščiai) priklausomai nuo to, kaip kinta to produkto naudotojų skaičius. Netiesioginis tinklo efektas pasireiškia tada, kai produkto naudotojų skaičiaus kitimas turi įtakos papildomo produkto paklausai ir dėl to svyruoja pirmo produkto vertė.

⁷⁴ Taip būtų, pavyzdžiui, tuo atveju, kai produktų pogrupis neveikia kartu su kitu produktu, todėl klientams dėl produkto pakeitimo atsiranda papildomų išlaidų.

⁷⁵ Komisija taikė SSNIP testą byloje M.5658 *Unilever / Sara Lee*, 92–94 punktai ir Techninio priedo 5.3 skirsnis.

⁷⁶ Žr., pavyzdžiui, bylos M.9076 *Novelis / Aleris* I priedo 2.1.2 skirsnį. Komisija taip pat taikė kritinio praradimo analizę byloje M.4734 *Ineos / Kerling*, tačiau galiausiai nustatė, kad rezultatai buvo neįtikinami (95–105 punktai).

⁷⁷ Kai stebimos procentinės pelno maržos yra didelės, dėl apimties praradimo prarandama santykinai daug pelno iš prarastos apimties. Tai reiškia, kad kritinis apimties praradimas turi būti mažas, kad hipotetinio monopolisto kainų didinimas taptų nepelningas. Kita vertus, didelės stebimos pelno maržos gali reikšti, kad tikėtinas faktinis praradimas taip pat yra santykinai mažas, nes priešingu atveju įmonės nebūtų padidinusios kainų iki stebimo lygio ir joms būtų pelninga mažinti kainas.

sąlygų pokyčius. Priešingai, nesant įrodymų apie ankstesnį pasiūlos pakeičiamumą, Komisija gali manyti, kad mažiau tikėtina, jog tokio pakeičiamumo poveikis būtų lygiavertis paklausos pakeičiamumo poveikiui veiksmingumo ir tiesioginio ryšio atžvilgiu.

- (61) *Kliūtys ir išlaidos, susijusios su pasiūlos pakeitimu.* Komisija, vertindama galimybę išplėsti rinką pasiūlos pakeičiamumo pagrindu, atsižvelgia į keletą kliūčių ir išlaidų. Pavyzdžiui, ji atsižvelgia į tai, ar, norėdamos pakeisti gamybą arba tiekimą, įmonės turi patirti konkrečių kapitalo investicijų arba konkrečių investicijų į gamybos procesus, mokymąsi ir žmogiškąjį kapitalą, prekės ženklo arba pavadinimo žinomumo užtikrinimą, prieigą prie duomenų, pertvarkymo sąnaudas arba kitas investicijas. Taip pat gali būti svarbi informacija apie esamas teises ar administracines kliūtis, pavyzdžiui, būtinybę turėti tam tikrą licenciją, arba strateginio pobūdžio kliūtis, kurios gali turėti įtakos gamybos ar tiekimo pakeitimui, pavyzdžiui, sutartinius ryšius ar išimtinių teisių susitarimus. Komisija taip pat analizuoja įmonių paskatas keisti gamybą ar tiekimą, įskaitant tai, ar dėl tokio pakeitimo sumažėtų kitų produktų pardavimas, ir jų norą keisti gamybą ar tiekimą. Kaip paaiškinta 39 punkte, kai tokios kliūtys ar sąnaudos nėra nereikšmingos, Komisija, atlikdama konkurencijos vertinimą, atsižvelgia į tokių įmonių daromą konkurencinį spaudimą (jei jis yra), o ne išplečia atitinkamą rinką.

3.3. Geografinių rinkų apibrėžimo įrodymai

- (62) Komisija paprastai gali preliminarai nuspręsti, ar numatoma geografinė rinką yra vietinė, nacionalinė, regioninė, EEE masto⁷⁸, platesnė nei EEE ar pasaulinė, remdamasi preliminarine informacija apie atitinkamų produktų pirkėjų pirkimo elgseną ir prioritetus. Tuomet Komisija tiria, ar konkurencijos sąlygos visoje numatomoje rinkoje yra pakankamai vienodos ir ar numatomą rinką galima atskirti nuo kitų teritorijų, nes konkurencijos sąlygos tose teritorijose reikšmingai skiriasi.
- (63) Toliau išvardytos įrodymų kategorijos gali būti svarbios vertinant atitinkamą geografinę rinką.
- (64) *Esamų tiekėjų tapatybė, rinkos dalys ir kainos.* Kai klientai skirtingose geografinėse teritorijose gali naudotis tų pačių faktinių ir potencialių tiekėjų paslaugomis ir kai šių tiekėjų rinkos dalys skirtingose teritorijose yra panašios, tai paprastai yra pirmas požymis, kad konkurencijos sąlygos yra pakankamai vienodos, kad šias teritorijas būtų galima priskirti tai pačiai atitinkamai geografinėi rinkai. Priešingai, kai šių tiekėjų rinkos dalys skirtingose teritorijose labai skiriasi, tai paprastai rodo, kad konkurencijos sąlygos šiose teritorijose nėra pakankamai vienodos.
- (65) Tačiau vien rinkos dalių gali nepakakti nustatyti, ar konkurencijos sąlygos yra pakankamai vienodos. Pavyzdžiui, įmonės gali turėti dideles rinkos dalis nacionalinėse rinkose dėl praeities įtakos, ir atvirkščiai, vienodas įmonių buvimas visoje EEE gali atitikti nacionalines ar regionines geografines rinkas.

⁷⁸ Praktiniais tikslais, darydama darbinę prielaidą, Komisija paprastai vertina rinkas visos EEE lygmeniu, jei yra aiškių požymių, kad rinkos yra platesnės nei nacionalinės ir siauresnės nei pasaulinės.

- (66) Naudingų įrodymų taip pat gali suteikti preliminarai kainodaros ir kainų skirtumų analizė. Paprastai galima tikėtis, kad dėl vienodų konkurencijos sąlygų skirtingose teritorijose tų pačių produktų kainos bus panašios. Toks panašumas taip pat gali būti veikiančio arbitražo tarp skirtingų teritorijų rezultatas, t. y. procesas, kurio metu didesnės kainos vienoje teritorijoje gali paskatinti arbitražo dalyvius pirkti žemų kainų teritorijoje ir perparduoti aukštų kainų teritorijoje, kol kainos susilygina tiek, kad toks arbitražas tampa nepelningas. Tačiau kainų lygių analizė pati savaime retai būna lemiamą apibrėžiant geografinę rinką⁷⁹.
- (67) Todėl Komisija tiria priežastis, dėl kurių susiklostė tam tikra rinkos dalių ar kainų konfigūracija, ir taip pat vertina kitus rodiklius.
- (68) *Klientų prioritetai ir pirkimo elgesys.* Kultūros, kalbos, gyvenimo būdo, demografijos ar socialinės ir ekonominės padėties skirtumai gali lemti vietinius, nacionalinius ar regioninius prioritetus tam tikriems produktams ar prekės ženklams⁸⁰. Tai gali turėti įtakos skirtingų įmonių konkurencinei padėčiai skirtingose teritorijose. Skirtingose teritorijose esančių klientų prioritetų skirtumai gali lemti skirtingą pirkimo elgesį, todėl jie turi didelį potencialą apriboti geografinę rinkos aprėptį.
- (69) Visų pirma, kai produktų, kuriuos klientai laiko vertinamos (-ų) įmonės (-ių) produktų pakaitalais, rinkinys įvairiose geografinėse teritorijose skiriasi, tai paprastai yra aiškus požymis, kad konkurencijos sąlygos nėra pakankamai vienodos, kad tos teritorijos priklausytų tai pačiai geografinėi rinkai.
- (70) Klientų dabartinio geografinio pirkimo modelio tyrimas gali būti naudingas rodiklis, rodantis klientų prioritetų ir konkurencijos sąlygų panašumus ar skirtumus. Pavyzdžiui, kai klientai visoje EEE gali naudotis tų pačių tiekėjų paslaugomis panašiomis sąlygomis, nepriklausomai nuo kliento buvimo vietos, pvz., jei jie perka iš bet kurioje EEE vietoje esančių įmonių panašiomis sąlygomis arba įsigyja prekes konkurso tvarka, kai kviečiamos ir pasiūlymus teikia tos pačios įmonės, geografinė rinką greičiausiai bus laikoma EEE masto rinką⁸¹. Panašiai, kai klientai visame pasaulyje gali naudotis tų pačių tiekėjų

⁷⁹ Tai pasakytina ir apie kiekybinius bendrų kainų pokyčių vertinimo metodus, pavyzdžiui, kainų koreliacijos ar nekintamumo analizę. Kaip nurodyta 61 išnašoje, bendrus kainų pokyčius be veikiančio arbitražo gali lemti daug įvairių veiksnių. Todėl tokie bendri kainų pokyčiai gali klaidingai rodyti, kad dvi teritorijos priklauso tai pačiai atitinkamai geografinėi rinkai, nors konkurencijos sąlygos šiose teritorijose nėra pakankamai vienodos. Kita vertus, bendrų kainų pokyčių nebuvimas paprastai rodo, kad konkurencijos sąlygos nėra pakankamai vienodos. Todėl bendrų kainų pokyčių analizė iš esmės yra informatyvesnė, jei ji rodo, kad skirtingos teritorijos nepriklauso tai pačiai rinkai.

