



EUROOPA
KOMISJON

Brüssel, XXX
[...] (2022) XXX draft

SENSITIVE*
UNTIL ADOPTION

KOMISJONI TEATIS

**Komisjoni teatis asjaomase turu määratlemise kohta liidu konkurentsioiguse
kohaldamisel**

* 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>

KOMISJONI TEATIS

Komisjoni teatis asjaomase turu määratlemise kohta liidu konkurentsioiguse kohaldamisel

SISUKORD

1.	Sissejuhatus	2
1.1.	Teatise eesmärk	2
1.2.	Turu määratlemise eesmärk	3
1.3.	Turu määratlemise üldpõhimõtted	5
2.	ASJAOMASE TURU MÕISTE JA ÜLDINE METOODIKA	10
2.1.	Asjaomase tooteturu ja geograafilise turu mõiste	10
2.2.	Turu määratlemise üldine metoodika	11
2.2.1.	Tooteturgude määratlemise üldine metoodika	12
2.2.2.	Geograafiliste turgude määratlemise üldine metoodika	16
3.	TURGUDE MÄÄRATLEMISE PROTSESS	18
3.1.	Üldine lähenemisviis turu määratlemisele praktikas	18
3.2.	Tõendid tooteturgude määratlemiseks	19
3.2.1.	Nõudlusepoolse asendatavuse seisukohast asjakohased tõendid	19
3.2.2.	Pakkumisepoolse asendatavuse seisukohast asjakohased tõendid	23
3.3.	Tõendid geograafiliste turgude määratlemiseks	23
3.4.	Tõendite kogumine ja hindamine	27
4.	TURU MÄÄRATLEMINE KONKREETSETEL ASJAOLUDEL	29
4.1.	Turu määratlemine märkimisväärselt diferentseeritud toodete korral	30
4.2.	Turu määratlemine hinnadiskrimineerimise korral	31
4.3.	Turu määratlemine teadus- ja arendustegevusse tehtavate märkimisväärsede investeeringute korral	31
4.4.	Turu määratlemine mitmepoolsete platvormide korral	33
4.5.	Turu määratlemine järelturgude, pakettide ja digitaalsete ökosüsteemide korral	34
5.	TURUOSAD	36
6.	JÄRELDUSED	38

1. SISSEJUHATUS

1.1. Teatise eesmärk

- (1) Komisjon kasutab käesolevas teatises kirjeldatud turu määratlemist liidu konkurentsioiguse normide täitmise tagamisel, nimelt: i) Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklites 101 ja 102 sätestatud konkurentsieeskirjade täitmise tagamisel vastavalt nõukogu määrusele (EÜ) nr 1/2003¹ (edaspidi „määrus 1/2003“); ii) ühinemiste kontrollimisel vastavalt nõukogu määrusele (EÜ) nr 139/2004² (edaspidi „ühinemismäärus“) ja iii) Euroopa Majanduspiirkonna lepingu³ (edaspidi „EMP leping“) samaväärsete sätete täitmise tagamisel. Komisjon määratleb asjaomase turu tavaliselt juhul, kui hindamise seisukohast on tähtis hinnata ettevõtjate⁴ suhtelist konkurentsivõimet teatavas piirkonnas⁵.
 - (2) Käesoleva teatise eesmärk on anda suuniseid selle kohta, kuidas komisjon kohaldab asjaomase turu määratlust liidu konkurentsioiguse täitmise tagamisel. Konkurentsipoliitikaga säilitatakse hästi toimivad turud ja lahendatakse ühtlasi asjaomased turutõrked, aidates seeläbi kaasa rohe- ja digipöördele ning ühtse turu vastupidavusele⁶. Poliitika eesmärk on tagada, et turud jääksid avatuks ja dünaamiliseks. Seega võib konkurentsieeskirjade täitmise tagamine aidata vältida ELi majanduse sõltuvust ja suurendada selle vastupidavust, võimaldades
-
- ¹ Nõukogu 16. detsembri 2002. aasta määrus (EÜ) nr 1/2003 asutamislepingu artiklites 81 ja 82 sätestatud konkurentsieeskirjade rakendamise kohta, EÜT L 1, 4.1.2003, lk 1–25.
- ² Nõukogu 20. jaanuari 2004. aasta määrus (EÜ) nr 139/2004 kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate ühinemiste üle, ELT L 24, 29.1.2004, lk 1–22.
- ³ Käesolevas teatises käsitatakse viiteid ELi toimimise lepingu artiklitele 101 ja 102 ning ühinemismäärusele, eriti selle artiklile 2, viidetena EMP lepingu vastavatele samaväärsetele sätetele, vt EMP lepingu artiklid 53 ja 54 ning XIV lisa.
- ⁴ Liidu konkurentsioiguse kohaselt on ettevõtja mis tahes üksus, kes tegeleb majandustegevusega, st tegevusega, mis seisneb kaupade või teenuste pakkumises teataval turul, olenemata tema õiguslikust seisundist ja rahastamise viisist. Vt 23. aprilli 1991. aasta kohtuotsus Klaus Höfner ja Fritz Elser vs. Macratron GmbH, C-41/90, EU:C:1991:161, punkt 21, ja 12. detsembri 2006. aasta kohtuotsus SELEX Sistemi Integrati SpA vs. komisjon, T-155/04, EU:T:2006:387, punkt 50.
- ⁵ Üldiselt on turu määratlemine väiksema kaaluga siis, kui komisjon tegeleb riigiabi eeskirjade täitmise tagamisega vastavalt ELi toimimise lepingu artiklile 107, sest hindamise keskmes on abisaaja ja/või asjaomane tööstusharu/sektoir, mitte aga konkurentsiturve abisaajale. Sellegipoolest võib teatavate riigiabi juhtumite puhul olla vajalik turge määratleda, et hinnata, i) kas kõnealune riigiabi võib mõjutada liikmesriikidevahelist kaubandust või moonutada konkurentsi ja ii) kas kohaldatakse ELi toimimise lepingu artikli 107 lõiget 3. Vt näiteks 13. märtsi 1985. aasta kohtuotsus Madalmaad ja Leeuwarder Papierwarenfabriek vs. komisjon, C-296/82, EU:C:1985:113; 14. jaanuari 1997. aasta kohtuotsus Hispaania vs. komisjon, C-169/95, EU:C:1997:10; 7. juuli 1999. aasta kohtuotsus Wirtschaftsvereinigung Stahl vs. komisjon, T-106/96, EU:T:1999:137; komisjoni 1. veebruari 2016. aasta otsus (EL) 2016/2007, SA.36754-2014/C. Samuti võib turu määratlemine – ja käesolev teatis – mängida rolli juhtumite puhul, mida menetletakse vastavalt ELi toimimise lepingu artiklile 106. Vt näiteks 15. detsembri 2016. aasta kohtuotsused DEI vs. komisjon, T-169/08 RENV, EU:T:2016:733 ja DEI vs. komisjon T-421/09 RENV, EU:T:2016:748. Kui konkreetse juhtumi puhul tõstatatakse turuvõimu ning sellest tulenevalt asjaomase turu küsimus, võib käesolevas teatises kirjeldatud lähenemisviisi aspekte kasutada riigiabi või artikli 106 kohaste juhtumite hindamise alusena. Pidades silmas, et nende kahe hindamisliigi puhul kohaldatakse turu määratlust kitsamalt, ei käsitleta käesolevas teatises nende konkreetseid aspekte täpsemalt.
- ⁶ Vt komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Uutele väljakutsetele vastav konkurentsipoliitika“, COM(2021) 713, 18.11.2021, lk 6.

tugevaid ja mitmekesiseid tarneahelaid⁷. Seda silmas pidades võetakse käesolevas teatises esitatud ajakohastatud suunistes arvesse viimase kahekümne aasta olulisi arengusuundumusi. Nende hulka kuuluvad digipööre ning uued kaupade ja teenuste pakkumise viisid, samuti tõsiasi, et kaubandussuhted on omavahel üha tihedamalt seotud ja üleilmastunud.

- (3) Komisjon loodab, et kui ta avaldab menetlused, mida ta järgib, ning toob välja peamised kriteeriumid ja tõendid, millele ta asjaomase turu määratlemisel tugineb, saab ta muuta oma poliitika ja otsuste tegemise liidu konkurentsioiguse kohaldamisel läbipaistvamaks. Samuti loodab komisjon, et konkurentsimoju tõhusam hindamine aitab säästa nii komisjoni enda talituste kui ka väliste sidusrühmade ressursse.
- (4) Suurem läbipaistvus ja sellest tulenevalt ka komisjoni poolt liidu konkurentsioiguse alusel koostatud hinnangute parem prognoositavus suurendab ettevõtjate ja nende nõustajate õiguskindlust. Neil on võimalik paremini hinnata asjaomaste turgude ulatust ja seda, mil määral suudab komisjon konkreetsel juhul konkurentsiprobleemid välja selgitada. Kui nad kaaluvad näiteks teiste ettevõtjate omandamist, ühisettevõtete loomist, teatavate kokkulepete sõlmimist või mingit ühepoolset tegevust, saavad nad neid tegureid oma otsustusprotsessis arvesse võtta. Samuti aitavad käesolevas teatises esitatud suunised ettevõtjatel prognoosida, mis liiki teavet peab komisjon turu määratlemisel asjakohaseks.

1.2. Turu määratlemise eesmärk

- (5) Turu määratlemine on vahend, mida komisjon kasutab, et teha kindlaks ja määratleda ettevõtjatevahelise konkurentsi piirid. Turu määratlemise peamine eesmärk on teha süstemaatiliselt kindlaks vahetu konkurentsisurve, millega seotud ettevõtjad⁸ kindlas piirkonnas teatavaid tooteid⁹ pakkudes kokku puutuvad. Turu määratlemine võimaldab teha kindlaks neid tooteid pakkuvate ettevõtjate asjaomased konkurendid ja asjaomased kliendid.
- (6) Samad kaalutlused kehtivad ka juhul, kui teatavaid asjaomaseid turge määratletakse teatavate toodete ostmiseks kindlas piirkonnas (edaspidi „ostuturud“),¹⁰ tehes süstemaatiliselt kindlaks vahetu konkurentsisurve, millega seotud ettevõtjad neid tooteid ostes kokku puutuvad. Sellisel juhul tehakse turu määratlemise tulemusel kindlaks, kes on toodete ostmisel seotud ettevõtjate asjaomased konkurendid ja kes on asjaomased tarnijad. Käesoleva teatise

⁷ Samas, lk 16.

⁸ Käesoleva teatise tähenduses on seotud ettevõtja ettevõtja, kelle konkurentsivõimet hinnatakse. Üldjuhul on sellised ettevõtjad kokkuleppe pooled ELi toimimise lepingu artikli 101 kohastes uurimistes, ettevõtjad, keda ELi toimimise lepingu artikli 102 kohase menetluse raames uuritakse, ning koondumise osalised ühinemismääruse kohastes uurimistes. Selline ettevõtja võib olenevalt juhtumist olla ka kaebuse esitaja konkurentsimenetluses, eelneval või järgneval turul tegutsev ettevõtja või mõni muu konkurentsimenetlusega seotud ettevõtja.

⁹ Käesolevas teatises hõlmab mõiste „toode“ ka teenuseid või tehnoloogiaid, kui see on asjakohane. Sellest tulenevalt hõlmab mõiste „tootmine“ ka selliste teenuste või tehnoloogiate pakkumist või tarnimist.

¹⁰ Ostuturgude näidetena vt juhtumid M.10201 Ahold Delhaise / Deen Assets, punktid 20–25 ja seal viidatud juhtumid; M.9847 Aldi / FPLPH Assets, punktid 19–22 ja M.9409 Aurubis / Metallo, punkt 7.1.

ülejäänud osas ostuturge täpsemalt ei käsitleta, kuid selles esitatud suuniseid kohaldatakse ka ostuturgude suhtes.

- (7) Komisjon kasutab turu määratlemist tavaliselt juhul, kui konkurentsimoju hindamise raames on vaja hinnata ettevõtjate suhtelist konkurentsivõimet teatavas piirkonnas¹¹ ja eelkõige seda, kas ettevõtjal on turuvõim. Turu määratlemine on vahend, mille abil struktureerida ja hõlbustada konkurentsimoju hindamist asjakohastel juhtudel; see ei ole liidu konkurentsioiguse kohase hindamise puhul alati kohustuslik.
- (8) Kui komisjon kasutab turu määratlemist, on see tihedalt seotud eesmärkidega, mida taotletakse erinevate liidu konkurentsioiguse vahenditega.
- ELi toimimise lepingu artikli 102 kohasel hindamisel määratleb komisjon asjaomased turud, kui ta hindab turgu valitseva seisundi olemasolu, mida üldiselt tehakse asjaomase turu alusel¹².
 - Ühinemismääruse kohasel hindamisel määratleb komisjon korrapäraselt asjaomaseid turge, kui ta hindab koondumise mõju konkurentsile¹³.
 - ELi toimimise lepingu artikli 101 kohasel hindamisel kasutab komisjon turu määratlemist eelkõige selleks, et teha kindlaks, kas esineb märkimisväärsed konkurentsipiiranguid või kas on täidetud ELi toimimise lepingu artikli 101 lõike 3 punktis b sätestatud tingimus, mille alusel võib teha erandi ELi toimimise lepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisest¹⁴. Praktikas kaldub komisjon kasutama turu määratlemist, kui ta hindab kokkuleppeid, mille tagajärg on konkurentsi takistamine, piiramine või moonutamine. Seevastu ei määratle komisjon tavaliselt asjaomast turgu, kui ta hindab kokkuleppeid, mille eesmärk on takistada, piirata või kahjustada konkurentsi, nagu kartellikokkulepped; ta ei ole ka kohustatud seda tegema¹⁵.

¹¹ Käesolevas teatises hõlmab mõiste „konkurentsimoju hindamine“ neid mõne komisjonipoolse liidu konkurentsioiguse küsimuse sisulise hindamise osi, mis ei ole seotud turu määratlemisega. See hõlmab eelkõige turgu valitseva seisundi olemasolu hindamist, kui see on asjakohane, ning selle hindamist, millist mõju seotud ettevõtjate tegevus või koondumine tõenäoliselt konkurentsile avaldab.

¹² 21. veebruari 1973. aasta kohtuotsus Europemballage ja Continental Can vs. komisjon, C-6/72, EU:C:1973:22, punkt 32; 24. mai 2012. aasta kohtuotsus MasterCard jt vs. komisjon, T-111/08, EU:T:2012:260, punkt 171.

¹³ 21. veebruari 1973. aasta kohtuotsus Europemballage ja Continental Can vs. komisjon, C-6/72, EU:C:1973:22, punkt 32; 31. märtsi 1998. aasta kohtuotsus Prantsusmaa jt vs. komisjon („Kali & Salz“), liidetud kohtuasjad C-68/94 ja C-30/95, EU:C:1998:148, punkt 143; 6. juuni 2002. aasta kohtuotsus Airtours vs. komisjon, T-342/99, EU:T:2002:146, punkt 19; 7. mai 2009. aasta kohtuotsus NVV jt vs. komisjon, T-151/05, EU:T:2009:144, punkt 51.

¹⁴ Liidu kohtud on sellega seoses otsustanud, et komisjon võib kasutada turu määratlemist, kui „ilma sellise määratlemiseta ei oleks võimalik kindlaks teha, kas kõnealuse tegevuse eesmärk või tagajärg on takistada, piirata või kahjustada konkurentsi siseturul“, 6. juuli 2000. aasta kohtuotsus Volkswagen AG vs. komisjon, T-62/98, EU:T:2000:180, punkt 230; 8. juuli 2004. aasta kohtuotsus Mannesmannröhren-Werke vs. komisjon, T-44/00, EU:T:2004:218, punkt 132. Vt ka punkt (9), kus on esitatud täiendavad näited ELi toimimise lepingu artikli 101 kohase turu määratlemise kohta.

¹⁵ 8. juuli 2004. aasta kohtuotsus Mannesmannröhren-Werke vs. komisjon, T-44/00, EU:T:2004:218, punkt 132; 28. juuni 2016. aasta kohtuotsus Telefónica vs. komisjon, T-216/13, EU:T:2016:369, punkt 214.

- (9) Turu määratlemine võimaldab arvutada välja turuosad, millele tuginedes saab komisjon hinnata konkurentsimoju hindamise eesmärgil ettevõtja konkurentsivõimet. Komisjon võib turuosasid kasutada ka esimese seirevahendina, et hinnata, kas tekkida võib konkurentsiprobleeme. Turuosa künnised on üks elementidest, mille alusel määratakse kindlaks grupierandi määruste kohaldamisala ELi toimimise lepingu artikli 101 puhul,¹⁶ et hinnata, kas võib esineda ELi toimimise lepingu artiklite 101 ja 102 kohane mõju kaubandusele,¹⁷ ning teha kindlaks sellised koondumised, mis ühinemismääruse kohaselt ei tekita mingitel turgudel või teatavatel turgudel algusest peale konkurentsiprobleeme, välja arvatud erakorralistel asjaoludel¹⁸.

1.3. Turu määratlemise üldpõhimõtted

- (10) Kui komisjon tegeleb liidu konkurentsioiguse maksmapanekuga, kehtivad turu määratlemise suhtes teatavad põhimõtteid. Need on muu hulgas järgmised:
- (11) Esiteks põhineb turu määratlemine juhtumi asjaoludel¹⁹. Asjaomased turud liidu konkurentsioiguse tähenduses erinevad sektorite lõikes ja tarneahela eri tasanditel ning võivad erineda ka piirkonniti. Turu määratlemise tulemust ei mõjuta tavaliselt see, kas seda tehakse ühinemiskontrolli või konkurentsieeskirjade täitmise tagamise otstarbel²⁰. Kui on olemas komisjoni

¹⁶ Turuosa künnised piiravad „safe harbour“-põhimõtte kohaldamist kokkulepete suhtes, mis on sõlmitud selliste ettevõtjate vahel, kellel on asjaomastel turgudel turuosa, mis ei ületa määrustes sätestatud künniseid. Vt komisjoni 10. mai 2022. aasta määruse (EL) 2022/720 (Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamise kohta teatavat liiki vertikaalsete kokkulepete ja kooskõlastatud tegevuse suhtes) artikkel 3, C/2022/3015, ELT L 134, 11.5.2022, lk 4–13, komisjoni määruse nr 1217/2010 artikkel 4; komisjoni määruse nr 1218/210 artikkel 3 [ajakohastatakse pärast uute horisontaalsete grupierandi määruste jõustumist].

¹⁷ Komisjoni teatis „Suunised asutamislepingu artiklites 81 ja 82 sätestatud kaubandusmõju kontseptsiooni kohta“ (edaspidi „kaubandusmõju käsitlevad suunised“), ELT C 101, 27.4.2004, lk 81–96, punkt 2.4. Komisjon võib kasutada turuosasid oma hinnangus selle kohta, kas võib esineda mõju kaubandusele, kuid arvestatava mõju hindamine ei eelda tingimata asjaomaste turgude määratlemist ja turuosade arvutamist (vt kaubandusmõju käsitlevate suuniste punkt 48) ning komisjon ei ole kohustatud seda tegema.

¹⁸ Vt sellega seoses mõiste „mõjutatud turud“, mis on määratletud komisjoni 21. aprilli 2004. aasta määruse (EÜ) nr 802/2004 (millega rakendatakse ühinemismäärust) (ELT L 133, 30.4.2004, lk 1–39) I lisa punktis 6.3 (määrust on viimati muudetud komisjoni 5. detsembri 2013. aasta rakendusemäärusega (EL) nr 1269/2013, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 802/2004, millega rakendatakse nõukogu määrust (EÜ) nr 139/2004 kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle, ELT L 336, 14.12.2013, lk 1–36) [ajakohastatakse pärast uue ühinemismääruse rakendusemääruse jõustumist], ja komisjoni teatis lihtsustatud korra kohta teatavate koondumiste käsitlemiseks vastavalt nõukogu määrusele (EÜ) nr 139/2004 (ELT 366, 14.12.2013, lk 5–9), punktid 5 ja 6.

¹⁹ EFTA kohtu 5. mai 2022. aasta kohtuotsus E-12/20, Telenor ja Telenor Norge vs. EFTA järelevalveamet, punkt 173, mille kohaselt tuleb turg määratleda iga juhtumi puhul eraldi.

