



EVROPSKÁ
KOMISE

V Bruselu dne XXX
[...] (2022) XXX draft

SENSITIVE*
UNTIL ADOPTION

SDĚLENÍ KOMISE

Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva Unie v oblasti hospodářské soutěže

* 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>

SDĚLENÍ KOMISE

Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva Unie v oblasti hospodářské soutěže

OBSAH

1.	Úvod	2
1.1	Účel sdělení	2
1.2	Úloha definice trhu	3
1.3	Obecné zásady definice trhu	5
2.	POJEM „RELEVANTNÍ TRH“ A OBECNÁ METODIKA	10
2.1	Pojem „relevantní výrobní trh a zeměpisný trh“	10
2.2	Obecná metodika pro vymezení trhu	11
2.2.1	Obecná metodika pro vymezení výrobních trhů	12
2.2.2	Obecná metodika pro vymezení zeměpisných trhů	16
3.	POSTUP PŘI VYMEZOVÁNÍ TRHŮ	18
3.1	Obecný přístup k vymezení trhu v praxi	18
3.2	Důkazy k vymezení výrobních trhů	19
3.2.1	Důkazy podstatné pro nahrazení poptávky	19
3.2.2	Důkazy podstatné pro nahrazení nabídky	23
3.3	Důkazy k vymezení zeměpisných trhů	24
3.4	Shromažďování a vyhodnocování důkazů	28
4.	DEFINICE TRHU VE ZVLÁŠTNÍCH PŘÍPÁDECH	30
4.1	Definice trhu v případě existence podstatných rozdílů	30
4.2	Definice trhu v případě cenové diskriminace	31
4.3	Definice trhu v případě významných investic do výzkumu a vývoje	32
4.4	Definice trhu v případě existence vícestranných platform	33
4.5	Definice trhu v případě existence následných trhů, balíčků a digitálních ekosystémů	34
5.	PODÍLY NA TRHU	36
6.	ZÁVĚRY	38

1. ÚVOD

1.1 Účel sdělení

- 1) Komise při prosazování práva Unie v oblasti hospodářské soutěže používá pojem definice trhu, jak je popsán v tomto sdělení, a to: i) při prosazování antimonopolních pravidel podle článků 101 a 102 Smlouvy o fungování Evropské unie (SFEU) na základě nařízení Rady (ES) č. 1/2003¹ (dále jen „nařízení č. 1/2003“); ii) při kontrole spojování podniků podle nařízení Rady (ES) č. 139/2004² (dále jen „nařízení o spojování“) a iii) při prosazování rovnocenných ustanovení Dohody o Evropském hospodářském prostoru³ (dále jen „Dohoda o EHP“). Komise relevantní trh obvykle definuje v rámci svých posouzení, v nichž je důležité zhodnotit relativní konkurenční sílu podniků⁴ v určité oblasti⁵.
- 2) Účelem tohoto sdělení je poskytnout vodítko ohledně toho, jak Komise uplatňuje pojem „relevantní trh“ při prosazování práva Unie v oblasti hospodářské soutěže. Politika hospodářské soutěže zachovává dobře fungující trhy a zároveň řeší selhání relevantního trhu, čímž přispívá k souběžné ekologické a digitální transformaci a k odolnosti jednotného trhu⁶. Jejím cílem je zajistit, aby trhy zůstaly otevřené a dynamické. Prosazování pravidel

¹ Nařízení Rady (ES) č. 1/2003 ze dne 16. prosince 2002 o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v článcích 81 a 82 Smlouvy (Úř. věst. L 1, 4.1.2003, s. 1).

² Nařízení Rady (ES) č. 139/2004 ze dne 20. ledna 2004 o kontrole spojování podniků (Úř. věst. L 24, 29.1.2004, s. 1).

³ V celém tomto sdělení se odkazy na články 101 a 102 SFEU a na nařízení o spojování, zejména na jeho článek 2, považují za odkazy na příslušná rovnocenná ustanovení Dohody o EHP, viz články 53 a 54 a příloha XIV Dohody o EHP.

⁴ V právu Unie v oblasti hospodářské soutěže je podnikem každý subjekt, který vykonává hospodářskou činnost, tj. činnost spočívající v nabízení zboží nebo služeb na daném trhu, bez ohledu na jeho právní postavení a způsob financování. Viz rozsudek ze dne 23. dubna 1991 ve věci Höfner a Elser v. Macrotron, C-41/90, EU:C:1991:161, bod 21, a rozsudek ze dne 12. prosince 2006 ve věci SELEX Sistemi Integrati v. Komise, T-155/04, EU:T:2006:387, bod 50.

⁵ Při prosazování pravidel státní podpory podle článku 107 SFEU ze strany Komise hraje definice trhu obvykle menší roli, neboť posouzení se zaměřuje spíše na příjemce podpory a dotčené odvětví/sector než na určení konkurenčních tlaků, kterým příjemce podpory čelí. V některých případech státní podpory však může být nezbytné vymezit trhy, aby bylo možné posoudit, zda i) daná státní podpora může ovlivnit obchod mezi členskými státy nebo narušit hospodářskou soutěž a ii) zda se použije ustanovení čl. 107 odst. 3 SFEU. Viz např. rozsudek ze dne 13. března 1985 ve věci Nizozemsko a Leeuwarder Papierwarenfabriek v. Komise, C-296/82, EU:C:1985:113; rozsudek ze dne 14. ledna 1997 ve věci Španělsko v. Komise, C-169/95, EU:C:1997:10; rozsudek ze dne 7. července 1999 ve věci Wirtschaftsvereinigung Stahl v. Komise, T-106/96, EU:T:1999:137; rozhodnutí Komise (EU) 2016/2007 ze dne 1. února 2016 o státní podpoře SA.36754-2014/C. Stejně tak může definice trhu – a příslušné sdělení – hrát roli i v řízeních vedených podle článku 106 SFEU. Viz např. rozsudek ze dne 15. prosince 2016 ve věci DEI v. Komise, T-169/08 RENV, EU:T:2016:733, a ve věci DEI v. Komise, T-421/09 RENV, EU:T:2016:748. Jestliže se v konkrétním případě objeví úvahy o tržní síle, a tudíž o relevantním trhu, mohou prvky přístupu uvedeného v tomto sdělení sloužit jako základ pro posouzení případů státní podpory nebo případů podle článku 106 SFEU. Vzhledem k omezenějšímu použití definice trhu v těchto dvou typech posouzení se toto sdělení nebude jejich specifickými aspekty dále zabývat.

⁶ Viz „Politika hospodářské soutěže připravená na nové výzvy“, sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů, COM(2021) 713, 18. listopadu 2021, s. 6.

hospodářské soutěže proto může přispět k předcházení závislosti a ke zvýšení odolnosti hospodářství EU tím, že umožní silné a diverzifikované dodavatelské řetězce⁷. V této souvislosti aktualizované pokyny uvedené v tomto sdělení zohledňují významné změny, k nimž došlo v posledních dvaceti letech. Patří mezi ně digitalizace a nové způsoby nabízení zboží a služeb a také stále větší propojenost a globalizovanost obchodních výměn.

- 3) Komise očekává, že zveřejněním postupů, kterými se řídí, a uvedením hlavních kritérií a důkazů, z nichž vychází při vymezování relevantního trhu, zvýší transparentnost své politiky a rozhodování při uplatňování práva Unie v oblasti hospodářské soutěže. Komise rovněž očekává, že zefektivněním posuzování hospodářské soutěže ušetří zdroje svých útvarů i externích zúčastněných stran.
- 4) Větší transparentnost, a tudíž i předvídatelnost posouzení Komise podle práva Unie v oblasti hospodářské soutěže povede také k větší právní jistotě pro podniky a jejich poradce. Budou moci lépe posoudit rozsah relevantních trhů a míru, v jaké může Komise v jednotlivých případech zjistit obavy z narušení hospodářské soutěže. Tyto faktory budou moci zohlednit při svém interním rozhodování, zvažují-li například nabytí jiných podniků, založení společných podniků, uzavření určitých dohod nebo určité jednostranné chování. Pokyny v tomto sdělení pomohou rovněž podnikům předvídat, jaký typ informací Komise považuje za důležité pro účely vymezení trhu.

1.2 Úloha definice trhu

- 5) Definice trhu je nástroj, který Komise používá k určení a vymezení prostoru, v němž probíhá hospodářská soutěž mezi podniky. Hlavním účelem definice trhu je systematické určování bezprostředních konkurenčních tlaků, jimž dotčený podnik nebo podniky⁸ čelí při nabízení některých výrobků⁹ v určité oblasti. Definice trhu vede k určení příslušných konkurentů dotčeného podniku či podniků, kteří tyto výrobky nabízejí, jakož i příslušných zákazníků.
- 6) Stejně úvahy se uplatňují při vymezování relevantních trhů pro nákup některých výrobků v určité oblasti („nákupních trhů“)¹⁰, a to systematickým určováním bezprostředních konkurenčních tlaků, jimž dotčený podnik nebo podniky čelí při nákupu těchto výrobků. V takovém případě vede definice trhu k určení příslušných konkurentů dotčeného podniku či podniků při nákupu výrobků, jakož i příslušných dodavatelů. Ve zbývající části tohoto sdělení se nákupními

⁷ Tamtéž, s. 16.

⁸ Pro účely tohoto sdělení se dotčeným podnikem rozumí podnik, jehož konkurenční síla je posuzována. Jedná se zpravidla o strany dohody v rámci šetření podle článku 101 SFEU, podnik nebo podniky, jež jsou vyšetřovány v řízení podle článku 102 SFEU, a účastníky spojení v rámci šetření podle nařízení o spojování. Může jím být také stěžovatel v řízení o hospodářské soutěži, podnik na předcházejících nebo navazujících trzích nebo jakýkoli jiný podnik, který je podstatný pro řízení ve věcech hospodářské soutěže, a to v závislosti na daném případě.

⁹ Pro účely tohoto sdělení se pojem „výrobek“ používá jako zkratka, která v případě potřeby zahrnuje také služby nebo technologie. Výraz „výroba“ zahrnuje tudíž také poskytování nebo dodávání takových služeb či technologií.

¹⁰ Pokud jde o příklady nákupních trhů, viz věc M.10201, Ahold Delhaize/Deen Assets, body 20–25, a citovaná judikatura; věc M.9847, Aldi/FPLPH Assets, body 19–22, a věc M.9409, Aurubis/Metallo, oddíl 7.1.

trhy nebudeme dále zabývat, pokyny uvedené v tomto sdělení se však vztahují i na tyto trhy.

- 7) Komise používá definici trhu obvykle tehdy, je-li nutné vyhodnotit relativní konkurenční sílu podniků v určité oblasti v rámci posouzení z hlediska hospodářské soutěže¹¹, a zejména k posouzení toho, zda podnik disponuje v dané oblasti tržní silou. Definice trhu je tudíž nástrojem strukturace a facilitace posouzení z hlediska hospodářské soutěže ve vhodných případech a není povinným krokem při všech posouzeních podle práva Unie v oblasti hospodářské soutěže.
- 8) Definice trhu, kterou Komise používá, úzce souvisí s cíli, které sledují různé nástroje práva Unie v oblasti hospodářské soutěže:
- Při posuzování podle článku 102 SFEU definuje Komise relevantní trhy při posuzování existence dominantního postavení, které se obecně posuzuje na základě relevantního trhu¹².
 - Při posuzování podle nařízení o spojování Komise pravidelně definuje relevantní trhy, posuzuje-li dopady spojení na hospodářskou soutěž¹³.
 - Při posuzování podle článku 101 SFEU používá Komise definici trhu zejména při určování, zda existuje citelné omezení hospodářské soutěže, nebo při zjišťování, zda je splněna podmínka podle čl. 101 odst. 3 písm. b) SFEU pro výjimku z použití čl. 101 odst. 1 SFEU¹⁴. V praxi má Komise tendenci používat definici trhu při posuzování dohod, které mají za následek vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže. Naproti tomu při posuzování dohod, jejichž účelem je vyloučit, omezit nebo narušit hospodářskou soutěž, jako jsou kartelové

¹¹ Pro účely tohoto sdělení zahrnuje pojem „posouzení z hlediska hospodářské soutěže“ ty části věcného posouzení určité otázky práva Unie v oblasti hospodářské soutěže ze strany Komise, které nesouvisí s definicí trhu. To zahrnuje zejména případné posouzení existence dominantního postavení a posouzení pravděpodobných dopadů jednání dotčeného podniku či podniků nebo spojení na hospodářskou soutěž.

¹² Rozsudek ze dne 21. února 1973 ve věci Europemballage a Continental Can v. Komise, C-6/72, EU:C:1973:22, bod 32; rozsudek ze dne 24. května 2012 ve věci MasterCard a další v. Komise, T-111/08, EU:T:2012:260, bod 171.

¹³ Rozsudek ze dne 21. února 1973 ve věci Europemballage a Continental Can v. Komise, C-6/72, EU:C:1973:22, bod 32; rozsudek ze dne 31. března 1998 ve spojených věcech Francie a další v. Komise („Kali & Salz“), C-68/94 a C-30/95, EU:C:1998:148, bod 143; rozsudek ze dne 6. června 2002 ve věci Airtours v. Komise, T-342/99, EU:T:2002:146, bod 19; rozsudek ze dne 7. května 2009 ve věci NVV a další v. Komise, T-151/05, EU:T:2009:144, bod 51.

¹⁴ Unijní soudy v této souvislosti rozhodly, že Komise může použít definici trhu, pokud „bez takové definice není možné určit, zda je účelem nebo výsledkem dotčeného jednání vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu“, rozsudek ze dne 6. července 2000 ve věci Volkswagen v. Komise, T-62/98, EU:T:2000:180, bod 230; rozsudek ze dne 8. července 2004 ve věci Mannesmannröhren-Werke v. Komise, T-44/00, EU:T:2004:218, bod 132. Další příklady, kdy by bylo příhodné vymezit trh podle článku 101 SFEU, viz také bod 9.

dohody, Komise obvykle relevantní trh nevymezuje, ani nemá povinnost tak učinit¹⁵.

- 9) Definice trhu umožňuje vypočítat podíly na trhu, jež může Komise použít k ohodnocení konkurenční síly podniku pro účely posouzení z hlediska hospodářské soutěže. Komise může použít podíly na trhu také jako první nástroj pro ověření, zda mohou vzniknout obavy z narušení hospodářské soutěže. Prahové hodnoty podílu na trhu jsou jedním z prvků určujících oblast působnosti nařízení o blokových výjimkách pro článek 101 SFEU¹⁶; při posuzování, zda může dojít k ovlivnění obchodu podle článků 101 a 102 SFEU¹⁷, a při určování spojení, která se od počátku považují za spojení, jež nevyvolávají obavy z narušení hospodářské soutěže, podle nařízení o spojování, a to s ohledem na všechny trhy nebo na určité trhy, pokud neexistují zvláštní okolnosti¹⁸.

1.3 Obecné zásady definice trhu

- 10) Při definování trhu v rámci prosazování práva Unie v oblasti hospodářské soutěže ze strany Komise platí řada zásad. Jedná se o tyto zásady:
- 11) Za prvé, definice trhu je založena na skutkové podstatě daného případu¹⁹. Relevantní trhy ve smyslu práva Unie v oblasti hospodářské soutěže se liší v jednotlivých odvětvích, na různých úrovních dodavatelského řetězce a mohou se lišit i v různých zeměpisných oblastech. Výsledek definice trhu v daném případě obvykle není ovlivněn tím, zda je trh vymezen v rámci kontroly spojování podniků nebo v rámci prosazování antimonopolních pravidel²⁰. Jestliže existují

¹⁵ Rozsudek ze dne 8. července 2004 ve věci Mannesmannröhren-Werke v. Komise, T-44/00, EU:T:2004:218, bod 132; rozsudek ze dne 28. června 2016 ve věci Telefónica v. Komise, T-216/13, EU:T:2016:369, bod 214.