⁸⁰ Pavyzdžiui, byloje AT.39740 *Google search (Shopping)* Komisija bendrosios paieškos rinką apibrėžė kaip nacionalinę dėl kalbos prioritetų, nors šiomis paslaugomis vartotojai gali naudotis bet kurioje pasaulio vietoje (žr. 253–254 punktus). Byloje M.7220 *Chiquita / Fyffes* Komisija, nors ir pripažino, kad bananai daugiausia buvo tiekiami iš EEE nepriklausančių šalių, apibrėžė rinką nacionaliniu lygmeniu, remdamasi nacionaliniais prioritetais (žr. 119–131 punktus). Tai taip pat rodo, kad vieno tiekėjo arba tų pačių tiekėjų buvimas EEE arba visame pasaulyje gali atitikti nacionaliniu lygmeniu apibrėžtas geografines rinkas, kaip paaiškinta 65 punkte.

⁸¹ Tokių pavyzdžių galima rasti pagrindinių metalo gaminių, pavyzdžiui, aliuminio ar plieno, gamybos ir tiekimo rinkose. Byloje M.9076 *Novelis / Aleris* Komisijos atliktas tyrimas patvirtino, kad klientai prioritetą teikė automobilių kėbulų aliuminio lakštų įsigijimui iš EEE įsikūrusių tiekėjų, todėl atitinkama automobilių kėbulų aliuminio lakštų geografinė rinką buvo apibrėžta kaip EEE masto rinką. Gatavų plokščio nelegiruotojo plieno gaminių rinkose, pavyzdžiui, bylose M.8444 *ArcelorMittal / Ilva* ir M.8713 *Tata Steel / ThyssenKrupp / JV*, atitinkama geografinė rinką buvo laikoma EEE masto rinką,

paslaugomis panašiomis sąlygomis, nepriklausomai nuo klientų buvimo vietos, atitinkama geografinė rinka greičiausiai bus laikoma pasauline^{82,83}.

- (71) *Kliūtys ir išlaidos, susijusios su tiekimu klientams skirtingose teritorijose.* Komisija vertina, ar tiekėjai gali ir nori siūlyti savo produktus konkurencingomis sąlygomis visoje numatomoje rinkoje, ar yra kliūčių arba išlaidų, dėl kurių tiekėjas negali arba jam nėra patrauklu aptarnauti klientus konkurencinėmis sąlygomis tose teritorijose, kuriose jis šiuo metu paslaugų neteikia. Šis vertinimas apima tyrimą, ar dėl klientų prioritetų tiekėjai turi turėti vietos padalinį arba prieigą prie platinimo tinklo ar atitinkamų platinimo kanalų, kad galėtų parduoti visoje numatomoje rinkoje. Taip pat nagrinėjama reguliavimo sistema, t. y. bet kokio pobūdžio kliūtys, atsiradusios dėl valstybės veiksmų, kurie gali turėti įtakos tiekėjams iš kitų teritorijų. Tokios kliūtys gali būti viešųjų pirkimų taisyklės, valstybės subsidijos, kainų reguliavimas, kvotos ir tarifai, ribojantys prekybą ar gamybą, techniniai standartai, kalbos reikalavimai, teisinės monopolijos, įsisteigimo laisvės apribojimai, administracinių leidimų reikalavimai (pavyzdžiui, dėl licencijų ir leidimų) arba kitas konkrečių sektorių reguliavimas. Tokios kliūtys gali veiksmingai apriboti tam tikroje geografinėje teritorijoje esantiems tiekėjams už tos teritorijos ribų esančių tiekėjų daromą konkurencinį spaudimą ir taip lemti konkurencijos sąlygų skirtumus. Tos pačios kliūtys taip pat gali trukdyti klientams pirkti iš kitose teritorijose esančių tiekėjų.
- (72) Ir atvirkščiai, reguliavimo sistema, ypač reguliavimo derinimas, pavyzdžiui, Sąjungos arba pasauliniu mastu, gali sumažinti prekybos kliūtis ir parodyti, kad geografinės rinkos yra platesnės arba gali tapti platesnės ateityje. Apibrėždama geografines rinkas, Komisija atsižvelgia į rinkos integracijos procesą. Kai reguliavimo kliūtys pašalinamos, Komisija įvertina atitinkamus įrodymus, rodančius struktūrinius rinkos pokyčius, pavyzdžiui, susijusius su kainomis, rinkos dalimis arba prekybos modeliais.

o EEE viduje geografinė rinka buvo diferencijuota (kaip pastarojoje byloje patvirtinta 2022 m. birželio 22 d. Bendrojo Teismo sprendimo *thyssenkrupp / Komisija*, T-584/19, EU:T:2022:386, 145–258 punktuose). Rinka taip pat buvo apibrėžta kaip EEE masto ugniai atsparių produktų rinka, be kita ko, dėl to, kad klientai bendrai didelį prioritetą teikė įsigijimui iš EEE įsikūrusių tiekėjų, žr. M.8286 *RHI / Magnesita Refratarios* 55–57 ir 61 punktus.

⁸² Pavyzdžiui, civilinės aviacijos ir kosmoso rinkose klientai įsigyja pirminę orlaivių įrangą ir aviacijos ir kosmoso sistemas bei komponentus iš tų pačių tiekėjų visame pasaulyje, ir Komisija nustatė, kad atitinkama geografinė šių produktų rinka yra pasaulinė, pavyzdžiui, bylose M.8658 *UTC / Rockwell Collins*, 204–205 ir 207 punktai; M.8425 *Safran / Zodiac Aerospace*, 298 punktas; M.8948 *Spirit / Asco*, 37–38 punktai.

⁸³ Komisija taip pat gali apibrėžti pasaulinę rinką, į kurią neįtrauktos tik tam tikros teritorijos, kuriose konkurencijos sąlygos skiriasi, kaip, pavyzdžiui, byloje M.7278 *General Electric / Alstom* (šilumos energija – atsinaujinančiosios energijos ir tinklų veikla), aprašytoje 58 išnašoje. Panašiai byloje M. 8677 *Siemens / Alstom* Komisija nustatė, kad atitinkama geografinė rinka tiek greitųjų, tiek labai greitų traukinių atveju gali būti pasaulinė, išskyrus Kiniją, Pietų Korėją ir Japoniją, nes šiose trijose šalyse užsienio tiekėjams buvo neįveikiamų patekimo į rinką kliūčių (žr. 133 punktą). Taip pat žr. bylą M.6541 *Glencore / Xstrata*, kurioje Komisija vertino galimas geografines rinkas, apibrėžtas kaip pasaulinės, išskyrus Kiniją, nes eksportas iš Kinijos buvo nedidelis, pramonės analitikai duomenis apie Kiniją ir likusias pasaulio šalis teikė atskirai, o keli rinkos dalyviai pritarė tokiam skirstymui (žr. 43–45 punktai).

- (73) *Su atstumu susiję veiksniai, transporto išlaidos ir pasiekiamumo zonos.* Kai kuriose rinkose tiekėjų konkurencinė padėtis gali priklausyti nuo atstumo tarp kiekvieno tiekėjo ir kliento. Pavyzdžiui, transporto išlaidos gali sudaryti svarbią tam tikrų produktų išlaidų dalį, todėl tiekėjai, esantys didesniu atstumu nuo kliento, gali atsidurti labai nepalankioje konkurencinėje padėtyje, palyginti su tiekėjais, esančiais arčiau kliento. Panašų poveikį gali turėti ir kiti veiksniai, pavyzdžiui, tiekimo saugumas, tvarumas, produktų galiojimo laikas ar prieinamumo aspektai. Be to, vartotojų rinkose svarbus veiksnys yra kelionės atstumas arba nuvykimo iki tiekėjo laikas. Taip paprastai būna, pavyzdžiui, oro uostų, prekybos centrų ar degalinių atveju.
- (74) Tokiomis aplinkybėmis tikėtina, kad rinkos gali būti geografiškai diferencijuotos ta prasme, kad konkurencinės sąlygos kinta priklausomai nuo atstumo tarp kiekvieno tiekėjo ir kliento. Tokiais atvejais Komisija gali apibrėžti geografines rinkas remdamasi pasiekiamumo zonomis, kurios atspindi atstumą, per kurį paprastai yra įsikūrę klientai ir tiekėjai. Priklausomai nuo konkrečios bylos specifikos, pasiekiamumo zonos gali būti nustatomos aplink vartotojus arba aplink tiekėjus. Nors dažnai pageidautina konkurencijos sąlygas vertinti kiekvienoje klientų buvimo vietoje, tačiau gali būti neįmanoma nustatyti pasiekiamumo zonų aplink klientų buvimo vietas, pavyzdžiui, dėl to, kad klientų yra daug ir jie išsibarstę arba nėra informacijos apie konkurentų klientų buvimo vietą. Todėl praktiniais tikslais Komisija gali nustatyti pasiekiamumo zonas pagal tiekėjų buvimo vietas⁸⁴. Pasiekiamumo zonos paprastai vertinamos pagal klientų kelionės atstumą ar laiką (tokiu atveju jos vadinamos izochronėmis) arba pagal pristatymo atstumą ar laiką aplink vietą, kurioje atliekama tam tikra pardavimo dalis. Pasiekiamumo zonų dydis turėtų atspindėti daugumos klientų pirkimo įpročius, kurie gali būti nustatomi pagal faktinį pristatymo arba kelionės atstumo ar laiko pasiskirstymą ir (arba) gali būti grindžiami rinkos dalyvių nuomone. Tuo remdamasi, Komisija paprastai mano, kad išeities tašku turėtų būti 80 proc. pardavimo arba klientų apimančios pasiekiamumo zonos⁸⁵. Siekdama atlikti jautrumo analizę arba atsižvelgti į konkrečios rinkos aplinkybes, Komisija taip pat gali remtis alternatyvia apimtimi. Pavyzdžiui, Komisija taip pat yra apibrėžusi geografines rinkas pagal 70 proc. ir (arba) 90 proc. pardavimo apimties apimančias pasiekiamumo zonas⁸⁶.
- (75) *Prekybos srautai ir siuntų modelis.* Analizuojant siuntų ir prekybos srautų modelį ir raidą bei tokius srautus lemiančius veiksniai galima nustatyti, ar kliūčių yra, ar ne. Tokių srautų reagavimas į santykinę pasiūlos sąlygų pokyčius taip pat gali parodyti, kokio dydžio konkurencinį spaudimą vertinamai (-oms) įmonei (-ėms) daro tiekėjai, esantys už numatomos geografinės rinkos ribų. Kai