²⁰ Mõnel juhul võib turu määratlemine anda ka erinevaid tulemusi, sõltuvalt tehtud analüüsi liigist. Eelkõige võib vahetu konkurentsisturve, mida turu määratlemisel püütakse kindlaks teha, erineda sõltuvalt sellest, kas keskendutakse turuvõimu muutumisele võrreldes valitsevate tingimustega või sellele, kas praegune või varasem olukord kajastab turuvõimu positsiooni võrreldes konkurentsiolekuga. Näiteks ei pea turu määratlemise tulemus olema horisontaalset kattumist sisaldavast koondumisest tuleneva turuvõimu muutuse hindamise kontekstis alati sama asjaomane turg kui turu määratlemisel ELi toimimise lepingu artikli 102 kohase turgu valitseva seisundi hindamise kontekstis. Vt ka joonealune märkus 48, milles selgitatakse üksikasjalikumalt selle sätte aluseks olevat arutluskäiku.

varasemad otsused konkreetse turu kohta, võib komisjon nendest analüüsides lähtuda ja kontrollida, kas käsiloleva juhtumi puhul saab kohaldada nendes varasemates otsustes kasutatud asjaomase turu määratlust. Komisjon ei ole aga kohustatud kohaldama oma varasemates otsustes kasutatud asjaomase turu määratlust järgnevate juhtumite puhul²¹.

- (12) Teiseks hõlmab asjaomase turu määratlemine nii kaubaturu kui ka geograafilise turu määratlemist²². Asjaomase turu määratlemisel võtab komisjon arvesse erinevaid konkurentsiparameetreid, mida kliendid peavad hinnatavas piirkonnas ja ajavahemikus asjakohaseks. Need parameetrite hulka võivad kuuluda toote hind, aga ka selle innovatsioonitase, kvaliteet mitmesugustes aspektides, näiteks vastupidavus, kestlikkus, toote pakutavate kasutusviiside väärtus ja mitmekesisus, edastatud kuvand või pakutav turvalisuse ja eraelu puutumatuse kaitse, samuti selle kättesaadavus, sealhulgas teostusaeg, tarneaehelate vastupidavusvõime, tarnekindlus ja transpordikulud.
- (13) Kolmandaks on turu määratlemine, kui seda nõutakse, vaid üks osa hindamisest, mille komisjon liidu konkurentsioiguse alusel läbi viib. Komisjon otsustab konkurentsiprobleemide olemasolu üle alles pärast konkurentsimoju hindamist²³. Seega ei mõjuta turu määratlemine komisjoni poolt liidu konkurentsioiguse alusel tehtava hindamise tulemust.
- (14) Neljandaks võimaldab turu määratlemine eristada turusisest ja -välist konkurentsipurvet, võttes arvesse üksnes vahetut konkurentsipurvet asjaomasel turul. Komisjon võtab aga (otsese või kaudse) konkurentsimoju hindamisel arvesse igasugust konkurentsipurvet.
- (15) Viiendaks on määratletud turud sageli eri juhtumite ja hindamiste puhul samad juhul, kui toodete ja geograafiliste piirkondade osas on tegemist sama majandustegevusega²⁴. Turu määratlemise tulemus võib aga sellegipoolest

²¹ Üldkohus selgitas seda 7. mai 2009. aasta kohtuotsuses NVV jt vs. komisjon, T-151/05, EU:T:2009:144, punkt 136: „Iseäranis ei saa hagejad tugineda õiguspärasele ootusele seetõttu, et kuna komisjon on varasemas otsuses määratlenud turud teatud erilisel viisil, siis sellises otsuses võetud seisukohad ei ole siduvad komisjonile ega *a fortiori* ka Esimese Astme Kohtule.“; vt ka 14. detsembri 2005. aasta kohtuotsus General Electric vs. komisjon, T-210/01, EU:T:2005:456, punkt 120; 18. mai 2022. aasta kohtuotsus Wieland-Werke vs. komisjon, T-251/19, EU:T:2022:296, punkt 79; 13. mai 2015. aasta kohtuotsus Niki Luftfahrt vs. komisjon, T-162/10, EU:T:2015:283, punkt 144; 25. märtsi 2015. aasta kohtuotsus Slovenská pošta vs. komisjon, T-556/08, EU:T:2015:189, punkt 197; 23. mai 2019. aasta kohtuotsus KPN vs. komisjon, T-370/17, EU:T:2019:354, punkt 79. Vt ka EFTA kohtu 5. mai 2022. aasta kohtuotsus E-12/20, Telenor ja Telenor Norge vs. EFTA järelevalveamet, punkt 97.

²² 14. veebruari 1978. aasta kohtuotsus United Brands vs. komisjon, C-27/76, EU:C:1978:22, punktid 10 ja 11.

²³ Vt joonealune märkus 11.

²⁴ Näiteks lennutranspordi sektoris on reisijate lennutransporditeenuste asjaomane tooteturg määratletud lähte- ja sihtkohapaaridel põhineva lähenemisviisi alusel. Seda lähenemisviisi on kasutatud aja jooksul mitme juhtumi puhul. Vt näiteks ühinemisuhtumid M.3280 Air France/KLM, punktid 9 ja 16; M.3770 Lufthansa/Swiss, punktid 12 jj; M.6447 IAG/bmi, punkt 31; M.7333 Alitalia/Etihad, punkt 63; M.7541 IAG/Aer Lingus, punkt 14; konkurentsioiguse juhtumid AT.36201 PO/Lufthansa+SAS+United (artikkel 85); AT.39596 British Airways/American Airlines/Iberia; ja 11. aprilli 1989. aasta kohtuotsus Ahmed Saeed Flugreisen jt vs. Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, C-66/86, EU:C:1989:140, punkt 40; 19. mai 1994. aasta kohtuotsus Prantsusmaa vs. komisjon, T-2/93, EU:T:1994:55, punkt 84; 4. juuli 2006. aasta kohtuotsus easyJet vs. komisjon, T-177/04, EU:T:2006:187, punkt 56. Teine näide on internetireklaamiteenuste turud, kus asjaomane tooteturg on

erineda, isegi kui tegemist on samade toodete ja geograafiliste piirkondadega. See sõltub järgmisest:

- *Konkurentsiparameetrid.* Ettevõtja võib konkureerida teiste ettevõtjatega erinevate konkurentsiparameetrite alusel, nagu on selgitatud punktis (12). Näiteks võib seotud ettevõtjate toodete hindadele seatud konkurentsisure erineva samade ettevõtjate tootearendusse investeerimisele avaldatavast konkurentsisturvest, mistõttu võivad erineda ka asjaomased toote- ja geograafilised turud²⁵.
- *Seotud ettevõtjad.* Et seotud ettevõtjate tegevus määrab asendatavuse analüüsi lähtepunkti, võib tuge sõltuvalt seotud ettevõtjatest määratleda erinevalt. Seda võidakse teha näiteks juhul, kui ettevõtjatevaheline konkurentsisure on asümmeetriline²⁶. Kui sellisel juhul kasutatakse asendatavuse analüüsi lähtepunktina eri ettevõtjate tooteid – näiteks juhul, kui koondumise osalised on erinevad või kui uurimise all on teise ettevõtja tegevus –, võivad turu määratlemise tulemused erineda.
- *Vaadeldav ajavahemik.* Komisjon võtab arvesse hinnatava tegevuse või koondumise ajal valitsenud asjaolusid. Seega võivad turu määratlemise tulemused aja jooksul muutuda, kui muutub konkurentsidiinamika. Nii võib see olla näiteks juhul, kui eri geograafiliste piirkondade konkurentsitingimused aja jooksul ühtlustuvad ja muutuvad piisavalt homogeenseks, nii et piirkonnad, mis

mitme juhtumi puhul määratletud internetireklaamipinna – mis on eraldiseisev mujal kui internetis pakutavast reklaamipinnast – pakumise turuna ning asjaomane geograafiline turg on määratletud kõigi juhtumite puhul riikliku turuna või kulgeb Euroopa Majanduspiirkonnas mööda keelepiire – vt nt juhtumid M.4731 Google/DoubleClick, punktid 56 ja 83–84; M.5727 Microsoft/Yahoo! Search Business, punktid 61 ja 91–93; M.7217 Facebook/Whatsapp, punktid 79 ja 81–83.

²⁵ Näiteks juhtumi M.7932 Dow/DuPont puhul määratles komisjon esiteks taimekaitsevahendite riiklikud turud, et hinnata toodete ja hinnakonkurentsi (põhjendused 319 ja 332). Selles hinnangus tugines komisjon turuosadele, mis on arvatud riikide tasandil põllumajanduskultuuri/kahjuri kombinatsioonide kohta, kuid kasutas ka Euroopa Majanduspiirkonna tasandil põllumajanduskultuuri/kahjuri kombinatsioonide rühmade turuosi, mis annavad teavet selle kohta, milline on turuosaliste tugevus toimeainete valiku tasandil, ning teadus- ja arendustegevuse valdkonna tarnijate ülemaailmseid turuosi, mis annavad teavet selle kohta, milline on uusi toimeaineid turule viivate tarnijate suhteline tugevus (põhjendus 362). Teiseks analüüsis komisjon innovatsioonikonkurentsi kogu tööstusharus ja innovatsioonialadel, mis koosnevad põllumajanduskultuuri/kahjuri kombinatsioonide rühmadest ülemaailmsel või vähemalt EMP tasandil, et hinnata, kuidas põllumajanduskemikaale tootvad ettevõtjad uute toimeainete avastamisel ja väljatöötamisel konkureerivad (põhjendused 352 ja 361).

²⁶ Vt juhtumid M.6497 Hutchison 3G Austria/Orange Austria ja M.8808 T-Mobile Austria/UPC Austria. Esimesel juhul alustas komisjon kandidaatturust, mis koosneb mobiilsetest andmesideteenustest, ja leidis, et mobiilsete andmesideteenuste asendatavus interneti püsiühenduse teenustega on piiratud (punkt 57). Teise juhtumi puhul hindas komisjon, kas mobiilse internetiühenduse teenuseid saab kodus internetile juurdepääsuks kasutada samamoodi nagu püsiühendusi, ning järeldas, et asjaomane tooteturg hõlmas kodutarbijate puhul nii mobiilse kui ka püsiühenduse tehnoloogiat (punkt 39). Vt ka 30. jaanuari 2007. aasta kohtuotsus France Télécom vs. komisjon, T-340/03, EU:T:2007:22, punktid 88–89; 1. juuli 2010. aasta kohtuotsus AstraZeneca vs. komisjon, T-321/05, EU:T:2010:266, punktid 96–97; EFTA kohtu 5. mai 2022. aasta kohtuotsus E-12/20, Telenor ja Telenor Norge vs. EFTA järelevalveamet, punkt 117.

algsest kuulusest selgelt eristuvate geograafiliste turgude hulka, loetakse hiljem samaks geograafiliseks turuks²⁷.

- (16) Kuuendaks võib komisjon võtta arvesse eeldatavaid muudatusi turu struktuuris, kui juhtum eeldab ettevaatavat hindamist. Struktuursed turumuutused erinevad potentsiaalsete konkurentide turule sisenemisega seotud kaalutlustest („potentsiaalne konkurent“)²⁸ selle poolest, et need mõjutavad nõudluse ja pakkumise üldist dünaamikat turul ning seega üldist reaktsiooni suhteliste tarnetingimuste muutumisele. Selliseid struktuurseid muutusi tuleb eristada muutustest, mis mõjutavad ainult üksikuid ettevõtjaid või tarbijaid, kes asjaomastel turgudel tooteid pakuvad või nõuavad. Struktuursed turumuutused võivad mõjutada asjaomase tooteturu määramist, näiteks kui on piisavalt tõenäoline, et turule on jõudmas uusi tooteliike,²⁹ või asjaomase geograafilise turu määramist, näiteks eelseisvate tehnoloogiliste muutuste või õigusraamistikus tehtavate muudatuste korral³⁰. Komisjon võtab eeldatavaid lühiajalisi või keskpika perioodi struktuurseid turumuutusi arvesse juhul, kui need tooksid nõudluse ja pakkumise üldises dünaamikas kaasa tegelikke muutusi aja jooksul, mis on komisjoni hindamise seisukohast asjakohane³¹. Selleks et komisjon saaks seda teha, on vaja kindlaid tõendeid selle kohta, et kavandatud struktuurimuutused toimuvad piisava tõenäosusega. Tõendid peavad

²⁷ Näiteks 2001. aasta juhtum M.2033 Metso/Svedala määratles komisjon purustite (kaevandustööstuse tootmisvahend) geograafilise turuna kogu EMP (vt punkt 114). 2020. aasta juhtum M.9585 Outotec/Metso (Minerals Business) puhul järeldas komisjon, et kaevandustööstuses peenestamiseks, floteerimiseks, filtreerimiseks ja rauamaagi känkimiseks kasutatavate tootmisvahendite tarnimise asjaomane geograafiline turg on maailmaturg (vt punktid 258–261). Peale selle tegi komisjon 1995. aasta juhtum M.580 ABB/Daimler-Benz järelduse, et raudteetehnoloogia turul esitatakse riigipõhiseid või piirkondlikke nõudeid, mis takistavad eksporti väljapoole kodupiirkonda, ning et kliendid eelistavad samas piirkonnas või samas liikmesriigis asuvaid tarnijaid (punktid 22–41). Hiljem aga jõudis komisjon 2010. aasta juhtum M.5754 Alstom Holdings/Areva T&D järeldusele, et turg hõlmas vähemalt EMPd (punkt 35).

²⁸ Vt punkt (25).

²⁹ Näiteks ravimite hindamise kontekstis võib asjaomast tooteturgu laiendada nii, et see hõlmaks ka praegu kliinilisi uuringuid läbivaid arendusjärgus tooteid, nagu on täpsemalt selgitatud punktis (90); või seda võib kitsendada ainult konkreetsele molekuli, arvestades originaalravimi geneerilise versiooni eelseisvat turuletulekut, vt 30. jaanuari 2020. aasta kohtuotsus Generics (UK) jt, C-307/18, EU:C:2020:52, punkt 131.

³⁰ Juhtum M.2478 IBM/Italia/Business Solutions/JV puhul märkis komisjon, et ta oli varem leidnud, et IT-teenuseid osutati riigi tasandil, näiteks juhtum M.2195 Cap Gemini/Vodafone. Ta märkis siiski, et IT-teenuste puhul esineb suundumus nõudluse ja pakkumise rahvusvahelistumise poole, mida on osaliselt ajendanud interneti kasutamine, mis võimaldab kaugtoiminguid (punkt 25). Rahvusvahelistumise suundumust kinnitati hilisemas juhtum M.6237 Computer Sciences Corporation/iSOFT Group, milles komisjon märkis, et suured IT-teenuste osutajad tegutsevad kogu maailmas ja kliendid korraldavad sageli ülemaailmseid/EMP-üleseid pakkumisi (punktid 17–18). Nendel juhtudel jäeti geograafilise turu määratlus lahtiseks.

³¹ Vt 30. jaanuari 2020. aasta kohtuotsus Generics (UK) jt, C-307/18, EU:C:2020:52, punktid 134–135, milles Euroopa Kohus leidis, et turgu saab piirata ainult konkreetse molekuli, pidades silmas originaalravimi geneerilise versiooni peatset turuletulekut, sest „geneeriliste ravimite tootjatel [on] võimalik turule siseneda kohe või lühiajal, eriti kui nad on välja töötanud eelneva tõhusa strateegia turule sisenemiseks, teinud selleks vajalikud toimingud, näiteks esitanud müügiloo taotluse või isegi saanud müügiloo, või sõlminud tarnelepingud kolmandate turustajatega“, ja et esines „asjaolusid, mis annavad tunnistust sellest, et originaalravimite tootja tajub geneeriliste ravimite tootjate turule sisenemises vahetut ohtu“.

olema usaldusväärsed³² ja ei või piirduda üksnes eeldusega, et täheldatud suundumused jätkuvad või et teatavad ettevõtjad muudavad oma käitumist.

- (17) Seitsmendaks erineb liidu konkurentsioiguses kasutatav mõiste „asjaomane turg“ mõiste „turg“ kasutamisest muudes kontekstides, eelkõige ettevõtluse kontekstis. Ettevõtjad kasutavad sageli mõistet „turg“ viitena piirkonnale või kohale, kus nad tooteid müüvad, või üldise viitena tööstusharule või sektorile, kuhu nad kuuluvad. Näiteks võivad ettevõtjad öelda, et nad tegutsevad ülemaailmsel turul, kui nad leiavad, et nad konkureerivad tulu pärast kõigi maailmajagude ettevõtjatega. See ei tähenda siiski, et kõigi ülemaailmselt tegutsevate ettevõtjate tooted on Euroopa Majanduspiirkonna (EMP) klientide jaoks asendatavad või et klientidel on kogu maailmas piisavalt homogeensed konkurentsitingimused, mis on komisjonipoolse liidu konkurentsioiguse alusel turu määratlemise seisukohast asjakohane vaatenurk, nagu on põhjalikumalt selgitatud jaos 2. Samuti ei ole turu mõiste või määratlus, mida kasutatakse muudes õigusvaldkondades kui konkurentsioigus, näiteks elektroonilise side valdkonnas,³³ liidu konkurentsioiguse seisukohast määrava tähtsusega.
- (18) Kaheksandaks ei pea komisjon tegema lõplikku järeldust turu täpse ulatuse kohta, kui komisjoni hindamise tulemus ei muutu sõltuvalt erinevatest tõenäolistest turumääratlustest. Sellistes olukordades võib komisjon jätta turu määratlemise küsimuse lahtiseks, mis muudab turu määratlemise hindamise tõhusamaks. Komisjon võib jätta turumääratluse lahtiseks³⁴ nii olukordades, kus olenemata kohaldatavast turumääratlusest tekib konkurentsiprobleeme,³⁵ kui ka olukordades, kus olenemata kohaldatavast turumääratlusest

³² Vt täpsemalt jagu 3.4 selle kohta, kuidas komisjon turu määratlemise kohta tõendeid kogub ja hindab.

³³ Vt eelkõige komisjoni 18. detsembri 2020. aasta soovitus (EL) 2020/2245 elektroonilise side sektori asjaomaste toote- ja teenuseturgude kohta, mis vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivile (EL) 2018/1972 (millega kehtestatakse Euroopa elektroonilise side seadustik) vajavad eelnevat reguleerimist (teatavaks tehtud numbri C(2020) 8750 all), C/2020/8750 (ELT L 439, 29.12.2020, lk 23–31).

³⁴ Diferentseeritud tooteturgude kontekstis ei mõjuta kogu asjaomase turu määratlus võimalust tuvastada teatavates turusegmentides erinevat konkurentsidiinamikat, jättes samal ajal segmendid täpselt piiritlemata. Teatatud koondumise konkurentsimoju analüüs võib viia järelduseni, et koondumine ei takista konkurentsi asjaomase turu kõigis osades võrdselt, ilma et see mõjutaks või seaks kahtluse alla selle turu enda määratluse – vt 18. mai 2022. aasta kohtuotsus Wieland-Werke vs. komisjon, T-251/19, EU:T:2022:296, punktid 40–41, 64 jj.

³⁵ Vt näiteks otsus juhtumi M.10078 Cargotec/Konecranes kohta, kus komisjon jättis konteinerivirvinate ja konteineriteisaldite puhul lahtiseks nii tooteturu (mis võib olla määratletud kas üldiselt või segmenteeritud konteinerivirvinate ja konteineriteisaldite turgude vahel) kui ka geograafilise turu (kogu EMP või ülemaailmse ulatusega) määratlused, kuna tehing tekitas probleeme kõigi tõenäoliste turumääratluste puhul (põhjendused 126 ja 376).

Lisaks võib komisjon ühinemismääruse kohasel hindamisel jätta turumääratluse lahtiseks olukordades, kus pärast esialgset uurimist tekivad tõsised kahtlused ainult ühel tõenäolisel asjaomasel turul, kuid seotud ettevõtjad esitavad kohustused, mis on koondumise siseturuga kokkusobivaks muutmiseks sobivad; vt näiteks juhtum M.8785 The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox, punkt 85.

Määruse 1/2003 artikli 9 kohastes kohustuste võtmise otsustes võib komisjon jätta turumääratluse lahtiseks ka juhul, kui seotud ettevõtjad esitavad pärast algset uurimist kohustused, mis on algsete probleemide lahendamiseks piisavad. Vt näiteks juhtum AT.37966 Distrigaz, punkt 11, ja juhtum AT.40153 e-raamatute enamsoodustusrežiim ja muud küsimused (Amazon), punkt 48.

konkurentsiprobleeme ei teki³⁶. Kui turumääratlus jäetakse lahtiseks, hindab komisjon tavaliselt konkurentsimoju kõigi tõenäoliste alternatiivsete turumääratluste korral, kuid tema konkurentsimoju analüüsi põhjalikkus võib hinnatavate alternatiivsete turgude puhul erineda³⁷.