¹⁶ Prahové hodnoty podílu na trhu omezují použitelnost „bezpečného přístavu“ na dohody mezi podniky, jejichž podíl na relevantním trhu nebo relevantních trzích nepřesahuje prahové hodnoty stanovené v nařízeních. Viz článek 3 nařízení Komise (EU) 2022/720 ze dne 10. května 2022 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, C/2022/3015 (Úř. věst. L 134, 11.5.2022, s. 4); článek 4 nařízení Komise č. 1217/2010; článek 3 nařízení Komise č. 1218/210 [bude aktualizováno, jakmile vstoupí v platnost nová nařízení o blokových výjimkách pro horizontální dohody].

¹⁷ Sdělení Komise: Pokyny k pojmu ovlivnění obchodu podle článků 81 a 82 Smlouvy (dále jen „pokyny k ovlivnění obchodu“), Úř. věst. C 101, 27.4.2004, s. 81, oddíl 2.4. Komise může při posuzování možného dopadu na obchod použít podíly na trhu, ověření výrazného ovlivnění obchodu však nutně nevyžaduje, aby byly vymezeny relevantní trhy a vypočteny podíly na trhu (viz bod 48 pokynů k ovlivnění obchodu), a Komise nemá povinnost tak učinit.

¹⁸ V tomto ohledu viz definice „ovlivněných trhů“ v oddíle 6.3 přílohy I nařízení Komise (ES) č. 802/2004 ze dne 21. dubna 2004, kterým se provádí nařízení Rady (ES) č. 139/2004 o kontrole spojování podniků (dále jen „prováděcí nařízení o spojování“) (Úř. věst. L 133, 30.4.2004, s. 1), naposledy pozměněné prováděcím nařízením Komise (EU) č. 1269/2013 ze dne 5. prosince 2013, kterým se mění nařízení (ES) č. 802/2004, kterým se provádí nařízení Rady (ES) č. 139/2004 o kontrole spojování podniků (Úř. věst. L 336, 14.12.2013, s. 1) [bude aktualizováno, jakmile vstoupí v platnost nové prováděcí nařízení o spojování], a body 5 a 6 sdělení Komise o zjednodušeném postupu ohledně některých spojování podle nařízení Rady (ES) č. 139/2004 (Úř. věst. C 366, 14.12.2013, s. 5).

¹⁹ Viz rozsudek Soudního dvora ESVO ze dne 5. května 2022 ve věci Telenor a Telenor Norge v. Kontrolní úřad ESVO, E-12/20, bod 173: „vymezení trhu musí být provedeno případ od případu“.

²⁰ Nicméně v některých případech může definice trhu vést k odlišným výsledkům v závislosti na typu prováděné analýzy. Zejména bezprostřední konkurenční tlaky, které se definice trhu snaží určit, se mohou lišit v závislosti na tom, zda se pozornost soustředí na změnu tržní síly ve srovnání s

dřívější rozhodnutí Komise týkající se určitého trhu, může Komise ve svých analýzách vycházet z těchto rozhodnutí a ověřit, zda lze definici relevantního trhu podle těchto dřívějších rozhodnutí použít i na daný případ. Komise však není povinna v budoucích řízeních použít definici relevantního trhu obsaženou ve svých dřívějších rozhodnutích²¹.

- 12) Za druhé, definice relevantního trhu zahrnuje vymezení jak výrobního, tak zeměpisného trhu²². Při vymezování relevantního trhu Komise bere v úvahu různé parametry hospodářské soutěže, které zákazníci považují v posuzované oblasti a období za důležité. Mezi tyto parametry může patřit cena výrobku, ale také úroveň jeho inovace, jeho kvalita v různých aspektech, jako je například jeho trvanlivost, udržitelnost, hodnota a rozmanitost způsobů použití, jež výrobek nabízí, zprostředkovaný dojem nebo poskytovaná bezpečnost a ochrana soukromí, a také jeho dostupnost, a to i z hlediska doby dodání, odolnosti dodavatelských řetězců, spolehlivosti dodávek a nákladů na dopravu.
- 13) Za třetí, definice trhu (je-li nezbytná) je pouze jedním z kroků při posuzování ze strany Komise podle práva Unie v oblasti hospodářské soutěže. Komise rozhoduje o tom, zda existují obavy z narušení hospodářské soutěže, až poté, co provede posouzení z hlediska hospodářské soutěže²³. Definice trhu proto nepředjímá výsledek posouzení podle práva Unie v oblasti hospodářské soutěže ze strany Komise.
- 14) Za čtvrté, definice trhu umožňuje rozlišovat mezi konkurenčními tlaky na trhu a mimo něj tím, že zahrnuje pouze bezprostřední konkurenční tlaky na relevantním trhu. Komise však při posuzování z hlediska hospodářské soutěže bere v úvahu všechny konkurenční tlaky (bezprostřední i jiné).
- 15) Za páté, definované trhy jsou často stejné ve všech případech a posouzeních, pokud se jedná o stejnou hospodářskou činnost z hlediska výrobků a ze

prevládajícími podmínkami, nebo na to, zda současná nebo minulá situace odráží tržní sílu ve vztahu k situaci v oblasti hospodářské soutěže. Například definice trhu v souvislosti s posuzováním změny tržní síly v důsledku spojení zahrnujícího horizontální překrývání nemusí vždy vést ke stejnému relevantnímu trhu jako při vymezení trhu v souvislosti s posuzováním dominantního postavení podle článku 102 SFEU. Viz také poznámka pod čarou č. 48, která podrobněji vysvětluje základní argumentaci.

²¹ Tribunál to upřesnil v rozsudku ze dne 7. května 2009 ve věci NVV a další v. Komise, T-151/05, EU:T:2009:144, bod 136: „Žalobci se konkrétně nemohou takového legitimního očekávání dovolávat s tím, že Komise v předchozím rozhodnutí definovala trhy určitým konkrétním způsobem, poněvadž Komise, a tím spíše ani Soud nejsou vázány zjištěními, jež byla v takovém rozhodnutí učiněna“; viz také rozsudek ze dne 14. prosince 2005 ve věci General Electric v. Komise, T-210/01, EU:T:2005:456, bod 120; rozsudek ze dne 18. května 2022 ve věci Wieland-Werke v. Komise, T-251/19, EU:T:2022:296, bod 79; rozsudek ze dne 13. května 2015 ve věci Niki Luftfahrt v. Komise, T-162/10, EU:T:2015:283, bod 144; rozsudek ze dne 25. března 2015 ve věci Slovenská pošta v. Komise, T-556/08, EU:T:2015:189, bod 197; rozsudek ze dne 23. května 2019 ve věci KPN v. Komise, T-370/17, ECLI:EU:T:2019:354, bod 79. Viz také rozsudek Soudního dvora ESVO ze dne 5. května 2022 ve věci Telenor a Telenor Norge v. Kontrolní úřad ESVO, E-12/20, bod 97.

²² Rozsudek ze dne 14. února 1978 ve věci United Brands v. Komise, C-27/76, EU:C:1978:22, body 10 a 11.

²³ Viz výše poznámka pod čarou č. 11.

zeměpisného hlediska²⁴. Výsledek definice trhu se však může lišit, a to i v případech, že se jedná o stejné výrobky a zeměpisné oblasti, a to v závislosti na:

- *parametrech hospodářské soutěže*. Podnik může soutěžit s jinými podniky na základě různých parametrů hospodářské soutěže, jak je vysvětleno v bodě 12. Například konkurenční tlaky vyvíjené na ceny výrobků dotčeného podniku či podniků se mohou lišit od konkurenčních tlaků s ohledem na investice stejného podniku či podniků do zlepšení výrobků, což může vést k odlišným relevantním výrobovým a zeměpisným trhům²⁵.
- *dotčeném podniku nebo podnicích*. Jelikož výchozí bod pro analýzu nahraditelnosti určují činnosti dotčených podniků, mohou být trhy vymezeny různě v závislosti na těchto podnicích. To může nastat například tehdy, jsou-li konkurenční tlaky mezi podniky asymetrické²⁶. V takovém případě mohou být výchozím bodem pro analýzu nahraditelnosti výrobky různých podniků (například z toho důvodu, že strany spojení jsou odlišné nebo že předmětem

²⁴ Například v odvětví letecké dopravy byl relevantní výrobový trh pro služby osobní letecké dopravy definován na základě přístupu vycházejícího z dvojice měst podle místa odletu / místa určení. Tento přístup byl v průběhu času použit v řadě případů. Viz například případy spojení, věc M.3280, Air France/KLM, body 9 a 16; věc M.3770, Lufthansa/Swiss, bod 12 a následující body; věc M.6447, IAG/bmi, bod 31; věc M.7333, Alitalia/Etihad, bod 63; věc M.7541, IAG/Aer Lingus, bod 14; antimonopolní řízení AT.36201, PO/Lufthansa+SAS+United (článek 85); AT.39596, British Airways/American Airlines/Iberia, a rozsudek ze dne 11. dubna 1989 ve věci Ahmed Saeed Flugreisen a další v. Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, C-66/86, EU:C:1989:140, bod 40; rozsudek ze dne 19. května 1994 ve věci Air France v. Komise, T-2/93, EU:T:1994:55, bod 84; rozsudek ze dne 4. července 2006 ve věci easyJet v. Komise, T-177/04, ECLI:EU:T:2006:187, bod 56. Dalším příkladem jsou trhy on-line reklamních služeb, kde byl relevantní výrobový trh ve všech případech definován jako trh poskytování on-line reklamního prostoru, oddělený od off-line reklamního prostoru, a relevantní zeměpisný trh byl ve všech případech definován jako vnitrostátní trh nebo podél jazykových hranic v rámci EHP – viz např. věc M.4731, Google/DoubleClick, body 56 a 83–84; věc M.5727, Microsoft/Yahoo! Search Business, body 61 a 91–93; věc M.7217, Facebook/Whatsapp, body 79 a 81–83.

²⁵ Například ve věci M.7932 – Dow/DuPont Komise nejprve vymezila vnitrostátní trhy s formulovanými přípravky na ochranu rostlin, aby mohla posoudit hospodářskou soutěž v oblasti výrobků a cen (319. a 332. bod odůvodnění). V tomto posouzení se Komise opírala o podíly na trhu vypočtené na úrovni kombinací plodin a škůdců na vnitrostátní úrovni, použila však také podíly na trhu pro skupiny kombinací plodin a škůdců na úrovni EHP, které mají vypovídací hodnotu, pokud jde o sílu účastníků trhu na úrovni jejich portfolia účinných látek, jakož i podíly dodavatelů v oblasti výzkumu a vývoje na celosvětovém trhu, které vypovídají o relativní síle dodavatelů uvádějících na trh nové účinné látky (362. bod odůvodnění). Komise za druhé analyzovala soutěž v oblasti inovací v celém odvětví a v inovačních prostorech tvořených skupinami kombinací plodin a škůdců na celosvětové úrovni nebo alespoň na úrovni EHP, aby posoudila, jak agrochemické společnosti soutěží při objevování a vývoji nových účinných látek (352. a 361. bod odůvodnění).

²⁶ Viz věc M.6497 – Hutchison 3G Austria/Orange Austria a věc M.8808 – T-Mobile Austria/UPC Austria. V prvním případě Komise vycházela z kandidátského trhu sestávajícího z mobilních datových služeb a zjistila, že mobilní datové služby jsou jen omezeně nahraditelné službami pevného přístupu k internetu (bod 57). Ve druhém případě Komise posuzovala, zda lze služby mobilního přístupu k internetu využívat pro přístup k internetu v domácnostech stejným způsobem jako pevné připojení, a dospěla k závěru, že relevantní výrobový trh zahrnuje jak pevné, tak mobilní technologie, pokud jde o zákazníky z řad domácností (bod 39). Viz také rozsudek ze dne 30. ledna 2007 ve věci France Télécom v. Komise, T-340/03, EU:T:2007:22, body 88–89; rozsudek ze dne 1. července 2010 ve věci AstraZeneca v. Komise, T-321/05, ECLI:EU:T:2010:266, body 96–97, a rozsudek Soudního dvora ESVO ze dne 5. května 2022 ve věci Telenor a Telenor Norge v. Kontrolní úřad ESVO, E-12/20, bod 117.

šetření je chování jiného podniku), což může vést k odlišným výsledkům, pokud jde o definici trhu.

- *zvažovaném období*. Komise bere v úvahu okolnosti v době posuzovaného jednání nebo spojení. Výsledky definice trhu se proto mohou v průběhu času lišit, pokud se změní dynamika hospodářské soutěže. To může nastat například tehdy, jestliže se podmínky hospodářské soutěže v různých zeměpisných oblastech v průběhu času sblíží a stanou se dostatečně homogenními, takže oblasti, které byly původně součástí různých zeměpisných trhů, jsou později zahrnuty do stejného zeměpisného trhu²⁷.
- 16) Za šesté, Komise může vzít v úvahu očekávané změny ve struktuře trhu, vyžaduje-li případ posouzení zaměřené do budoucnosti. Strukturální změny trhu se liší od aspektů týkajících se vstupu potenciálních konkurentů na trh („potenciální hospodářská soutěž“)²⁸, jelikož ovlivňují obecnou dynamiku poptávky a nabídky na trhu, a tudíž i obecné reakce na změny relativních podmínek nabídky. Tyto strukturální změny trhu je třeba odlišit od změn, které se týkají pouze jednotlivých podniků nebo spotřebitelů nabízejících nebo poptávajících výrobky na relevantních trzích. Strukturální změny trhu mohou ovlivnit definici relevantního výrobního trhu, pokud například existuje dostatečná pravděpodobnost, že se na trhu objeví nové druhy výrobků²⁹, nebo definici relevantního zeměpisného trhu, například v případě nastávajících technologických změn nebo chystaných změn regulačního rámce³⁰. Komise bere v úvahu očekávané krátkodobé nebo střednědobé strukturální změny trhu, pokud by vedly k účinným změnám v celkové dynamice poptávky a nabídky v období, jež je pro posouzení ze strany Komise podstatné³¹. Aby tak Komise mohla

²⁷ Například ve věci M.2033 – Metso/Svedala z roku 2001 definovala Komise zeměpisný trh drtičů, což je součást důlního investičního vybavení, jako trh zahrnující celý EHP (viz bod 114). V následné věci M.9585 – Outotec/Metso (Minerals Business) z roku 2020 dospěla Komise k závěru, že relevantní zeměpisný trh pro dodávky důlního investičního vybavení, tj. zařízení pro drcení, flotaci, filtraci a peletizaci železné rudy, má celosvětový rozsah (viz body 258–261). Ve věci M.580 – ABB/Daimler-Benz z roku 1995 Komise dospěla k závěru, že na trhu železniční techniky existují vnitrostátní nebo regionální specifikace, které působí jako překážky vstupu na trh pro vývoz mimo domovský region, a že zákazníci dávají přednost dodávatelům usazeným ve stejném regionu nebo ve stejném členském státě (body 22–41). Později, ve věci M.5754 – Alstom Holdings/Areva T&D z roku 2010, však Komise došla k závěru, že se jedná o trh zahrnující přinejmenším celý EHP (bod 35).

²⁸ Viz bod 25 níže.