⁸⁴ Tokiomis aplinkybėmis Komisija taip pat nustatė pasiekiamumo zonas aplink hipotetinį klientą, esantį susijungiančių šalių teritorijų viduryje, t. y. tiesios linijos, nubrėžtos tarp teritorijų, viduryje, žr. bylą M.7252 *Holcim / Lafarge* (73 punktą).

⁸⁵ Žr., pavyzdžiui, bylą M.7408 *Cargill / ADM Chocolate Business*, kurioje apibrėžta pramoninio šokolado rinka (63–78 punktai), arba bylą M.7567 *Ball / Rexam*, kurioje apibrėžta gėrimų skardinių rinka (248 punktas).

⁸⁶ Pavyzdžiui, byloje M.7878 *Heidelberg Cement / Schwenk / Cemex Hungary / Cemex Croatia* Komisija nustatė, kad apskritimo formos pasiekiamumo zonos, apimančios 90 proc. pristatymo aplink šalių gamyklas, yra tinkamesnės nei 70 proc. pristatymo apimančios pasiekiamumo zonos (182 konstatuojamoji dalis), tačiau taip pat apsvairstė patikslintas pasiekiamumo zonas, nustatytas pagal atstumą keliais ir pristatymo modelius (189–190 konstatuojamosios dalys).

kuriais atvejais gali būti įmanoma kiekybiškai įvertinti šį spaudimą, pavyzdžiui, ekonometriškai įvertinus importo elastingumą arba atlikus įvykių tyrimus, kuriais parodoma, kaip importas reaguoja į kainų pokyčius⁸⁷. Tačiau vien prekybos srautų buvimas ar jų reagavimas į santykinų pasiūlos sąlygų pokyčius nebūtinai reiškia, kad konkurencijos sąlygos teritorijoje, iš kurios prasideda prekybos srautai, yra pakankamai vienodos su numatomos geografinės rinkos sąlygomis, kad būtų galima pagrįstai išplėsti atitinkamą geografinę rinką. Kai taip nėra, kaip paaiškinta 42 punkte, atlikdama konkurencijos vertinimą Komisija atsižvelgia į importuotojų konkurencinį spaudimą (jei jis yra) vertinamai (-oms) įmonei (-ėms) (įskaitant rinkos dalis ir galimą plėtrą ateityje), o ne plečia atitinkamą geografinę rinką.

3.4. Įrodymų rinkimas ir vertinimas

- (76) Apibrėždama atitinkamas rinkas, Komisija naudoja įvairias įrodymų kategorijas ir šaltinius ir gali remtis tiek kokybine, tiek kiekybine informacija. Tam tikros įrodymų rūšys gali būti lemiamos vienoje byloje, tačiau mažai svarbios arba visai nesvarbios kitose bylose, susijusiose su kita pramonės šaka, kitu produktu arba kitomis aplinkybėmis. Daugeliu atvejų, ypač kai reikia atlikti išsamų vertinimą, Komisija savo sprendimus grindžia daugelio veiksnių, kaip nurodyta 3.2 ir 3.3 skirsniuose, analize ir įvairiais šaltiniais. Komisija laikosi atviro požiūrio į empirinius įrodymus, siekdama veiksmingai panaudoti visą turimą informaciją, kuri gali būti svarbi atskirais atvejais, ir remdamasi šiais įrodymais atlieka bendrą vertinimą⁸⁸. Komisija netaiko griežtos skirtingų informacijos šaltinių ar įrodymų rūšių hierarchijos⁸⁹.
- (77) Įrodymai, kuriuos Komisija naudoja rinkoms apibrėžti, turėtų būti patikimi⁹⁰. Tikėtina, kad taip bus, pavyzdžiui, tada, kai įrodymai gaunami iš valdžios institucijų arba juos patvirtina keli šaltiniai, įskaitant priešingų interesų turinčius rinkos dalyvius, pavyzdžiui, tiekėjus ir jų tiesioginius klientus. Be to, kiek įmanoma, Komisija turėtų naudoti naujausius įrodymus, susijusius su tiriamuoju laikotarpiu, ypač vertindama besikeičiančios pramonės šakos rinkas. Kai byloje reikia atlikti perspektyvinį vertinimą ir rinkos apibrėžimas grindžiamas

⁸⁷ Žr., pavyzdžiui, bylą M.6541 *Glencore / Xstrata*, kurioje Komisija vertino importo reagavimą į santykinius cinko metalo kainų pokyčius EEE (žr. 141–148 punktus).

⁸⁸ 2010 m. liepos 6 d. Sprendimo *Ryanair / Komisija*, T-342/07, EU:T:2010:280, 136 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „Komisija privalo bendrai įvertinti visas nuorodas, panaudotas vertinant konkurencinę situaciją. Šiuo atžvilgiu gali atsitikti, kad tam tikriems duomenims bus suteikta pirmenybė, o kiti bus atmesti.“ Tie patys argumentai *mutatis mutandis* taikomi ir rinkos apibrėžimui.

⁸⁹ 2017 m. sausio 11 d. Sprendimo *Topps Europe / Komisija*, T-699/14, EU:T:2017:2, 82 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „apibrėžiant atitinkamą rinką nereikalaujama, kad Komisija vadovautųsi griežta informacijos šaltinių ar įrodymų rūšių hierarchija“. Tai buvo patvirtinta 2022 m. birželio 22 d. Bendrojo Teismo sprendimo *thyssenkrupp / Komisija*, T-584/19, EU:T:2022:386, 78 ir 156 punktuose.

⁹⁰ Kalbant apie įvairių įrodymų įrodomąją galią, vienintelis kriterijus, svarbus vertinant pateiktus įrodymus, yra jų patikimumas (žr., pavyzdžiui, 2013 m. rugsėjo 13 d. Sprendimo *Total Raffinage Marketing / Komisija*, T-566/08, EU:T:2013:423, 43 punktą). Šiuo atžvilgiu tam tikrą vaidmenį atlieka konkrečios procedūros pobūdis. Konkrečiai dėl susijungimų kontrolės ES teismų praktikoje nustatyta, kad, atsižvelgiant į būtinybę veikti greitai ir labai trumpus terminus, kurie taikomi Komisijai, negalima reikalauti, kad ji tikrintų visą gautą informaciją, jei nėra įrodymų, kad jai pateikta informacija yra netiksli. Žr. 2021 m. spalio 20 d. Sprendimo *Polskie Linie Lotnicze LOT / Komisija*, T-240/18, EU:T:2021:723, 87 ir 88 punktus ir nurodytą teismo praktiką.

aptariamam laikotarpiu vykstančiais konkurencijos dinamikos pokyčiais, tokie pokyčiai turi būti pagrįsti patikimais įrodymais, pakankamai patikimai patvirtinančiais, kad numatomi pokyčiai iš tikrųjų įvyks. Įrodymai turi didesnę įrodomąją galią, jei galima nustatyti, kad Komisijos tyrimas negalėjo turėti įtakos įrodymams, pavyzdžiui, įrodymai, kurie buvo pateikti iki diskusijų apie koncentraciją ar elgesį ir iki Komisijos tyrimo.