2. ASJAOMASE TURU MÕISTE JA ÜLDINE METOODIKA

2.1. Asjaomase tooteturu ja geograafilise turu mõiste

- (19) Kooskõlas Euroopa Kohtu ja Euroopa Liidu Üldkohtu (edaspidi „liidu kohtud“) kohtupraktikaga ning komisjoni praktikaga määratletakse asjaomane turg, mille raames komisjon hindab konkurentsidiinamikat, tavaliselt toote ja geograafilise mõõtme alusel.
- (20) Asjaomane tooteturg hõlmab kõiki neid tooteid, mida kliendid peavad seotud ettevõtjate toodetega omaduste, hinna või kasutusotstarbe poolest vahetatavaks või asendatavaks, võttes arvesse konkurentsitingimusi ning pakkumise ja nõudluse struktuuri turul³⁸.
- (21) Asjaomane geograafiline turg hõlmab ala, kus ettevõtjad pakuvad või nõuavad asjaomaseid tooteid, kus konkurentsitingimused on piisavalt sarnased ja mida saab naaberaladest eristada eelkõige nende alade märgatavalt erinevate konkurentsitingimuste tõttu³⁹.
- (22) Teatavatel juhtudel võivad asjaomase toote- ja geograafilise turu määramisel olla asjakohased ka ajalised aspektid, näiteks kui kliendieelistusi või pakkumise

³⁶ Vt nt 26. oktoobri 2017. aasta kohtuotsus KPN vs. komisjon, T-394/15, EU:T:2017:756, punkt 60; 8. juuli 2003. aasta kohtuotsus Verband der freien Rohrwerke jt vs. komisjon, T-374/00, EU:T:2003:188, punktid 107 ja 110. Vt ka näiteks otsus juhtumis M.9695 LVMH/Tiffany, milles komisjon jättis luksuskaupade eri kategooriate puhul toote- ja geograafilise turu täpse määratluse lahtiseks, sest konkurentsiprobleeme ei tekkinud, olenemata toote- ja geograafilise turu täpsest määratlusest (punktid 25, 31, 46, 52, 57, 58 ja 72).

³⁷ Näiteks võib komisjon horisontaalset kattumist hõlmavate koondumiste puhul keskenduda konkurentsimoju hindamisel nendele alternatiivsetele turgudele, kus seotud ettevõtjate kattumine on kõige suurem ja kus on vähem turusisest vahetut konkurentsipurvet. Komisjon võib sel juhul järeldada, et kui kattuvused ei tekita sellel turul konkurentsiprobleeme, ei tekita need konkurentsiprobleeme ka alternatiivsetel turgudel. Vt näiteks juhtum M.10339 KKR/Landal, kus komisjon keskendus hindamisel kõige kitsamale alternatiivsele tooteturule, mida määratletakse vabaajaparkidena ja kus poolte tegevus kattus kõige rohkem (punkt 23 jj).

³⁸ Vt 30. jaanuari 2020. aasta kohtuotsus Generics (UK) jt, C-307/18, EU:C:2020:52, punkt 129; ja 13. veebruari 1979. aasta kohtuotsus Hoffmann-La Roche vs. komisjon, C-85/76, EU:C:1979:36, punkt 51. Seda määratlust on arvesse võetud ka ühinemismääruse rakendusmääruse I lisa jaos 6.1 [kontrollida viidet pärast uue ühinemise rakendusmääruse jõustumist].

³⁹ 30. septembri 2003. aasta kohtuotsus Cableuropa jt vs. komisjon, T-346/02 ja T-347/02, EU:T:2003:256, punkt 115; 7. mai 2009. aasta kohtuotsus NVV vs. komisjon, T-151/05, EU:T:2009:144, punkt 52; ja 14. veebruari 1978. aasta kohtuotsus United Brands vs. komisjon, C-27/76, EU:C:1978:22, punkt 11. Seda määratlust on arvesse võetud ka ühinemismääruse artikli 9 lõikes 7 ja ühinemismääruse rakendusmääruse I lisa jaos 6.2.

struktuuri mõjutavad sellised tegurid nagu hooajalisus või tippkoormuse/tippkoormusevälised perioodid⁴⁰.

- (23) Käesolevas teatises selgitatakse, kuidas komisjon kohaldab punktides (20) ja (21) esitatud määratlusi.

2.2. Turu määratlemise üldine metoodika

- (24) Nagu on selgitatud jaos 1.2, on turu määratlemise peamine eesmärk pakkuda raamistikku, mille alusel struktureerida ja hõlbustada konkurentsimoju hindamist, tehes süstemaatiliselt kindlaks vahetu konkurentsisure, millega seotud ettevõtjad klientidele teatavas piirkonnas teatavaid tooteid pakkudes kokku puutuvad.
- (25) Ettevõtjaid mõjutavad kolm peamist konkurentsisure allikat: nõudlusepoolne asendatavus, pakkumisepoolne asendatavus ja potentsiaalne konkurents. Nõudlusepoolne asendatavus on toote tarnijaid kõige vahetumalt ja tõhusamalt mõjutav distsiplinaarjõud⁴¹. Ettevõtja mõju valitsevatele müügitingimustele, näiteks hindadele, sõltub sellest, kui hõlpsasti on tema klientidel võimalik asendada tooteid kättesaadavate toodetega, mida kliendid peavad asendustoodeteks⁴². Pakkumisepoolne asendatavus võib mõnel juhul olla asjakohane ka asjaomase turu määratlemisel, nimelt juhul, kui see on sama vahetu ja tulemuslik kui nõudlusepoolne asendatavus. Seevastu mitte nii otsene konkurentsisure, mis ei vasta vahetu mõju ja tulemuslikkuse poolest pakkumisepoolse asendatavuse kriteeriumidele, nõuab lisategurite, sealhulgas turule sisenemise tingimustega seotud asjaolude analüüsi ning seda võetakse konkurentsimoju hindamisel arvesse kui survet, mis tuleneb võimalikust konkurentsist⁴³.
- (26) Nõudluse- ja pakkumisepoolse asendatavuse hindamine aitab kindlaks teha, millised tooted on asjaomasel turul ja seega ka millised tarnijad tegutsevad sellel turul. Konkurentsimoju hindamiseks kasuliku raamistiku loomiseks tuleb turu määratlemisel kindlaks määrata ka kliendid, kellele asjaomane tegevus või koondumine tõenäoliselt samalaadset mõju avaldab. Seega kui komisjon teeb otsuse selle kohta, millised kliendid on asjaomasel turul esindatud, keskendub ta sellele, mil määral on klientide konkurentsitingimused samalaadsed või

⁴⁰ Turu määratlemisel olid ajalised aspektid asjakohased näiteks juhtumi M.5467 RWE/Essent puhul, kui komisjon eristas elektrienergia tootmise ja hulgimüügi puhul tippkoormuse ja tippkoormuseväliseid tunde (vt punkt 32), ning juhtumi M.8869 Ryanair/Laudamotion puhul, kui ta eristas reisijate lennutranspordis suve- ja talvehooaega (vt punktid 96–97).

⁴¹ 4. juuli 2006. aasta kohtuotsus easyJet vs. komisjon, T-177/04, EU:T:2006:187, punkt 99.

⁴² Mõningatel turgudel ei pruugi nõudlust mõjutada (üksnes) toote lõpptarbija, vaid seda võivad kujundada ka teised sidusrühmad, kelle huvid ei ole tingimata kooskõlas lõpptarbija huvidega. Näiteks ravimiturudel on ravimi lõpptarbija patsient, aga arst valib retseptiravimi või võib anda patsiendile nõu, millist käsimüügiravimit kasutada, ning kindlustusskeemid katavad tavaliselt täielikult või osaliselt manustatava ravimi kulud. Komisjon võtab selliseid iseärasusi asjaomase turu määratlemisel arvesse.

⁴³ Üldkohus on selgitanud, et „potentsiaalne konkurents ja pakkumise asendatavus on kontseptuaalselt erinevad teemad, mis kattuvad osaliselt ja mille erinevus seisneb peamiselt selles, kas konkurentsipiirang on vahetu või mitte“, 30. septembri 2003. aasta kohtuotsus Atlantic Container Line jt vs. komisjon, liidetud kohtuasjad T-191/98, T-212/98–T-214/98, EU:T:2003:245, punkt 834.

erinevad. See on asjakohane geograafilisest seisukohast, kui komisjon leiab, et need piirkonnad kuuluvad asjaomase geograafilise turu koosseisu, kus klientidel on piisavalt homogeensed konkurentsitingimused. Komisjon võib teha vahet ka tarbijarühmadel, kelle konkurentsitingimused erinevas kontekstis olulisel määral erinevad, näiteks juhul, kui eri tarbijarühmade vahel esineb hinnadiskrimineerimist⁴⁴.

2.2.1. Tooteturgude määratlemise üldine metoodika

2.2.1.1. Nõudlusepoolne asendatavus

- (27) Nagu on märgitud punktides (20) ja (25), on peamine lähenemisviis, mida komisjon asjaomase tooteturu määratlemisel kasutab, toodete asendatavuse hindamine kliendi seisukohast (nõudlusepoolne asendatavus). Piisavalt tugev nõudlusepoolne asendatavus esineb juhul, kui klientidel on võimalik tooteid hõlpsasti asendada kergesti kättesaadavate alternatiivsete toodetega. Kui eri tarnijate toodete vahel on piisav nõudlusepoolne asendatavus, loeb komisjon need tooted ühe ja sama asjaomase tooteturu koosseisu kuuluvaks.
- (28) Komisjon uurib mitmesuguseid tõendeid ja määrab kindlaks tootevaliku, mida seotud ettevõtjate kliendid peavad tõhusateks asendustoodeteks, ning mil määral on need seotud ettevõtjate toodetega asendatavad. Tõendite hulka kuuluvad sõltuvalt iga juhtumi nõuetest ja asjaoludest andmed selle kohta, miks kliendid asendaksid ühe toote teisega või seda ei teeks, näiteks kliendieelistused seoses toote omaduste, hinna või kasutusotstarbega ning toote asendamist pärssivad takistused ja asendamise kulud. Samuti võetakse arvesse otseseid andmeid asendatavuse kohta, näiteks tõendeid varasema või hüpoteetilise asendamise kohta. Tõendeid, millele komisjon nõudlusepoolse asendatavuse hindamisel tugineb, on täpsemalt kirjeldatud jaos 3.2.
- (29) Peamine küsimus, millele tuleb tõendite uurimisel vastata, on mil määral ja milliseid kergesti kättesaadavaid alternatiivseid tooteid (kui neid on) hakkaksid seotud ettevõtjad kasutama, kui nende toodete tarnetingimused võrreldes teiste toodete tarnetingimustega halveneksid⁴⁵. Korralduslikel ja praktilistel eesmärkidel keskendutakse sellisel hindamisel tavaliselt hinnatõusule reageerimisele, kuid arvesse võidakse võtta ka muutusi muudes konkurentsinäitajates, näiteks innovatsiooni kvaliteedis või tasemes, nagu on sätestatud punktis (12).
- (30) Põhimõtteliselt tähendab see lähenemisviis seda, et lähtepunktiks on kandidaatturg, mis algselt sisaldab konkurentsimõju hindamise keskmes olevate seotud ettevõtjate tooteid või tooteliike. Sellele kandidaatturule lisatakse alternatiivseid tooteid kahanevas järjestuses vastavalt sellele, mil määral kliendid seotud ettevõtjate tooted nende alternatiivsete toodetega asendaksid. See protsess jätkub seni, kuni on kindlaks tehtud kõik kergesti kättesaadavad

⁴⁴ Vt jagu 4.2, kus on esitatud põhjalikum teave selle kohta, kuidas komisjon määratleb turgu hinnadiskrimineerimise korral.

⁴⁵ Samasugust analüüsi kasutatakse ostuturgudega seotud juhtumite puhul, kui asendamise tinginud reaktsioonide analüüsimise lähtepunkt on tarnija ning analüüsi eesmärk on kindlaks teha tarnija toodete alternatiivsed tarnekanalid või müügikohad.

asendustooted, mis piiravad piisavalt ettevõtjate toodete tarnetingimusi. Asjaomane turg hõlmab kõiki neid kindlaks tehtud tooteid.

- (31) Teoreetiline kriteerium, mille alusel määratakse kindlaks, kas kõik piisavalt lähedased asendustooted on kindlaks tehtud, on see, kas kandidaaturul tegutsev hüpoteetiline monopolist võiks kasutada turuvõimu. Seda saab hinnata, küsides, kas kandidaaturul tegutsev hüpoteetiline monopolist leiaks, et tal oleks kasumlik rakendada väikest, ent märkimisväärselt püsivat hinnatõusu (edaspidi „SSNIP-test“)⁴⁶. Kui selline hinnatõus ei ole hüpoteetilise monopolisti jaoks kasumlik, jätkub kandidaaturule täiendavate asendustoodete lisamise protsess järgmise lähima asendustoote lisamisega. Kui hinnatõus on hüpoteetilise monopolisti jaoks kasumlik, siis protsess peatatakse ja asjaomase turu moodustavad kandidaaturul olevad tooted.
- (32) Kui ettevõtjad konkureerivad muude parameetrite kui hinna alusel, nagu kvaliteet või innovatsioonitase, muudab see SSNIP-testi rakendamise keeruliseks, eelkõige nullhinnaga turustatavate toodete⁴⁷ ja väga uuenduslike tööstusharude puhul. Lisaraskused võivad tekkida sõltuvalt hindamise liigist. Kui hindamisel keskendutakse seotud ettevõtjate turuvõimuse toimuvatele muudatustele, näiteks horisontaalset kattumist hõlmavate koondumiste analüüsimisel, võib SSNIP-testi üldiselt rakendada kehtiva turuhinnaga. See ei pruugi aga nii olla, kui keskendutakse seotud ettevõtjate olemasoleva turuvõimu hindamisele, näiteks turgude määratlemisel turgu valitseva seisundi olemasolu hindamisel ELi toimimise lepingu artikli 102 alusel⁴⁸. Peale selle võivad juhul,

⁴⁶ Väike, ent märkimisväärne püsiv hinnatõus on tavaliselt 5–10 % hinnatõus, mida rakendatakse kandidaaturul oleva ühe või mitme toote puhul, mille hulka kuulub vähemalt üks seotud ettevõtjate toode. Hinnatõusu suurus ja selle rakendamise ulatus võib siiski sõltuda konkreetsest juhtumist. Näiteks kui seotud ettevõtjad annavad tarneahelale suhteliselt vähe lisaväärtust (sest toorained või ostetud komponendid moodustavad koguhinnast suure protsendi), võib seda, kas hüpoteetiline monopolist võib kasutada turuvõimu, paremini hinnata, kui võrrelda selle mõju lisaväärtusele. Seepärast võib komisjon sellistel juhtudel rakendada väikest, ent märkimisväärselt püsivat hinnatõusu pigem lisaväärtuse kui müügihinna suhtes. Komisjon kohaldas seda põhimõtet ja keskendus lisaväärtusele juhtumisel M.6541 Glencore/Xstrata, kui ta hindas impordi kohta käivaid tõendeid ning tšingi hindade ja marginaalide arengut eri piirkondades, vt punktid 135–140 ja 144.

⁴⁷ Juhtum AT.40099 Google Android puhul hindas komisjon, kas tootjad, kasutajad ja rakenduste arendajad hakkaksid Androidi rakenduste poodide asemel kasutama muude litsentsitavate mobiilsete nutiseadmete operatsioonisüsteemide rakenduste poode, kui esimesena nimetatute kvaliteet peaks vähesel, ent märkimisväärsel määral püsivalt langema (vt punktid 284–305). Üldiselt kasutatakse kvaliteedi vähesel, ent märkimisväärselt püsiva languse hindamist konkurentsivõime kvalitatiivsel hindamisel kontseptuaalse raamistikuna. Tavaliselt ei rakenda komisjon kvaliteedi vähesel, ent märkimisväärselt püsivat langust hindavat testi („SSNDQ-test“) kvantitatiivselt, sest selle puhul esineb teatavaid raskusi, sealhulgas seoses kvaliteedi kvantifitseerimisega. 14. septembri 2022. aasta kohtuotsuses Google ja Alphabet vs. komisjon, T-604/18, EU:T:2022:541, punktid 177 ja 180, kinnitas Üldkohus, et „SSNDQ-test [...] on asjaomase turu määratlemiseks asjakohane tõend“, märkides samas, et „sihttoote kvaliteedi halvenemise täpse kvantitatiivse standardi määratlemine ei saa olla SSNDQ-testi rakendamise eeltingimus. [...] Oluline on üksnes see, et kvaliteet halveneb vähesel määral, ehkki märkimisväärselt ja püsivalt.“

⁴⁸ Üldiselt, kui kandidaatur koosneb (peamiselt) ühe ettevõtja toodetest, viitab SSNIP-test, mida rakendatakse kehtiva turuhinnaga, alati sellele, et asjaomane turg peab olema laiem kui kandidaatur, sest kasumit maksimeeriv ettevõtja ei pea (nagu nimigi ütleb) kasumlikuks tõsta hinda üle kehtiva (kasumit maksimeeriva) hinnataseme.

See võib kaasa tuua nn tsellofaani eksijärelduse, mida nimetatakse nii USA Ülemkohtu turumääratluse järgi, mida kohaldata tsellofaani ja muude pakkematerjalide suhtes (USA vs. E. I. du Pont de Nemours & Co., 351 U.S. 377 (1956)). See tähendab, et SSNIP-testi alusel, mida rakendatakse kehtiva hinnaga,

kui asjaomast tooteturgu hakatakse tegelikkuses määratlema, SSNIP-testi empiirilist kohaldamist raskendada ka praktilised piirangud. Näiteks ei pruugi olla võimalik koguda usaldusväärset teavet selle kohta, kui suur oleks väikese, ent märkimisväärse püsiva hinnatõusu rakendamisel hüpoteetilise monopolisti kahjum.

- (33) Seega, kuigi komisjon võib asjaomase turu hindamisel tugineda SSNIP-testi põhimõtetele, ei ole ta kohustatud SSNIP-testi empiirilisel rakendama ning muud liiki tõendid on turu määratlemisel sama asjakohased, nagu on põhjalikumalt kirjeldatud jaos 3⁴⁹. Paljudel juhtudel toimib SSNIP-test üksnes kontseptuaalse raamistikuna, mille raames kättesaadavaid kvalitatiivseid tõendeid tõlgendada.

2.2.1.2. Pakkumisepoolne asendatavus

- (34) Komisjon võib arvesse võtta ka toodete asendatavust tarnijate seisukohast (pakkumisepoolne asendatavus). Pakkumisepoolne asendatavus võib olla asjakohane asjaomase turu määratlemisel, kui tarnijad kasutavad samu varasid ja protsesse, et toota seotud tooteid, mis ei ole klientide jaoks asendustooted, ning kui sellega kaasnevad kogu selliste seotud toodete valiku puhul sarnased konkurentsitingimused. Sellistel juhtudel võib olla asjakohane lugeda sellised seotud tooted asjaomase tooteturu koosseisu, tingimusel et pakkumisepoolse asendatavuse piirav mõju kogu tootevalikule on tulemuslikkuse ja vahetu mõju poolest samaväärne nõudlusepoolse asendatavuse mõjuga.
- (35) Pakkumisepoolsel asendatavusel põhineva turu laiendamise jaoks vajalike tingimuste hulka kuulub nõue, et enamikul, kui mitte kõigil tarnijatel, on võimalik hakata tootma asjaomaste toodete asemel muid seotud toodete

järeldatakse ekslikult, et asjaomane turg peab olema laiem kui turgu valitseva ettevõtja tooted; seda kontseptsiooni on selgitatud juhtumis AT.39523 Slovak Telekom tehtud komisjoni otsuse punktides 158–171. Tsellofaani eksijäreldus võib ilmneda ka juhul, kui hinnad on konkurentsivõrre tasemel, sest kontsern maksimeerib ühiselt kasumit.

Kui turgu määratletakse sellise juhtumi puhul, mis eeldab olemasoleva turuvõimu taseme hindamist, näiteks seoses artikli 102 kohase turgu valitseva seisundi hindamisega, tuleb arvesse võtta asjaolu, et kehtiv hind võib juba olla konkurentsivõrre tasemel. Sellistel juhtudel võib komisjon alustada SSNIP-testi rakendamisel võrdlushinnast, mis valitseks tõhusa(ma) konkurentsi tingimustes; või ta võib asjaomase turu määratlemisel tugineda muudele tõenditele.

Seevastu juhtudel, mille puhul keskendutakse turuvõimu muutuse hindamisele, eelkõige turuvõimu muutusele, mis tuleneb konkurentsi kõrvaldamisest horisontaalset kattumist hõlmava koondumise osaliste vahel, hõlmab kandidaatturg vähemalt ühinevate poolte asjaomaseid tooteid ja SSNIP-testi saab tavaliselt rakendada kehtiva hinnaga. Seepärast ei pruugi turuvõimu muutuse hindamise kontekstis määratletud asjaomane turg olla alati sama kui olemasoleva turuvõimu taseme hindamise kontekstis määratletud asjaomane turg.