²⁹ Například v souvislosti s posuzováním léčivých přípravků může být relevantní trh výrobků rozšířen tak, aby zahrnoval i výrobky ve stadiu vývoje, které jsou v současné době předmětem klinického hodnocení, jak je blíže vysvětleno v bodě 90, nebo může být zúžen pouze na konkrétní molekulu s ohledem na chystaný vstup generické verze původního výrobku na trh, viz rozsudek ze dne 30. ledna 2020 ve věci Generics (UK) a další, C-307/18, EU:C:2020:52, bod 131.

³⁰ Ve věci M.2478 – IBM/Italia/Business Solutions/JV Komise uvedla, že v minulosti měla za to, že služby informačních technologií jsou poskytovány na vnitrostátní úrovni, například ve věci M.2195 – Cap Gemini/Vodafone. Zjistila však, že služby informačních technologií vykazují tendenci směrem k internacionalizaci poptávky a nabídky, která je částečně motivována využíváním internetu umožňujícím provoz na dálku (bod 25). Tato tendence k internacionalizaci byla potvrzena v novější věci M.6237 – Computer Sciences Corporation/iSOFT Group, v jejímž rámci Komise zjistila, že velcí poskytovatelé služeb informačních technologií působí na celosvětové úrovni a zákazníci často vypisují nabídková řízení v celosvětovém měřítku / v rámci EHP (body 17–18). V těchto případech byla definice zeměpisného trhu ponechána otevřená.

³¹ Viz rozsudek ze dne 30. ledna 2020 ve věci Generics (UK) a další, C-307/18, EU:C:2020:52, body 134–135, v němž Soudní dvůr konstatoval, že trh může být zúžen pouze na konkrétní molekulu s

učinit, musí existovat vážné náznaky, že předpokládané strukturální změny nastanou s dostatečně vysokou pravděpodobností. Důkazy musí být spolehlivé³² a musí přesahovat rámec pouhých předpokladů, že zjištěné trendy budou pokračovat nebo že určité podniky změní své chování.

- 17) Za sedmé, pojem „relevantní trh“ se v právu Unie v oblasti hospodářské soutěže liší od používání pojmu „trh“ v jiných souvislostech, zejména v obchodním kontextu. Podniky často používají pojem „trh“ pro označení oblasti nebo místa, kde prodávají své výrobky, nebo pro širší označení odvětví či sektoru, do něhož patří. Podniky mohou například tvrdit, že působí na celosvětovém trhu, pakliže se domnívají, že soutěží o příjmy globálně s podniky ze všech kontinentů. To však neznamená, že výrobky všech podniků působících na celosvětové úrovni jsou pro zákazníky v Evropském hospodářském prostoru (EHP) nahraditelné nebo že se zákazníci setkávají s dostatečně homogenními podmínkami hospodářské soutěže na celém světě, což je důležité hledisko pro definici trhu ze strany Komise podle práva Unie v oblasti hospodářské soutěže, jak je blíže objasněno v oddíle 2. Rovněž pojem nebo definice „trhu“, jež se používají v jiných oblastech práva, než je právo hospodářské soutěže, jako například v oblasti elektronických komunikací³³, nejsou pro účely práva Unie v oblasti hospodářské soutěže rozhodující.
- 18) Za osmé, Komise nemusí dospět ke konečnému závěru o přesném rozsahu trhu, pokud by se výsledek posouzení ze strany Komise při různých možných definicích trhu nezměnil. V těchto případech může Komise ponechat otázku definice trhu otevřenou, čímž se zefektivní její posuzování definice trhu. Komise může ponechat otázku definice trhu otevřenou³⁴ jak v případech, kdy vznikají problémy v oblasti hospodářské soutěže bez ohledu na použitou definici trhu³⁵, tak v případech, kdy se žádné obavy z narušení hospodářské soutěže

ohledem na chystaný vstup generické verze původního přípravku na trh, jelikož „výrobci generických léčivých přípravků jsou schopni okamžitě nebo v krátké době vstoupit na trh, obzvláště pokud tito výrobci vypracovali předběžnou a účinnou strategii vstupu na trh, učinili za tímto účelem všechny nezbytné kroky, tj. například podali žádosti o registraci či jim taková registrace byla udělena nebo uzavřeli smlouvy o dodávkách se třetími distributory“, a pokud existují „skutečnosti svědčící o tom, že výrobce originálních léčivých přípravků vnímá hrozbu vstupu na trh výrobců generických léčivých přípravků jako bezprostřední“.

³² Další informace o tom, jak Komise shromažďuje a hodnotí důkazy týkající se definice trhu, viz oddíl 3.4.

³³ Viz zejména doporučení Komise (EU) 2020/2245 ze dne 18. prosince 2020 o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro regulaci *ex ante* podle směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1972, kterou se stanoví evropský kodex pro elektronické komunikace (oznámeno pod číslem C(2020) 8750) C/2020/8750) (Úř. věst. L 439, 29.12.2020, s. 23).

³⁴ V případě diferencovaných výrobových trhů neovlivňuje definice celkového relevantního trhu možnost určit v některých segmentech trhu odlišnou dynamiku hospodářské soutěže, přičemž přesné vymezení segmentu zůstává otevřené. Analýza oznámeného spojení z hlediska hospodářské soutěže může vést k závěru, že spojení nenarušuje hospodářskou soutěž rovnoměrně ve všech částech relevantního trhu, aniž by to mělo vliv na samotnou definici tohoto trhu nebo ji zpochybňovalo – viz rozsudek ze dne 18. května 2022 ve věci Wieland-Werke v. Komise, T-251/19, EU:T:2022:296, body 40–41, bod 64 a následující body.

³⁵ Viz například rozhodnutí ve věci M.10078 – Cargotec/Konecranes, kde Komise v souvislosti s portálovými a kyvadlovými manipulátory ponechala otevřenou jak definici výrobového trhu (který lze definovat buď celkově, nebo jej rozdělit na trh s portálovými manipulátory a trh s kyvadlovými manipulátory), tak definici zeměpisného trhu (trh zahrnující celý EHP, nebo celosvětový trh), jelikož

neobjevují, a to bez ohledu na použitou definici trhu³⁶. Je-li otázka definice trhu ponechána otevřená, provádí Komise obvykle posouzení z hlediska hospodářské soutěže pro všechny možné alternativní definice trhu, hloubka její analýzy hospodářské soutěže se však může u jednotlivých posuzovaných alternativních trhů lišit³⁷.

2. POJEM „RELEVANTNÍ TRH“ A OBECNÁ METODIKA

2.1 Pojem „relevantní výrobní trh a zeměpisný trh“

- 19) V souladu s judikaturou Soudního dvora nebo Tribunálu Evropské unie (dále jen „unijní soudy“) a s rozhodovací praxí Komise je relevantní trh, v jehož rámci Komise posuzuje dynamiku hospodářské soutěže, obvykle vymezen podle výrobního a zeměpisného rozměru.
- 20) Relevantní výrobní trh zahrnuje všechny výrobky, které zákazníci považují za zaměnitelné nebo nahraditelné s výrobkem či výrobky dotčeného podniku nebo podniků, a to na základě vlastností výrobků, jejich cen a zamýšleného použití, s přihlédnutím k podmínkám hospodářské soutěže a struktuře nabídky a poptávky na trhu³⁸.

transakce vyvolávala obavy při kterémkoli z těchto možných vymezení trhu (126. a 376. bod odůvodnění).

Komise může mimoto při posuzování podle nařízení o spojování ponechat definici trhu otevřenou v případech, kdy po počátečním šetření vyvstanou vážné pochybnosti pouze na jednom z několika možných relevantních trhů, dotčené podniky však předloží vhodné závazky zajišťující, aby bylo spojení slučitelné s vnitřním trhem; viz například věc M.8785 – The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox, bod 85.

V rozhodnutích o závazcích podle článku 9 nařízení Rady (ES) č. 1/2003 může Komise ponechat definici trhu otevřenou rovněž tehdy, pokud po prvotním šetření předloží dotčený podnik či podniky závazky, které postačují k odstranění počátečních obav. Viz například věc AT.37966 – Distigaz, bod 11, a věc AT.40153 – DNV týkající se elektronických knih a souvisejících záležitostí (Amazon), bod 48.

³⁶ Viz rozsudek ze dne 26. října 2017 ve věci KPN v. Komise, T-394/15, EU:T:2017:756, bod 60, a rozsudek ze dne 8. července 2003 ve věci Verband der freien Rohrwerke a další v. Komise, T-374/00, EU:T:2003:188, body 107 a 110. Viz také například rozhodnutí ve věci M.9695 – LVMH/Tiffany, v němž Komise ponechala otázku přesného vymezení výrobního a zeměpisného trhu pro různé kategorie luxusního zboží otevřenou, jelikož neexistovaly žádné obavy z narušení hospodářské soutěže, a to bez ohledu na přesný rozsah vymezení výrobního a zeměpisného trhu (body 25, 31, 46, 52, 57, 58 a 72).

³⁷ Komise může například své posouzení z hlediska hospodářské soutěže v případě spojení zahrnujících horizontální překrývání zaměřit na ty alternativní trhy, na nichž je překrývání mezi dotčenými podniky nejvýznamnější a kde v rámci trhu existuje méně bezprostředních konkurenčních tlaků. Komise pak může dojít k závěru, že pokud překrývání nevyvolává obavy z narušení hospodářské soutěže na daném trhu, nevyvolává ani obavy z narušení hospodářské soutěže na alternativních trzích. Viz například věc M.10339 – KKR/Landal, v níž se Komise při posuzování zaměřila na nejužší alternativní výrobní trh vymezený jako rekreační parky, na němž se činnosti stran překrývaly nejvíce (bod 23 a následující body).

³⁸ Viz rozsudek ze dne 30. ledna 2020 ve věci Generics (UK) a další C-307/18, EU:C:2020:52, bod 129, a rozsudek ze dne 13. února 1979 ve věci Hoffmann-La Roche v. Komise, C-85/76, EU:C:1979:36, bod 51. Tato definice je uvedena rovněž v oddíle 6.1 přílohy I prováděcího nařízení o spojování [odkaz bude ověřen po vstupu nového prováděcího nařízení o spojování v platnost].

- 21) Relevantní zeměpisný trh zahrnuje oblast, ve které se dotyčné podniky účastní nabídky relevantních výrobků nebo služeb a poptávky po nich, ve které jsou podmínky hospodářské soutěže dostatečně homogenní a která může být odlišena od sousedních zeměpisných oblastí, protože zejména podmínky hospodářské soutěže jsou v těchto oblastech zjevně odlišné³⁹.
- 22) V některých případech mohou být při vymezení relevantního výrobního a zeměpisného trhu důležité také časové aspekty, například tehdy, pokud preference zákazníků nebo strukturu nabídky ovlivňují faktory, jako je sezónnost nebo doba špičky / doba mimo špičku⁴⁰.
- 23) Toto sdělení objasňuje, jak Komise používá definice uvedené v bodech 20 a 21.

2.2 Obecná metodika pro vymezení trhu

- 24) Jak je vysvětleno v oddíle 1.2, hlavním účelem definice trhu je poskytnout rámec pro strukturování a usnadnění posouzení z hlediska hospodářské soutěže, a to systematickým určováním bezprostředních konkurenčních tlaků, kterým dotčený podnik nebo podniky čelí při nabízení některých výrobků zákazníkům v určité oblasti.
- 25) Podniky podléhají třem hlavním zdrojům konkurenčních tlaků: nahrazení poptávky, nahrazení nabídky a potenciální hospodářské soutěži. Možnost nahrazení poptávky představuje nejbezprostřednější a nejúčinnější tlak na dodavatele určitého výrobku⁴¹. Vliv určitého podniku na převládající podmínky prodeje, jako jsou ceny, závisí na tom, nakolik mohou jeho zákazníci snadno přejít na dostupné výrobky, které považují za náhrady⁴². Pro vymezení relevantního trhu může být někdy důležitá rovněž možnost nahrazení nabídky, a to tehdy, je-li stejně bezprostřední a účinná jako nahrazení poptávky. Naproti tomu vzdálenější konkurenční tlaky, jež nesplňují kritéria nahrazení nabídky z hlediska bezprostřednosti a účinnosti, vyžadují analýzu dalších faktorů, včetně okolností souvisejících s podmínkami vstupu, a jsou při posuzování z hlediska

³⁹ Viz rozsudek ze dne 30. září 2003 ve spojených věcech Cableuropa a další v. Komise, T-346/02 a T-347/02, EU:T:2003:256, bod 115; rozsudek ze dne 7. května 2009 ve věci NVV a další v. Komise, T-151/05, EU:T:2009:144, bod 52, a rozsudek ze dne 14. února 1978 ve věci United Brands v. Komise, C-27/76, EU:C:1978:22, bod 11. Tato definice se odráží také v čl. 9 odst. 7 nařízení o spojování a v oddíle 6.2 přílohy I prováděcího nařízení o spojování.

⁴⁰ Časové hledisko bylo pro definici trhu podstatné například ve věci M.5467 – RWE/Essent, kde Komise rozlišovala mezi dobou špičky a dobou mimo špičku při výrobě a velkoobchodních dodávkách elektřiny (viz bod 32), a ve věci M.8869 – Ryanair/Laudamotion, kde rozlišovala mezi letní a zimní sezónou v letecké osobní dopravě (viz body 96–97).

⁴¹ Rozsudek ze dne 4. července 2006 ve věci easyJet v. Komise, T-177/04, EU:T:2006:187, bod 99.

⁴² Na některých trzích nemusí být poptávka řízena (nebo nemusí být řízena výhradně) konečným spotřebitelem výrobku, nýbrž může být formována jinými zúčastněnými stranami, jejichž zájmy nemusí být nutně v souladu se zájmy konečného spotřebitele. Například na farmaceutických trzích jsou pacienti konečnými spotřebiteli léků, lékaři vybírají léky na předpis nebo mohou pacientům poradit, jaký volně prodejný lék mají použít, a pojišťovací systémy obvykle hradí veškeré náklady na podávaný lék nebo jejich část. Komise tyto zvláštnosti zohledňuje při vymezení relevantního trhu.

hospodářské soutěže zohledněny jako tlaky vyplývající z potenciální hospodářské soutěže⁴³.

- 26) Posouzení možností nahrazení poptávky a nabídky pomáhá určit výrobky na relevantním trhu, a tudíž i dodavatele působící na daném trhu. Aby definice trhu poskytla užitečný rámec pro posouzení z hlediska hospodářské soutěže, musí také určit zákazníky, kteří budou pravděpodobně čelit podobným účinkům daného jednání nebo spojení. Komise se proto při rozhodování o tom, kteří zákazníci jsou zahrnuti do relevantního trhu, zaměřuje na míru, v jaké zákazníci čelí podobným nebo odlišným podmínkám hospodářské soutěže. To je důležité ze zeměpisného hlediska, kdy Komise do relevantního zeměpisného trhu zahrnuje oblasti, v nichž se zákazníci setkávají s dostatečně homogenními podmínkami hospodářské soutěže. Komise může rovněž rozlišovat mezi skupinami zákazníků, jež v různých kontextech čelí podstatně odlišným podmínkám hospodářské soutěže, například v případě cenové diskriminace mezi různými skupinami zákazníků⁴⁴.