- (78) Prireikus, be to, kad remiasi vertinamos (-ų) įmonės (-ių) pateiktais dokumentais, Komisija renka įrodymus pateikdama rašytinius prašymus pateikti informaciją rinkos dalyviams ir (arba) juos apklausdama. Šiomis aplinkybėmis Komisija siekia iš pagrindinių pramonės konkurentų ir klientų gauti faktinių įrodymų ir jų nuomonę apie produkto ir geografinės rinkos ribas. Komisija taip pat gali susisiekti su atitinkamomis prekybos ar klientų asociacijomis, įmonėmis, veikiančiomis pradinės grandies ar susijusiose rinkose, ir kitomis pagrindinėmis suinteresuotosiomis šalimis, įskaitant valdžios institucijas ar nevyriausybinės organizacijas.
- (79) Siekdama apibrėžti atitinkamą rinką, Komisija taip pat gali prašyti atitinkamų subjektų, visų pirma vertinamos (-ų) įmonės (-ių), vidaus dokumentų. Vidaus dokumentai yra ypač svarbūs, jei jie buvo parengti įprastinės veiklos metu, o ne rengiantis Komisijos tyrimui ar jo metu, nes jie gali geriau atspindėti šių įmonių požiūrį į rinką (-as). Tai gali būti rinkodaros tyrimai, kuriuos įmonės užsakė anksčiau, kad galėtų priimti sprendimus, pavyzdžiui, dėl savo produktų kainų nustatymo arba rinkodaros veiksmų. Nustatant, ar ekonomiškai svarbi klientų dalis laiko du produktus pakeičiamais, gali būti atsižvelgiama į klientų apklausas apie naudojimo modelius ir požiūrį, duomenis apie klientų pirkimo modelius, tiekėjų išsakytą nuomonę ir rinkos tyrimus, kuriuos pateikia vertinama (-os) įmonė(s) ir konkurentai. Įrodymai, rodantys, kad įmonė stebi tam tikrų konkurentų elgesį, arba strateginiai dokumentai, kuriais įmonė remiasi priimdama verslo sprendimus, pavyzdžiui, verslo planai arba stiprybių, silpnybių, galimybių ar grėsmių įvertinimai, taip pat gali parodyti, kokio stiprumo konkurencinį spaudimą daro skirtingos konkuruojančios įmonės⁹¹.
- (80) Kai kuriais atvejais naudingos informacijos apie atitinkamą rinką galima gauti atlikus reprezentatyvios klientų ar tiekėjų imties *ad hoc* apklausas⁹². Komisija gali nuspręsti atlikti arba užsakyti tyrimą konkrečioje byloje, atsižvelgdama į nagrinėjamą klausimą, remdamasi iš kitų šaltinių gautais įrodymais ir atsižvelgdama į administracinius apribojimus, pavyzdžiui, tyrimo trukmę. Apklausos turi būti kruopščiai suplanuotos, kad iš dominančių subjektų būtų gauti reikšmingi atsakymai. Pavyzdžiui, iš esmės geriau klausti apie neseniai priimtus sprendimus, o ne apie hipotetinius sprendimus; klausimai turėtų būti

⁹¹ Pavyzdžiui, byloje M.7902 *Marriott International / Starwood Hotels & Resorts Worldwide* Komisija rėmėsi aplinkybe, kad susijungiančios šalys save lygino tiek su tinkliniais, tiek su nepriklausomais viešbučiais, kad nustatytų, jog šie tiekėjai veikia toje pačioje rinkoje (žr. 28 punktą). Byloje M.6663 *Ryanair / Aer Lingus III* Komisija vertino įmonių „Ryanair“ ir „Aer Lingus“ kainų stebėseną keleivių vežimo oro transportu maršrutais kaip įrodymą, kad nustatytų, ar skirtingi oro uostai tuose pačiuose miestuose buvo pakaitalai (žr. 98–103 punktus).

⁹² Byloje M.4439 *Ryanair / Aer Lingus* Komisija pavedė nepriklausomam konsultantui atlikti klientų apklausą Dublino oro uoste. Šios apklausos rezultatus Komisija naudojo kaip netiesioginius įrodymus, kad įvertintų, ar tam tikri oro uostai yra pakeičiami klientams (žr. 36, 94, punktus, 99 punkto 9 papunktį ir I priedą).

aiškūs ir neskatinti atsakyti tam tikra linkme; o pateiktų atsakymų variantų spektras turėtų būti pakankamai platus.

- (81) Komisija taip pat gali remtis viešai skelbiama informacija, rinkos ar pramonės ataskaitomis, taip pat rinkos statistiniais duomenimis ar ekonominiais tyrimais, įskaitant vertinamos (-ų) įmonės (-ių) išorės konsultantų atliktus tyrimus⁹³. Su reguliuojamomis rinkomis susijusiais atvejais, įskaitant, pavyzdžiui, telekomunikacijų, energetikos ar sveikatos priežiūros sektorius, Komisija taip pat gali prašyti duomenų iš konkretaus sektoriaus reguliavimo institucijų ir jų nuomonės.
- (82) Tam tikrais atvejais Komisijos atstovai taip pat gali atvykti neoficialaus vizito arba atlikti oficialius patikrinimus vertinamos (-ų) įmonės (-ių), jų klientų ir (arba) konkurentų patalpose, kad geriau suprastų, kaip gaminami ar tiekiami produktai.

4. RINKOS APIBRĖŽIMAS KONKREČIOMIS APLINKYBĖMIS

- (83) Šiame skirsnyje aptariami tam tikri rinkos apibrėžimo aspektai, būdingi konkrečioms pramonės šakoms, sektoriams ar rinkų tipams. Jei šiame skirsnyje nenurodyta kitaip, toliau taikomi šiame pranešime nurodyti bendrieji rinkos apibrėžimo principai, susiję su produkto ir geografinės rinkos apibrėžimu.

4.1. Rinkos apibrėžimas esant didelei diferenciacijai

- (84) Produktai gali būti diferencijuoti taip, kad kai kurie produktai yra artimesni pakaitalai nei kiti. Diferenciacija gali būti produkto arba geografinio lygmens. Produktai diferencijuojami tada, kai kliento pasirinkimą lemia produktų savybės⁹⁴, įskaitant dizainą, prekės ženklo įvaizdį, technines specifikacijas, ilgaamžiškumą, aptarnavimo lygį ar bet kokią kitą specifinę savybę⁹⁵. Geografinė diferenciacija atsiranda tada, kai kliento ir tiekėjo pasirinkimą lemia konkretaus kliento ir tiekėjo buvimo vieta⁹⁶.

⁹³ Taip pat svarbų šaltinis ir kokiomis aplinkybėmis rengiami tokie tyrimai. Visų pirma, itin kruopščiai bus tikrinami tyrimai, parengti pradėjus nagrinėti konkrečią bylą, nes įrodymai turi mažesnę įrodomąją galią, jei jiems įtakos turėjo Komisijos tyrimas.

⁹⁴ Žr., pavyzdžiui, 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimo *Wieland-Werke / Komisija*, T-251/19, EU:T:2022:296, valcavimo produktų iš vario ir vario lydinių rinkoje, kurio 39 punkte Bendrasis Teismas pažymėjo, kad: „<...> ieškovė neginčija, kad valcavimo produktai nėra vienas kitą pakeičiantys produktai, nes tai yra produktai, kurie diferencijuojami pagal daugybę kriterijų (sudėtį, apdailą, galutinę paskirtį ir pan.). Kiekvienas iš šių kriterijų leidžia visą valcavimo produktų rinką suskirstyti į segmentus, tačiau nė vienas iš jų *a priori* nėra svarbiausias ir neleidžia nustatyti atskirų produkto rinkų.“

⁹⁵ Pavyzdžiui, telekomunikacijų pramonėje, kur skirtingų rūšių klientai gali turėti skirtingus vartojimo įpročius, darančius įtaką jų tiekėjo pasirinkimui. Byloje M.8792 *T-Mobile NL / Tele2 NL* Komisija padarė išvadą, kad rinka apibrėžiama plačiai, o produktai skirtingose klientų grupėse diferencijuojami dėl mėnesio išlaidų, sutarties sudarymo ir trukmės, sutarties vykdymo ir klientų poreikių skirtumų. Šioje konkrečioje byloje, nors Komisija padarė išvadą dėl bendros mažmeninės judriojo ryšio paslaugų teikimo visiems galutiniams vartotojams rinkos, ji vis dėlto nustatė, kad mažmeninių judriojo ryšio paslaugų teikimo srityje galima išskirti dvi atskiras klientų grupes: privačius klientus ir verslo klientus.

⁹⁶ Byloje M.7155 *SSAB / Rautaruukki* Komisija laikėsi nuomonės, kad dėl stiprios plokščių plieno produktų geografinės diferenciacijos, kurią patvirtina Šiaurės šalių, žemyninės Europos dalies ir

- (85) Taikydama principą, pagal kurį, siekiant apibrėžti atitinkamą rinką, analizuojami vartotojams faktiškai prieinami pakaitalai, Komisija gali nustatyti atskiras atitinkamas rinkas diferencijuotų produktų aplinkoje. Kitais atvejais Komisija gali apibrėžti gana plačią atitinkamą rinką, apimančią diferencijuotus produktus⁹⁷.
- (86) Kai produktai yra diferencijuoti, rinkos dalys gali būti ne toks patikimas įtakos rinkoje rodiklis, todėl Komisija, atlikdama konkurencijos vertinimą, paprastai analizuoja, ar vertinama (-os) įmonė(s) ir kiti tiekėjai glaudžiai konkuruoja. Išsamus konkurencijos vertinimas, kaip glaudžiai tiekėjai konkuruoja tarpusavyje, gali sumažinti rinkos dalių, taigi ir rinkos apibrėžimo, svarbą. Todėl, nors rinkos apibrėžimas išlieka svarbiu žingsniu, atliekant diferencijuotų rinkų konkurencijos vertinimą gali būti svarbiau analizuoti, kaip glaudžiai tiekėjai konkuruoja⁹⁸.
- (87) Tam tikrais atvejais pakeičiamumo grandinių buvimas⁹⁹ gali paskatinti Komisiją apibrėžti atitinkamas rinkas, jeigu rinkos kraštuose esantys produktai ar teritorijos negali būti tiesiogiai pakeičiami¹⁰⁰. Tačiau Komisija, analizuodama faktus, paprastai atmeta tokius platesnius rinkos apibrėžimus, ypač dėl pakeičiamumo grandinės nutrūkimo¹⁰¹.