⁴⁹ 11. jaanuari 2017. aasta kohtuotsuses *Topps Europe vs. komisjon*, T-699/14, EU:T:2017:2, punkt 82, märkis Üldkohus: „Komisjon ei teinud ilmselt hindamisviga, kui ta tugines asjaomase turu kohta tehtud järelduste tegemisel kogutud tõenditele antud hinnangule, ilma et ta oleks kasutanud SSNIP-testi.“ Samamoodi märkis Üldkohus seoses geograafilise turu määratlemisega oma 5. oktoobri 2020. aasta kohtuotsuses *HeidelbergCement ja Schwenk Zement vs. komisjon*, T-380/17, EU:T:2020:471, punkt 331: „Nagu komisjon on korrektselt märkinud kostja vastuse punktis 143, ei ole SSNIP-test ainuke meetod, mida ta saab asjaomaste geograafiliste turgude määratlemiseks kasutada.“ Vt ka Üldkohtu 22. juuni 2022. aasta otsus *thyssenkrupp vs. komisjon*, T-584/19, EU:T:2022:386, punktid 76 ja 155, samuti EFTA kohtu 5. mai 2022. aasta otsus juhtumis E-12/20, *Telenor ja Telenor Norge vs. EFTA järelevalveamet*, punkt 95.

valikusse⁵⁰ kuuluvaid tooteid, nii et sellega kaasnevad üksnes väheolulised täiendavad pöördumatud kulud või riskid, neil on stiimul seda teha, kui suhtelised hinnad või nõudluse tingimused muutuvad, ning neil on võimalik neid tooteid lühikeses perspektiivis⁵¹ tulemuslikult turustada.

- (36) Olukord, kus pakkumisepoolne asendatavus on piisav, võib tekkida tavaliselt juhul, kui ettevõtjad turustavad ühe toote erinevaid kvaliteediklasse või liike. Pakkumisepoolset asendatavust käsitleva lähenemisviisi näitena võib tuua komisjoni antud hinnangu roostevabast terasest slääbide turule⁵². Selles juhtumis leidis komisjon, et nõudluse seisukohast ei olnud klientidel võimalik kasutada eri tooterühmi või kvaliteediklasse samal eesmärgil. Siiski oli lühikese aja jooksul võimalik hakata tootma ühe kvaliteediklassi asemel teist, kasutades samu seadmeid ja üksnes väheste lisakuludega. Kuna turustusraskused puudusid, suutsid roostevaba terase tootjad seega konkureerida mitmesuguste kvaliteediklasside tellimuste pärast. Seepärast leidis komisjon, et roostevaba terase eri kvaliteediklassid kuuluvad ühe ja sama asjaomase turu koosseisu.
- (37) Ka pakkumisepoolne asendatavus võib olla turu määratlemisel asjakohane, kui kliendid ostavad eritellimusel tooteid, näiteks kui kliendid korraldavad hankeid ehitusprojektidele või rongide või gaasiturbiinide hankimiseks. Sellistel juhtudel ei pruugi eri klientidele mõeldud eritellimusega toodete vahel nõudlusepoolset asendatavust olla või on see piiratud. Selle asemel tuleneb konkurentsist teiste tarnijate suutlikkusest toota konkreetset toodet, mis vastab kliendi vajadustele. Kui samad tarnijad suudavad vastata pakkumistega eri klientide nõuetele ja üldiselt seda ka teevad, võivad eritellimusel tooted kuuluda samale asjaomasele tooteturule.
- (38) Kui eespool nimetatud pakkumisepoolse asendatavuse tingimustele vastavad üksnes mõned tarnijad, ei ole asjakohane tootevalikut sama asjaomase turu koosseisu arvata⁵³. Konkurentsimõju hindamisel võtab komisjon siiski arvesse konkurentsist, mida avaldavad tingimustele vastavad tarnijad, sealhulgas seda, kas on tõenäoline, et nad laiendavad tulevikus asjaomaste toodete müüki, kui juhtum eeldab ettevaatavat hindamist. Üks näide sellise lähenemisviisi kohta on komisjoni varasem hinnang metallkattega terase turule⁵⁴. Komisjon ei aktsepteerinud selle juhtumi puhul tinaplaatide ja elektrolüütiliselt kroomiga pinnatud terase pakkumisepoolset asendatavust, sest ainult üks konkureeriv tarnija suutis neid tooteid toota samal tootmisliinil ja mõlema toote tootmine paindlikel tootmisliinidel ei mänginud turul olulist rolli. Siiski võttis komisjon

⁵⁰ EFTA kohtu 5. mai 2022. aasta kohtuotsus E-12/20, Telenor ja Telenor Norge vs. EFTA järelevalveamet, punkt 160.

⁵¹ S.t perioodil, mis võimaldab tootjal turustada toodet kliendile ajavahemiku jooksul, mis ei ole oluliselt pikem kui ajavahemik, mida klient vajab selleks, et hakata asjaomase toote asemel kasutama muid kandidaatturul olevaid tooteid. Selline hindamine on konkreetselt seotud hinnatavate toodetega.

⁵² Vt juhtum M.6471 Outokumpu/INOXUM, punktid 120 ja 121.

⁵³ Vt 28. aprilli 2010. aasta kohtuotsus Amann & Söhne ja Cousin Filterie vs. komisjon, T-446/05, EU:T:2010:165, punkt 79; vt ka juhtum M.5046 Friesland Foods/Campina, punkt 159. Vt ka EFTA kohtu 5. mai 2022. aasta kohtuotsus E-12/20, Telenor ja Telenor Norge vs. EFTA järelevalveamet, punkt 160.

⁵⁴ Vt tinaplaatide hindamise kohta juhtum M.8713 TataSteel/ThyssenKrupp/JV, põhjendused 276–278 ja 1287–1293.

konkurentsimoju hindamisel arvesse survet, mida avaldas tarnija, kes oli võimeline tootma tinaplaate ja elektrolüütiliselt kroomiga pinnatud terast.

- (39) Samuti, kui pakkumisepoolse asendatavusega kaasneks vajadus kohandada märkimisväärselt olemasolevat materiaalselt ja immateriaalselt vara väljaspool tavapärasest äritegevust, teha lisainvesteeringuid, mis on suuremad kui väheolulised investeeringud, või kanda pöördumatuid kulusid või riske, mida on rohkem kui väheolulised kulud või riskid, teha pikaajalisi strateegilisi otsuseid või põhjustada viivitusi, ei laienda komisjon asjaomast turgu pakkumisepoolse asendatavuse alusel. Selline olukord võib tekkida ka juhul, kui tootjad juba tegelevad kogu seotud tootevaliku tootmisega. Näiteks, kuigi juustutootjad saavad põhimõtteliselt toota eri liiki juustu, võivad enne, kui ühte liiki juustu tootja suudab tootmise ümber korraldada ja hakata selle asemel müüma teist liiki juustu, tekkida märkimisväärsed kulud ja pikeneda tarneaeg⁵⁵. Sellistel juhtudel uurib komisjon konkurentsimoju hindamisel sellise ümberkorralduse mõju kui potentsiaalsest konkurentsist tulenevat survet.

2.2.2. Geograafiliste turgude määratlemise üldine metoodika

- (40) Nagu on märgitud punktides (21) ja (26), on peamine lähenemisviis, mida komisjon asjaomase geograafilise turu määratlemisel kasutab, konkurentsitingimuste hindamine. Tavapärane lähtepunkt on nende klientide asukoha analüüs, keda asjaomane tegevus või koondumine tõenäoliselt mõjutaks. Selleks et teha kindlaks need kliendid, kellele asjaomane tegevus või koondumine võib avaldada sarnast mõju, analüüsib komisjon seejärel, kas teatavas piirkonnas, kus kliendid asuvad, on konkurentsitingimused piisavalt homogeensed⁵⁶ ja kas seda piirkonda saab naaberpiirkondadest eristada põhjusel, et nende piirkondade konkurentsitingimused erinevad märgatavalt. Geograafilised turud võivad ulatuda kohalikust mõõtmest kuni ülemaailmse mõõtmeni, sõltuvalt konkurentsitingimustest, millega kliendid kokku puutuvad.
- (41) Komisjon uurib konkurentsitingimusi hinnates mitmesuguseid tõendeid. Tõendite hulka kuuluvad sõltuvalt iga juhtumi nõuetest ja asjaoludest järgmised tegurid: erinevate või samade tarnijate olemasolu eri geograafilistes piirkondades; nende turuosade ja hindade sarnasused või erinevused; klientide eelistuste ja ostukäitumise sarnasused või erinevused; takistused ja kulud, mis on seotud klientide varustamisega mõnes muus piirkonnas; vahemaaga seotud tegurid, mis mõjutavad kulusid, saadaolevaid koguseid või tarnekindlust; ning

⁵⁵ Näiteks juhtumi M.9413 Lactalis/Nuova Castelli puhul näitas turu-uuring, et *mozzarella*-t tootvad tarnijad ei saanud alustada *ricotta* tootmist ilma märkimisväärsete kuludeta ja lühikese aja jooksul ning samamoodi ei saanud *ricotta* tootjad alustada *mascarpone* tootmist ja müüki ilma märkimisväärsete kulude ja viivitusteta (vt punktid 47–48).

⁵⁶ Liidu kohtute kohtupraktikas on „piisavalt homogeensed“ – st mitte identseid – konkurentsitingimusi järjekindlalt käsitatud asjaomase geograafilise turu määratlemise kriteeriumina. Vt 14. veebruari 1978. aasta kohtuotsus *United Brands vs. komisjon*, C-27/76, EU:C:1978:22, punktid 11 ja 44; 8. juuli 2003. aasta kohtuotsus *Verband der freien Rohrwerke jt vs. komisjon*, T-374/00, EU:T:2003:188, punkt 141; 30. septembri 2003. aasta kohtuotsus *Cableuropa jt vs. komisjon*, T-346/02 ja T-347/02 (liidetud kohtuasjad), EU:T:2003:256, punkt 115; 7. mai 2009. aasta kohtuotsus *NVV vs. komisjon*, T-151/05, EU:T:2009:144, punkt 52; 5. oktoobri 2020. aasta kohtuotsus *HeidelbergCement ja Schwenk Zement vs. komisjon*, EU:T:2020:471, punkt 294.

kaubavood ja tarnestruktuur. Tõendeid, millele komisjon geograafiliste turgude hindamisel tugineb, on täpsemalt kirjeldatud jaos 3.3.

- (42) Asjaomaste geograafiliste turgude määratlemisel analüüsib komisjon tavaliselt ka nõudlusepoolse asendatavuse mudeleid, näiteks ümberlülitumist importtoodetele, et teha kindlaks klientidele kättesaadavad alternatiivsed tarnevõimalused⁵⁷. Kui kahe piirkonna kliendid kaaluvad alternatiividena peamiselt samu tarnijaid ja saavad ostukoguseid nende vahel hõlpsalt vahetada, võib see koos muude teguritega osutada sellele, et mõlema piirkonna konkurentsitingimused on piisavalt homogeensed ja seega peaksid need kaks piirkonda kuuluma sama asjaomase geograafilise turu koosseisu. Seevastu juhul, kui kahe piirkonna kliendid käsitavad alternatiividena eri tarnijaid või kui mahud, mida on võimalik asendada või mis asendatakse importtoodetega, on piiratud, näiteks kliendieelistuste või kohaldatavate impordimahu piirangute tõttu, näitab see, et nende kahe piirkonna konkurentsitingimused ei ole piisavalt homogeensed⁵⁸.
- (43) Sellest tulenevalt ei tähenda pelgalt impordi olemasolu või võimalus teatavas geograafilises piirkonnas tingimata geograafilise turu laiendamist piirkonnale, kust import pärineb. Impordi päritolupiirkonnas asuvad kliendid võivad puutuda kokku teistsuguste konkurentsitingimustega kui selle piirkonna kliendid, kuhu import tarnitakse. Kui sellistes olukordades määratletakse geograafilisi turge laialt, nii et need hõlmaksid imporditud kaupade päritolu- ja tarnepiirkondi, võiks asjaomane turg ekslikult hõlmata ka kliente, keda asjaomane tegevus või koondumine mõjutaks tõenäoliselt erinevalt. See pigem takistaks kui hõlbustaks konkurentsimõju hindamist.
- (44) Olukorras, kus import on märkimisväärne, kuid teatavate geograafiliste piirkondade vaheline kaubandus või muud pakkumise ja nõudlusega seotud kaalutlused ei ole küllaldased, et saavutada piisavalt homogeenseid konkurentsitingimusi, ei laienda komisjon seepärast asjaomast geograafilist turgu nii, et see hõlmaks sellise impordi päritolupiirkonda. Siiski võtab komisjon konkurentsimõju hindamise raames turuosade arvutamisel arvesse impordi asjaomasele geograafilisele turule. Peale selle võtab komisjon asjaomasele turule suunatud impordist tulenevat konkurentsipurvet konkurentsimõju hindamisel täielikult arvesse ka muul viisil, näiteks kontrollides, kas import võib tõenäoliselt tulevikus suurened, kui juhtum eeldab ettevaatavat hindamist⁵⁹.

⁵⁷ Sellisel hindamisel võib järgida jaos 2.2.1.1 esitatud lähenemisviisi, s.t selgitada välja tarnijad, kelle tooteid ja teenuseid kliendid suhteliste tarnetingimuste muutumise korral ostma hakkaksid, ning kohaldada SSNIP-raamistikku.

⁵⁸ Juhtum M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) määratles komisjon 50 Hz suure võimsusega gaasiturbiinide turu ülemaailmse turuna, välja arvatud Hiina ja Iraan, sest neis kahes piirkonnas puutusid mõned ülemaailmsed tarnijad klientide varustamisel kokku takistustega (vt punktid 162–191). Juhtum AT.40099 Google Android puhul määratles komisjon mobiilsete nutiseadmete opsüsteemide litsentsimise ja Androidi rakenduste poodide turu ülemaailmse turuna, välja arvatud Hiina, sest ettevõtja tegevus Hiinas oli õigusaktidega piiratud (punktid 406–410).

⁵⁹ Juhtum M.9592 Freudenberg/L&B puhul järeldas komisjon, et lausriide ja muude kangaste turud hõlmavad vähemalt EMPd (punktid 50–53), ning kiitis koondumise heaks, sest Aasia konkurendid avaldaksid seotud ettevõtjatele jätkuvalt piisavat konkurentsipurvet (vt punktid 98–137).

- (45) Näide sellest, kuidas komisjon asjaomase geograafilise turu määratlemisel ja konkurentsimoju hindamisel kaubavoogusid arvesse võtab, on komisjoni varasem hinnang süsiniklehtterasest valmistoodete turule⁶⁰. Komisjon jõudis järeldusele, et mitut liiki süsiniklehtterasest valmistoodete asjaomased geograafilised turud ei olnud laiemad kui EMP, sest turustruktuurid olid maailma eri piirkondades erinevad, hankimine toimus väga suurel määral piirkondlikul tasandil ja toodete hinnad maailma eri piirkondades erinesid märkimisväärselt. Sellest hoolimata hinnati konkurentsimoju hindamise raames põhjalikult impordist tulenevat konkurentsipurvet.

3. TURGUDE MÄÄRATLEMISE PROTSESS

3.1. Üldine lähenemisviis turu määratlemisele praktikas

- (46) Komisjonil on tavaliselt võimalik eelnevalt kindlaks teha kõige tõenäolisemad asjaomased toote- ja geograafilised turud, kus konkreetset koondumist või tegevust tuleks hinnata, tuginedes kergesti kättesaadavale teabele, asjaomastele turgudele, mis on määratletud komisjoni varasemates samade või samalaadsete sektorite kohta tehtud otsustes, või seotud ettevõtjate esitatud teabele. Sageli on selliseid tõenäolisi alternatiivseid turge piiratud arv. Seejärel kohandab komisjon oma esialgset tööhüpoteesi asjaomaste toote- ja geograafiliste turgude kohta, võttes vajaduse korral arvesse uurimise käigus kogutud tõendeid. Paljudel juhtudel piisab komisjoni otsuses antava konkurentsimoju hindamise struktureerimiseks ja hõlbustamiseks üksnes tõenäoliste alternatiivsete turumääratluste põgusast uurimisest, ilma et iga asjaomase turu määratluse kohta järelduse tegemiseks oleks vaja üksikasjalikku analüüsi. Komisjon võib oma otsustes ette näha alternatiivsed turumääratlused ja neid hinnata, alustades võimalikest laiematest või võimalikest kitsamate turgudest, sõltuvalt juhtumi asjaoludest.
- (47) Jagudes 3.2 ja 3.3 kirjeldatakse eri tegureid, mis võivad olla asjaomaste toote- ja geograafiliste turgude määratlemise seisukohast olulised. Jaos 3.4 kirjeldatakse, kuidas komisjon nende tegurite kohta tõendeid kogub ja neid hindab. See ei tähenda, et komisjon peab igal üksikul juhul kõigi nende tegurite kohta tõendeid koguma ja neid hindama. Praktikast piisab sageli osade tegurite kohta kogutud tõenditest, et komisjon saaks asjaomase turu kohta järelduse teha.

ehitusrakendustes kasutatavate lausriidest vaibapõhimike kohta ja punktid 152–180 autotööstuse rakendustes kasutatavate lausriidest vaibapõhimike kohta).

⁶⁰ M.8444 ArcelorMittal/Ilva, jagu 7.2.4 (põhjendused 320–326) geograafilise turu määratluse kohta ja jaod 9.4.5.2–9.4.5.9 (põhjendused 637–750) impordist tuleneva konkurentsipurve hindamise kohta. Komisjon analüüsis üksikasjalikult impordist tulenevat konkurentsipurvet ja leidis, et märkimisväärne impordimaht ei näita iseenesest tingimata impordi piisavat hinnasurve, et EMP-välised tootjad olid väikesed ja eraldi oli nende mõju EMP hindadele piiratud, et import oli EMP klientide jaoks vähem usaldusväärne tarneallikas kui kodumaine toodang, et empiirilised tõendid näitasid, et impordi reaktsioon hinnatõusule ei olnud tõenäoliselt hinnatõusu takistamiseks piisav, et impordi võime avaldada EMP tootjatele konkurentsipurvet oli märkimisväärselt vähenenud, et import võis katta vaid osa EMP klientide nõudlusest ning et EMP tarnijad kontrollisid teataval määral ka impordi.

3.2. Tõendid tooteturgude määratlemiseks

- (48) Kooskõlas jaos 2 sätestatud põhimõtetega keskendub komisjon asjaomase tooteturu määratlemisel peamiselt nõudlusepoolse asendatavusega seotud tõenditele, kuid võib arvesse võtta ka pakkumisepoolse asendatavusega seotud tõendeid, kui täidetud on jaos 2.2.1.2 sätestatud asjakohased tingimused. Asjaomase tooteturu määratlemiseks nõudluse- ja pakkumisepoolse asendatavuse hindamisel võivad olla asjakohased järgmised tõendite kategooriad.

3.2.1. Nõudlusepoolse asendatavuse seisukohast asjakohased tõendid

- (49) *Toote omadused, hind, kasutusotstarve ja üldised kliendieelistused.* Tõendid selliste elementide kohta nagu toote omadused (sh toote kvaliteet või innovatsioonitase), hind ja kasutusotstarve, mis on sageli kergesti kättesaadavad, on üldiselt kasulikud, et teha kindlaks võimalikud asendustooted, mis on seotud ettevõtjate klientidele kättesaadavad.
- (50) Küll aga ei pruugi piisata selle hindamisest, kas tooted on jälgitavate omaduste poolest sarnased, kas nende hinnad on võrreldavad⁶¹ või kas neil on sama kasutusotstarve,⁶² et teha kindlaks, kas kaks toodet on nõudlusepoolset asendatavad. Seda põhjusel, et sellised kaalutlused ei pruugi täpselt kajastada toote omaduste väärtust klientide seisukohast ja seda, kuidas kliendid reageeriksid suhteliste tarnetingimuste muutustele, näiteks hinnatõusule. Teisalt ei pruugi toodete omaduste, hinna ja kasutusotstarbe erinevused olla iseenesest alati piisavad, et teha kindlaks, et kaks toodet kuuluvad erinevatele tooteturgudele⁶³.
- (51) Seepärast hindab komisjon põhjuseid, miks kliendid asendaksid ühe toote teisega või seda ei teeks, ja püüab teha kindlaks parameetrid, mis on klientide valikute seisukohas kõige asjakohasemad. Lisaks hinnale võivad klientide valikuid mõjutada mitmesugused muud parameetrid, näiteks toote uuenduslikkus või kvaliteet eri aspektidest, nagu on sätestatud punktis (12). Asjakohased võivad olla ka erinevused turustuskanalite (sealhulgas veebi- ja

⁶¹ Mis puudutab tõendeid selle kohta, kuidas hinnad on aja jooksul arenenud, siis võivad mitmed tegurid, mis ei ole seotud nõudlusepoolse asendatavusega, põhjustada paralleelseid hinnamuutusi. Teisest küljest näitab paralleelsete hinnamuutuste puudumine või erinevate hindade kohaldamine tavaliselt seda, et tooted ei ole tõenäoliselt nõudlusepoolset asendatavad. Seetõttu on paralleelsete hinnamuutuste analüüsid, sealhulgas kvantitatiivsed meetodid, nagu hinnakorrelatsiooni või statsionaarsuse analüüs, põhimõtteliselt informatiivsemad juhul, kui need näitavad, et kaks toodet ei ole ühel ja samal turul.