2.2.1 Obecná metodika pro vymezení výrobních trhů

2.2.1.1 Nahrazení poptávky

- 27) Jak je uvedeno v bodech 20 a 25, hlavním přístupem, který Komise používá k vymezení relevantního výrobního trhu, je posouzení nahraditelnosti výrobků z pohledu zákazníka (nahrazení poptávky). K dostatečně silnému nahrazení poptávky dochází tehdy, mohou-li zákazníci jednoduše přejít na snadno dostupné alternativní výrobky. Pokud mezi výrobky různých dodavatelů existuje dostatečná možnost nahrazení poptávky, zahrne Komise tyto výrobky na stejný relevantní výrobní trh.
- 28) Komise zjišťuje škálu výrobků, které zákazníci dotčeného podniku či podniků považují za účinné náhrady, jakož i míru jejich nahraditelnosti výrobky dotčeného podniku nebo podniků, a to na základě posouzení různých důkazů. V závislosti na požadavcích a zvláštěnostech každého případu tyto důkazy zahrnují ukazatele důvodů, proč by zákazníci nahradili či nenahradili jeden výrobek jiným, jako jsou preference zákazníků týkající se vlastností výrobku, ceny, zamýšleného použití a překážek změny a nákladů na změnu. Zahrnují také přímé ukazatele nahrazení, jako jsou důkazy o minulém nebo hypotetickém nahrazení. Další podrobnosti o důkazech, z nichž Komise vychází při posuzování nahrazování poptávky, jsou uvedeny v oddíle 3.2.
- 29) Hlavní otázkou, kterou je třeba při zkoumání těchto důkazů zodpovědět, je to, do jaké míry a ke kterým snadno dostupným alternativním výrobkům (pokud existují) by zákazníci dotčeného podniku či podniků přešli v reakci na zhoršení podmínek nabídky výrobků dotčeného podniku nebo podniků ve srovnání s

⁴³ Tribunál objasnil, že „potenciální hospodářská soutěž a nahrazení na straně nabídky jsou pojmově odlišné otázky, [...] tyto otázky se částečně překrývají, neboť rozdíl spočívá především v tom, zda je omezení hospodářské soutěže bezprostřední, či nikoliv“; rozsudek ze dne 30. září 2003 ve spojených věcech Atlantic Container Line a další v. Komise, T-191/98, T-212/98 až T-214/98, EU:T:2003:245, bod 834.

⁴⁴ Další podrobnosti o tom, jak Komise přistupuje k definici trhu v případě cenové diskriminace, jsou uvedeny v oddíle 4.2.

jinými výrobky⁴⁵. Pro provozní a praktické účely se toto posouzení obvykle zaměřuje na reakce na zvýšení cen, může však zohlednit i změny jiných parametrů hospodářské soutěže, jako je kvalita nebo úroveň inovací, jak je uvedeno v bodě 12.

- 30) Konceptně tento přístup znamená, že se vychází z kandidátského trhu, který zpočátku obsahuje výrobek či výrobky nebo druh výrobků dotčeného podniku či podniků, na něž se zaměřuje posouzení z hlediska hospodářské soutěže, a postupně se na kandidátský trh přidávají alternativní výrobky v sestupném pořadí podle toho, do jaké míry by zákazníci nahradili výrobky dotčeného podniku či podniků těmito alternativními výrobky. Tento proces pokračuje, dokud nejsou určeny všechny snadno dostupné náhradní výrobky, jež dostatečně omezují podmínky nabídky výrobků podniků. Relevantní trh zahrnuje všechny určené výrobky.
- 31) Teoretickým kritériem pro zjištění, zda byly určeny všechny dostatečně blízké náhrady, je to, zda by hypotetický monopolista na kandidátském trhu mohl uplatňovat tržní sílu. Tuto otázku lze posoudit tak, že se zeptáme, zda by se hypotetickému monopolistovi na kandidátském trhu vyplatilo provést malé, ale významné, nikoli přechodné zvýšení cen (*small but significant non transitory increase in price*, dále jen „test SSNIP“)⁴⁶. Nemí-li takové zvýšení ceny pro hypotetického monopolistu výhodné, pokračuje proces přidávání dalších náhrad na kandidátský trh zařazením dalšího nejbližšího náhradního výrobku. Je-li zvýšení ceny pro hypotetického monopolistu ziskové, proces končí a výrobky na kandidátském trhu představují relevantní trh.
- 32) Pokud podniky soutěží s ohledem na jiné parametry, než je cena, jako je například kvalita nebo úroveň inovací, ztěžuje to použití testu SSNIP, zejména v souvislosti s výrobky s nulovou peněžní hodnotou⁴⁷ a vysoce inovativními

⁴⁵ Stejná analýza je použitelná v případech týkajících se nákupních trhů, kde je výchozím bodem pro analýzu reakcí na změnu dodavatel a test slouží k určení alternativních distribučních kanálů nebo odbytišť pro výrobky dodavatele.

⁴⁶ Uvažovaným SSNIP je obvykle zvýšení ceny v rozmezí od 5 % do 10 % u jednoho nebo více výrobků na kandidátském trhu, včetně alespoň jednoho výrobku dotčeného podniku či podniků. Rozsah zvýšení ceny a způsob jeho uplatnění však může záviset na konkrétním případě. Například v případě, že dotčené podniky poskytují v dodavatelském řetězci relativně malou přidanou hodnotu (jelikož suroviny nebo nakupované součásti představují vysoké procento celkové ceny), lze otázku, zda může hypotetický monopolista uplatňovat tržní sílu, lépe posoudit s ohledem na jeho vliv na tuto přidanou hodnotu. Komise proto může v takových případech použít test SSNIP na přidanou hodnotu, nikoli na prodejní cenu. Komise použila tento koncept a zaměřila se na přidanou hodnotu (nebo „regionální prémii“) ve věci M.6541 – Glencore/Xstrata při posuzování důkazů o dovozu a vývoji cen zinku a příslušného ziskového rozpětí v jednotlivých regionech; viz body 135–140 a 144.

⁴⁷ Ve věci AT.40099 – Google Android Komise posuzovala, zda by výrobci, uživatelé a vývojáři aplikací přešli z obchodů s aplikacemi pro Android do obchodů s aplikacemi pro jiné licencované operační systémy pro chytrá mobilní zařízení v případě malého, ale významného, nikoli přechodného snížení kvality (*small but significant non-transitory decrease of quality*, dále jen „test SSNDQ“) u prvního z nich (viz body 284–305). Obecně se test SSNDQ používá jako koncepční rámec pro kvalitativní posouzení konkurenčních tlaků. Komise se kvantitativním použitím testu SSNDQ, s nímž je spojena řada obtíží, mimo jiné v souvislosti s kvantifikací kvality, obvykle nezabývá. Ve svém rozsudku ze dne 14. září 2022 ve věci Google a Alphabet v. Komise, T-604/18, EU:T:2022:541, v bodech 177 a 180 Tribunál potvrdil, že „test SSNDQ [...] představoval příslušný důkaz pro účely vymezení relevantního trhu“, přičemž současně uvedl, že „předpokladem pro použití textu SSNDQ nemůže být stanovení přesné kvantitativní úrovně snížení kvality cílového výrobku. [...] Rozhodující je pouze skutečnost, že snížení kvality je malé, ale významné, a nikoli přechodné.“

odvětvími. Další potíže vznikají v závislosti na typu prováděného posouzení. Jestliže se posouzení zaměřuje na změnu tržní síly dotčeného podniku či podniků, například při analýze spojení zahrnujících horizontální překrývání, lze test SSNIP obvykle použít na převládající tržní cenu. To však nemusí platit v případech, kdy je důraz kladen na posouzení stávající tržní síly dotčeného podniku nebo podniků, například při vymezování trhů v souvislosti s posuzováním existence dominantního postavení podle článku 102 SFEU⁴⁸. Empirické použití testu SSNIP při definování relevantního výrobního trhu ve skutečných případech mohou mimoto ztěžovat praktická omezení. Při provádění testu SSNIP nemusí být například možné získat spolehlivé informace o výši ztrát, které by vznikly hypotetickému monopolistovi.

- 33) Ačkoli se tudíž Komise může při posuzování relevantního trhu opírat o zásady testu SSNIP, nemá povinnost uplatňovat test SSNIP empiricky a pro definici trhu jsou stejně platné i jiné druhy důkazů, jak je blíže popsáno v oddíle 3⁴⁹. V mnoha případech slouží test SSNIP pouze jako koncepční rámec pro interpretaci dostupných kvalitativních důkazů.

⁴⁸ Obecně platí, že pokud se kandidátský trh (v podstatě) skládá z výrobku či výrobků jediného podniku, z testu SSNIP uplatněného na převládající tržní cenu vždy vyplývá, že relevantní trh musí být širší než kandidátský trh, neboť pro podnik maximalizující zisk nebude z podstaty věci výhodné zvyšovat cenu nad převládající cenu (maximalizující zisk).

To může vést k takzvanému „celofánovému klamu“, pojmenovanému podle definice trhu stanovené Nejvyšším soudem USA, která se týkala celofánu a dalších balicích výrobků (United States v. E. I. du Pont de Nemours & Co., 351 U.S. 377 (1956)). To na základě testu SSNIP uplatněného na převládající cenu vede k nesprávnému závěru, že relevantní trh musí být širší než výrobek či výrobky dominantního podniku (viz vysvětlení tohoto pojmu v bodech 158 až 171 rozhodnutí Komise ve věci AT.39523, Slovak Telekom). Celofánový klam může vzniknout také tehdy, jsou-li ceny na úrovni vyšší, než je úroveň, která by byla výsledkem hospodářské soutěže, a to z důvodu společné maximalizace zisku skupinou podniků.

Je-li definice trhu stanovována v rámci případu, který vyžaduje posouzení míry stávající tržní síly, jako například v rámci posouzení dominantního postavení ve věci podle článku 102, je třeba vzít v úvahu skutečnost, že převládající cena již může být na úrovni vyšší, než je úroveň, která by byla výsledkem hospodářské soutěže. V takových případech může Komise použít test SSNIP, přičemž vychází ze srovnatelné ceny, která by převládala za (účinnější) hospodářské soutěže, nebo se může při vymezování relevantního trhu opírat o jiné důkazy.

Naproti tomu v případech, kdy je kladen důraz na posouzení změny tržní síly, zejména změny tržní síly v důsledku vyloučení hospodářské soutěže mezi stranami spojení zahrnujícího horizontální překrývání, patří na kandidátský trh přinejmenším příslušné výrobky spojujících se stran a na převládající cenu lze obvykle použít test SSNIP. Relevantní trh v rámci posuzování změny tržní síly proto nemusí vést vždy ke stejnému relevantnímu trhu jako v rámci posuzování úrovně stávající tržní síly.

⁴⁹ V rozsudku ze dne 11. ledna 2017 ve věci Topps Europe v. Komise, T-699/14, EU:T:2017:2, v bodě 82 Tribunál konstatoval: „Komise se nedopustila [...] zjevně nesprávného posouzení, když své závěry o relevantním trhu založila na posouzení shromážděných důkazů, aniž by použila test SSNIP.“ S ohledem na vymezení zeměpisného trhu Tribunál obdobně v rozsudku ze dne 5. října 2020 ve věci HeidelbergCement a Schwenk Zement v. Komise, T-380/17, EU:T:2020:471, v bodě 331 uvedl: „Jak Komise správně poznamenává v bodě 143 odůvodnění, ‚test SSNIP‘ není jedinou metodou, kterou má k dispozici při vymezování relevantních zeměpisných trhů.“ Viz také rozsudek Tribunálu ze dne 22. června 2022 ve věci thyssenkrupp v. Komise, T-584/19, EU:T:2022:386, body 76 a 155, jakož i rozsudek Soudního dvora ESVO ze dne 5. května 2022 ve věci Telenor a Telenor Norge v. Kontrolní úřad ESVO, E-12/20, bod 95.

2.2.1.2 Nahrazení nabídky

- 34) Komise může zohlednit rovněž nahraditelnost výrobků z pohledu dodavatelů (nahrazení nabídky). Možnost nahrazení nabídky může být při vymezování relevantního trhu důležitá tehdy, pokud dodavatelé používají stejná aktiva a procesy k výrobě souvisejících výrobků, které nepředstavují pro zákazníky náhrady, a pokud to vede k podobným podmínkám hospodářské soutěže u celé škály těchto souvisejících výrobků. V takových případech může být vhodné zahrnout tyto související výrobky na relevantní výrobní trh za předpokladu, že omezující účinek nahrazení nabídky u celé škály výrobků je z hlediska účinnosti a bezprostřednosti rovnocenný účinku nahrazení poptávky.
- 35) Nezbytnými podmínkami pro rozšíření trhu na základě nahrazení nabídky je to, že většina dodavatelů (ne-li všichni) je schopna převádět výrobu mezi výrobky v rámci dané škály souvisejících výrobků⁵⁰, přičemž jim vznikají pouze nevýznamné dodatečné utopené náklady nebo rizika, mají motivaci tak učinit, pokud se změní relativní ceny nebo podmínky poptávky, a mohou tyto výrobky v krátké době účinně uvést na trh⁵¹.
- 36) Situace dostatečně silného nahrazení nabídky může nastat zpravidla tehdy, uvádějí-li podniky na trh řadu jakostí nebo tříd jednoho výrobku. Příkladem přístupu k nahrazení nabídky je dřívější posouzení trhu s pláty z nerezové oceli, které provedla Komise⁵². V tomto případě Komise zjistila, že z hlediska poptávky nemohou zákazníci používat pro stejný účel různé třídy nebo skupiny tříd. V krátké době však bylo možné přejít z výroby jedné skupiny tříd na jinou, a to s použitím stejného zařízení a s omezenými dodatečnými náklady. Jelikož neexistovaly zvláštní potíže s distribucí, mohli výrobci nerezové oceli soutěžit o zakázky týkající se různých tříd. Komise proto zařadila různé třídy nerezové oceli na stejný relevantní trh.
- 37) Nahrazení nabídky může být pro vymezení trhu důležité i tehdy, pořizují-li zákazníci výrobky na zakázku, například vypisují-li zákazníci výběrová řízení na stavební projekty nebo na nákup vlaků či plynových turbín. V takových případech nemusí mezi výrobky na zakázku určenými pro různé zákazníky existovat žádné nebo jen omezené možnosti nahrazení poptávky. Konkurenční tlak naopak vyplývá ze schopnosti ostatních dodavatelů vyrábět konkrétní výrobek, který odpovídá potřebám zákazníka. Jestliže stejní dodavatelé mohou reagovat a zpravidla reagují nabídkami na specifikace různých zákazníků, mohou být výrobky na zakázku zahrnuty na stejný relevantní výrobní trh.
- 38) Pokud výše uvedené podmínky pro nahrazení nabídky splňují pouze někteří dodavatelé, není vhodné zahrnout sortiment výrobků na stejný relevantní trh⁵³.

⁵⁰ Rozsudek Soudního dvora ESVO ze dne 5. května 2022 ve věci Telenor a Telenor Norge v. Kontrolní úřad ESVO, E-12/20, bod 160.

⁵¹ Jedná se o dobu, která výrobci umožňuje uvést výrobek na trh pro zákazníka v časovém rámci, který není výrazně delší než doba, kterou zákazník potřebuje k přechodu na jiný výrobek či výrobky na kandidátském trhu. Toto posouzení je specifické pro posuzované výrobky.

⁵² Viz věc M.6471, Outokumpu/INOXUM, body 120 a 121.