Jungtinės Karalystės kainų skirtumų analizė, būtina įvertinti koncentracijos, sutelktos Šiaurės šalyse, poveikį (žr. 102 punktą).

⁹⁷ Tokiais atvejais atlikdama vertinimą Komisija gali atsižvelgti į konkurencijos dinamiką konkrečiuose rinkos segmentuose. Žr. 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimą *Wieland-Werke / Komisija*, T-251/19, EU:T:2022:296, dėl valcavimo produktų iš vario ir vario lydinių rinkos, kurio 40 punkte Bendrasis Teismas paaiškino, kad: „Be to, reikia nepamiršti, kad vertinant diferencijuotų produktų rinkas bendros rinkos buvimas neturi įtakos galimybei nustatyti skirtingą konkurencijos dinamiką kai kuriuose rinkos segmentuose.“

⁹⁸ Pavyzdžiui, Komisija gali vertinti konkurencijos tarp įmonių intensyvumą, visų pirma analizuodama įmonių turimas segmentų dalis perėjimo lygmeniu, kainų ar rinkos dalių lygmeniu arba kiekybinius skirtingų produktų pakeičiamumo rodiklius, pavyzdžiui, nukreipimo koeficientus arba apskaičiuotą paklausos elastingumą. Tokios analizės pavyzdys yra byla M.5658 *Unilever / Sara Lee*, kurioje Komisija nustatė didelę diferenciaciją dezodorantų rinkoje ir, atlikdama konkurencijos vertinimą, kiekybiškai įvertino galimą poveikį kainoms, remdamasi apskaičiuotu paklausos elastingumu. Taip pat žr. 70 išnašą.

⁹⁹ Pavyzdžiui, nors produkto A pirkėjai gali nelaikyti produkto C paklausos alternatyva, gali egzistuoti pakeičiamumo grandinė, kai produkto A pirkėjai pakaitalu laiko produktą B, o B produkto pirkėjai – produktą C. Tokiu atveju per tokią pakeičiamumo grandinę produktui A gali būti daromas netiesioginis spaudimas dėl produkto C konkurencijos. .

¹⁰⁰ Byloje M.9413 *Lactalis / Nuova Castelli* Komisija nustatė, kad yra įrodymų, jog yra firminių ir privačių prekės ženklų sūrių pakeičiamumo grandinė (žr. 89 punktą) ir kad jie tarpusavyje konkuruoja, nors negalėjo atmesti galimybės, kad firminiai produktai pirmiausia gali konkuruoti kitoje rinkoje, ir rinkos neapibrėžė.

¹⁰¹ Byloje M.5335 *Lufthansa / SN Airholding* Komisija atmetė galimybę, kad esama skirtingų rūšių bilietų pakeičiamumo grandinės, nes tai nebuvo patvirtinta įrodymais. Komisijos atlikta kainų analizė parodė, kad tariamos pakeičiamumo grandinės kraštutiniuose taškuose kainos buvo labai skirtingos ir tarpusavyje nesusijusios (žr. 33 punktą). Byloje M.6905 *Ineos / Solvay / JV* Komisija atmetė pagrindinių S-PVC tiekėjų, sudarančių pakeičiamumo grandinę visoje EEE, siuntimo teritorijų sutapimo galimybę, remdamasi kiekybine analize, rodančia arbitražo nebuvimą ir skirtingas kainų tendencijas skirtingose sutampančiose pasiekiamumo zonose (žr. 260–262 ir 338 punktus).

4.2. Rinkos apibrėžimas esant kainų diskriminacijai

- (88) Kainų diskriminacija pasireiškia tada, kai skirtingiems klientams (arba klientų grupėms) dėl priežasčių, nesusijusių su sąnaudomis, taikomos skirtingos to paties produkto kainos. Dėl to gali susidaryti atskira atitinkamo produkto klientų grupė, sudaranti siauresnę atskirą rinką. Paprastai taip būna, kai tenkinamos trys sąlygos¹⁰²: a) galima aiškiai nustatyti, kuriai grupei priklauso atskiras klientas tuo metu, kai jam parduodamas atitinkamas produktas; b) prekyba tarp klientų arba trečiųjų šalių arbitražas yra mažai tikėtini ir c) kainų diskriminacija yra ilgalaikio pobūdžio. Tokiais atvejais konkurencijos sąlygos skirtingose klientų grupėse gali skirtis, todėl atitinkamas elgesys ar sandoris gali turėti skirtingą poveikį skirtingoms klientų grupėms. Kainų diskriminacija dėl klientų buvimo vietos taip pat gali būti pagrindas apibrėžti atitinkamą geografinę rinką pagal šias buvimo vietas¹⁰³.

4.3. Rinkos apibrėžimas esant didelėms investicijoms į MTP

- (89) Komisija gali atsižvelgti į specifinius veiksnius labai novatoriškose pramonės šakose, kurioms būdingos dažnos ir didelės investicijos į mokslinius tyrimus ir plėtrą (MTP).
- (90) Ryškus pavyzdys atvejų, kai Komisija gali taikyti tokį metodą, yra vadinamieji ruošiami produktai. Nors šie produktai dar gali būti neprieinami klientams, jų MTP procesas gali būti pakankamai matomas, kad būtų galima nustatyti rinką, kuriai šie produktai greičiausiai priklausys, jei kūrimas bus sėkmingai užbaigtas ir produktai bus pateikti rinkai. Komisija gali nustatyti, kad tokie ruošiami produktai priklauso esamai atitinkamai produkto ir geografinėi rinkai¹⁰⁴ arba naujai rinkai, kurią sudaro tik ruošiami produktai ir jų pakaitalai¹⁰⁵ ir kuri apima teritorijas, kuriose tokie produktai greičiausiai bus parduodami. Nustatant atitinkamą rinką ypač svarbi yra numatoma ruošiamo produkto paskirtis ir prognozuojamas jo pakeičiamumas kitais produktais.
- (91) Priešingai, kai kuriais atvejais MTP procesas gali būti glaudžiai nesusijęs su koku nors konkrečiu produktu¹⁰⁶, bet susijęs su ankstesniais mokslinių tyrimų

¹⁰² Tai gali būti taikoma ir tada, kai tokios sąlygos bus įvykdytos tik ateityje, pavyzdžiui, dėl konkurencijos sąlygų pokyčių, kuriuos sukels nagrinėjama koncentracija.

¹⁰³ Produkto rinkos ir geografinės rinkos apibrėžimus, kuriems turėjo įtakos kainų diskriminacija, galima iliustruoti tokiomis bylomis, kaip M.5830 *Olympic / Aegean Airlines* (žr. 58 punktą) ir M.7155 *SSAB / Rautaruukki* (žr. 101–102 punktus).

¹⁰⁴ Visų pirma kartu su tos pačios numatomos paskirties produktais. Tokių vertinimų pavyzdžių galima rasti farmacijos pramonėje. Pavyzdžiui, byloje M.7275 *Novartis / GlaxoSmithKline Oncology Business* Komisija įvertino šalių kuriamus B-Raf inhibitorius ir MEK inhibitorius kaip dalį tikslinio pažengusios melanomos gydymo rinkos, kurioje jau buvo parduodami esami produktai (23–31 punktai).

¹⁰⁵ Visų pirma tais atvejais, kai įvairios įmonės kuria tuos pačius arba panašius ruošiamus produktus arba tikimasi, kad tokie produktai dėl savo savybių gerokai pakeis pramonės šakos dinamiką. Pavyzdžiui, byloje M.9461 *AbbVie / Allergan* Komisija nustatė galimą rinką, kurią sudarė tik IL-23 inhibitoriai, skirti opiniam kolitui ir Krono ligai gydyti, nors tuo metu nė vienas tiekėjas nepardavinėjo IL-23 inhibitorių, tačiau tuo metu šie produktai buvo kuriami, visų pirma dėl to, kad tokie produktai buvo perspektyvūs šioms ligoms gydyti (žr. 48–54 ir 56–60 punktus).

¹⁰⁶ Kaip nurodyta 9išnašoje, sąvoka „produktas“ apima ir technologijas. Šis skirsnis taip pat ypač svarbus apibrėžiant rinkas, kai yra tokių technologijų. Technologijos gali būti licencijuojamos arba

etapais, kurie gali būti skirti įvairiems tikslams arba gali būti dar neskirti jokiam konkrečiam tikslui pasiekti ir ilgainiui gali būti panaudoti kuriant įvairius produktus. Nors dėl to, kad tokios ankstesnės inovacijų pastangos ne iš karto virsta parduodamais produktais, gali būti sunku nustatyti atitinkamą produkto rinką siaurąja prasme, vis dėlto gali būti svarbu nustatyti ribas, kuriose įmonės konkuruoja imdamosi tokių ankstesnių inovacijų pastangų¹⁰⁷. Atliekant tokio pobūdžio vertinimą, nustatant ribas, kuriose vyksta konkurencija inovacijų srityje, gali būti svarbūs tokie veiksniai, kaip inovacijų pastangų pobūdis ir apimtis, įvairių mokslinių tyrimų krypties tikslai, įvairių dalyvaujančių grupių specializacija arba ankstesnių įmonės inovacijų pastangų rezultatai.