⁶² Näiteks on komisjon varem määratlenud teatavate toiduainete jaoks eraldi turud, hoolimata sellest, et neid kavatakse pakuda samal – inimeste toitmise – kasutusotstarbel. Juhtumid M.7220 Chiquita Brands International/Fyffes määratles komisjon banaanituru muude värskete puuviljade turgudest eraldiseisva tooteturuna (punktid 29–34).

⁶³ Näiteks juhtumid AT.38477 British Airways/SN Brussels puhul – vaatamata sellele, et Brüsseli ja Londoni vahelisel marsruudil pakutavate raudteeveo- ja lennuteenuste tooteomadused on erinevad – osutasid kättesaadavad tõendid transpordiliikidevahelisele konkurentsile, mistõttu tegi komisjon järelduse, et asjaomane turg on laiem kui otselennuühenduste turg ja hõlmab raudteetransporti (punktid 18–21 ja 23).

veebivälised kanalid)⁶⁴ vahel ja õigusraamistik⁶⁵. Klientide valiku seisukohast kõige asjakohasemate parameetrite kindlaksmääramine võimaldab komisjonil tooteid nende parameetrite alusel võrrelda ja hinnata selle põhjal nende omavahelise asendatavuse määra.

- (52) *Tõendid varasema asendamise kohta.* Teatavatel juhtudel võib olla tõendeid selle kohta, et erinevaid tooteid on turul aset leidnud struktuurimuutuste, sündmuste või vapustuste tõttu üksteisega asendatud. Sellised tõendid annavad tavaliselt infot kliendieelistuste kohta, eelkõige juhul, kui asendamise põhjuseks on väline muutus seotud ettevõtjate toodete suhtelistes tarnetingimustes,⁶⁶ näiteks kuludega seotud ootamatu vapustus, või muu sarnane sündmus. Kasulikku teavet võib saada ka uute toodete turuletoomise juhtudest, kui on võimalik täpselt analüüsida, millised tooted on uuele tootele turuosa kaotanud⁶⁷. Ka muutused kogustes, millega reageeritakse tarnija turult lahkumisele või teatavate toodete (ajutisele) kättesaamatusele (näiteks tootmiskatkestuste tõttu), võivad asendatavuse mudelite puhul informatiivsed olla⁶⁸. Igal juhul kontrollib komisjon, kas reaktsiooni olulisele muutusele, nagu näiteks olukord, kus toode ei ole üldse kättesaadav, võib pidada iseloomulikuks ka olukorrale, kus reageeritakse väiksematele muutustele suhtelistes tarnetingimustes. Mõnel juhul võivad ettevõtjad koguda tavapärase äritegevuse käigus asjakohast teavet ka nõudlusepoolset asendatavate toodete kohta. Näiteks võib ettevõtjal olla andmeid nii kaotatud kui ka juurde võidetud klientide kohta ning nende konkurentide nimed, kes need kliendid võitsid või kaotasid. Seevastu tõendid selle kohta, et tarbijad liiguvad toote juurest eemale tegurite tõttu, mis ei ole seotud suhteliste tarnetingimuste muutumisega, on nõudlusepoolse asendatavuse seisukohast vähem informatiivsed, sest selline liikumine võib pigem kajastada aja jooksul muutuvaid tarbimisharjumusi ja kliendieelistusi⁶⁹.

⁶⁴ Selleks et teha kindlaks, kas veebimüügikanalid ja veebivälised müügikanalid kuuluvad samale tooteturule, võib komisjon hinnata, kas klientide arvates on nendel kanalitel erinevad omadused, näiteks hinnataseme, klienditeeninduse kvaliteedi, tarneaegade ja logistikakulude, lahtiolekuaegade, tootega enne ostu tegemist tutvumise vajaduse ning nende kanalite kaudu pakutava tootevaliku osas. Vt näiteks juhtum M.8394 Essilor/Luxottica, kus komisjon hindas, kas optikakaupade jaemüügitur tuleks jagada veebi- ja veebiväliste kanalite vahel (põhjendused 83–89 ja 139).

⁶⁵ Näiteks võidakse õigusaktidega nõuda, et proviisorid asendaksid ravimite väljastamisel teatavatel tingimustel automaatselt originaalravimi odavama geneerilise ravimiga.

⁶⁶ Tarnetingimuste väline muutus või nendega seotud vapustus on tingitud ootamatust sündmusest, millel ei ole otsest mõju nõudlusele.

⁶⁷ Näiteks juhtumi M.5335 Lufthansa/SN Airholding puhul hindas komisjon, kas Antwerpeni lennujaam on asendatav Brüsseli lennujaamaga. Selles kontekstis analüüsis komisjon ettevõtja VLM Airlines sisnemist Antwerpeni–Manchesteri liinile, millega ta pakkus konkurentsi SNI lendudele Brüsseli–Manchester liinil (vt punktid 96 ja 100–101).

⁶⁸ Näiteks juhtumi M.6576 Munksjö/Ahlstrom puhul võttis komisjon eelimmutatud paberi asjaomase tooteturu hindamisel arvesse, et konkurent oli lõpetanud eelimmutatud paberi tootmise, ning tegi kindlaks konkurendid, kes tema kliendid olid endale võitnud (vt punkt 189).

⁶⁹ Näiteks juhtumi M.6576 Munksjö/Ahlstrom puhul leidis komisjon, et mööblitööstuses täheldatud üleminek standardselt dekoorpaberilt eelimmutatud paberile oli suuresti tingitud ühe väärtusahelas allpool asuva suure kliendi strateegilistest investimisotsustest ning seetõttu ei olnud seda põhjendanud ega tagant tõuganud eelimmutatud paberi suhteliste hindade lühiajalised muutused (vt punkt 248).

- (53) Kui varasema asendamise kohta on piisavalt andmeid, võib olla võimalik tuletada nende põhjal kvantitatiivseid näitajaid erinevate toodete asendatavuse kohta. Näiteks võib olla võimalik tuletada potentsiaalsete asendustoodete kõrvalekalde suhtarvud, st arvutada mahuosa, mille üks toode on kaotanud ja mis suunatakse ümber igale potentsiaalsele asendustootele, või hinnata toote nõudluse hinnaelastsust ja hinna ristelastsust,⁷⁰ kasutades ökonomeetrilisi meetodeid^{71 72}. Usaldusväärse tagamiseks peavad sellised kvantitatiivsed tõendid olema piisavalt kindlad.
- (54) *Tõendid hüpoteetilise asendatavuse kohta.* Komisjon võib tugineda ka teabele selle kohta, kuidas reageerivad kliendid tõenäoliselt suhteliste tarnetingimuste hüpoteetilistele muutustele (hüpoteetiline asendatavus). Klientide ja konkurentide põhjendatud vastused sellise hüpoteetilise asendatavuse kohta võivad anda teavet, mis on vajalik asendustoodete kindlakstegemiseks. Mõnel juhul võib tõendeid hüpoteetilise asendatavuse kohta saada ka klientide esindusliku valimi uuringutest. Teatavatel juhtudel võivad tõendid hüpoteetilise asendatavuse kohta olla ainsad otsesed tõendid, mis on asendatavuse kohta kättesaadavad, näiteks juhtudel, mis eeldavad ettevaatavat hindamist. Siiski võivad tõendid hüpoteetilise asendatavuse kohta olla vähem usaldusväärsed kui tõendid tegeliku asendamise kohta, sest hüpoteetilisel nõudlusepoolisel asendatavusel ei ole klientide jaoks tegelikke tagajärgi. Eelkõige ei pruugi turuosaliste seisukohad toote hüpoteetilise alternatiivse tootega asendamise tõenäosuse või ulatuse kohta olla piisavalt usaldusväärsed, täielikud ega täpsed, et võimaldada komisjonil hinnata nõudluse hinnaelastsust. Selline hindamine peaks olema juhtumipõhine ja sõltuma olemasolevate tõendite tugevusest.
- (55) Kiiresti arenevates tööstusharudes, eriti nendes, mida iseloomustab kiire tehnoloogiline areng, võivad uued või äsja välja töötatud tooted või protsessid ning tehnoloogilised või regulatiivsed muutused tuua kaasa struktuurseid turumuutusi, mis mõjutavad konkurentsidiinamikat ja üldist reageerimist suhteliste tarnetingimustele. Sellistel juhtudel võib komisjon võtta arvesse asendamisvõimaluste eeldatavaid muutusi, mis tulenevad konkurentsidiinamika muutumisest, vastavalt punktis (16) sätestatud tingimustele.
- (56) *Konkurentsipurvet käsitlevad tõendid, mis põhinevad tööstusharu ettevõtjate seisukohtadel.* Ettevõtjad jälgivad üldiselt konkurentsi tavapärase äritegevuse käigus. Ka tööstusliidud või asjaomase tööstusharu eksperdid võivad

⁷⁰ Toote X nõudluse hinnaelastsus näitab toote X nõudluse reaktsiooni (st eeldatavat protsentuaalset muutust nõutavas koguses) toote X hinna üheprotsendilisele muutusele. Toodete X ja Y vaheline hinna ristelastsus on toote X nõudluse reaktsioon toote Y hinna üheprotsendilisele muutusele.

⁷¹ Näiteks juhtumi M.5658 Unilever/Sara Lee puhul kasutas komisjon võõtkoodilugejaga saadud andmete põhjal tuletatud nõudluse elastsuse ökonomeetrilisi hinnanguid SSNIP-testiks, et teha kindlaks, kas meeste- ja muud deodorandid kuuluvad samale asjaomasele tooteturule.

Komisjon võib kasutada tõendeid varasema asendamise kohta peale turgude määratlemise ka konkurentsimõju hindamiseks, eelkõige selleks, et teha kindlaks, kas seotud ettevõtjate omavaheline konkurents on tihe, või et hinnata kvantitatiivselt tõenäolist mõju, vt näiteks juhtum M.8792 T-Mobile NL/Tele2 NL (punktid 704–720 ja 798–823).

⁷² Tõendid kõrvalekalde suhtarvude või nõudluse (rist)elastsuse kohta võivad olla asjakohased selleks, et teha kindlaks järgmised lähimad asendustooted, mille arvamist kandidaaturule tuleks kaaluda ning mida SSNIP-testi tegemisel arvesse võtta. Samas ei tähenda suured kõrvalekalde suhtarvud või kandidaaturuväliste toodete ristelastsus tingimata seda, et asjaomane turg hõlmab selliseid tooteid.

konkurentsi jälgida. Kuigi sellised tööstusharu ettevõtjate seisukohad turupiiride kohta ei vasta tingimata asjaomase turu mõistele liidu konkurentsioiguse tähenduses, võib teave selle kohta, millised ettevõtjad peavad üksteist (lähi)konkurentideks, ning teiste turuosaliste ja tööstusharu ekspertide seisukohad konkurentsiskurve kohta anda nõudlusepoolse asendatavuse hindamiseks kasulikku teavet. See kehtib eelkõige juhul, kui põhjused, miks teatavaid ettevõtjaid peetakse (lähi)konkurentideks, vastavad komisjoni turumääratluse raamistikule, st et kliendid peavad ettevõtjate tooteid asendustoodeteks.

- (57) *Takistused ja kulud, mis seonduvad nõudluse ümbersuunamisega potentsiaalsetele asendustoodetele.* Asendamisele võib olla mitmeid võimalikke takistusi ja sellega võivad kaasneda kulud. Takistused ja kulud võivad olla mitmesugused, näiteks lepingulised kohustused, alternatiivsete toodete otsimise kulud, alternatiivsete toodete kvaliteedi ja mainega seotud ebakindlus, muude toodete kasutamise õppimise või oma tootmisprotsesside kohandamise kulud, kaubamärgi tundus, regulatiivsed tõkked või muud riigi sekkumise vormid, otsese ja kaudse võrgumõju olemasolu,⁷³ andmete ülekantavuse kulud või koostalitlusvõime muude toodetega⁷⁴.
- (58) Toote asendamisel võivad tekkida takistused ka juhul, kui klientidel ei ole võimalik müügikanalit vahetada. Näiteks konkurentsiskurve autoosade originaalseadmete turule tarnijatele võib erineda varuosadeks mõeldud autoosade tarnijatele avaldatavast konkurentsiskurvest, sest varuosade klientidel ei ole võimalik hankida autoosi samadel tingimustel kui need, mida pakutakse originaalseadmete tootjatele. See võib kaasa tuua kahe erineva asjaomase tooteturu määratlemise.
- (59) *SSNIP-testi rakendamine.* Mõnel juhul võib olla võimalik määrata asjaomase turu piirid kindlaks, hinnates kvantitatiivselt seda, kas väike, ent märkimisväärne püsiv hinnatõus oleks hüpoteetilisele monopolistile kasumlik⁷⁵. Üks SSNIP-testi rakendamise näide on kriitilise vähenemise analüüs (*critical loss analysis*)⁷⁶. Kriitilise vähenemise analüüs hõlmab tavaliselt müügitulu maksimaalse vähenemise kindlaksmääramist pärast kandidaatturu toodete väikest, ent märkimisväärset püsivat hinnatõusu, kui hinnatõus jääb hüpoteetilisele monopolistile kasumlikuks. Seda kriitilist vähenemist võrreldakse seejärel hinnatõusust tuleneva tõenäolise tegeliku müügitulu vähenemise prognoosiga. Kui kriitiline vähenemine on suurem kui tõenäoline tegelik vähenemine, oleks väike, ent märkimisväärne püsiv hinnatõus kasumlik,

⁷³ Otsene võrgumõju esineb siis, kui kasutaja vastuvõetud toote väärtus kõigub (kas otseselt või pöördvõrdeliselt) vastavalt selle toote kasutajate arvu muutumisele. Kaudsed võrgumõjud esinevad juhul, kui toote kasutajate arvu muutus mõjutab täiendava toote nõudlust ja see toob kaasa esimese toote väärtuse kõikumise.

⁷⁴ Nii oleks see näiteks juhul, kui teatav toodete alamkategooria ei toimi koos teise tootega, nii et toote asendamine toob klientidele kaasa lisakulusid.

⁷⁵ Komisjon rakendas SSNIP-testi juhtumi M.5658 Unilever/Sara Lee puhul (punktid 92–94 ja tehnilise lisa punkt 5.3).

⁷⁶ Vt näiteks juhtum M.9076 Novelis/Aleris, I lisa punkt 2.1.2. Komisjon kohaldas kriitilise kahju analüüsi ka juhtumi M.4734 Ineos/Kerling puhul (punktid 95–105), kuid leidis lõpuks, et tulemused olid ebaselged.

mis näitab, et kandidaatturul olevad tooted moodustavad asjaomase tooteturu. Vastupidise stsenaariumi korral võib olla vaja kandidaatturgu laiendada. Analüüsi eripära sõltub iga juhtumi konkreetsetest asjaoludest. Kriitilise vähenemise analüüsimisel võtab komisjon arvesse ka seda, et täheldatud kõrge kasumimarginaal ei tähenda mitte ainult vähest kriitilist vähenemist, vaid võib viidata ka sellele, et nõudluse tegelik elastsus – ja seega ka tegelik kahjum – on tõenäoliselt väike ja vastupidi⁷⁷.

3.2.2. Pakkumisepoolse asendatavuse seisukohast asjakohased tõendid

- (60) *Tõendid varasema asendamise kohta.* Pakkumisepoolse asendatavuse hindamisel võib komisjon arvesse võtta ettevõtjate tõendeid liigse tootmisvõimsuse olemasolu kohta ning nende suutlikkuse ja stiimuli kohta tootmist ja tarnimist lühiajaliselt ümber paigutada. Eriti olulised on tõendid selle kohta, kuidas on tootmine või pakkumine varem kõnealustele toodetele ümber suunatud reaktsioonina väliste muutustele pakkumise või nõudluse tingimustes. Seevastu, kui puuduvad tõendid varasema pakkumisepoolse asendamise kohta, võib komisjon pidada vähem tõenäoliseks, et sellise asendamise mõju oleks tulemuslikkust ja vahetust silmas pidades samaväärne nõudlusepoolse asendamise mõjuga.
- (61) *Pakkumise ümbersuunamisega seotud takistused ja kulud.* Kui komisjon hindab võimalusi turu laiendamiseks pakkumisepoolse asendatavuse alusel, võtab ta arvesse mitmesuguseid takistusi ja kulusid. Näiteks võtab ta arvesse, kas ettevõtjatel on vaja tootmise või tarnimise ümbersuunamiseks teha konkreetseid kapitaliinvesteeringuid või konkreetseid investeeringuid tootmisprotsessidesse, väljaõppesse ja inimkapitali, kaubamärgi või nime tutvustamisse, andmetele juurdepääsu või ümberseadistamise kuludesse või muid investeeringuid. Asjakohane võib olla ka teave õiguslike või haldustakistuste olemasolu kohta, näiteks vajadus konkreetse loa järele, või strateegiliste takistuste kohta, mis võivad mõjutada tootmise või tarnimise ümbersuunamist, näiteks lepingulised suhted või ainuõiguslikud kokkulepped. Komisjon analüüsib ka ettevõtjate motivatsiooni oma tootmist või tarnimist ümber suunata, sealhulgas seda, kas selline ümbersuunamine tooks kaasa muude toodete müügi vähenemise, ning nende valmisolekut seda teha. Nagu on selgitatud punktis (39), võtab komisjon juhul, kui sellised takistused või kulud ei ole väheolulised, konkurentsimoju hindamisel arvesse võimalikku konkurentsipurvet, mida sellised ettevõtjad avaldavad, selle asemel et asjaomast turgu laiendada.

3.3. Tõendid geograafiliste turgude määratlemiseks

- (62) Komisjon saab tavaliselt võtta esialgse seisukoha selle kohta, kas geograafiline kandidaatturg on kohalik, riiklik, piirkondlik, EMP-ülene,⁷⁸ laiem kui EMP või

⁷⁷ Kui täheldatud kasumimarginaalid on kõrged, kaasneb mahu vähenemisega suhteliselt suur saamata jääv kasum kaotatud mahtude pealt. See tähendab mahu vähest kriitilist vähenemist, mis muudab hinnatõusu hüpoteetilise monopolisti jaoks kahjumlikuks. Teisest küljest võib täheldatud kõrge kasumimarginaal tähendada, et tõenäoline tegelik kahjum on samuti suhteliselt väike, sest vastasel juhul ei oleks ettevõtjad tõstnud hindu sellisele tasemele ja oleksid pidanud hinna alandamist kasumlikuks.

⁷⁸ Praktilistel kaalutlustel hindab komisjon tavaliselt turge EMP tasandil, kui on selgeid märke sellest, et turud on laiemad kui riiklikud ja kitsamad kui ülemaailmsed.

ülemaaailmne, tuginedes esialgsele teabele asjaomaste toodete klientide ostukäitumise ja -elistuste kohta. Seejärel uurib komisjon, kas konkurentsitingimused kogu kandidaatturul on piisavalt homogeensed ja kas kandidaatturгу saab teistest piirkondadest eristada põhjusel, et nende piirkondade konkurentsitingimused erinevad märgatavalt.