⁵³ Viz rozsudek ze dne 28. dubna 2010 ve věci Amann & Söhne a Cousin Filterie v. Komise, T-446/05, EU:T:2010:165, bod 79; viz také věc M.5046, Friesland Foods/Campina, bod 159. Viz rovněž

Při posuzování z hlediska hospodářské soutěže Komise nicméně zohledňuje konkurenční tlak, jež vyvíjejí dodavatelé, kteří splňují podmínky, včetně toho, zda je pravděpodobné, že v budoucnu rozšíří svůj prodej příslušných výrobků, vyžaduje-li daný případ posouzení zaměřené do budoucnosti. Příkladem tohoto přístupu je dřívější posouzení trhu s ocelí s kovovým povlakem, které provedla Komise⁵⁴. Komise v tomto případě neakceptovala nahrazení nabídky, pokud jde o pocínovaný plech a elektrolyticky potaženou chromovou ocel, jelikož pouze jeden konkurenční dodavatel byl schopen vyrábět tyto výrobky na stejné výrobní lince a protože výroba obou výrobků na „otočných linkách“, které lze přepínat, nehrála na trhu podstatnou roli. Komise však při posuzování z hlediska hospodářské soutěže vzala v úvahu tlak, který vyvíjel dodavatel, jenž byl schopen vyrábět pocínovaný plech a elektrolyticky potaženou chromovou ocel na „otočných linkách“.

- 39) Pokud by podobně nahrazení nabídky znamenalo nutnost významně upravit stávající hmotný a nehmotný majetek mimo běžnou činnost, vynaložit více než zanedbatelné dodatečné investice, utopené náklady nebo rizika, přijmout strategická rozhodnutí trvalé povahy nebo způsobit časové prodlevy, Komise relevantní trh na základě nahrazení nabídky nerozšiřuje. K tomu může dojít i v případě, že výrobci již vyrábějí celý sortiment souvisejících výrobků. Přestože například výrobci sýrů mohou v zásadě vyrábět různé druhy sýrů, mohou být nezbytné značné náklady a realizační doba, než výrobce určitého druhu sýra změni výrobu a začne prodávat jiný druh sýra⁵⁵. V těchto případech Komise při posuzování z hlediska hospodářské soutěže zkoumá účinky takového přechodu jako tlaky vyplývající z potenciální hospodářské soutěže.

2.2.2 Obecná metodika pro vymezení zeměpisných trhů

- 40) Jak je uvedeno v bodech 21 a 26, hlavním přístupem, který Komise používá k vymezení relevantního zeměpisného trhu, je posouzení podmínek hospodářské soutěže. Obvyklým výchozím bodem je analýza místa, kde se nacházejí zákazníci, kteří budou pravděpodobně ovlivněni příslušným jednáním nebo spojením. Za účelem určení zákazníků, u nichž je pravděpodobné, že budou čelit podobným účinkům daného jednání nebo spojení, pak Komise analyzuje, zda jsou podmínky hospodářské soutěže v určité oblasti, kde se zákazníci nacházejí, dostatečně homogenní⁵⁶ a zda je lze odlišit od sousedních oblastí, neboť

rozsudek Soudního dvora ESVO ze dne 5. května 2022 ve věci Telenor a Telenor Norge v. Kontrolní úřad ESVO, E-12/20, bod 160.

⁵⁴ Viz věc M.8713, Tata Steel/ThyssenKrupp/JV, 276.–278. a 1287.–1293. bod odůvodnění, pokud jde o posouzení pocínovaných ocelových plechů.

⁵⁵ Například ve věci M.9413 – Lactalis/Nuova Castelli šetření trhu ukázalo, že dodavatelé vyrábějící mozzarella nemohou začít v krátké době vyrábět ricottu, aniž by jim vznikly značné náklady, a podobně výrobci ricotty nemohou začít vyrábět a prodávat mascarpone bez značných nákladů a prodlev (viz body 47–48).

⁵⁶ Judikatura unijních soudů se důsledně odvolává na „dostatečně homogenní“ podmínky hospodářské soutěže (na rozdíl od totožných podmínek) jako na kritérium pro vymezení relevantního zeměpisného trhu. Viz rozsudek ze dne 14. února 1978 ve věci United Brands v. Komise, C-27/76, EU:C:1978:22, body 11 a 44; rozsudek ze dne 8. července 2003 ve věci Verband der freien Rohrwerke a další v. Komise, T-374/00, EU:T:2003:188, bod 141; rozsudek ze dne 30. září 2003 ve spojených věcech Cableuropa a další v. Komise, T-346/02 a T-347/02, EU:T:2003:256, bod 115; rozsudek ze dne 7. května 2009 ve věci NVV a další v. Komise, T-151/05, EU:T:2009:144, bod 52; rozsudek ze dne 5. října 2020 ve věci HeidelbergCement a Schwenk Zement v. Komise, EU:T:2020:471, bod 294.

podmínky hospodářské soutěže jsou v těchto oblastech výrazně odlišné. Zeměpisné trhy mohou mít místní rozměr až celosvětový rozměr v závislosti na podmínkách hospodářské soutěže, s nimiž se zákazníci setkávají.

- 41) Komise posuzuje podmínky hospodářské soutěže na základě různých důkazů. Tyto důkazy zahrnují v závislosti na požadavcích a zvlátnostech každého případu: přítomnost různých nebo stejných dodavatelů v různých zeměpisných oblastech; podobnosti nebo rozdíly v jejich podílech na trhu a cenách; podobnosti nebo rozdíly v preferencích a nákupním chování zákazníků; překážky a náklady spojené se zásobováním zákazníků v jiné oblasti; faktory související se vzdáleností, které ovlivňují náklady, dostupná množství nebo spolehlivost dodávek, a obchodní toky a schémata dodávek. Další podrobnosti o důkazech, z nichž Komise vychází při posuzování zeměpisných trhů, jsou uvedeny v oddíle 3.3.
- 42) Komise při vymezování relevantních zeměpisných trhů obvykle analyzuje také vzorce nahrazování poptávky, například přechod na dovoz, s cílem určit alternativní možnosti dodávek, které mají zákazníci k dispozici⁵⁷. Pokud zákazníci ve dvou oblastech považují za alternativu většinou stejné dodavatele a mohou mezi nimi snadno měnit objemy nákupů, může to spolu s dalšími faktory naznačovat, že podmínky hospodářské soutěže mezi oběma oblastmi jsou dostatečně homogenní, a že by tudíž obě oblasti měly být součástí stejného relevantního zeměpisného trhu. Naopak, pokud zákazníci ve dvou oblastech považují za alternativy různé dodavatele nebo pokud je objem, který může být a je převeden na dovoz, omezený, například z důvodu preferencí zákazníků nebo z důvodu omezení dostupných objemů dovozu, svědčí to o tom, že podmínky hospodářské soutěže v obou oblastech dostatečně homogenní nejsou⁵⁸.
- 43) V důsledku toho pouhá existence nebo možnost dovozu v dané zeměpisné oblasti nemusí nutně vést k rozšíření zeměpisného trhu na oblast, odkud dovoz pochází. Zákazníci nacházející se v oblasti, odkud dovoz pochází, mohou čelit odlišným podmínkám hospodářské soutěže ve srovnání se zákazníky nacházejícími se v oblasti, kam dovoz směřuje. Pokud by za těchto okolností byly zeměpisné trhy vymezeny široce tak, že zahrnují oblasti původu i dodávek dováženého zboží, mohlo by to chybně zahrnout na relevantní trh i zákazníky, kteří by pravděpodobně byli příslušným jednáním nebo spojením ovlivněni jinak. To by posouzení z hlediska hospodářské soutěže spíše ztížilo, než usnadnilo.
- 44) V případech, které se vyznačují významným dovozem, avšak obchod mezi určitými zeměpisnými oblastmi nebo jiné aspekty nabídky a poptávky

⁵⁷ Toto posouzení se může řídit přístupem uvedeným v oddíle 2.2.1.1, tj. je možno určit dodavatele, ke kterým by zákazníci při nákupech přešli v případě změny relativních podmínek nabídky, a použít rámec SSNIP.

⁵⁸ Ve věci M.7278 – General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) vymezila Komise trh pro výkonné plynové turbíny o frekvenci 50 Hz jako celosvětový bez Číny a Íránu, jelikož pro některé globální dodavatele existovaly překážky, které jim bránily v dodávkách pro zákazníky v těchto dvou oblastech (viz body 162–191). Ve věci AT.40099 – Google Android Komise definovala trh s licencemi pro obchody s aplikacemi pro operační systémy pro chytrá mobilní zařízení a obchody s aplikacemi pro Android jako celosvětový s výjimkou Číny, neboť činnost podniku v Číně byla omezena předpisy (body 406–410).

nepostačují k tomu, aby vedly k dostatečně homogenním podmínkám hospodářské soutěže, proto Komise nerozšiřuje relevantní zeměpisný trh tak, aby zahrnoval i oblast původu takového dovozu. Komise však v rámci posouzení z hlediska hospodářské soutěže zahrnuje do výpočtu podílů na trhu i dovoz na relevantní zeměpisný trh. Při posuzování z hlediska hospodářské soutěže Komise plně zohledňuje také konkurenční tlak vyplývající z dovozu na relevantní trh jinými způsoby a zkoumá například to, zda se dovoz v budoucnu pravděpodobně rozšíří, pokud daný případ vyžaduje posouzení zaměřené do budoucnosti⁵⁹.

- 45) Příkladem toho, jak Komise při vymezování relevantního zeměpisného trhu a posuzování z hlediska hospodářské soutěže zohledňuje obchodní toky, je posouzení trhu s hotovými plochými výrobky z uhlíkové oceli, které provedla v minulosti⁶⁰. Komise dospěla k závěru, že relevantní zeměpisné trhy pro řadu druhů hotových plochých výrobků z uhlíkové oceli nejsou širší než EHP, neboť struktura trhu se v jednotlivých regionech světa liší, dodávky se uskutečňují ve velké míře na regionální úrovni a ceny výrobků se v jednotlivých regionech světa výrazně liší. V rámci posuzování z hlediska hospodářské soutěže byl nicméně podrobně ohodnocen konkurenční tlak ze strany dovozu.

3. POSTUP PŘI VYMEZOVÁNÍ TRHŮ

3.1 Obecný přístup k vymezení trhu v praxi

- 46) V praxi je Komise obvykle schopna předběžně určit nejpravděpodobnější relevantní výrobové a zeměpisné trhy, v jejichž rámci by mělo být posuzováno konkrétní spojení nebo jednání, a to na základě snadno dostupných informací, relevantních trhů zjištěných v dřívějších rozhodnutích Komise ve stejném nebo podobném odvětví nebo informací předložených dotčeným podnikem či podniky. Často bude existovat omezený počet takových možných alternativních relevantních trhů. Komise pak v případě potřeby své původní pracovní hypotézy o relevantních výrobových a zeměpisných trzích na základě důkazů shromážděných během šetření upraví. V mnoha případech postačí ke strukturování a zjednodušení posouzení z hlediska hospodářské soutěže v rámci rozhodnutí Komise zběžné přezkoumání definic možných alternativních trhů, aniž by bylo nutné provádět podrobnou analýzu, která by vedla k závěru o

⁵⁹ Ve věci M.9592 – Freudenberg/L&B dospěla Komise k závěru, že trhy netkaných a jiných textilií zahrnují přinejmenším celý EHP (body 50–53), a spojení schválila, jelikož asijské konkurenti budou i nadále vyvíjet na dotčené podniky dostatečný konkurenční tlak (viz body 98–137 s ohledem na netkané primární kobercové podložky pro použití ve stavebnictví a body 152–180 s ohledem na netkané primární kobercové podložky pro použití v automobilovém průmyslu).

⁶⁰ Věc M.8444 – ArcelorMittal/Ilva, oddíl 7.2.4 (320.–326. bod odůvodnění), pokud jde o vymezení zeměpisného trhu, a oddíly 9.4.5.2–9.4.5.9 (637.–750. bod odůvodnění), co se týče posouzení tlaků vyvíjených dovozem z hlediska hospodářské soutěže. Komise provedla podrobnou analýzu konkurenčních tlaků způsobených dovozem a zjistila, že významné objemy dovozu nejsou samy o sobě ukazatelem dostatečného cenového tlaku, že výrobci mimo EHP jsou malí a jednotlivě mají omezený vliv na ceny v EHP a že dovoz je ve srovnání s domácími výrobky méně spolehlivým zdrojem dodávek pro zákazníky v EHP, že empirické důkazy naznačují, že reakce dovozu na zvýšení cen pravděpodobně nestačí k překonání nárůstu cen, že se schopnost dovozu vyvíjet konkurenční tlak na výrobce v EHP výrazně snížila, že dovoz může uspokojit pouze část poptávky odběratelů v EHP a že dodavatelé v EHP jsou do jisté míry také strážci dovozu.

definici každého relevantního trhu. Komise může ve svých rozhodnutích stanovit a posoudit alternativní definice trhu, počínaje potenciálními širšími nebo potenciálními užšími trhy, a to v závislosti na zvláštnostech daného případu.

- 47) Následující oddíly 3.2 a 3.3 popisují různé faktory, které mohou být důležité pro vymezení relevantních výrobních a zeměpisných trhů. Oddíl 3.4 popisuje, jak Komise shromažďuje a hodnotí důkazy týkající se těchto různých faktorů. To neznamena, že Komise musí v každém jednotlivém případě získat důkazy o všech uvedených faktorech a posoudit je. V praxi často postačují důkazy týkající se podskupiny těchto faktorů, aby Komise mohla dospět k závěru ohledně relevantního trhu.

3.2 Důkazy k vymezení výrobních trhů

- 48) V souladu se zásadami stanovenými v oddíle 2 se Komise při vymezení relevantního trhu výrobků zaměřuje především na důkazy týkající se nahrazení poptávky, může však zohlednit i důkazy týkající se nahrazení nabídky, pokud jsou splněny příslušné podmínky stanovené v oddíle 2.2.1.2. Pro posouzení nahrazení na straně poptávky a nabídky pro účely vymezení relevantního výrobního trhu mohou být důležité níže uvedené kategorie důkazů.

3.2.1 Důkazy podstatné pro nahrazení poptávky

- 49) *Vlastnosti výrobku, ceny, zamýšlené použití a obecné preference zákazníků.* K určení škály možných náhradních výrobků, které jsou k dispozici zákazníkům dotčeného podniku či podniků, jsou obvykle užitečné důkazy o prvcích, jako jsou vlastnosti výrobku (včetně kvality výrobku nebo úrovně inovací), ceny a zamýšlené použití, jež jsou často snadno dostupné.
- 50) Posouzení toho, zda jsou výrobky podobné podle sledovaných vlastností, zda jsou jejich ceny srovnatelné⁶¹ nebo zda výrobky slouží ke stejnému zamýšlenému účelu⁶², však nemusí postačovat k rozhodnutí o tom, zda dva výrobky představují náhradu z hlediska poptávky. Důvodem je skutečnost, že tyto aspekty nemusí přesně odrážet význam vlastností výrobku pro zákazníky a to, jak by zákazníci reagovali na změny relativních podmínek nabídky, jako je například zvýšení ceny. Naopak rozdíly ve vlastnostech výrobků, jejich cenách a zamýšleném použití nemusí být vždy samy o sobě dostatečné k rozhodnutí, že dva výrobky patří na rozdílné výrobní trhy⁶³.

⁶¹ Co se týče důkazů o vývoji cen v čase, příčinou souběžných pohybů cen může být mnoho různých faktorů, které nesouvisí s nahrazením poptávky. Absence souběžných pohybů cen nebo existence rozdílných cen na druhou stranu obvykle naznačuje, že výrobky pravděpodobně nepředstavují náhrady z hlediska poptávky. Analýzy souběžných pohybů cen, včetně kvantitativních technik, jako je cenová korelace nebo analýzy stacionarity, mají proto v zásadě větší vypovídací hodnotu, pokud naznačují, že se dva výrobky nenacházejí na stejném trhu.