- (92) Gali egzistuoti MTP procesų, kurie yra glaudžiai susiję su konkrečiu produktu arba ruošiamu produktu, ir ankstesnių inovacijų pastangų, kurios su jais nėra susijusios, tęstinumas. Taip gali būti ypač tuo metu, kai MTP procesai tampa tikslingesni, tačiau vis dar susideda iš daugelio ir alternatyvių galimų rezultatų, kurie dar nėra pakankamai išstobulinti, kad juos būtų galima klasifikuoti kaip konkrečius nustatytos paskirties ruošiamus produktus. Komisijos rinkos apibrėžimo vertinimas šiuo atveju gali būti artimesnis ruošiamų produktų arba ankstesnių inovacijų pastangų vertinimui, priklausomai nuo to, kokią vietą šioje aplinkoje užima atitinkamas MTP procesas.
- (93) Inovacijos yra vienas pagrindinių konkurencijos parametrų, o būsimą produktų raida iš esmės yra labai neaiški. Todėl Komisija gali atsižvelgti į visus galimus MTP procesų rezultatus ir visų pirma įvertinti tuos scenarijus, pagal kuriuos nagrinėjamas elgesys arba sandoris turėtų didelį poveikį konkurencijai.

4.4. Rinkos apibrėžimas esant daugialypėms platformoms

- (94) Daugialypės platformos užtikrina skirtingų naudotojų grupių sąveiką, todėl sukuriami padėties, kai vienos naudotojų grupės paklausa daro įtaką kitų grupių paklausai¹⁰⁸. Tokiu atveju vienos grupės reakcija į pasikeitusias pasiūlos sąlygas gali paveikti ir kitas grupes, todėl tarp skirtingų platformos pusių atsiranda grįžamojo ryšio ciklai, t. y. netiesioginis tinklo efektas¹⁰⁹. Nustatydamos pasiūlos sąlygas, platformos paprastai įtraukia šį netiesioginį tinklo efektą tarp skirtingų grupių. Komisija, apibrėždama atitinkamas rinkas ir (arba) atlikdama konkurencijos vertinimą, atsižvelgia į netiesioginį tinklo efektą tarp skirtingose platformos pusėse esančių naudotojų grupių.
- (95) Esant daugialypėms platformoms, Komisija gali apibrėžti visų platformos siūlomų produktų atitinkamą produkto rinką taip, kad ji apimtų visas (arba

parduodamos atskirai nuo materialios prekės ar paslaugos kaip intelektinės nuosavybės teisės, todėl šiame pranešime jos gali būti laikomos produktu.

¹⁰⁷ Byloje M.7932 *Dow / Dupont* Komisija taikė inovacijų erdvių sąvoką tokioms riboms apibrėžti (žr. 4.4 skirsnį).

¹⁰⁸ Tipiški daugialypių platformų pavyzdžiai yra mokėjimo kortelių sistemos (žr. bylą AT.34579 *Mastercard*) ir reklamos lėšomis remiamos platformos (žr. bylą M.8124 *Microsoft / LinkedIn*).

¹⁰⁹ Pavyzdžiui, kainos padidėjimas platformos A pusėje mažina tos pusės naudotojų paklausą. Tuomet paklausos sumažėjimas A pusėje paveiktų B pusėje esančių naudotojų paklausą, kuri savo ruožtu gali paveikti A pusėje (arba trečioje C pusėje) esančių naudotojų paklausą. Žr. bylos AT.39740 *Google search (Shopping)* (159 punktą) ir bylos AT.40099 *Google Android* (464, 469 ir 638 punktai) pavyzdžius.

kelias) naudotojų grupes¹¹⁰, arba gali apibrėžti atskiras atitinkamas produktų rinkas kiekvienoje platformos pusėje siūlomiems produktams¹¹¹. Priklausomai nuo bylos aplinkybių, gali būti tikslingiau apibrėžti atskiras rinkas, jei skirtingose platformos pusėse yra didelių pakeičiamumo galimybių skirtumų. Siekdama įvertinti, ar esama tokių skirtumų, Komisija gali atsižvelgti į tokius veiksnius, kaip tai, ar skiriasi įmonės, siūlančios pakeičiamus produktus kiekvienai naudotojų grupei, kiekvienos pusės produktų diferenciacijos dydis (arba kiekvienos naudotojų grupės suvokimas apie jį), elgsenos veiksniai, kaip antai kiekvienos naudotojų grupės sprendimai dėl platformų skaičiaus¹¹² ir platformos pobūdis (pavyzdžiui, ar tai yra sandorių, ar atitikties platforma). Jei kiekvienoje platformos pusėje siūlomiems produktams apibrėžtos atskiros rinkos, atliekant konkurencijos vertinimą vis tiek galima atsižvelgti į tinklo efektą ir kitos platformos pusės daromą spaudimą.

- (96) Praktikoje dėl netiesioginio tinklo poveikio gali būti sudėtingiau įvertinti paklausos pakeičiamumą ir ypač taikyti SSNIP testą nei tais atvejais, kai nėra tokios vartotojų grupių paklausos tarpusavio priklausomybės.
- (97) Daugialypės platformos dažnai tiekia produktą už nulinę piniginę kainą naudotojų grupei, kad sudomintų naudotojus kitose platformos pusėse siūlomais produktais ir monetizuotų savo produktus tose pusėse. Nulinės piniginės kainos yra neatsiejama daugialypių platformų veiklos strategijos dalis, todėl tai, kad produktas tiekiamas už nulinę piniginę kainą, nereiškia, kad nėra to produkto atitinkamos rinkos.
- (98) Tokiais atvejais vertinant pakeičiamumą ypač svarbūs su kaina nesusiję elementai. Komisija daugiausia dėmesio skiria tokiems elementams, kaip produkto funkcijos¹¹³, paskirtis¹¹⁴, hipotetinio pakeičiamumo ir konkurencinio spaudimo įrodymai, grindžiami pramonės atstovų nuomone¹¹⁵, pakeitimo kliūtys arba išlaidos, pavyzdžiui, sąveika su kitais produktais, ir licencijavimo ypatybėmis¹¹⁶. Komisija taip pat gali apsvarstyti SSNIP sistemos alternatyvas,

¹¹⁰ Byloje M.8124 *Microsoft / LinkedIn* Komisija apibrėžė bendrą internetinių įdarbinimo paslaugų rinką, apimančią ir darbo ieškančius asmenis, ir įdarbintojus (žr. 3.7 skirsnį).

¹¹¹ Byloje AT.34579 *Mastercard* dėl mokėjimo kortelių sistemų Komisija apibrėžė mokėjimo kortelių išdavimo ir įsigijimo rinkos puses kaip atskiras atitinkamas produkto rinkas (žr. 6.2.3 ir 6.2.4 skirsnius).

¹¹² Tai susiję su naudotojų sprendimu naudoti vieną platformą tam tikram produktui (angl. *single-homing*) arba lygiagrečiai naudoti kelias platformas tam pačiam produktui (angl. *multiple-homing*).

¹¹³ Žr., pavyzdžiui, vartotojų ryšio paslaugų ir socialinių tinklų paslaugų rinkos apibrėžimą byloje M.7217 *Facebook / WhatsApp* (24–33 ir 51–61 punktai).

¹¹⁴ Žr., pavyzdžiui, bendrosios paieškos paslaugų rinkos apibrėžimą byloje AT.39740 *Google Search (Shopping)* (163–183 punktai).

¹¹⁵ Žr., pavyzdžiui, profesionalių socialinių tinklų paslaugų rinkos apibrėžimą byloje M.8124 *Microsoft / LinkedIn* (106–110 punktai).

¹¹⁶ Žr., pavyzdžiui, bylą AT.40099 *Google Android*, ypač „Android“ programėlių parduotuvių rinkos (284–305 punktai) ir licencijuojamų išmaniųjų mobiliųjų operacinių sistemų (239 punktas) rinkos apibrėžimą.

t. y. vertinti klientų elgesį keičiant produktą dėl nedidelio, bet reikšmingo kokybės nelaikino sumažėjimo (SSNDQ)¹¹⁷.