- (63) Asjaomase geograafilise turu hindamisel võivad olla asjakohased järgmised tõendite kategooriad.
- (64) *Tarnijad, turuosad ja hinnad.* Kui eri geograafiliste piirkondade klientidel on juurdepääs samadele tegelikele ja potentsiaalsetele tarnijatele ning kui neil tarnijatel on eri piirkondades sarnased turuosad, on see tavaliselt esimene märk sellest, et konkurentsitingimused on piisavalt homogeensed, et lugeda need piirkonnad ühe ja sama asjaomase geograafilise turu osaks. Seevastu juhul, kui nende tarnijate turuosad on piirkonniti väga erinevad, näitab see tavaliselt, et konkurentsitingimused nendes piirkondades ei ole piisavalt homogeensed.
- (65) Turuosad ei pruugi siiski olla iseenesest piisav asjaolu, mille alusel teha kindlaks, kas konkurentsitingimused on piisavalt homogeensed. Näiteks võib ettevõtjatel olla kodumaistel turgudel suur turuosa tulenevalt varasemast olukorrast ja ettevõtjate homogeenne esindatus kogu EMPs võib olla kooskõlas riigi või piirkonna geograafiliste turgudega.
- (66) Ka hindade ja hinnaerinevuste esialgne analüüs võib anda kasulikke tõendeid. Üldiselt võib eeldada, et eri piirkondade ühtsed konkurentsitingimused viivad samade toodete puhul sarnase hinnatasemeni. Selline sarnasus võib tuleneda ka eri piirkondade vahel toimivast arbitraazist, st protsessist, mille käigus ühe piirkonna kõrgemad hinnad võivad viia selleni, et vahendajad ostavad madala hinnaga piirkonnas ja müüvad edasi kõrge hinnaga piirkonnas, kuni hinnad ühtlustuvad piisavalt, et muuta selline arbitraaz kahjumlikuks. Hinnatasemete analüüs iseenesest on aga geograafilise turu määratlemisel harva otsustava tähtsusega⁷⁹.
- (67) Seepärast uurib komisjon turuosade või hindade konkreetse konfiguratsiooni põhjusi ning hindab ka muid näitajaid.
- (68) *Klientide eelistused ja ostukäitumine.* Erinevused kultuuris, keeles, elustiilis, demograafilises või sotsiaal-majanduslikus taustas võivad teatavate toodete või kaubamärkide puhul kaasa tuua kohalikke, riiklikke või piirkondlikke eelistusi⁸⁰. See võib mõjutada eri ettevõtjate konkurentsivõimet eri

⁷⁹ See kehtib ka selliste paralleelsete hinnamuutuste hindamise kvantitatiivsete meetodite puhul nagu hinnakorrelatsioon ja statsionaarsuse analüüs. Nagu on märgitud joonealuses märkuses 61, võivad paralleelseid hinnamuutusi põhjustada ka mitmed muud tegurid peale toimiva arbitraazi. Sellised hinnamuutused võivad seega ekslikult anda alust arvata, et kaks piirkonda kuuluvad samale asjaomasele geograafilisele turule, kuigi nende piirkondade konkurentsitingimused ei ole piisavalt homogeensed. Teisest küljest viitab paralleelsete hinnamuutuste puudumine tavaliselt sellele, et konkurentsitingimused ei ole piisavalt homogeensed. Seepärast on paralleelsete hinnamuutuste analüüs põhimõtteliselt informatiivsem juhul, kui see näitab, et erinevad piirkonnad ei ole samal turul.

⁸⁰ Näiteks juhtum AT.39740 Google'i otsinguteenus (Google Shopping) määratles komisjon üldotsinguteenuste turu keele-eelistuste tõttu riikliku turuna, kuigi need teenused on kasutajatele kättesaadavad kõikjal maailmas (vt punktid 253–254). Juhtumi M.7220 Chiquita/Fyffes puhul määratles komisjon riiklike soodustuste alusel turu riigi tasandi turuna, kuigi ta tõdes, et banaanitarned

piirkondades. Eri piirkondade tarbijate eelistuste erinevused põhjustavad tõenäoliselt erinevusi ostukäitumises, millest tuleneb suur potentsiaal piirata turu geograafilist ulatust.

- (69) Täpsemalt, kui toodete kogum, mida kliendid käsitlevad seotud ettevõtjate toodete asendustoodetena, on eri geograafilistes piirkondades erinev, on see üldiselt selge märk sellest, et konkurentsitingimused ei ole piisavalt homogeensed, et need piirkonnad kuuluksid samale geograafilisele turule.
- (70) Klientide praeguse geograafilise ostustruktuuri uurimine võib anda kasulikke andmeid kliendieelistuste ja konkurentsitingimuste sarnasuste või erinevuste kohta. Näiteks kui kogu EMPs on klientidel juurdepääs samadele tarnijatele samadel tingimustel, olenemata kliendi asukohast, näiteks kui nad ostavad sarnastel tingimustel ükskõik millisel EMPs asuvalt ettevõtjalt või hangivad oma tarneid hankemenetluste kaudu, millesse on kutsutud osalema ja milles esitavad pakkumusi samad ettevõtjad, käsitletakse geograafilist turu tõenäoliselt kogu EMPd hõlmavana⁸¹. Samamoodi, kui kogu maailma kliendid saavad kasutada samu tarnijaid sarnastel tingimustel, olenemata klientide asukohast, on asjaomane geograafiline turg tõenäoliselt ülemaailmne^{82, 83}.
- (71) *Takistused ja kulud, mis on seotud klientide varustamisega eri piirkondades.* Komisjon hindab, kas tarnijad suudavad ja on valmis pakkuma oma tooteid konkurentsivõimelistel tingimustel kogu kandidaaturul või kas on takistusi või kulusid, mis muudavad tarnija jaoks võimatuks või ebaatraktiivseks teenindada

päripärisel peamiselt väljastpoolt EMPd (vt punktid 119–131). See näitab ka, et ühe tarnija või samade tarnijate tegevus EMPs või kogu maailmas võib olla kooskõlas riigi tasandi turgudena määratletud geograafiliste turgudega, nagu on selgitatud punktis (65).

⁸¹ Näiteid võib tuua seoses põhimetalltoodete, nagu alumiiniumi või terase tootmise ja tarnimise turgudega. Juhtumi M.9076 Novelis/Aleris puhul kinnitas komisjoni uurimine, et klientide ühine eelistus oli osta alumiiniumist autokereplekki EMPs asuvatelt tarnijatelt ning et mootorsõidukite alumiiniumist autokerepleki asjaomane geograafiline turg määratleti kogu EMPd hõlmava turuna. Süsiniklehtherasest valmistatud turgudel, näiteks juhtumite M.8444 ArcelorMittal/Ilva ja M.8713 Tata Steel/ThyssenKrupp/JV puhul, käsitleti asjaomast geograafilist turu kogu EMPd hõlmava turuna, kus on EMP-siseseid geograafilisi erisusi (nagu kinnitati viimati nimetatud juhtumi puhul Üldkohtu 22. juuni 2022. aasta otsusega thyssenkrupp vs. komisjon, T-584/19, EU:T:2022:386, punktid 145–258). Ka tulekindlate toodete turg on määratletud kogu EMPd hõlmava turuna, muu hulgas põhjusel, et kliendid eelistavad ülekaalukalt hankimist EMPs asuvatelt tarnijatelt – vt M.8286 RHI/Magnesita Refratarios, punktid 55–57 ja 61.

⁸² Näiteks tsiviillennunduse rakenduste turgudel hangivad kliendid algpäraseid õhusõidukite seadmeid ning lennundus- ja kosmosesüsteeme ja -komponente samadelt tarnijatelt kogu maailmas ning komisjon leidis, et nende toodete asjaomane geograafiline turg on ülemaailmne, näiteks juhtumites M.8658 UTC/Rockwell Collins, punktid 204–205 ja 207; M.8425: Safran/Zodiac Aerospace, punkt 298; M.8948: Spirit/Asco, punktid 37–38.

⁸³ Samuti võib komisjon määratleda ülemaailmse turu, jättes sellest välja üksnes konkreetset piirkonnad, kus on erinevad konkurentsitingimused, näiteks juhtum M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), mida on kirjeldatud joonealuses märkuses 58. Samamoodi leidis komisjon juhtumi M. 8677 Siemens/Alstom puhul, et nii kiirrongide kui ka ülikiirete rongide asjaomane geograafiline turg võib olla ülemaailmne, välja arvatud Hiina, Lõuna-Korea ja Jaapan, kuna nendes kolmes riigis olid välismaistele tarnijatele seatud ületamatud turule sisenemise tõkked (vt punkt 133). Vt ka juhtum M.6541 Glencore/Xstrata, milles komisjon hindas potentsiaalseid geograafilisi turge, mis olid määratletud ülemaailmsete turgudena, välja arvatud Hiina, kust pärit eksport oli piiratud, sest tööstusharu analüütikud esitasid andmed Hiina ja ülejäänud maailma kohta eraldi ning mitu turuosalist toetas sellist eristamist (vt punktid 43–45).

kliente konkurentsivõimelistel tingimustel piirkondades, mis ei kuulu tema teeninduspiirkonda. Muu hulgas uuritakse hindamise käigus seda, kas tarnijal peab kliendieelistuste tõttu olema kohapeal esindus või peab ta pääsema ligi turustusvõrgule või asjakohastele turustuskanalitele, et müüa kaupa kogu kandidaatturul. Hindamise käigus uuritakse ka reguleerivat raamistikku, st mis tahes liiki takistusi, mille on tekitanud riigi tegevus ja mis võib mõjutada teistest piirkondadest pärit tarnijaid. Selliste takistuste hulka võivad kuuluda riigihanke-eeskirjad, riiklikud toetused, hindade reguleerimine, kaubandust või tootmist piiravad kvoodid ja tariifid, tehnilised standardid, keelenõuded, seaduslikud monopolid, asutamisvabaduse piirangud, halduslikud loanõuded ja muu sektoripõhine reguleerimine. Sellised takistused võivad tegelikult piirata seda, mil määral teatavas geograafilises piirkonnas asuvad tarnijad avaldavad konkurentsipurvet väljaspool seda piirkonda asuvatele tarnijatele, ning võivad sellest tulenevalt põhjustada erinevaid konkurentsitingimusi. Samad tõkked võivad takistada ka klientidel osta kaupa eri piirkondades asuvatelt tarnijatelt.

- (72) Seevastu õigusraamistik, eelkõige õigusnormide ühtlustamine, näiteks liidu tasandil või kogu maailmas, võib kaubandustõkkeid vähendada ja osutada sellele, et geograafilised turud on laiemad või võivad tulevikus selliseks kujuneda. Komisjon võtab geograafiliste turgude määratlemisel arvesse turuintegratsiooni protsessi. Kui regulatiivsed tõkked on kõrvaldatud, hindab komisjon asjakohaseid tõendeid, mis viitavad struktuursele turumuutusele, näiteks seoses hindade, turuosade või kaubanduse struktuuriga.
- (73) *Vahemaaga seotud tegurid, transpordikulud ja teeninduspiirkonnad.* Mõnel turul võib tarnijate konkurentsipositsioon sõltuda iga tarnija ja kliendi vahelisest kaugusest. Näiteks võivad transpordikulud moodustada olulise osa teatavate toodete kuludest, mis võivad seada kliendist kaugemal asuvad tarnijad oluliselt ebasoodsamasse konkurentsiolukorda võrreldes tarnijatega, kes asuvad kliendile lähemal. Samalaadne mõju võib olla ka muudel teguritel, näiteks varustuskindluse või kestlikkusega seotud kaalutlustel, toodete riknevusel või juurdepääsetavusel. Peale selle võib tarbijaturgudel olla määravaks kaalutluseks tarnijani jõudmise teekonna pikkus või aeg. Nii on see tavaliselt näiteks lennujaamade, supermarketite või bensiinjaamade puhul.
- (74) Sellistes olukordades on tõenäoline, et turge diferentseeritakse geograafiliselt selles mõttes, et konkurentsitingimused muutuvad sõltuvalt iga tarnija ja kliendi vahelisest kaugusest. Sellistel juhtudel võib komisjon määratleda geograafilised turud teeninduspiirkondade põhjal, mis arvestavad klientide ja tarnijate tavapärasest asukohta. Sõltuvalt juhtumi asjaoludest võib teeninduspiirkonna määramise aluseks olla kas klientide või tarnijate asukoht. Kuigi sageli on eelistatav hinnata konkurentsitingimusi iga kliendi asukohas, ei pruugi olla võimalik teeninduspiirkonda klientide asukoha alusel määrata, näiteks põhjusel, et kliente on palju ja nad on hajutatud või et puudub teave konkurentide klientide asukoha kohta. Seetõttu võib komisjon praktilistel kaalutlustel määrata teeninduspiirkonna tarnija asukoha alusel⁸⁴. Teeninduspiirkondi mõõdetakse tavaliselt kas klientide teekonna pikkuse või aja või kättetoimetamise teekonna

⁸⁴ Sellises olukorras on komisjon määranud teeninduspiirkondi ka sellise hüpoteetilise kliendi ümber, kes asub ühinevate poolte asukohtade keskpunktis, st asukohtade vahele tõmmatud sirgjoone keskpunktis, vt juhtum M.7252 Holcim/Lafarge (punkt 73).

pikkuse või aja järgi, võttes aluseks asukoha, kus teatav osa müügist toimub. Teeninduspiirkondade suurus peaks olema representatiivne enamiku klientide ostuharjumuste suhtes, mida on võimalik kindlaks määrata tarnete tegeliku jaotuse või teekonna pikkuse või aja põhjal ja/või mis võib põhineda turuosaliste seisukohtadel. Selle põhjal võtab komisjon tavaliselt lähtepunktiks teeninduspiirkonnad, mis katavad 80 % müügist või klientidest⁸⁵. Tundlikkuse analüüside tegemiseks või turuspetsiifiliste kaalutluste arvessevõtmiseks võib komisjon kasutada ka muid piirkondi. Näiteks on komisjon määratlenud geograafilisi turge ka selliste teeninduspiirkondade põhjal, mis katavad 70 % ja/või 90 % müügist⁸⁶.

- (75) *Kaubavood ja kaubasaadetiste struktuurid.* Kaubasaadetiste ja kaubavoogude struktuuri ja arengu ning selliste voogude põhjuste analüüs võib anda aimu takistuste puudumisest või nende olemasolust. Selliste voogude võime reageerida muutustele suhtelistes tarnetingimustes võib viidata ka konkurentsipurustusele, mida avaldavad seotud ettevõtjatele väljaspool geograafilist kandidaatturгу asuvad tarnijad. Mõnel juhul võib olla võimalik sellist survet kvantifitseerida, näiteks hinnates ökonomeetriliselt impordi elastsust või rakendades sündmusuuringuid, mis näitavad impordi reageerimist hinnamuutustele⁸⁷. Siiski ei tähenda üksnes kaubavoogude olemasolu või nende reageerimine suhteliste tarnetingimuste muutumisele tingimata seda, et konkurentsitingimused piirkonnas, kust kaubavood pärinevad, on piisavalt homogeensed geograafilise kandidaatturгу tingimustega, et õigustada asjaomase geograafilise turu laiendamist. Kui see nii ei ole ja nagu on selgitatud punktis (42), võtab komisjon konkurentsimoju hindamisel arvesse võimalikku konkurentsipurustust, mida importijad seotud ettevõtjatele avaldavad (sealhulgas seoses turuosade ja võimaliku tulevase laienemisega), selle asemel et laiendada asjaomast geograafilist turgu.

3.4. Tõendite kogumine ja hindamine

- (76) Komisjon kasutab asjaomaste turgude määratlemiseks mitmesuguseid tõendusmaterjalide kategooriaid ja allikaid ning võib tugineda nii kvalitatiivsele kui ka kvantitatiivsele teabele. Teatavat liiki tõendid võivad ühel juhul olla otsustava tähtsusega, kuid ebapiisavad või tähtsusetud teisel juhul, kui kõne all on muu tööstusharu või toode või muud asjaolud. Enamikul juhtudel ja eelkõige juhul, kui on vaja üksikasjalikku hindamist, tugineb komisjon oma otsustes mitmele tegurile, mis on esitatud jagudes 3.2 ja 3.3, ning erinevatele allikatele. Komisjon käsitleb empiirilisi tõendeid avatult, püüdes kasutada tulemuslikult kogu kättesaadavat teavet, mis võib konkreetsel juhul tähtis olla, ja annab nende

⁸⁵ Vt näiteks juhtum M.7408 Cargill/ADM Chocolate Business seoses tööstusliku šokolaadi turuga (punktid 63–78) või M.7567 Ball/Rexam seoses joogipurkide turuga (punkt 248).

⁸⁶ Näiteks juhtum M.7878 Heidelberg Cement/Schwenk/Cemex Hungary/Cemex Horvaatia puhul leidis komisjon, et ringikujulised teeninduspiirkonnad, mille arvele langeb 90 % poolte tehaste ümbruses tehtavatest tarnetest, on asjakohasemad kui teeninduspiirkonnad, mille arvele langeb 70 % tarnetest (põhjendus 182), kuid võttis arvesse ka kohandatud kujuga teeninduspiirkondi, mille määramise aluseks on vahemaa pikkus ja kättetoimetamise viis (põhjendused 189–190).

⁸⁷ Vt näiteks juhtum M.6541 Glencore/Xstrata, kus komisjon hindas impordi võimet reageerida metalse tsingi suhtelistele hinnamuutustele EMPs (vt punktid 141–148).

tõendite põhjal üldise hinnangu⁸⁸. Komisjon ei lähtu eri teabeallikate või tõendiliikide järgast hierarhiast⁸⁹.

- (77) Tõendid, mida komisjon turgude määratlemiseks kasutab, peaksid olema usaldusväärsed⁹⁰. See on tõenäoline näiteks juhul, kui tõendid pärinevad avaliku sektori asutustelt või kui neid toetab mitu allikat, sealhulgas vastandlike huvidega turuosalisel, nagu tarnijad ja nende otsesed kliendid. Lisaks peaks komisjon võimalikult suures ulatuses kasutama uurimisperioodiga seotud uuemaid tõendeid, eelkõige üleminekuetapis tööstusharu turgude hindamisel. Kui juhtum eeldab ettevaatavat hindamist ja kui turu määratlemine põhineb sellel, et kõnealuse ajavahemiku jooksul toimuvad konkurentsidiinamikas muutused, peab selliste muutuste kohta olema usaldusväärsed tõendeid, mis näitavad piisava kindlusega, et oodatavad muutused tõepoolest realiseeruvad. Tõenditel on suurem tõendusjõud, kui on võimalik kindlaks teha, et komisjoni uurimine ei saanud neid mõjutada; sellised on näiteks tõendid, mis on kogutud enne koondumise või tegevuse üle peetud arutelusid ja komisjoni uurimist.
- (78) Kui see on asjakohane ning tuginedes seotud ettevõtjate esildistele, kogub komisjon tõendeid, esitades turuosalistele kirjalikke teabenõudeid ja/või neid küsitledes. Sellega seoses soovib komisjon saada tootmisharu peamistelt konkurentidelt ja klientidelt faktilisi tõendeid ning nende seisukohti toote- ja geograafiliste turgude piiride kohta. Komisjon võib võtta ühendust ka asjaomaste kaubandus- või kliendiühendustega, eelnevatel või seotud turgudel tegutsevate ettevõtjatega ja muude peamiste sidusrühmadega, sealhulgas valitsusasutuste või valitsusväliste organisatsioonidega.
- (79) Asjaomase turu määratlemiseks võib komisjon nõuda asjaomastelt üksustelt, sealhulgas eelkõige seotud ettevõtjatelt, ka sisedokumente. Sisedokumendid on eriti asjakohased, kui need on koostatud tavapärase äritegevuse käigus, erinevalt dokumentidest, mis on koostatud komisjoni uurimise käigus või seda silmas pidades, sest need võivad paremini aimu anda sellest, kuidas kõnealused ettevõtjad turgu/turge käsitlevad. See võib hõlmata turundusuuringuid, mida ettevõtjad on varem tellinud otsuste tegemiseks näiteks oma toodete hinnakujunduse või turundustegevuse kohta. Selleks et teha kindlaks, kas majanduslikult oluline osa klientidest peab kaht toodet asendatavaks, võib

⁸⁸ 6. juuli 2010. aasta kohtuotsuses *Ryanair vs. komisjon*, T-342/07, EU:T:2010:280, punkt 136, märkis Üldkohus: „Komisjoni ülesanne on hinnata tervikuna selle tõendite kogumi tulemust, mida ta konkurentsivolukorra hindamiseks kasutas. Selles suhtes on võimalik, et teatavaid tõendeid privilegeeritakse ja et teised jäetakse kõrvale.“ Sama arutluskäik kehtib *mutatis mutandis* turu määratlemise suhtes.

⁸⁹ 11. jaanuari 2017. aasta kohtuotsuses *Topps Europe vs. komisjon*, T 699/14, EU:T:2017:2, punkt 82, märkis Üldkohus: „asjaomase turu määratlemine ei eelda, et komisjon peaks lähtuma erinevate teabeallikate või tõendiliikide järgast hierarhiast“. Seda kinnitas Üldkohtu 22. juuni 2022. aasta otsus *thyssenkrupp vs. komisjon*, T-584/19, EU:T:2022:386, punktid 78 ja 156.

⁹⁰ Mis puudutab erinevate tõendite tõendusjõudu, siis ainus asjakohane kriteerium esitatud tõendite hindamisel on nende usaldusväärsus (vt nt 13. septembri 2013. aasta kohtuotsus *Total Raffinage Marketing vs. komisjon*, T-566/08, EU:T:2013:423, punkt 43). Siinkohal mängib rolli menetluse laad. Eelkõige ühinemiskontrolli osas on ELi kohtute praktikas kindlaks tehtud, et pidades silmas vajadust tegutseda kiiresti ja väga lühikesi tähtaegu, mida komisjon peab järgima, ei saa komisjonilt nõuda kogu saadud teabe kontrollimist, kui puuduvad tõendid selle kohta, et esitatud teave oleks ebatäpne. Vt 20. oktoobri 2021. aasta kohtuotsus *Polskie Linie Lotnicze „LOT“ vs. komisjon*, T-240/18, EU:T:2021:723, punktid 87 ja 88 ning seal viidatud kohtupraktika.

arvesse võtta kasutusharjumuste ja hoiakute kohta tehtud kliendiuuringuid, andmeid klientide ostumustrite kohta, tarnijate väljendatud seisukohti ja turu-uuringuid, mille on esitanud seotud ettevõtjad ja nende konkurendid. Tõendid selle kohta, et ettevõtja jälgib teatavate konkurentide käitumist, või strateegilised dokumendid, millele ettevõtja tugineb äriotsuste tegemisel, näiteks äriplaanid või hinnangud tugevatele ja nõrkadele külgedele ning võimalustele või ohtudele, võivad samuti osutada konkureerivate ettevõtjate avaldatava konkurentsistrateegia tugevusele⁹¹.