⁶² Komise například v minulosti vymezila samostatné trhy pro některé potraviny, přestože jsou určeny ke stejnému použití pro lidskou výživu. Ve věci M.7220 – Chiquita Brands International/Fyffes definovala Komise banány jako samostatný výrobní trh, který se liší od trhu s ostatním čerstvým ovocem (body 29–34).

⁶³ Například ve věci AT.38477 – British Airways/SN Brussels navzdory rozdílům mezi železniční a leteckou dopravou na trase mezi Brusel a Londýnem, pokud jde o charakteristiky výrobku,

- 51) Komise proto posuzuje základní důvody, proč zákazníci nahradí nebo nenahradí jeden výrobek jiným, a snaží se určit parametry, které jsou pro volbu zákazníků nejdůležitější. Kromě ceny výrobku může zákazníky při výběru ovlivnit celá řada parametrů, jako je například úroveň inovací nebo kvalita výrobku, a to různými způsoby, jak je uvedeno v bodě 12. Významné mohou být i rozdíly mezi distribučními kanály, včetně on-line a off-line kanálů⁶⁴, nebo regulační rámec⁶⁵. Určení parametrů, které jsou pro volbu zákazníků nejdůležitější, umožňuje Komisi porovnat výrobky podle těchto parametrů, což poskytuje informace pro posouzení míry jejich nahraditelnosti.
- 52) *Důkazy o nahrazování v minulosti* V některých případech mohou existovat důkazy o nahrazování různých výrobků v důsledku minulých strukturálních změn, událostí nebo šoků na trhu. Takové důkazy obvykle vypovídají o preferencích zákazníků, zejména tehdy, je-li nahrazení zapříčiněno exogenní⁶⁶ změnou relativních podmínek nabídky výrobků dotčeného podniku či podniků, jako je neočekávaný nákladový šok, nebo jinou podobnou událostí. Užitečné informace může poskytnout rovněž uvádění nových výrobků na trh, je-li možné přesně analyzovat, u kterých výrobků došlo k úbytku prodeje ve prospěch nového výrobku⁶⁷. Podobně mohou mít pro vzorce nahrazování vypovídací hodnotu i změny množství v reakci na odchod dodavatele z trhu nebo v důsledku (dočasné) nedostupnosti určitých výrobků (například kvůli výpadku výroby)⁶⁸. Komise každopádně ověřuje, zda lze mít za to, že reakce na významnou změnu, jako je úplná nedostupnost výrobku, vypovídá o reakcích na omezenější změny relativních podmínek nabídky. V některých případech mohou podniky shromažďovat příslušné informace o nahrazování poptávky i v rámci běžné činnosti. Podnik může mít například k dispozici údaje o zákaznících, o něž přišel, o zákaznících, které získal, a o totožnosti konkurentů, kteří tyto zákazníky získali/ztratili. Naproti tomu důkazy o odklonu zákazníků od určitého výrobku v důsledku faktorů, které nesouvisejí se změnami relativních podmínek

dostupné důkazy naznačovaly, že mezi jednotlivými druhy dopravy existuje hospodářská soutěž, což vedlo Komisi k závěru, že relevantní trh je širší než přímé letecké služby a zahrnuje i železniční dopravu (body 18–21 a 23).

⁶⁴ Za účelem zjištění, zda on-line a off-line prodejní kanály spadají do stejného výrobního trhu, může Komise posoudit, zda se zákazníci domnívají, že tyto kanály mají odlišné vlastnosti, například pokud jde o úroveň cen, kvalitu zákaznického servisu, dodací lhůty a logistické náklady, otevírací dobu, potřebu vyzkoušet si výrobek před nákupem a rozdíly v sortimentu výrobků nabízených oběma kanály. Viz například věc M.8394 – Essilor/Luxottica, kde Komise posuzovala, zda by měl být trh maloobchodního prodeje optických přístrojů rozdělen na on-line a off-line kanály (83.–89. a 139. bod odůvodnění).

⁶⁵ Nařízení může například vyžadovat, aby lékárníci při výdeji léků za určitých podmínek automaticky nahradili originální verzi léku levnější generickou verzí.

⁶⁶ Exogenní změnu nebo šok v podmínkách nabídky způsobují neočekávané události, které nemají přímý vliv na poptávku.

⁶⁷ Například ve věci M.5335 – Lufthansa/SN Airholding Komise posuzovala, zda letiště v Antverpách nahrazuje letiště v Bruselu. V této souvislosti Komise zvažila vstup společnosti VLM Airlines na trasu Antverpy – Manchester, která konkuruje letům společnosti SN na trase Brusel – Manchester (viz body 96 a 100–101).

⁶⁸ Například ve věci M.6576 – Munksjö/Ahlstrom Komise při posuzování relevantního výrobního trhu s předem impregnovaným papírem vzala v úvahu skutečnost, že konkurent přestal předem impregnovaný papír vyrábět, a posoudila totožnost konkurentů, kteří získali jeho zákazníky (viz bod 189).

nabídky, mají pro nahrazení poptávky menší vypovídací hodnotu, neboť tyto posuny mohou spíše odrážet migraci výrobků, konkrétně změny ve vzorcích spotřeby a preferencích v průběhu času⁶⁹.

- 53) Je-li k dispozici dostatek údajů o nahrazování v minulosti, může být možné odvodit kvantitativní míry nahraditelnosti různých výrobků. Lze například odvodit míry odklonu mezi kandidátskými náhradními výrobky, tj. vypočítat podíl objemu, který ztratil výrobek, u něhož došlo k odklonu k jednotlivým kandidátským náhradním výrobkům, nebo odhadnout vlastní cenové elasticity a křížové cenové elasticity⁷⁰ u poptávky po výrobku pomocí ekonometrických technik^{71,72}. Aby byly tyto kvantitativní důkazy spolehlivé, musí být dostatečně silné.
- 54) *Důkazy o hypotetickém nahrazení.* Komise může vycházet rovněž z informací o tom, jak budou zákazníci pravděpodobně reagovat na hypotetické změny relativních podmínek nabídky („hypotetické nahrazení“). Zdůvodněné odpovědi zákazníků a konkurentů týkající se takového hypotetického nahrazení mohou poskytnout informace pro určení náhradních výrobků. V některých případech mohou být důkazy o hypotetickém nahrazení získány také z průzkumů reprezentativního vzorku zákazníků. V určitých případech mohou důkazy o hypotetickém nahrazení představovat jediný dostupný přímý důkaz o nahraditelnosti, například tehdy, je-li třeba provést posouzení zaměřené do budoucnosti. Nicméně důkazy o hypotetickém nahrazení mohou být méně spolehlivé než důkazy o skutečném nahrazení, neboť hypotetické nahrazení poptávky nemá pro zákazníky žádné skutečné důsledky. Zejména názory účastníků trhu týkající se pravděpodobnosti nebo rozsahu hypotetického přechodu na alternativní výrobek nemusí být dostatečně spolehlivé, úplné nebo přesné, aby Komisi umožnily odhadnout vlastní cenovou elasticitu poptávky. Jedná se však o posouzení v každém jednotlivém případě, jež závisí na síle dostupných důkazů.

⁶⁹ Například ve věci M.6576 – Munksjö/Ahlstrom Komise zjistila, že pozorovaný odklon od standardního dekorativního papíru k předem impregnovanému papíru v nábytkářském průmyslu byl do značné míry způsoben strategickými investičními rozhodnutími velkého zákazníka na nižší úrovni hodnotového řetězce, a nebyl tedy určen ani zesílen krátkodobými změnami relativních cen předem impregnovaného papíru (viz bod 248).

⁷⁰ Vlastní cenová elasticita poptávky po výrobku X představuje míru reakce poptávky po výrobku X (tj. očekávaná procentní změna poptávaného množství) na jednocentní změnu ceny výrobku X. Křížová elasticita mezi výrobky X a Y představuje reakci poptávky po výrobku X na jednocentní změnu ceny výrobku Y.

⁷¹ Například ve věci M.5658 – Unilever/Sara Lee použila Komise ekonometrické odhady elasticity poptávky odvozené z údajů ze čteček čárových kódů, aby provedla test SSNIP za účelem zjištění, zda se pánské deodoranty a jiné deodoranty nacházejí na stejném relevantním výrobovém trhu.

Komise může použít důkazy o nahrazování v minulosti nejen k vymezení trhů, nýbrž také k posouzení z hlediska hospodářské soutěže, zejména k určení, zda jsou dotčené podniky vzájemně blízkými konkurenty, nebo ke kvantitativnímu posouzení pravděpodobných účinků; viz například věc M.8792, T-Mobile NL/Tele2 NL (body 704–720 a 798–823).

⁷² Důkazy o míře odklonu nebo (křížové cenové) elasticitě poptávky mohou být důležité při určování dalších nejbližších náhrad, které je třeba zvážit za účelem zařazení na kandidátský trh, a pro použití testu SSNIP. Vysoké míry odklonu nebo křížové cenové elasticity směrem k výrobkům mimo kandidátský trh však nutně neznamenají, že relevantní trh zahrnuje i tyto výrobky.

- 55) V rychle se vyvíjejících odvětvích, především v odvětvích, která se vyznačují rychlým technologickým pokrokem, mohou nové nebo nově vyvinuté výrobky nebo procesy, stejně jako technologické nebo regulační změny vést ke strukturálním změnám trhu, jež ovlivňují stávající dynamiku hospodářské soutěže a obecné reakce na relativní podmínky nabídky. V takových případech může Komise zohlednit očekávané změny v možnostech nahrazení, které vyplývají ze změny dynamiky hospodářské soutěže, a to za podmínek stanovených v bodě 16.
- 56) *Důkazy o konkurenčních tlacích na základě názorů odvětví.* Podniky obvykle sledují hospodářskou soutěž v rámci běžné činnosti. Tuto soutěž mohou sledovat také oborová sdružení nebo odborníci. Ačkoli tyto názory odvětví na hranice trhu nemusí nutně odpovídat pojmu „relevantní trh“ ve smyslu práva Unie v oblasti hospodářské soutěže, informace o tom, které podniky se navzájem považují za (blízké) konkurenty, jakož i názory ostatních účastníků trhu a odborníků z odvětví na konkurenční tlaky mohou poskytnout užitečné informace pro posouzení možností nahrazení poptávky. To platí zejména v případech, kdy uvedené důvody pro považování určitých podniků za (blízké) konkurenty odpovídají rámci Komise pro definici trhu, tj. zákazníci považují výrobky těchto podniků za náhrady.
- 57) *Překážky a náklady spojené s přechodem poptávky na potenciální náhrady.* Existují různé potenciální překážky nahrazení a náklady na změnu dodavatele. Tyto překážky a náklady mohou mít širokou škálu příčin, jako jsou smluvní závazky, náklady na vyhledání alternativních výrobků, nejistota ohledně kvality a pověsti alternativních výrobků, náklady spojené se seznámením se s jinými výrobky nebo s přizpůsobením vlastních výrobních postupů, rozpoznatelnost značky, regulační překážky nebo jiné formy státních zásahů, existence přímých a nepřímých síťových účinků⁷³, náklady na přenositelnost údajů nebo stupeň interoperability⁷⁴ s jinými výrobky.
- 58) Překážky změny dodavatele mohou vzniknout také tehdy, nemohou-li zákazníci přecházet mezi různými prodejními kanály. Například konkurenční tlaky v oblasti dodávek automobilových součástek pro trh s původním zařízením se mohou lišit od tlaků v oblasti dodávek těchto součástek pro náhradní díly, přičemž odběratelé náhradních dílů nemohou získat součástky za podmínek nabízených výrobcům původního zařízení. To může vést k vymezení dvou samostatných relevantních výrobních trhů.
- 59) *Provedení testu SSNIP.* V některých případech lze určit hranice relevantního trhu také kvantitativním posouzením toho, zda by bylo malé, ale významné, nikoli přechodné zvýšení cen pro hypotetického monopolistu ziskové⁷⁵.

⁷³ K přímým síťovým účinkům dochází tehdy, pokud hodnota výrobku získaného uživatelem kolísá (buď přímo, nebo nepřímo) se změnou počtu uživatelů tohoto výrobku. Nepřímé síťové účinky se projevují tehdy, ovlivňuje-li změna počtu uživatelů výrobku poptávku po doplňkovém výrobku, což má za následek kolísání hodnoty prvního výrobku.

⁷⁴ Tak tomu bude například v případě, kdy určitá podskupina výrobků nefunguje ve spojení s jiným výrobkem, takže změna výrobku znamená pro zákazníky dodatečné náklady.

⁷⁵ Komise použila test SSNIP ve věci M.5658 – Unilever/Sara Lee, body 92–94 a oddíl 5.3 technické přílohy.

Příkladem provedení testu SSNIP je „analýza kritických ztrát“⁷⁶. Analýza kritických ztrát obvykle zahrnuje stanovení maximální ztráty objemu prodeje, k níž může dojít po malém, ale významném, nikoli přechodném zvýšení cen výrobků na kandidátském trhu, aby takové zvýšení ceny zůstalo pro hypotetického monopolistu ziskové. Tato „kritická ztráta“ se pak porovná s odhadem pravděpodobné skutečné ztráty objemu prodeje v důsledku zvýšení ceny. Je-li kritická ztráta vyšší než pravděpodobná skutečná ztráta, bude malé, ale významné, nikoli přechodné zvýšení cen ziskové, což naznačuje, že relevantní výrobní trh tvoří výrobky na kandidátském trhu. V opačném případě bude možná nutné kandidátský trh rozšířit. Specifika analýzy, kterou je třeba provést, závisejí na konkrétních okolnostech každého případu. Při posuzování analýzy kritických ztrát bere Komise v úvahu rovněž skutečnost, že vysoké zjištěné procentuální ziskové rozpětí nejenže znamená nízkou kritickou ztrátu, nýbrž může také naznačovat, že skutečná elasticita poptávky (a tudíž skutečná ztráta) je pravděpodobně nízká, a naopak⁷⁷.

3.2.2 Důkazy podstatné pro nahrazení nabídky

- 60) *Důkazy o nahrazování v minulosti.* Při posuzování nahrazení nabídky může Komise zvážit důkazy podniků, které se týkají existence nadbytečné kapacity a jejich schopnosti a motivace v krátké době změnit výrobu a nabídku. Zvláště důležité jsou důkazy o dřívějším přesunu výroby nebo nabídky na dané výrobky v reakci na exogenní změny v podmínkách nabídky nebo poptávky. Pokud naopak chybí důkazy o nahrazení nabídky v minulosti, může Komise považovat za méně pravděpodobné, že by účinek takového nahrazení byl rovnocenný účinku nahrazení poptávky, pokud jde o účinnost a bezprostřednost.
- 61) *Překážky a náklady spojené se změnou nabídky.* Při posuzování možnosti rozšíření trhu na základě nahrazení nabídky zvažuje Komise řadu překážek a nákladů. Bere v úvahu například to, zda podniky musí při změně výroby nebo nabídky vynaložit zvláštní kapitálové investice nebo zvláštní investice do výrobních procesů, vzdělávání a lidského kapitálu, zavedení značky nebo rozpoznání názvu, přístupu k údajům, náklady na reorganizaci nebo jiné investice. Důležité mohou být také informace o existenci právních nebo administrativních překážek, například nutnost vlastnit určitou licenci, nebo překážek strategické povahy, jež mohou ovlivnit změnu výroby nebo nabídky, jako jsou smluvní vazby nebo dohody o výlučnosti. Komise analyzuje také pobídky podniků ke změně výroby nebo nabídky, včetně toho, zda by taková změna vedla ke ztrátě prodeje jiných výrobků, a jejich ochotu provést změnu. Jak je objasněno v bodě (39), nejsou-li takové překážky nebo náklady zanedbatelné, zohlední Komise v rámci posouzení z hlediska hospodářské soutěže konkurenční tlaky (pokud existují), které tyto podniky vyvíjejí, namísto rozšíření relevantního trhu.