4.5. Rinkos apibrėžimas esant antrinėms rinkoms, paketams ir skaitmeninėms ekosistemoms

- (99) Tam tikromis aplinkybėmis patvaraus produkto (pirminio produkto) vartojimas lemia kito susijusio produkto (antrinio produkto) vartojimą (tai dažnai vadinama antrine rinka). Tokiomis aplinkybėmis Komisija, apibrėždama pirminio ir antrinio produkto atitinkamas rinkas ir (arba) atlikdama konkurencijos vertinimą, taip pat atsižvelgia į konkurencinį spaudimą, kurį lemia rinkos sąlygos atitinkamose susijusiose rinkose.
- (100) Paprastai yra trys galimi būdai, kaip apibrėžti atitinkamas produktų rinkas pirminių ir antrinių produktų atveju, t. y: i) kaip sisteminę rinką, apimančią pirminį ir antrinį produktą¹¹⁸; ii) kaip sudėtinės rinkas, t. y. pirminio produkto rinką ir atskiras antrinių produktų rinkas, susijusias su kiekvienu pirminio produkto prekės ženklu¹¹⁹, arba iii) kaip dvilypes rinkas, t. y. pirminio produkto rinką ir antrinio produkto rinką¹²⁰.
- (101) Sisteminės rinkos apibrėžimas gali būti tinkamesnis: i) kuo didesnė tikimybė, kad pirkėjai, pirkdami pirminį produktą, atsižvelgs į viso naudojimo laiko išlaidas; ii) kuo didesnės išlaidos antriniam(s) produktui (-ams) (arba jo (jų) vertė), palyginti su išlaidomis pirminiam produktui (arba jo verte); iii) kuo didesnis pirminių produktų pakeičiamumas ir mažesnės pirminių produktų pakeitimo išlaidos ir iv) kai nėra arba yra nedaug tiekėjų, kurie specializuotųsi tik antrinio (-ių) produkto (-ų) srityje¹²¹. Kai šios aplinkybės yra mažiau tikėtinos, gali būti tikslingiau apibrėžti dvilypes rinkas arba sudėtinės rinkas, visų pirma atsižvelgiant į įvairių tiekėjų antrinių produktų pakeičiamumą. Pavyzdžiui, jei skirtingų tiekėjų antriniai produktai yra suderinami su visais arba dauguma pirminių produktų, gali būti tinkamesnis dvilypių rinkų apibrėžimas, o jei pirminio produkto klientai gali naudoti tik ribotą antrinių produktų rinkinį, gali būti tinkamesnis sudėtinių rinkų apibrėžimas.
- (102) Kitomis aplinkybėmis, nors vieno ar daugiau produktų vartojimas nepriklauso nuo pirminio produkto, vartotojai vis tiek gali pageidauti vartoti kelis produktus

¹¹⁷ Tokio SSNDQ vertinimo pavyzdys pateiktas 47 išnašoje.

¹¹⁸ Byloje M.7278 *General Electric / Alstom* (šilumos energija – atsinaujinančiosios energijos ir tinklų veikla) Komisija apibrėžė dujų turbinų pardavimo ir vėlesnio aptarnavimo rinką (žr. 7.2.3.3 skirsnį).

¹¹⁹ Byloje AT.39097 *Watch Repair* Komisija apibrėžė kelias atskiras atsarginių dalių rinkas, kurių kiekviena susijusi su konkrečiu laikrodžių prekės ženklu (žr. 86–91 punktus).

¹²⁰ Byloje M.9408 *Assa Abloy / Agta Record* Komisija apibrėžė po pardavimo teikiamų paslaugų rinką, neišskirdama paslaugų teikėjo (žr. 127 punktą).

¹²¹ Šiuo klausimu žr. 2010 m. gruodžio 15 d. Sprendimo *CEAHR / Komisija*, T-427/08, EU:T:2010:517, 78–109 punktus, ypač 79, 95 ir 108 punktus, taip pat bylos M.7278 *General Electric / Alstom* (šilumos energija – atsinaujinančiosios energijos ir tinklų veikla) 95 punktą.

kartu kaip paketą. Tokiomis aplinkybėmis Komisija gali nagrinėti, ar paketas sudaro atitinkamą produkto rinką, kuri skiriasi nuo atskirų produktų¹²².

- (103) Skaitmenines ekosistemas tam tikromis aplinkybėmis galima laikyti susidedančiomis iš pirminio pagrindinio produkto ir kelių antrinių (skaitmeninių) produktų, kurių vartojimas susijęs su pagrindiniu produktu, pavyzdžiui, technologiniais ryšiais arba sąveika¹²³. Todėl Komisija, nagrinėdama skaitmenines ekosistemas, gali taikyti panašius principus kaip ir antrinėms rinkoms taikomi principai, kad nustatytų atitinkamą (-as) produkto rinką (-as)¹²⁴. Kai antriniai (skaitmeniniai) produktai siūlomi kaip paketas, Komisija taip pat gali vertinti, ar šis paketas gali savarankiškai sudaryti atitinkamą rinką. Nors ne visos skaitmeninės ekosistemos atitinka antrinės rinkos ar paketo rinkos metodą, bet kuriuo atveju Komisija, siekdama apibrėžti atitinkamą (-as) produkto rinką (-as), gali atsižvelgti į tokius elementus, kaip tinklo efektas, pakeitimo išlaidos ir sprendimai naudoti vieną arba kelias platformas.

5. RINKOS DALYS

- (104) Rinkos apibrėžimas leidžia Komisijai nustatyti kiekvienoje atitinkamoje rinkoje veikiančius tiekėjus ir vartotojus. Tada ji gali apskaičiuoti bendrą rinkos dydį ir kiekvieno tiekėjo rinkos dalį, remdamasi atitinkamų produktų pardavimu (o pirkėjų atveju – pirkimu) atitinkamoje geografinėje teritorijoje, kurioje yra pirkėjai.
- (105) Rinkos dalys atspindi santykinę tiekėjų padėtį rinkoje, todėl gali būti labai naudingos vertinant įtaką rinkoje. Tačiau rinkos dalys nėra vienintelis įmonės galios rinkoje rodiklis¹²⁵. Priklausomai nuo konkrečios bylos pobūdžio, gali būti svarbūs ir kiti veiksniai, pavyzdžiui, kliūtys patekti į rinką, galimybė naudotis konkrečiu turtu ir gamybos priemonėmis, taip pat produkto diferenciacija ir

¹²² Žr. bylą M.5462 *Thomas Cook Group / Gold Metal International*, kurioje Komisija atliko vertinimą ir neatmetė galimybės, kad atostogų paketai yra atskira rinka, palyginti su atostogomis, kai vartotojas įvairius elementus įsigyja atskirai (žr. 9–16 punktus).

¹²³ 2022 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo *Google ir Alphabet / Komisija*, T-604/18, EU:T:2022:541, 116 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „skaitmeninėje „ekosistemoje“ <...> produktai ar paslaugos, kurie yra tą ekosistemą sudarančių atitinkamų rinkų dalis, gali sutapti arba būti tarpusavyje susiję dėl jų horizontalaus ar vertikalios papildomumo. Kartu paėmus, atitinkamos rinkos taip pat gali turėti pasaulinį aspektą, atsižvelgiant į sistemą, kuri jungia jos komponentus, ir į bet koki konkurencinį spaudimą toje sistemoje arba kitų sistemų konkurencinį spaudimą“. Skaitmeninės ekosistemos pavyzdys būtų produktų, sukurtų naudoti su mobiliojo ryšio operacine sistema, ekosistema, įskaitant aparatinę įrangą, programėlių parduotuvę ir programinę įrangą.

¹²⁴ Žr. sprendimo byloje AT.40099 *Google Android* dėl programėlių parduotuvių rinkos apibrėžimo 299 punktą, kuriame Komisija padarė išvadą, kad nėra sąlygų apibrėžti sistemine rinką, apimančią programėlių parduotuves ir išmaniąsias mobiliąsias operacines sistemas.

¹²⁵ Žr., pavyzdžiui, 2007 m. liepos 9 d. Sprendimo *Sun Chemical Group ir kt. / Komisija*, T-282/06, EU:T:2007:203, 140 punktą. Taip pat žr. 2010 m. liepos 6 d. Sprendimo *Ryanair / Komisija*, T-342/07, EU:T:2010:280, 42 punktą.

pakeičiamumas. Tai išsamiau paaiškinta Komisijos gairėse dėl esminių vertinimų konkurencijos bylose¹²⁶.

- (106) Komisija paprastai remiasi rinkos dalimis, kurios pagrįstos pardavimu. Priešingai, pirkimo rinkose Komisija paprastai remiasi rinkos dalimis, kurios pagrįstos pirkimu. Paprastai tiek pardavimo ar pirkimo vertė, tiek pardavimo ar pirkimo apimtis suteikia naudingos informacijos.
- (107) Be pardavimo ar pirkimo, priklausomai nuo nagrinėjamų konkrečių produktų ar konkrečios pramonės šakos, rinkos dalims nustatyti gali būti naudinga ne tik pardavimo ar pirkimo, bet ir kita informacija. Tai gali būti: pajėgumai¹²⁷ arba gamybos apimtis (ypač rinkose, kurioms būdinga strateginė pajėgumų svarba); tiekėjų skaičius (ypač rinkose, kuriose rengiami oficialūs konkursai, arba tais atvejais, kai naujoviški produktai yra kūrimo etape); laimėtų konkursų skaičius¹²⁸; naudojimo rodikliai, pavyzdžiui, (aktyvių) naudotojų skaičius¹²⁹, apsilankymų skaičius¹³⁰, praleistas laikas arba auditorijos dydis¹³¹, atsisiuntimų¹³² ir atnaujinimų skaičius, sąveikų skaičius¹³³ arba platformoje sudarytų sandorių apimtis ar vertė (visų pirma tais atvejais, kai galimybė naudotis produktais iš esmės suteikiama nemokamai, kaip, pavyzdžiui, gali būti skaitmeninių rinkų arba apskritai daugialypių platformų atveju); parko vienetai, vietų skaičius, kelionių skaičius arba prieigos teisės, pavyzdžiui, laiko tarpniai tam tikruose oro uostuose (pavyzdžiui, transporto rinkose)¹³⁴ ir (arba) turimos atsargos (pavyzdžiui, kasybos sektoriuje)¹³⁵. Rinkose, kuriose dažnai ir daug investuojama į MTP, MTP išlaidų dydis arba patentų ar patentų citatų skaičius

¹²⁶ Žr., pavyzdžiui, Komisijos gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (OL C 31, 2004 2 5, p. 5–15) III ir IV skirsnius. Taip pat žr. Komisijos Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio taikymo horizontaliesiems bendradarbiavimo susitarimams gairių (OL C 11, 2011 1 14, p. 1) 45 punktą.