- (80) Mõnel juhul võivad asjaomase turu kohta anda kasulikku teavet ka klientide või tarnijate representatiivse valimi *ad hoc* uuringud⁹². Komisjon võib otsustada korraldada või tellida konkreetse juhtumi puhul uuringu sõltuvalt asjaomasest küsimusest või muudest allikatest kättesaadavatest tõenditest ning võttes arvesse halduspiiranguid, näiteks uurimise ajakava. Uuringud tuleb kavandada hoolikalt, et huvipakkuvalt sihtrühmalt sisukaid vastuseid saada. Näiteks on põhimõtteliselt eelistatav esitada küsimusi pigem hiljuti tehtud otsuste kui hüpoteetiliste otsuste kohta, küsimused peaksid olema selged ega tohiks suunata vastuseid konkreetse suunas ning pakutavad vastusevariandid peaksid olema piisavalt põhjalikud.
- (81) Komisjon võib tugineda ka avalikule teabele, turu- või tööstusharu aruannetele, samuti turustatistika- või majandusuuringutele, sealhulgas seotud ettevõtjate väliskonsultantide tehtud uuringutele⁹³. Kui tegemist on reguleeritud turgudega, sealhulgas näiteks telekommunikatsioon-, energeetika- või tervishoiusektoriga, võib komisjon küsida andmeid ja seisukohti ka sektoripõhistelt reguleerivatelt asutustelt.
- (82) Vajaduse korral võib komisjon teha seotud ettevõtjate ja nende klientide ja/või konkurentide tööruumidesse ka ametlikke või mitteametlikke kontrollkäike, et paremini mõista, kuidas tooteid valmistatakse ja müüakse.

4. TURU MÄÄRATLEMINE KONKREETSETEL ASJAOLUDEL

- (83) Käesolevas jaos käsitletakse teatavaid turu määratlemise aspekte, mis on eriomased konkreetsetele tööstusharudele, sektoritele või turuliikidele. Kui käesolevas jaos ei ole sätestatud teisiti, kohaldatakse käesolevas teatises sätestatud toote- ja geograafilise turu määratlemise üldpõhimõtteid.

⁹¹ Näiteks juhtum M.7902 Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide tugines komisjon asjaolule, et ühinevad pooled võrdlesid ennast nii hotellikettide kui ka sõltumatute hotellidega, et teha kindlaks, kas need tarnijad tegutsevad samal turul (vt punkt 28). Juhtum M.6663 Ryanair/Aer Lingus III hindas komisjon Ryanairi ja Aer Linguse reisilennuliinide hinnaseiret tõendina selle kohta, kas sama linna erinevad lennujaamad on asendatavad (vt punktid 98–103).

⁹² Juhtum M.4439 Ryanair/Aer Lingus puhul tellis komisjon sõltumatu konsultandi, et teha Dublini lennujaamas kliendiküsitlus. Komisjon kasutas selle uuringu tulemusi kaudse tõendina, et hinnata, kas teatavad lennujaamad on klientide seisukohast asendatavad (vt punktid 36 ja 94, punkti 99 alapunkt 9 ja I lisa).

⁹³ Asjakohane on ka selliste uuringute koostamise allikas ja kontekst. Erilist tähelepanu pööratakse eelkõige konkreetse juhtumi raames koostatud uuringutele, sest kui komisjoni uurimine on tõendeid mõjutanud, on nende tõendusjõud väiksem.

4.1. Turu määratlemine märkimisväärselt diferentseeritud toodete korral

- (84) Tooteid saab diferentseerida nii, et teatavad tooted asendavad üksteist paremini kui teised. Diferentseerida saab toodete või geograafilisel tasandil. Toodete diferentseerimine toimub juhul, kui kliendi valiku seisukohast on olulised toote omadused,⁹⁴ muu hulgas kujundus, kaubamärgi kuvand, tehniline kirjeldus, vastupidavus, teenuse tase või mõni muu eriomadus⁹⁵. Geograafiline diferentseerimine toimub juhul, kui kliendi valiku seisukohast on oluline tema ja tarnija asukoht⁹⁶.
- (85) Kui komisjon kohaldab asjaomase turu kindlaksmääramiseks tarbijatele tegelikult kättesaadavate asendustoodete analüüsimise põhimõtet, võib ta otsustada eristada diferentseeritud toodete hulgas eraldi asjaomaseid turgu. Muudel juhtudel on komisjonil võimalik määratleda suhteliselt lai asjaomane turg, mis hõlmab diferentseeritud tooteid⁹⁷.
- (86) Kui tooted on diferentseeritud, võivad turuosad olla turuvõimu näitajana vähem usaldusväärsed ning komisjon analüüsib konkurentsimõju hinnates tavaliselt, kas seotud ettevõtjate ja teiste tarnijate konkurents on tihe. Kui konkurentsimõju üksikasjalikul hindamisel hinnatakse seda, kui tihe on tarnijatevaheline konkurents, võib see vähendada turuosade ja seega ka turu määratlemise tähtsust. Seega, kuigi turu määratlemine on endiselt tähtis etapp, võib tarnijatevahelise konkurentsi tiheduse analüüs olla diferentseeritud turgude konkurentsimõju hindamisel asjakohasem⁹⁸.

⁹⁴ Vt näiteks 18. mai 2022. aasta kohtuotsus *Wieland-Werke vs. komisjon*, T-251/19, EU:T:2022:296, mis käsitleb vasest ja vasesulamitest valmistatud valtsitud toodete turgu ja kus Üldkohus märkis punktis 39: „[...] Hageja ei vaidlusta, et valtsitud tooted ei ole homogeenised tooted, vaid tooted, mida diferentseeritakse mitmesuguste kriteeriumide alusel (koostis, viimistlustase, lõppkasutus jne). Kõik need kriteeriumid võimaldavad kogu valtsitud toodete turgu segmenteerida, ilma et ükski neist oleks *a priori* määrava tähtsusega või võimaldaks kindlaks teha eraldi tooteturge.“

⁹⁵ Näiteks telekommunikatsioonisektoris, kus eri liiki klientidel võivad olla erinevad tarbimisharjumused, mis mõjutavad nende teenusepakkuja valikut. Juhtum *M.8792 T-Mobile NL/Tele2 NL* jõudis komisjon järeldusele, et tegemist on laia turumääratlusega, mille puhul tooteid diferentseeritakse eri kliendirühmade lõikes igakuiste kulutuste erinevuse, lepingu sõlmimise ja kestuse, lepingu täitmise ja klientide vajaduste erinevuse alusel. Kuigi selle juhtumi puhul jõudis komisjon järeldusele, et mobiilside teenuseid pakutakse kõigile lõpptarbijatele üldisel jaemüügiturul, leidis ta siiski, et mobiilside jaemüügiteenuste osutamisel on võimalik kindlaks teha kaks eraldiseisvat kliendirühma: erakliendid ja ärikliendid.

⁹⁶ Juhtum *M.7155 SSAB/Rautaruukki* puhul leidis komisjon, et terasest lehttoodete tugev geograafiline diferentseerimine, mida tõendab Põhjamaade, Mandri-Euroopa ja Ühendkuningriigi vaheliste hinnaerinevuste analüüs, õigustab asjaolu, et koondumise mõju hindamisel keskenduti Põhjamaadele (vt punkt 102).

⁹⁷ Sellistel juhtudel võib komisjon oma hinnangus arvesse võtta konkreetsete turusegmentide konkurentsidiinaamikat. Vt näiteks 18. mai 2022. aasta kohtuotsus *Wieland-Werke vs. komisjon*, T-251/19, EU:T:2022:296, mis käsitleb vasest ja vasesulamitest valmistatud valtsitud toodete turgu ja kus Üldkohus selgitas punktis 40: „Lisaks tuleb meeles pidada, et diferentseeritud tooteturgude kontekstis ei mõjuta koguturu olemasolu võimalust tuvastada teatavates turusegmentides erinevat konkurentsidiinaamikat.“

⁹⁸ Näiteks võib komisjon hinnata ettevõtjatevahelise konkurentsi intensiivsust, keskendudes analüüsis ettevõtjate segmendiosadele, toodete asendatavuse määrale, hindadele või turuosade tasemele või eri toodete asendatavuse kvantitatiivsetele näitajatele, nagu kõrvalekalde suhtarvud või hinnanguline nõudluse elastsus. Sellise analüüsi näide on juhtum *M.5658 Unilever/Sara Lee*, mille puhul komisjon

- (87) Teatavatel juhtudel võib komisjon asendusahelate⁹⁹ olemasolu tõttu määratleda asjaomaseid turge ka juhul, kui turu äärealadel asuvad tooted või piirkonnad ei ole otseselt asendatavad¹⁰⁰. Tavaliselt aga lükkab komisjon asjaolude analüüsi tagajärjel sellised laiemad turumääratlused tagasi, eelkõige põhjusel, et asendusahelas esineb lünki¹⁰¹.

4.2. Turu määratlemine hinnadiskrimineerimise korral

- (88) Hinnadiskrimineerimine esineb juhul, kui erinevatelt klientidelt (või kliendirühmadelt) küsitakse sama toote eest erinevat hinda põhjustel, mis ei ole seotud kuludega. See võib viia olukorrani, kus asjaomase toote puhul moodustab selgelt eristatav kliendirühm kitsama eraldiseisva turu. Üldjuhul tekib selline olukord juhul, kui täidetud on kolm tingimust¹⁰²: a) on võimalik selgelt kindlaks teha, millisesse rühma klient kuulub ajal, mil asjaomane toode talle müüakse; b) klientidevaheline kauplemine või kolmandate isikute arbitraaž on ebatõenäoline; c) hinnadiskrimineerimine on püsivat laadi. Sellistes olukordades võivad eri kliendirühmade konkurentsitingimused olla erinevad, nii et kõnesoleval tegevusel või tehingul võib olla eri kliendirühmadele erinev mõju. Ka klientide asukohal põhinev hinnadiskrimineerimine võib olla põhjuseks, miks määratleda asjaomane geograafiline turg klientide asukohtade alusel¹⁰³.

4.3. Turu määratlemine teadus- ja arendustegevusse tehtavate märkimisväärsete investeeringute korral

- (89) Komisjon võib võtta arvesse konkreetseid tegureid, mis esinevad eriti innovaatilistes tööstusharudes, millele on omased sagedased ja märkimisväärsed investeeringud teadus- ja arendustegevusse.

tuvastas deodorantide turul märkimisväärse diferentseerituse ja hindas konkurentsimoju hinnates kvantitatiivselt tõenäolisi hinnamõjusid, tuginedes hinnangulisele nõudluse elastsusele. Vt ka joonealune märkus 71.

⁹⁹ Näiteks isegi kui toote A kliendid ei pruugi käsitada toodet C nõudlusepoolse alternatiivina, võib eksisteerida asendusahel, juhul kui A kliendid käsitavad toodet B asendustootena ja B kliendid käsitavad toodet C asendustootena. Sellest tulenevalt võib toode A jääda sellise asendusahela kaudu tootest C tuleneva kaudse konkurentsiturve alla.

¹⁰⁰ Juhtumi M.9413 Lactalis/Nuova Castelli puhul leidis komisjon tõendeid selle kohta, et kaubamärgiga ja jaemüüja kaubamärgiga juustude puhul oli olemas asendusahel (vt punkt 89) ning et need juustud konkureerisid üksteisega, kuigi ei olnud võimalik välistada, et kaubamärgiga tooted konkureerivad peamiselt muul turul, mistõttu jäeti turumääratlus lahtiseks.

¹⁰¹ Juhtumi M.5335 Lufthansa/SN Airholding puhul lükkas komisjon tagasi väited, et eri liiki piletite puhul esineb asendusahel, sest tõendeid selle kinnitamiseks ei olnud. Komisjoni tehtud hinnaanalüüs näitas, et väidetava asendusahela äärealade hinnatase oli väga erinev ja hinnad ei olnud üksteisest sõltuvad (vt punkt 33). Juhtumi M.6905 Ineos/Solvay/JV puhul lükkas komisjon tagasi väited, et nende peamiste S-PVC tarnijate veopiirkondade vahel, kes moodustavad asendusahela kogu EMPs, esineb kattuvusi; komisjon tugines kvantitatiivsele analüüsile, mis näitas arbitraaži puudumist ja kattuvate teeninduspiirkondade erinevaid hinnasuundumusi (vt punktid 260–262 ja 338).

¹⁰² See võib kehtida ka juhul, kui loetletud tingimused täidetakse alles tulevikus, näiteks põhjusel, et konkurentsitingimused muutuvad uurimisel koondumise tõttu.

¹⁰³ Hinnadiskrimineerimisest mõjutatud tooteturu ja geograafilise turu määratluse näitena võib tuua juhtumid M.5830 – Olympic/Aegean Airlines (vt punkt 58) ja M.7155 SSAB/Rautaruukki (vt punktid 101–102).

- (90) Hea näide juhtudest, kus komisjon võib seda lähenemisviisi kasutada, on arendusjärgus tooted. Kuigi sellised tooted ei pruugi klientidele veel kättesaadavad olla, võib nende teadus- ja arendustegevuse protsess olla piisavalt nähtav, et teha kindlaks turg, kuhu need tooted tõenäoliselt kuuluvad, kui arendustegevus edukalt lõpule viiakse ja tooted turule tuuakse. Komisjon võib otsustada, et sellised arendusjärgus tooted kuuluvad olemasolevale asjaomasele toote- ja geograafilisele turule¹⁰⁴ või uuele turule, mis piirdub arendusjärgus toodete ja nende asendustoodetega¹⁰⁵ ning hõlmab piirkondi, kus selliseid tooteid tõenäoliselt müüakse. Asjaomase turu kindlaksmääramisel on eriline roll arendusjärgus toote kasutusotstarbel ja selle prognoositaval asendatavusel muude toodetega.
- (91) Seevastu mõnel juhul ei pruugi teadus- ja arendustegevus olla lähemalt seotud ühegi konkreetse tootega,¹⁰⁶ vaid võib olla seotud hoopis teadusuuringute varasemate etappidega; sellistel teadusuuringutel võib olla mitu eesmärki või need ei pruugi olla suunatud ühegi konkreetse eesmärgi saavutamisele ning pikemas perspektiivis võidakse neile tugineda mitmesuguste toodete puhul. Kuigi asjaolu, et sellised varasema etapi innovatsioonipüüdlused ei realiseeru kohe kaubeldavates toodetes, võib raskendada asjaomase tooteturu kindlaksmääramist kitsas tähenduses, võib siiski olla asjakohane teha kindlaks piirid, mille raames ettevõtjad selliste varasema etapi innovatsioonipüüdluste raames konkureerivad¹⁰⁷. Seda liiki hindamisel võivad innovatsioonialase konkurentsi piiride kindlaksmääramisel olla asjakohased sellised tegurid nagu innovatsioonitegevuse laad ja ulatus, eri uurimissuundade eesmärgid, kaasatud rühmade pädevusala või ettevõtja varasemate innovatsioonialaste jõupingutuste tulemused.
- (92) Konkreetse toote või arendusjärgus tootega tihedalt seotud teadus- ja arendustegevuse protsessid ja varasemate innovatsioonipüüdlused võivad moodustada terviku. Eeskätt võib see juhtuda etapis, mil teadus- ja arendustegevus muutub sihipärasemaks, kuid võib koosneda ka potentsiaalsetest alternatiivsetest tulemustest, mis ei ole veel piisavalt kindlapiirilised, et neid saaks liigitada konkreetseteks arendusjärgus toodeteks, millel on kindlaksmääratud kasutusotstarve. Sellisel juhul võib komisjon turu

¹⁰⁴ Eelkõige koos toodetega, millel on sama kasutusotstarve. Asjakohaseid näiteid sellise hindamise kohta leiab ravimitööstusest. Näiteks juhtumi M.7275 Novartis/GlaxoSmithKline Oncology Business puhul hindas komisjon BRAF-inhibiitoreid ja MEK-inhibiitoreid, mida pooled arendasid osana kaugelearenenud melanoomi raviks mõeldud ravimeetodite turust, kus olemasolevaid tooteid juba turustati (punktid 23–31).

¹⁰⁵ Eelkõige juhtudel, kui erinevad ettevõtjad arendavad samu või võrreldavaid arendusjärgus tooteid või eeldatakse, et sellised tooted muudavad oma omaduste tõttu märkimisväärselt tööstusharu dünaamikat. Näiteks juhtumi M.9461 AbbVie/Allergan puhul tegi komisjon kindlaks tõenäolise turu, mis piirdus haavandilise koliidi ja Crohni tõve raviks mõeldud IL-23 inhibiitoritega, sest neid tooteid peeti nende haiguste ravi seisukohast paljutootavateks, kuigi sel ajal ei turustanud IL-23 inhibiitoreid veel ükski tarnija, sest need olid alles arendusfaasis (vt punktid 48–54 ja 56–60).

¹⁰⁶ Nagu on märgitud joonealuses märkuses 9, hõlmab mõiste „toode“ ka tehnoloogiaid. See punkt on eriti oluline ka turgude määratlemise seisukohast selliste tehnoloogiate olemasolu korral. Tehnoloogiat võib litsentsida või müüa materiaalsest kaubast või teenusest eraldi intellektuaalomandi õigusena ning seda võib sellisel juhul käsitada tootena käesoleva teatise tähenduses.

¹⁰⁷ Juhtumi M.7932 Dow/Dupont puhul kasutas komisjon selliste piiride kindlaksmääramiseks innovatsiooniala mõistet (vt eelkõige punkt 4.4).

määratlemisel toetuda kas arendusjärgus toodete või varasemate innovatsioonialaste jõupingutuste turumääratlusele, sõltuvalt sellest, millises terviku etapis asjaomane teadus- ja arendustegevus parajasti on.

- (93) Innovatsioon on konkurentsi peamine parameeter ja toodete edasine arendus on olemuselt suuresti ebakindel. Seepärast võib komisjon arvesse võtta kõiki teadus- ja arendustegevuse võimalikke tulemusi ning hinnata eelkõige stsenaariume, mille puhul kõnealune tegevus või tehing mõjutaks märkimisväärselt konkurentsi.

4.4. Turu määratlemine mitmepoolsete platvormide korral

- (94) Mitmepoolsed platvormid toetavad eri kasutajarühmade vahelist suhtlust, luues olukorra, kus ühe kasutajarühma nõudlus mõjutab teiste rühmade nõudlust¹⁰⁸. Sellises olukorras võib ühe rühma reaktsioon tarnetingimuste muutumisele mõjutada ka teisi rühmi, mis tekitab platvormi poolte vahel tagasisideahelaid, st kaudset võrgustikumõju¹⁰⁹. Platvormid võtavad tarnetingimuste kehtestamisel tavaliselt seda kaudset võrgustikumõju eri rühmade vahel arvesse. Ka komisjon arvestab asjaomaste turgude määratlemisel ja/või konkurentsismõju hindamisel platvormi eri poolte kasutajarühmade vahelist kaudset võrgustikumõju.
- (95) Mitmepoolsete platvormide olemasolu korral võib komisjon määratleda platvormi kui terviku pakutavate toodete asjaomase tooteturu nii, et see hõlmaks kõiki kasutajarühmi (või mitut kasutajarühma),¹¹⁰ või määratleda asjaomased tooteturud eraldi platvormi mõlemal poolel pakutavate toodete jaoks¹¹¹. Olenevalt juhtumi asjaoludest võib juhul, kui platvormi eri poolte asendamisvõimalused on väga erinevad, olla asjakohasem määratleda eraldi turud. Võimalike erinevuste hindamiseks võib komisjon võtta arvesse selliseid tegureid nagu see, kas iga kasutajarühma jaoks asendatavaid tooteid pakkuvad ettevõtjad on erinevad, toodete diferentseerituse määr mõlemal poolel (või see, kuidas iga kasutajarühm seda tajub), käitumuslikud tegurid, nagu iga kasutajarühma otsus, mitut platvormi kasutada,¹¹² ja platvormi laad (näiteks kas tegemist on tehinguplatvormi või sidemete loomise platvormiga). Ka juhul, kui platvormi mõlemal poolel pakutavate toodete jaoks on määratletud eraldi turud, võib konkurentsismõju hindamisel arvesse võtta platvormi teise poole avaldatavat võrgustikumõju ja konkurentsipurvet.

¹⁰⁸ Tüüpilised mitmepoolsed platvormid on maksekaardisüsteemid (vt juhtum AT.34579 Mastercard) ja reklaami toel tegutsevad platvormid (vt juhtum M.8124 Microsoft/LinkedIn).