⁷⁶ Viz například věc M.9076 – Novelis/Aleris, příloha I, oddíl 2.1.2. Komise použila analýzu kritických ztrát rovněž ve věci M.4734 – Ineos/Kerling, nakonec však zjistila, že výsledky nejsou průkazné, body 95–105.

⁷⁷ Pokud jsou zjištěná procentuální zisková rozpětí vysoká, vede ztráta objemu k relativně vysoké ztrátě zisku ze ztracených objemů. Z toho vyplývá, že v případě nízké „kritické ztráty“ objemu se hypotetickému monopolistovi zvýšení ceny nevyplatí. Vysoké zjištěné ziskové rozpětí může na druhou stranu znamenat, že pravděpodobná skutečná ztráta je také relativně nízká, neboť jinak by podniky nezvyšovaly ceny na zjištěnou úroveň a považovaly by za výhodné ceny snížit.

3.3 Důkazy k vymezení zeměpisných trhů

- 62) Komise je obvykle schopna na základě předběžných informací o nákupním chování a preferencích odběratelů příslušných výrobků zaujmout předběžný názor na to, zda je kandidátský zeměpisný trh místní, vnitrostátní, regionální, trh zahrnující celý EHP⁷⁸, širší než EHP nebo celosvětový. Komise poté zkoumá, zda jsou podmínky hospodářské soutěže na celém kandidátském trhu dostatečně homogenní a zda lze kandidátský trh odlišit od jiných oblastí, jelikož se podmínky hospodářské soutěže v těchto oblastech výrazně liší.
- 63) Pro posouzení relevantního zeměpisného trhu mohou být důležité níže uvedené kategorie důkazů.
- 64) *Určení dostupných dodavatelů, podílů na trhu a cen.* Mají-li zákazníci v různých zeměpisných oblastech přístup ke stejným skutečným a potenciálním dodavatelům a mají-li tyto dodavatele v různých oblastech podobné podíly na trhu, je to obvykle první známkou toho, že podmínky hospodářské soutěže jsou dostatečně homogenní, aby bylo možné tyto oblasti zahrnout na stejný relevantní zeměpisný trh. Naopak, pokud se podíly těchto dodavatelů na trhu v různých oblastech výrazně liší, obvykle to svědčí o tom, že podmínky hospodářské soutěže v těchto oblastech dostatečně homogenní nejsou.
- 65) Podíly na trhu však samy o sobě nemusí postačovat k určení toho, zda jsou podmínky hospodářské soutěže dostatečně homogenní. Podniky mohou mít například na svých domácích trzích vysoké podíly díky svému významu v minulosti, a naopak homogenní přítomnost podniků v celém EHP může být v souladu s vnitrostátními nebo regionálními zeměpisnými trhy.
- 66) Užitečné důkazy může poskytnout rovněž předběžná analýza cen a cenových rozdílů. Obecně lze očekávat, že homogenní podmínky hospodářské soutěže v různých oblastech povedou k podobným úrovním cen stejných výrobků. Takováto podobnost může být také výsledkem fungující arbitráže mezi různými oblastmi, tj. procesu, kdy vyšší ceny v jedné oblasti mohou vést arbitrážery k nákupu v oblasti s nízkou cenou a dalšímu prodeji v oblasti s vysokou cenou, dokud se ceny nesblíží natolik, že se taková arbitráž stane nerentabilní. Analýzy cenových hladin jsou však samy o sobě pro vymezení zeměpisného trhu jen ojediněle rozhodující⁷⁹.
- 67) Komise proto zkoumá důvody, které stojí za konkrétním uspořádáním podílů na trhu nebo cen, a posuzuje i další ukazatele.

⁷⁸ Pro praktické účely Komise jako pracovní předpoklad obvykle posuzuje trhy na úrovni celého EHP, jestliže existují silné náznaky, že trhy jsou širší než vnitrostátní a užší než celosvětové.

⁷⁹ To platí i pro kvantitativní techniky hodnocení souběžných cenových pohybů, jako jsou například analýzy cenové korelace nebo stacionarity. Jak je uvedeno v poznámce pod čarou č. 61, souběžný pohyb cen může způsobit mnoho různých faktorů, jiných než fungující arbitráž. Takovéto souběžné cenové pohyby by proto mohly nesprávně naznačovat, že dvě oblasti patří na stejný relevantní zeměpisný trh, ačkoli podmínky hospodářské soutěže v těchto oblastech nejsou dostatečně homogenní. Neexistence souběžného cenového pohybu na druhou stranu obvykle naznačuje, že podmínky hospodářské soutěže nejsou dostatečně homogenní. Analýza souběžných cenových pohybů má proto v zásadě větší vypovídací hodnotu, pokud ukazuje, že se různé oblasti nenacházejí na stejném trhu.

- 68) *Preference zákazníků a nákupní chování.* Rozdíly v kultuře, jazyce, životním stylu, demografii nebo socioekonomickém zázemí mohou vést k místním, vnitrostátním nebo regionálním preferencím určitých výrobků nebo značek⁸⁰. To může ovlivnit soutěžní postavení různých podniků v různých oblastech. Rozdíly v preferencích zákazníků v různých oblastech pravděpodobně vyústí v rozdíly v nákupním chování, a mají proto velký potenciál omezit zeměpisný rozsah trhu.
- 69) Pokud se zejména soubor výrobků, které zákazníci považují za náhrady výrobků dotčeného podniku či podniků, v jednotlivých zeměpisných oblastech liší, je to obvykle jasnou známkou toho, že podmínky hospodářské soutěže nejsou dostatečně homogenní, aby tyto oblasti patřily na stejný zeměpisný trh.
- 70) Přezkoumání stávající zeměpisné struktury nákupů zákazníků může poskytnout užitečné informace o podobnostech nebo rozdílech v preferencích zákazníků a podmínkách hospodářské soutěže. Mají-li například zákazníci v celém EHP přístup ke stejným dodavatelům za podobných podmínek bez ohledu na místo, kde se nacházejí, například pokud nakupují od podniků nacházejících se kdekoli v EHP za podobných podmínek nebo si obstarávají dodávky prostřednictvím nabídkových řízení, v nichž je oslovena a nabídky podává stejná skupina podniků, je pravděpodobné, že se za zeměpisný trh považuje trh zahrnující celý EHP⁸¹. Jestliže mají obdobně zákazníci na celém světě přístup ke stejným dodavatelům za podobných podmínek bez ohledu na to, kde se nacházejí, je pravděpodobné, že relevantní zeměpisný trh je celosvětový^{82,83}.

⁸⁰ Například ve věci AT.39740 – Google search (Shopping) definovala Komise trh obecného vyhledávání kvůli jazykovým preferencím jako vnitrostátní, přestože tyto služby jsou dostupné uživatelům kdekoli na světě (viz body 253–254). Ve věci M.7220 – Chiquita/Fyffes Komise sice uznala, že dodávky banánů pocházejí převážně ze zemí mimo EHP, na základě vnitrostátních preferencí však vymezila trh na vnitrostátní úrovni (viz body 119–131). To také dokládá, že přítomnost jednoho dodavatele nebo stejných dodavatelů v EHP nebo na celém světě může být v souladu se zeměpisnými trhy vymezenými na vnitrostátní úrovni, jak je vysvětleno v bodě 65.

⁸¹ Příklady existují v souvislosti s trhy výroby a dodávek základních kovových výrobků, jako je hliník nebo ocel. Ve věci M.9076 – Novelis/Aleris šetření Komise potvrdilo, že zákazníci běžně upřednostňovali odběr hliníkových plechů pro karoserie automobilů od dodavatelů z EHP, a relevantní zeměpisný trh s hliníkovými plechy pro karoserie automobilů byl vymezen jako trh zahrnující celý EHP. Na trzích s hotovými plochými výrobky z uhlíkové oceli, například ve věcech M.8444 – ArcelorMittal/Ilva a M.8713 – Tata Steel/ThyssenKrupp/JV, byl za relevantní zeměpisný trh považován trh zahrnující celý EHP se zeměpisným odlišením v rámci EHP (jak bylo nověji potvrzeno rozsudkem Tribunálu ze dne 22. června 2022 ve věci thyssenkrupp v. Komise, T-584/19, EU:T:2022:386, body 145–258). Trh byl definován jako trh zahrnující celý EHP také v případě žáruvzdorných výrobků, mimo jiné kvůli silné společné preferenci zákazníků odebírat výrobky od dodavatelů z EHP – viz věc M.8286 – RHI/Magnesia Refratarios, body 55–57 a 61.

⁸² Například na trzích pro civilní letecké použití si zákazníci pořizují originální vybavení letadel a letecké systémy a součásti od stejných dodavatelů po celém světě a Komise zjistila, že relevantní zeměpisný trh pro tyto výrobky je celosvětový, například ve věci M.8658 – UTC/Rockwell Collins, body 204–205 a 207; věci M.8425 – Safran/Zodiac Aerospace, bod 298; věci M.8948 – Spirit/Asco, body 37–38.

⁸³ Komise může vymezit rovněž celosvětový trh s vyloučením pouze určitých oblastí s odlišnými podmínkami hospodářské soutěže, jako například ve věci M.7278 – General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), popsané v poznámce pod čarou č. 58. Obdobně ve věci M. 8677 – Siemens / Alstom Komise konstatovala, že relevantní zeměpisný trh pro vysokorychlostní vlaky i vlaky pro velmi vysokou rychlost může být celosvětový, vyjma Číny, Jižní Koreje a Japonska, jelikož v těchto třech zemích existují pro zahraniční dodavatele nepřekonatelné překážky vstupu (viz bod 133). Viz také věc M.6541 – Glencore/Xstrata, v níž Komise posuzovala potenciální zeměpisné trhy definované jako celosvětové s výjimkou Číny, neboť vývoz z Číny byl omezený, jelikož analytici

- 71) *Překážky a náklady spojené s dodávkami zákazníkům v různých oblastech.* Komise posuzuje, zda jsou dodavatelé schopni a ochotni nabízet své výrobky za konkurenčních podmínek na celém kandidátském trhu, nebo zda existují překážky či náklady, které znamenají, že pro dodavatele nejsou dodávky zákazníkům v oblastech, které v současnosti neobsluhuje, za konkurenčních podmínek možné nebo atraktivní. Toto posouzení zahrnuje zkoumání, zda preference zákazníků vyžadují, aby za účelem prodeje na celém kandidátském trhu měli dodavatelé místní přítomnost nebo přístup k distribuční síti či příslušným distribučním kanálům. Zahrnuje také zkoumání regulačního rámce, konkrétně všech typů překážek vytvořených státními opatřeními, jež mohou ovlivnit dodavatele z jiných oblastí. Mezi tyto překážky mohou patřit pravidla pro zadávání veřejných zakázek, veřejné dotace, cenová regulace, kvóty a cla omezující obchod nebo výrobu, technické normy, jazykové požadavky, právní monopoly, omezení svobody usazování, požadavky na správní schválení (například licence a povolení) nebo jiná konkrétní regulace daného odvětví. Tyto překážky mohou účinně omezit míru, do jaké jsou dodavatelé v určité zeměpisné oblasti vystaveni konkurenčnímu tlaku ze strany dodavatelů usazených mimo tuto oblast, a vést tak k rozdílům v podmínkách hospodářské soutěže. Stejně překážky mohou bránit rovněž zákazníkům v nákupu od dodavatelů z různých oblastí.
- 72) Naopak regulační rámec, zejména harmonizace právních předpisů, například na úrovni Unie nebo na celosvětové úrovni, může snížit překážky obchodu a naznačit, že zeměpisné trhy jsou širší nebo budou pravděpodobně širší v budoucnu. Komise při vymezení zeměpisných trhů bere v úvahu proces integrace trhu. V případě odstranění regulačních překážek Komise posuzuje příslušné důkazy, které naznačují strukturální změny trhu, například pokud jde o ceny, podíly na trhu nebo obchodní modely.
- 73) *Faktory související se vzdáleností, náklady na dopravu a spádové oblasti.* Na některých trzích může soutěžní postavení dodavatelů záviset na vzdálenosti mezi jednotlivými dodavateli a zákazníky. Například u některých výrobků mohou významnou část nákladů představovat náklady na dopravu, což může dodavatele, kteří se nacházejí ve větší vzdálenosti od zákazníka, výrazně znevýhodnit v hospodářské soutěži oproti dodavatelům, kteří se nacházejí blíže k zákazníkovi. Podobný vliv mohou mít i další faktory, jako je bezpečnost dodávek, udržitelnost, omezená trvanlivost výrobku nebo jeho dostupnost. Na spotřebitelských trzích může být navíc důležitým faktorem dojezdová vzdálenost nebo časová náročnost cesty k dodavateli. Typicky se jedná například o letiště, supermarkety nebo čerpací stanice.
- 74) V těchto případech budou trhy pravděpodobně zeměpisně odlišené v tom smyslu, že se podmínky hospodářské soutěže mění v závislosti na vzdálenosti mezi jednotlivými dodavateli a zákazníky. Za této situace může Komise vymezit zeměpisné trhy na základě spádových oblastí, které odrážejí vzdálenost, v níž se zákazníci a dodavatelé obvykle nacházejí. Spádové oblasti mohou být vymezeny kolem zákazníků nebo kolem dodavatelů, v závislosti na konkrétních okolnostech případu. Ačkoli je často vhodnější posoudit podmínky hospodářské

odvětví uváděli údaje pro Čínu a zbytek světa odděleně a protože takové rozdělení podporovala řada účastníků trhu (viz body 43–45).

soutěže v místech, kde se nacházejí zákazníci, nemusí být vždy možné vymezit spádové oblasti kolem míst zákazníků, například z toho důvodu, že zákazník je mnoho a jsou rozptýleni, nebo neexistují informace o místech, kde se nacházejí zákazníci konkurentů. Pro praktické účely proto může Komise vymezit spádové oblasti kolem míst dodavatelů⁸⁴. Spádové oblasti se obvykle vyměřují buď z hlediska dojezdové vzdálenosti, nebo cestovní doby zákazníků (v takovém případě se nazývají izochrony), nebo z hlediska dojezdové vzdálenosti nebo cestovní doby od místa, v němž se uskutečňuje určitý podíl prodeje. Velikost spádových oblastí by měla být reprezentativní pro nákupní zvyklosti většiny zákazníků, což lze určit na základě skutečného rozložení dodacích nebo cestovních vzdáleností nebo doby a/nebo lze vycházet z názorů účastníků trhu. Na tomto základě Komise obvykle považuje za výchozí bod spádové oblasti pokrývající 80 % prodeje nebo zákazníků⁸⁵. S ohledem na provádění analýz citlivosti nebo zohlednění specifických tržních aspektů může Komise vycházet i z alternativních možností. Komise například definovala zeměpisné trhy také na základě spádových oblastí pokrývajících 70 % a/nebo 90 % prodeje⁸⁶.