¹²⁷ Žr., pavyzdžiui, bylą M.8674 *BASF / Solvay* poliamidų veikla, susijusią su nailono polimerų vertės grandine (455 punkto b papunktis), bylą M.7744 *HeidelbergCement / Italcementi* dėl koncentracijos pilkojo cemento rinkoje (61 punktas) ir bylą M.4000 *Inco / Falconbridge* dėl koncentracijos nikelio rinkoje (315 ir paskesni punktai). Taip pat žr. bylą M.8713 *Tata Steel / ThyssenKrupp / JV* (474–481 konstatuojamosios dalys), taip pat 2022 m. birželio 22 d. Sprendimo *thyssenkrupp / Komisija*, T-584/19, EU:T:2022:386, 591 punktą.

¹²⁸ Žr., pavyzdžiui, bylos M.8134 *Siemens / Gamesa* 75–80 punktus, kuriuose paaiškinta, kad toje byloje įvykusių vėjo jėgainių konkursų skaičius buvo svarbesnis rodiklis nei įrengtų vėjo jėgainių bazė dėl laiko tarpo nuo sutarties sudarymo iki įrengimo.

¹²⁹ Žr., pavyzdžiui, bylą M.7217 *Facebook / WhatsApp* (95–98 punktai).

¹³⁰ Žr., pavyzdžiui, bylą AT.39740 *Google Search (Shopping)* (273–284 punktai).

¹³¹ Žr., pavyzdžiui, bylą M.9064 *Telia Company / Bonnier Broadcasting Holding* dėl didmeninio nemokamų ir pagrindinių mokamų televizijos kanalų tiekimo rinkos (315, 316, 324, 327, 333 ir 339 išnašos).

¹³² Žr., pavyzdžiui, bylą AT.40099 *Google Android* (591–593 punktai).

¹³³ Žr., pavyzdžiui, bylą M.10262 *Facebook / Kustomer* dėl B2C ryšio paslaugų rinkos (176–179 punktai).

¹³⁴ Žr., pavyzdžiui, bylą M.4439 *Ryanair / Aer Lingus* (340–347 punktai), bylą M.8869 *Ryanair / LaudaMotion* (303–306 punktai) ir bylą M.9287 *Connect Airways / Flybe* (447–453 punktai).

¹³⁵ Žr., pavyzdžiui, bylą M.4000 *Inco / Falconbridge* (490–494 punktai) ir bylą M.8713 *Tata Steel / ThyssenKrupp / JV* (472–481 konstatuojamosios dalys).

gali būti naudojami kaip tinkami rodikliai, siekiant įvertinti santykinę bendrovių konkurencinę padėtį¹³⁶.

- (108) Rinkose, kurioms būdinga didelė produktų diferenciacija, rinkos dalys, vertinamos pagal pardavimo vertę ir pardavimo apimtį, gali labai skirtis. Tokiomis aplinkybėmis Komisija paprastai atsižvelgia į pardavimo vertę, nes ji geriau atspindi skirtingų produktų įvairialytiškumą¹³⁷. Pardavimo apimtis papildo pardavimo vertę ir kai kuriais atvejais gali geriau atspindėti įmonių konkurencinį pajėgumą. Pavyzdžiui, jei koncentracijoje dalyvauja dvi įmonės, siūlančios produktą daug mažesne kaina nei kitos, tačiau turinčios didelę dalį klientų, vien tik pardavimo vertė gali nepakankamai atspindėti šių įmonių konkurencinę svarbą ir sąveiką¹³⁸.
- (109) Kaip paaiškinta 4.1 skirsnyje, esant didelei produktų ar geografinių diferenciacijai, rinkos dalys paprastai yra mažiau informatyvios ir, atliekant konkurencijos vertinimą, gali būti svarbiau įvertinti pakeičiamumą. Prireikus Komisija gali remtis atitinkamos rinkos segmentų dalimis ir į jas atsižvelgti vertindama, kaip glaudžiai įmonės konkuruoja tarpusavyje ir su savo konkurentais¹³⁹.
- (110) Jei vertinama (-os) įmonė(s) neturi tikslių duomenų apie rinkos dalis, informaciją apie rinkos dalis jos gali pateikti kaip įverčius. Komisija gali papildomai arba alternatyviai naudoti kitus informacijos apie rinkos dydį ir rinkos dalis šaltinius. Tai gali būti valdžios institucijų, pramonės šakos konsultantų ar verslo asociacijų tyrimai ar ataskaitos, vertinamos (-ų) įmonės (-ių) vidaus dokumentai arba rinkos dalyvių pateikti įverčiai. Visų pirma tais atvejais, kai nėra patikimų vertinamos (-ų) įmonės (-ių) įverčių arba informacijos iš kitų šaltinių, Komisija gali atlikti visišką arba dalinį rinkos dalių perskaičiavimą, pateikdama atitinkamiems rinkos dalyviams adresuotus prašymus pateikti informaciją, prašydama atitinkamos rinkos tiekėjų arba klientų pateikti duomenis apie savo pardavimo arba pirkimo apimtį ar vertes arba kitus svarbius rodiklius.
- (111) Paprastai Komisija remiasi rinkos dalimis, apskaičiuotomis per vieną metų ataskaitinius laikotarpius ne mažiau kaip už trejus metus. Tačiau laikotarpis, per kurį apskaičiuojamos rinkos dalys, gali skirtis priklausomai nuo atitinkamos rinkos ypatybių. Visų pirma rinkose, kurioms būdinga netolygi ar nereguliari

¹³⁶ Žr., pavyzdžiui, bylą M.7932 *Dow / DuPont* (sprendimo 1 priedas) ir bylą M.8084 *Bayer / Monsanto* (1153 ir paskesnės konstatuojamosios dalys).

¹³⁷ Žr., pavyzdžiui, M.7278 *General Electric / Alstom* (šilumos energija – atsinaujinančiosios energijos ir tinklų veikla), 426 punktą.

¹³⁸ Pavyzdžiui, konkurenciją tarp privataus prekės ženklo produktų, kurie nėra diferencijuoti, tiekėjų gali geriau atspindėti nuoroda į apimtį dalis. Žr. bylos M.9413 *Lactalis / Nuova Castelli* 137 punktą.

¹³⁹ Pavyzdžiui, byloje M.9409 *Aurubis / Metallo Group Holding* Komisija nustatė, kad atitinkama lydimui ir rafinavimui skirta vario laužo rinka buvo labai diferencijuota, ypač medžiagų sudėties ir kilmės požiūriu, ir ją sudarė keletas segmentų. Komisija peržiūrėjo šių konkrečių segmentų rinkos dalis, kad įvertintų, kaip glaudžiai susijungiančios šalys konkuravo tarpusavyje ir su savo konkurentais (žr. 227 ir 468 konstatuojamąsias dalis).

paklausa arba pasiūlos ir (arba) paklausos sezoniškumas, gali būti tikslinga rinkos dalis apskaičiuoti ilgesniais ar trumpesniais ataskaitiniais laikotarpiais¹⁴⁰.

6. IŠVADOS

- (112) Komisija savo bylų nagrinėjimo praktikoje toliau plėtos atitinkamos produkto ir geografinės rinkos sąvokos aiškinimą, atsižvelgdama į rinkų ir konkurencijos dinamikos pokyčius, Sąjungos teismų praktiką ir geriausios rinkos apibrėžimo praktikos raidą.
- (113) Šiame pranešime pateiktas atitinkamos rinkos sąvokos Komisijos aiškinimas neturi poveikio Sąjungos teismų atskirose bylose pateiktam šios sąvokos aiškinimui.

¹⁴⁰ Ilgesnių ataskaitinių laikotarpių dėl netolygios paklausos pavyzdžių galima rasti konkursų rinkose. Pavyzdžiui, byloje M.7278 *General Electric / Alstom* (šilumos energija – atsinaujinančiosios energijos ir tinklų veikla) rinkos dalys buvo apskaičiuotos penkerių ir dešimties metų laikotarpiui (žr. 420–422 punktus), o byloje M.8677 *Siemens / Alstom* naudotas dešimties metų ataskaitinis laikotarpis (žr. 141 punktą). Pavyzdžiui, oro transporto bendrovių bylose, pvz., M.8869 *Ryanair / Laudamotion* (žr. 304 punktą), buvo naudojami kelerių metų duomenys už trumpesnius ataskaitinius laikotarpius (t. y. sezonus).