¹⁰⁹ Näiteks hinnatõus platvormi poolel A vähendab sellel poolel kasutajate nõudlust. Nõudluse vähenemine poolel A mõjutaks seejärel kasutajate nõudlust poolel B, mis omakorda võib mõjutada kasutajate nõudlust poolel A (või kolmandal poolel C). Vt nt juhtumid AT.39740 Google'i otsinguteenus (Google Shopping) (punkt 159) ja AT.40099 Google Android (punktid 464, 469 ja 638).

¹¹⁰ Juhtumi M.8124 Microsoft/LinkedIn puhul määratles komisjon veebipõhiste värbamisteenuste ühtse turu, mis hõlmab nii töötajaid kui ka värbajaid (vt punkt 3.7).

¹¹¹ Maksekaardisüsteeme puudutava juhtumi AT.34579 Mastercard puhul määratles komisjon väljastava ja vastuvõtva turupoole eraldi asjaomaste tooteturgudena (vt punktid 6.2.3 ja 6.2.4).

¹¹² See viitab kasutajate otsusele kasutada ühe toote puhul ühte platvormi või sama toote puhul paralleelselt mitut platvormi.

- (96) Praktikas võib kaudse võrgustikumõju olemasolu muuta nõudlusepoolse asendatavuse hindamise ja eelkõige SSNIP-testi kohaldamise keerulisemaks kui olukordades, kus sellist nõudlusepoolset vastastikust sõltuvust kasutajarühmade vahel ei ole.
- (97) Mitmepoolsed platvormid tarnivad toodet kasutajarühmale sageli nullhinnaga, et meelitada kasutajaid ostma platvormi teistel pooltel pakutavaid tooteid ja teenida oma toodetelt äritulu nendel pooltel. Nullhinnad on mitmepoolsete platvormide äristrateegia lahutamatu osa, nii et asjaolu, et toodet tarnitakse nullhinnaga, ei tähenda, et selle toote jaoks asjaomane turg puudub.
- (98) Sellistel juhtudel on asendamise hindamisel eriti asjakohased hinnavälised tegurid. Komisjon keskendub sellistele teguritele nagu toote funktsionaalsus,¹¹³ kasutusotstarve,¹¹⁴ hüpoteetilist asendatavust ja konkurentsipurvet käsitlevad tõendid, mis põhinevad tööstusharu ettevõtjate seisukohtadel,¹¹⁵ ning toote asendamist pärssivad takistused ja asendamise kulud, nagu koostalitlusvõime muude toodetega ja litsentsimisega seotud tegurid¹¹⁶. Komisjon võib kaaluda ka SSNIP-raamistiku alternatiive, hinnates klientide käitumist, kui nad asendavad tooteid reaktsioonina väikesele, ent märkimisväärsele püsivale kvaliteedilangusele¹¹⁷.

4.5. Turu määratlemine järelturgude, pakettide ja digitaalsete ökosüsteemide korral

- (99) Teatavatel asjaoludel toob vastupidava toote (esmane toode) tarbimine kaasa mõne ühendatud toote (teisese toote) tarbimise (mida nimetatakse sageli „järelturuks“). Neil asjaoludel võtab komisjon esmaste ja teiseste toodete asjaomaste turgude määratlemisel ja/või konkurentsimõju hindamisel arvesse ka vastavatel ühendatud turgudel valitsevatest turutingimustest tulenevat konkurentsipurvet.
- (100) Üldjuhul võib esmaste ja teiseste toodete puhul määratleda asjaomaseid tooteturge kolmel moel: i) ühtse turuna, mis hõlmab nii esmast kui ka teisest toodet¹¹⁸; ii) mitme turuna: esmaste toodete turuna ja iga esmase toote

¹¹³ Vt näiteks tarbijatele mõeldud sideteenuste ja sotsiaalvõrgu teenuste turu määratlemine juhtumis M.7217 Facebook/WhatsApp (punktid 24–33 ja 51–61).

¹¹⁴ Vt näiteks üldotsinguteenuste turu määratlemine juhtumis AT.39740 – Google'i otsinguteenus (Google Shopping) (punktid 163–183).

¹¹⁵ Vt näiteks tööalase sotsiaalvõrgustiku teenuste turu määratlemine juhtumi M.8124 Microsoft/LinkedIn puhul (punktid 106–110).

¹¹⁶ Vt näiteks juhtum AT.40099 – Google Android ja eelkõige Androidi rakenduste poodide (punktid 284–305) ja litsentsitavate mobiilsete nutiseadmete operatsioonisüsteemide turu määratlemine (punkt 239).

¹¹⁷ Vt eespool joonealuses märkuses 47 esitatud näide kvaliteedi vähesel, ent märkimisväärse püsiva languse hindamise kohta.

¹¹⁸ Juhtumi M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power - Renewable Power & Grid Business) puhul määratles komisjon gaasiturbiinide müügi ja edaspidi osutatavate teenuste turu (vt punkt 7.2.3.3).

kaubamärgiga seotud teisest toodete eraldi turgudena¹¹⁹; iii) topeltturuna: ühelt poolt esmaste toodete ja teiselt poolt teisest toodete turuna¹²⁰.

- (101) Ühtse turu määratlemine võib olla seda asjakohasem: i) mida tõenäolisem on, et kliendid võtavad esmase toote ostmisel arvesse olulusringi kulusid; ii) mida suuremad on kulutused teisest toodetele (või nende väärtus) võrreldes esmasele tootele tehtud kulutustega (või selle väärtusega); iii) mida suurem on esmaste toodete asendatavuse määr ja mida väiksemad on esmaste toodete omavahelise asendamise kulud; iv) kui tarnijaid, kes on spetsialiseerunud ainult teisest toodetele, ei ole või neid on vähe¹²¹. Kui nende tingimuste täitmine on vähem tõenäoline, võib olla asjakohasem määratleda topeltturud või mitu turgu, sõltuvalt eelkõige eri tarnijate teisest toodete omavahelise asendatavuse määrast. Näiteks kui eri tarnijate teisest tooted on kokkusobivad kõigi või enamiku esmaste toodetega, võib olla asjakohasem määratleda topeltturud, samas juhul, kui esmase toote kliendid on sunnitud kasutama ainult piiratud hulka teisest tooteid, võib olla asjakohasem määratleda mitu turgu.
- (102) Muudel juhtudel võivad kliendid eelistada tarbida mitut toodet paketina – kuigi ühe või mitme toote tarbimine ei sõltu esmasest tootest. Neil juhtudel võib komisjon uurida, kas pakett kujutab endast üksiktoodetest eraldiseisvat asjaomast tooteturgu¹²².
- (103) Digitaalseid ökosüsteeme võib teataval asjaoludel pidada tooteks, mis koosneb esmasest põhitootest ja mitmest teisest (digitaalsest) tootest, mille tarbimine on seotud põhitootega, näiteks tehnoloogiliste seoste või koostalitlusvõime kaudu¹²³. Digitaalsete ökosüsteemide puhul võib komisjon seega kohaldada asjaomaste tooteturgude määratlemiseks samalaadseid põhimõtteid kui need, mida kohaldatakse järelturgude suhtes¹²⁴. Kui teisest (digitaalseid) tooteid pakutakse paketina, võib komisjon hinnata ka võimalust, et see pakett moodustab eraldi asjaomase turu. Kuigi kõik digitaalsed ökosüsteemid ei sobi

¹¹⁹ Juhtum AT.39097 Watch Repair puhul määratles komisjon mitu eraldi varuosade turgu, millest igaüks on seotud konkreetse kellakaubamärgiga (vt punktid 86–91).

¹²⁰ Juhtum M.9408 Assa Abloy/Agta Record puhul määratles komisjon müügijärgsete teenuste turu teenuseosutajat eristamata (vt punkt 127).

¹²¹ Vt 15. detsembri 2010. aasta kohtuotsus CEAHR vs. komisjon, T-427/08, EU:T:2010:517, punktid 78–109, eelkõige punktid 79, 95 ja 108, ning juhtum M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), punkt 95.

¹²² Vt juhtum M.5462 Thomas Cook Group/Gold Metal International, kus komisjon hindas ja jättis lahtiseks, kas pakettreiside turg on eraldiseisev selliste puhkusereiside turust, mille puhul tarbija ostab erinevad teenused eraldi (vt punktid 9–16).

¹²³ 14. septembri 2022. aasta kohtuotsuses Google ja Alphabet vs. komisjon, T-604/18, EU:T:2022:541, märkis Üldkohus punktis 116: „digitaalses ökosüsteemis võivad tooted või teenused, mis moodustavad osa asjaomastest turgudest, mis moodustavad selle ökosüsteemi, kattuda või olla omavahel ühendatud horisontaalse või vertikaalse vastastikuse täiendavuse alusel. Koos võetuna võib asjaomastel turgudel olla ka ülemaailmne mõõde, võttes arvesse komponente koondavat süsteemi ja selles süsteemis esinevaid või teistest süsteemidest tulenevat konkurentsivõimet.“ Digitaalse ökosüsteemi näide on selliste toodete ökosüsteem, mis on loodud ümber mobiilseadme operatsioonisüsteemi ja kuhu kuuluvad riistvara, rakenduste pood ja tarkvararakendused.

¹²⁴ Vt rakenduste poodide turu määratlemise kohta juhtum AT.40099 – Google Android tehtud otsuse punkt 299, milles komisjon järeldas, et rakenduste poodidest ja mobiilsete nutiseadmete operatsioonisüsteemidest koosneva ühtse turu määratlemise tingimused ei olnud täidetud.

kokku turujärgse või paketina pakutavate toodete turu suhtes kohaldatava lähenemisviisiga, võib komisjon asjaomaste turgude määratlemiseks igal juhul arvesse võtta selliseid tegureid nagu võrgustikumõju, toodete asendamise kulud ja otsused selle kohta, kas kasutada üht või mitut platvormi.

5. TURUOSAD

- (104) Turu määratlemine võimaldab komisjonil kindlaks teha igal asjaomasel turul tegutsevad tarnijad ja kliendid. Seejärel saab ta arvutada turu koguväärtuse ja iga tarnija turuosa, võttes aluseks asjaomaste toodete müügi (ja klientide puhul ostud) asjaomases geograafilises piirkonnas, kus kliendid asuvad.
- (105) Turuosad kajastavad tarnijate suhtelist seisundit turul ja võivad seega olla turuvõimu hindamisel väga kasulikud. Turuosad ei ole siiski ainus näitaja, mis ettevõtja tugevust turul iseloomustab¹²⁵. Sõltuvalt juhtumi asjaoludest võivad asjakohased olla ka muud tegurid, nagu turule sisenemise tõkked, juurdepääs konkreetsetele varadele ja sisenditele, samuti toodete diferentseeritus ja asendatavuse määr. Seda on põhjalikumalt selgitatud komisjoni suunistes, mis käsitlevad sisulist hindamist konkurentsimenetlustes¹²⁶.
- (106) Komisjon tugineb tavaliselt müügil põhinevatele turuosadele. Seevastu hanketurgudel tugineb ta tavaliselt ostudel põhinevatele turuosadele. Üldiselt annavad nii müügi- või ostuväärtus kui ka müügi- või ostumaht kasulikku teavet.
- (107) Sõltuvalt konkreetsetest toodetest või konkreetsest tööstusharust võivad turuosade kindlaksmääramisel pakkuda lisaks müügile või ostudele täiendavat või kasulikumat teavet ka muud parameetrid. Nende hulka võivad kuuluda: tootmisvõimsus¹²⁷ või tootmismahud (eelkõige turgude puhul, mida iseloomustab tootmisvõimsuse strateegiline tähtsus); tarnijate arv (eelkõige turgudel, kus korraldatakse ametlikke pakkumismenetlusi, või olukordades, kus uuenduslikud tooted on arendusetapis); sõlmitud hankelepingute arv¹²⁸; kasutusnäitajad, nagu (aktiivsete) kasutajate arv,¹²⁹ külastuste arv,¹³⁰ kulutatud

¹²⁵ Vt näiteks 9. juuli 2007. aasta kohtuotsus Sun Chemical Group jt vs. komisjon, T-282/06, EU:T:2007:203, punkt 140. Vt ka 6. juuli 2010. aasta kohtuotsus Ryanair vs. komisjon, T-342/07, EU:T:2010:280, punkt 42.

¹²⁶ Vt näiteks komisjoni suunised horisontaalsete ühinemiste hindamiseks vastavalt nõukogu määrusele kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle (ELT C 31, 5.2.2004, lk 5–15), III ja IV jagu. Vt ka komisjoni suunised Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 kohaldatavuse kohta horisontaalkoostöö kokkulepete suhtes (ELT C 11, 14.1.2011, lk 1), punkt 45.

¹²⁷ Vt näiteks juhtum M.8674 BASF / Solvay's Polyamide Business nailoni väärtusahela kohta (punkti 455 alapunkt b), juhtum M.7744 HeidelbergCement/Italcementi halli tsemendi turu koondumise kohta (punkt 61) ning juhtum M.4000 Inco/Falconbridge niklituru koondumise kohta (punktid 315 jj). Vt ka juhtum M.8713 Tata Steel/ThyssenKrupp/JV (põhjendused 474–481) ning 22. juuni 2022. aasta kohtuotsus thyssenkrupp vs. komisjon, T-584/19, EU:T:2022:386 (punkt 591).

¹²⁸ Vt näiteks juhtum M.8134 Siemens/Gamesa (punktid 75–80), kus on selgitatud, et tuulegeneraatorite kohta sõlmitud hankelepingute arv oli kõnealuse juhtumi puhul asjakohasem näitaja kui paigaldatud tuulegeneraatorite alus, sest lepingu sõlmimise ja aluse paigaldamise vahele jäi ajaline viivitus.

¹²⁹ Vt näiteks juhtum M.7217 Facebook/WhatsApp (punktid 95–98).

¹³⁰ Vt näiteks juhtum AT.39740 Google'i otsinguteenus (Google Shopping) (punktid 273–284).

aeg või lugejas-, vaatajas- ja kuulajaskonna arv,¹³¹ allalaadimiste¹³² ja uuenduste arv, suhtluskordade arv¹³³ või platvormi kaudu sõlmitud tehingute maht või väärtus (eelkõige juhul, kui juurdepääs toodetele on peamiselt tasuta, nagu võib olla näiteks digiturgudel või üldisemalt mitmepoolsete platvormide puhul); sõidukite arv, istekohtade arv, reise arv või juurdepääsuõigused, nagu teenindusajad konkreetsetes lennujaamades (näiteks transporditurgudel)¹³⁴; ja/või varud (näiteks kaevandussektoris)¹³⁵. Turgudel, kus tehakse sageli märkimisväärsed investeeringuid teadus- ja arendustegevusse, võib selleks, et hinnata ettevõtjate suhtelist konkurentsipositsiooni, kasutada asjakohaste näitajatena teadus- ja arendustegevuse kulutuste taset või patentide või patendiviidete arvu¹³⁶.

- (108) Turgudel, mida iseloomustab toodete märkimisväärne diferentseeritus, võivad turuosad, mida mõõdetakse müügiväärtuse ja müüginahu alusel, märkimisväärselt erineda. Sellises olukorras on komisjon tavaliselt seisukohal, et toodete erinevusi kajastavad paremini müügiväärtused¹³⁷. Müüginahud täiendavad müügiväärtust ja mõnel juhul võivad need ettevõtjate konkurentsivõimet paremini kajastada. Näiteks koondumise puhul, mis hõlmab kaht ettevõtjat, kes pakuvad tooteid palju madalama hinnaga kui teised ja saavad endale märkimisväärselt osa klientidest, võib üksnes müügiväärtusele tuginedes jääda varju nende ettevõtjate tähtsus konkurentsimõju seisukohast ja vastastikune suhe¹³⁸.
- (109) Nagu on selgitatud jaos 4.1, on juhul, kui toote- või geograafiline turg on märkimisväärselt diferentseeritud, turuosa tavaliselt pigem vähem informatiivne ja konkurentsimõju hindamise raames võib olla asjakohasem hinnata asendatavuse määra. Komisjon võib vajaduse korral tugineda asjaomase turu segmentide mahuosale ja võtta seda arvesse, kui ta hindab, kui tihedalt ettevõtjad omavahel ja oma konkurentidega konkureerivad¹³⁹.

¹³¹ Vt näiteks juhtum M.9064 Telia Company/Bonnier Broadcasting Holding tasuta vastuvõetavate ja tasuliste põhipaketi telekanalite hulgimüügituru kohta (joonealused märkused 315, 316, 324, 327, 333 ja 339).

¹³² Vt näiteks juhtum AT.40099 Google Android (punktid 591–593).

¹³³ Vt näiteks juhtum M.10262 Facebook/Kustomer ettevõtjalt tarbijale suunatud sideteenuste turu kohta (punktid 176–179).

¹³⁴ Vt näiteks juhtumid M.4439 Ryanair/Aer Lingus (punktid 340–347), M.8869 Ryanair/LaudaMotion (punktid 303–306) ja M.9287 Connect Airways/Flybe (punktid 447–453).

¹³⁵ Vt näiteks juhtum M.4000 Inco/Falconbridge (punktid 490–494) ja juhtum M.8713 Tata Steel/ThyssenKrupp/JV (põhjendused 472–481).

¹³⁶ Vt näiteks juhtum M.7932 Dow/DuPont (otsuse 1. lisa) ja juhtum M.8084 Bayer/Monsanto (põhjendused 1153 jj).

¹³⁷ Vt näiteks M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), punkt 426.

¹³⁸ Näiteks jaemüüja kaubamärgiga diferentseerimata toodete pakkujate vahelist konkurentsi võib paremini iseloomustada mahuosa. Vt juhtum M.9413 Lactalis/Nuova Castelli, punkt 137.

¹³⁹ Näiteks juhtumis M.9409 Aurubis/Metallo Group Holding leidis komisjon, et väljasulatamiseks ja rafineerimiseks ette nähtud vasemurru asjaomane turg oli ülimalt diferentseeritud, eelkõige materjali koostise ja päritolu poolest, ning koosnes mitmest segmendist. Komisjon vaatas läbi nende

- (110) Kui seotud ettevõtjatele ei ole täpsed turuosad kättesaadavad, võivad nad turuosa käsitleva teabe esitada hinnangu vormis. Komisjon võib peale selle või alternatiivina kasutada turu suuruse ja turuosade kohta ka muid teabeallikaid. Need võivad hõlmata avaliku sektori asutuste, tööstusharu konsultantide või kutseorganisatsioonide uuringuid või aruandeid, seotud ettevõtjate sisedokumente või turuosaliste esitatud hinnanguid. Eelkõige juhul, kui seotud ettevõtjatelt saadud usaldusväärsed hinnangud või teave muudest allikatest ei ole kättesaadavad, võib komisjon turu täielikult või osaliselt rekonstrueerida, esitades asjaomastele turuosalistele teabenõudeid või paludes asjaomasel turul tegutsevatel tarnijatel või klientidel esitada andmeid oma müügi- või ostumahtude või -väärtuste või muude asjakohaste näitajate kohta.
- (111) Üldjuhul tugineb komisjon turuosadele, mis on arvatud üheaastaste vaatlusperioodide lõikes vähemalt kolme aasta jooksul. Ajavahemik, mille jooksul turuosi arvutatakse, võib siiski erineda sõltuvalt asjaomase turu omadustest. Eelkõige turgudel, mida iseloomustab ebaregulaarne nõudlus või pakkumise ja/või nõudluse hooajalisus, võib turuosade arvutamisel olla asjakohane kasutada pikemaid või lühemaid vaatlusperioode¹⁴⁰.

6. JÄRELDUSED

- (112) Komisjon arendab oma praktikas edasi asjaomase toote- ja geograafilise turu mõiste tõlgendamist kooskõlas turgude ja konkurentsidiinamika arengu, liidu kohtute praktika ja turu määratlemise parimate tavade arenguga.
- (113) Käesolevas teatises kasutatud mõiste „asjaomane turg“ komisjonipoolne tõlgendus ei mõjuta seda, kuidas liidu kohtud seda mõistet üksikjuhtudel tõlgendavad.

konkreetsed segmentide turuosad, et hinnata, kui tihedalt ühinevad pooled omavahel ja oma konkurentidega konkureerivad (vt põhjendused 227 ja 468).

¹⁴⁰ Näiteid ebaregulaarsest nõudlusest tingitud pikemate vaatlusperioodide kohta võib leida hanketurgudel. Näiteks juhtumi M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) turuosad arvutati viieks ja kümneks aastaks (vt punktid 420–422), juhtumi M.8677 Siemens/Alstom puhul kasutati kümneaastast vaatlusperioodi (vt punkt 141). Mitme aasta andmeid, mis käsitlevad lühemaid vaatlusperioode (hooaegu), on kasutatud näiteks lennuettevõtjatega seotud juhtumite puhul, nagu M.8869 Ryanair/Laudamotion (vt punkt 304).