- 75) *Obchodní toky a schémata dodávek.* Analýza schémat a vývoje dodávek a obchodních toků a faktorů, které tyto toky ovlivňují, může naznačit neexistenci či existenci překážek. Reakce těchto toků na změny relativních podmínek nabídky může také naznačovat míru konkurenčního tlaku, který na dotčený podnik nebo podniky vyvíjejí dodavatelé nacházející se mimo kandidátský zeměpisný trh. V některých případech může být možné tento tlak kvantifikovat, například pomocí ekonometrického odhadu elasticity dovozu nebo prostřednictvím studií událostí, které prokazují reakci dovozu na změny cen⁸⁷. Samotná existence obchodních toků nebo jejich reakce na změny relativních podmínek nabídky však nutně neznamená, že podmínky hospodářské soutěže v oblasti, z níž obchodní toky pocházejí, jsou dostatečně homogenní s podmínkami na kandidátském zeměpisném trhu, aby bylo možné odůvodnit rozšíření relevantního zeměpisného trhu. V opačném případě (jak je objasněno v bodě 42) Komise při posuzování z hlediska hospodářské soutěže zohledňuje konkurenční tlaky (pokud existují), které vyvíjejí dovozci na dotčený podnik či podniky (včetně podílů na trhu a potenciálního budoucího rozšíření), namísto rozšíření relevantního zeměpisného trhu.

⁸⁴ V takové situaci Komise vymezila spádové oblasti rovněž kolem hypotetického zákazníka, který se nachází ve středu mezi lokalitami spojujících se stran, tj. ve středu přímky vedené mezi těmito lokalitami, viz věc M.7252 – Holcim/Lafarge (bod 73).

⁸⁵ Viz například věc M.7408 – Cargill/ADM Chocolate Business v souvislosti s trhem s průmyslovou čokoládou (body 63–78) nebo věc M.7567 – Ball/Rexam ve vztahu k trhu s nápojovými plechovkami (bod 248).

⁸⁶ Například ve věci M.7878 – Heidelberg Cement/Schwenk/Cemex Hungary/Cemex Croatia Komise shledala, že kruhové spádové oblasti představující 90 % dodávek kolem výrobních závodů stran jsou vhodnější než spádové oblasti představující 70 % dodávek (182. bod odůvodnění), uvážila však také upravené spádové oblasti založené na silničních vzdálenostech a schématech dodávek (189.–190. bod odůvodnění).

⁸⁷ Viz například věc M.6541 – Glencore/Xstrata, kde Komise posuzovala schopnost dovozu reagovat na relativní změny cen kovového zinku v EHP (viz body 141–148).

3.4 Shromažďování a vyhodnocování důkazů

- 76) Komise používá k vymezení relevantních trhů různé kategorie a zdroje důkazů a může vycházet z kvalitativních i kvantitativních informací. Určité druhy důkazů mohou být rozhodující v jednom případě, v jiných případech týkajících se jiného odvětví, jiného výrobku nebo jiných okolností však mohou mít jen omezený či nulový význam. Ve většině případů, a zejména tehdy, je-li vyžadováno podrobné posouzení, vychází Komise při rozhodování z řady faktorů, jak je uvedeno v oddílech 3.2 a 3.3, a z různých zdrojů. Komise zaujímá k empirickým důkazům otevřený přístup, jehož cílem je efektivně využít všechny dostupné informace, které mohou být v jednotlivých případech podstatné, a na základě těchto důkazů provádí celkové posouzení⁸⁸. Komise neuplatňuje pevnou hierarchii různých zdrojů informací nebo druhů důkazů⁸⁹.
- 77) Důkazy, které Komise používá k vymezení trhů, by měly být spolehlivé⁹⁰. To je pravděpodobné například v případě, že důkazy pocházejí od orgánů veřejné správy nebo jsou podloženy více zdroji, včetně účastníků trhu s protichůdnými zájmy, jako jsou dodavatelé a jejich přímí zákazníci. Komise by měla mimoto v co největší míře využívat nejnovější důkazy týkající se období, které je předmětem šetření, zejména při posuzování trhů v odvětví, které prochází změnami. Pokud daná věc vyžaduje posouzení zaměřené do budoucnosti a pokud je definice trhu založena na změnách dynamiky hospodářské soutěže v rámci zvažovaného období, musí být tyto změny doloženy spolehlivými důkazy, které s dostatečnou mírou jistoty prokazují, že se očekávané změny skutečně projeví. Důkazy mají vyšší důkazní hodnotu, pokud lze prokázat, že nemohly být ovlivněny šetřením Komise, například důkazy, které pocházejí z doby před projednáváním daného spojení nebo jednání a před zahájením šetření Komise.
- 78) Komise v případě potřeby shromažďuje důkazy nejen na základě podání dotčených podniků, nýbrž také prostřednictvím písemných žádostí o informace adresovaných účastníkům trhu a/nebo jejich výslechu. V tomto ohledu se Komise snaží získat od hlavních konkurentů a zákazníků v odvětví věcné důkazy a jejich názory na hranice výrobních a zeměpisných trhů. Komise může rovněž kontaktovat příslušná obchodní sdružení nebo sdružení zákazníků, podniky působící na předcházejících nebo souvisejících trzích a další klíčové zúčastněné strany včetně vládních orgánů nebo nevládních organizací.

⁸⁸ V rozsudku ze dne 6. července 2010 ve věci Ryanair v. Komise, T-342/07, EU:T:2010:280, v bodě 136 Tribunál uvedl: „Komisi přísluší, aby celkově vyhodnotila výsledek vyplývající ze souboru důkazů použitého k hodnocení situace hospodářské soutěže. V tomto ohledu je možné, aby byly některé skutečnosti upřednostněny a jiné nebyly zohledněny.“ Stejná úvaha platí obdobně i pro definici trhu.

⁸⁹ V rozsudku ze dne 11. ledna 2017 ve věci Topps Europe v. Komise, T-699/14, EU:T:2017:2, v bodě 82 Tribunál konstatoval: „definice relevantního trhu nevyžaduje, aby Komise uplatňovala pevnou hierarchii různých zdrojů informací nebo druhů důkazů.“ To bylo potvrzeno v rozsudku Tribunálu ze dne 22. června 2022 ve věci thyssenkrupp v. Komise, T-584/19, EU:T:2022:386, v bodech 78 a 156.

⁹⁰ Pokud jde o důkazní hodnotu různých důkazů, jediným kritériem pro hodnocení předložených důkazů je jejich hodnověrnost (viz například rozsudek ze dne 13. září 2013 ve věci Total Raffinage Marketing v. Komise, T-566/08, EU:T:2013:423, bod 43). V tomto ohledu hraje roli povaha daného postupu. Pokud jde konkrétně o kontrolu spojování podniků, judikatura soudů EU stanoví, že vzhledem k požadavku na rychlost a ke striktním lhůtám, které jsou pro Komisi závazné, nemůže být Komise povinna ověřovat všechny informace, které obdrží, neexistují-li náznaky nepřesnosti poskytnutých informací. Viz rozsudek ze dne 20. října 2021 ve věci Polskie Linie Lotnicze „LOT“ v. Komise, T-240/18, EU:T:2021:723, body 87 a 88, a citovaná judikatura.

- 79) Za účelem vymezení relevantního trhu si Komise může vyžádat rovněž interní dokumenty od příslušných subjektů, zejména od dotčených podniků. Interní dokumenty jsou obzvláště důležité, pokud byly vypracovány v rámci běžné činnosti, na rozdíl od dokumentů vyhotovených s ohledem na šetření Komise nebo v jeho průběhu, neboť mohou lépe odrazet názory těchto podniků na trh nebo trhy. Může se jednat o marketingové studie, které si podniky nechaly vypracovat v minulosti, aby mohly rozhodnout například o stanovení cen svých výrobků nebo o marketingových opatřeních. Za účelem zjištění, zda ekonomicky významná část zákazníků považuje dva výrobky za vzájemně nahraditelné, lze zohlednit průzkumy mezi zákazníky týkající se způsobů používání a jejich postojů, údaje o nákupních zvyklostech zákazníků, názory dodavatelů a studie průzkumu trhu předložené dotčenými podniky a jejich konkurenty. Sílu konkurenčních tlaků uplatňovaných různými konkurenčními podniky mohou naznačovat rovněž důkazy prokazující, že podnik sleduje chování některých konkurentů, nebo strategické dokumenty, na něž se podnik spoléhá při přijímání obchodních rozhodnutí, jako jsou obchodní plány nebo hodnocení silných a slabých stránek, příležitostí nebo hrozeb⁹¹.
- 80) V některých případech mohou užitečné informace o relevantním trhu poskytnout *ad hoc* průzkumy reprezentativního vzorku zákazníků nebo dodavatelů⁹². Komise může rozhodnout o provedení nebo zadání průzkumu v konkrétním případě v závislosti na dané otázce, na důkazech dostupných z jiných zdrojů a s ohledem na administrativní omezení, jako je časový rámec šetření. Průzkumy musí být pečlivě navrženy tak, aby získaly smysluplné odpovědi od populace, která je předmětem zájmu. V zásadě je například vhodnější ptát se na nedávná minulá rozhodnutí než na hypotetická rozhodnutí; otázky by měly být jasné a neměly by vést k určité odpovědi a škála poskytnutých možností odpovědi by měla být dostatečně rozsáhlá.
- 81) Komise může vycházet rovněž z veřejných informací, zpráv o trhu nebo odvětví, jakož i ze statistik trhu nebo ekonomických studií, včetně studií externích poradců dotčeného podniku nebo podniků⁹³. Ve věcech týkajících se regulovaných trhů, mimo jiné například v odvětví telekomunikací, energetiky nebo zdravotnictví, si Komise může vyžádat také údaje a stanoviska regulačních orgánů v jednotlivých odvětvích.

⁹¹ Například ve věci M.7902 – Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide se Komise při konstatování, že tito dodavatelé působí na stejném trhu, opírala o skutečnost, že se spojující se strany srovnávaly s řetězci i nezávislými hotely (viz bod 28). Ve věci M.6663 – Ryanair/Aer Lingus III považovala Komise sledování cen společností Ryanair a Aer Lingus na trasách letecké přepravy cestujících za důkaz k určení toho, zda různá letiště ve stejných městech představují náhrady (viz body 98–103).

⁹² Ve věci M.4439 – Ryanair/Aer Lingus pověřila Komise nezávislého poradce, aby provedl průzkum mezi zákazníky na dublinském letišti. Komise použila výsledky tohoto průzkumu jako nepřímý důkaz za účelem posouzení, zda jsou některá letiště pro zákazníky zastupitelná (viz body 36 a 94, bod 99 odst. 9 a příloha I).

⁹³ Důležitý je také zdroj a kontext, v němž jsou tyto studie zpracovány. Zvláštní kontrole budou podrobeny zejména studie vypracované v souvislosti s konkrétním případem, neboť důkazy mají nižší důkazní hodnotu, pokud byly ovlivněny šetřením Komise.

- 82) V případě potřeby může Komise uskutečnit také neformální návštěvy nebo formální inspekce v prostorách dotčených podniků, jejich zákazníků a/nebo konkurentů, aby lépe porozuměla způsobu výroby nebo dodávek výrobků.

4. DEFINICE TRHU VE ZVLÁŠTNÍCH PŘÍPÁDECH

- 83) Tento oddíl se zabývá některými aspekty definice trhu, které jsou specifické pro určitá odvětví, sektory nebo typy trhů. Není-li v tomto oddíle uvedeno jinak, platí i nadále obecné zásady pro vymezení trhu uvedené v tomto sdělení, pokud jde o vymezení výrobního a zeměpisného trhu.

4.1 Definice trhu v případě existence podstatných rozdílů

- 84) Výrobky se mohou lišit, takže některé výrobky jsou bližšími náhradami než jiné. K odlišení může dojít na úrovni výrobku nebo zeměpisné oblasti. K odlišení výrobků dochází tehdy, pokud jsou pro výběr zákazníka podstatné vlastnosti výrobků⁹⁴, včetně designu, image značky, technických specifikací, trvanlivosti, úrovně služeb nebo jiných specifických znaků⁹⁵. K zeměpisnému odlišení dochází tehdy, ovlivňuje-li volbu zákazníka poloha jednotlivého zákazníka a dodavatele⁹⁶.
- 85) Použití zásady analýzy náhradních výrobků, které mají zákazníci skutečně k dispozici, k vymezení relevantního trhu může vést Komisi k určení samostatných relevantních trhů v rámci kontinua diferencovaných výrobků. V jiných případech může Komise vymezit poměrně široký relevantní trh, který zahrnuje diferencované výrobky⁹⁷.

⁹⁴ Viz například rozsudek ze dne 18. května 2022 ve věci Wieland-Werke v. Komise, T-251/19, EU:T:2022:296, týkající se trhu válcovaných výrobků z mědi a slitin mědi, v němž Tribunál v bodě 39 uvedl: „[...] žalobce nepopírá, že válcované výrobky nejsou homogenní výrobky, nýbrž se jedná o výrobky, které jsou rozlišeny podle velkého množství kritérií (složení, úroveň povrchové úpravy, konečné použití atd.). Každé z těchto kritérií umožňuje segmentaci celkového trhu s válcovanými výrobky, aniž by kterákoli z nich bylo a priori prvořadě nebo umožňovalo určit samostatné výrobní trhy.“

⁹⁵ Například v odvětví telekomunikací, kde mohou mít různé kategorie zákazníků různé spotřební návyky, které ovlivňují jejich výběr dodavatele. Ve věci M.8792 – T-Mobile NL/Tele2 NL dospěla Komise k závěru ohledně široké definice trhu s odlišením výrobků mezi jednotlivými skupinami zákazníků kvůli rozdílům v měsíčních výdajích, uzavření a doby trvání smlouvy, plnění smlouvy a rozdílům v potřebách zákazníků. V tomto konkrétním případě sice Komise dospěla k závěru týkajícímu se celkového maloobchodního trhu poskytování mobilních telekomunikačních služeb všem koncovým zákazníkům, přesto však konstatovala, že v souvislosti s poskytováním maloobchodních mobilních telekomunikačních služeb lze určit dvě samostatné skupiny zákazníků: soukromé zákazníky a firemní zákazníky.

⁹⁶ Ve věci M.7155 – SSAB/Rautaruukki se Komise domnívala, že důsledné zeměpisné odlišení v případě plochých výrobků z oceli, jak dokládá analýza rozdílných cen mezi severskými zeměmi, kontinentální Evropou a Spojeným královstvím, odůvodňuje posouzení dopadu spojení zaměřené na severské země (viz bod 102).

⁹⁷ V takových případech může Komise vzít při svém posouzení v úvahu dynamiku hospodářské soutěže v určitých segmentech trhu. Viz rozsudek ze dne 18. května 2022 ve věci Wieland-Werke v. Komise, T-251/19, EU:T:2022:296, týkající se trhu válcovaných výrobků z mědi a slitin mědi, v němž Tribunál v bodě 40 objasnil: „Kromě toho je třeba mít na paměti, že v kontextu diferencovaných výrobních trhů nemá existence celkového trhu vliv na možnost zjistit v některých segmentech trhu odlišnou dynamiku hospodářské soutěže.“

- 86) Jestliže jsou výrobky diferencované, mohou být podíly na trhu méně spolehlivým ukazatelem tržní síly a Komise v rámci posouzení z hlediska hospodářské soutěže obvykle analyzuje, zda jsou dotčený podnik nebo podniky a ostatní dodavatelé blízkými konkurenty. Podrobné posouzení toho, nakolik jsou dodavatelé blízkými konkurenty, z hlediska hospodářské soutěže může snížit význam podílů na trhu, a tudíž i význam definice trhu. Ačkoli je tedy definice trhu i nadále důležitým krokem, při posuzování diferencovaných trhů z hlediska hospodářské soutěže může být důležitější analýza toho, nakolik jsou dodavatelé blízkými konkurenty⁹⁸.
- 87) V některých případech může existence substitučních řetězců⁹⁹ vést Komisi k vymezení relevantních trhů, na nichž nejsou výrobky nebo okrajové oblasti trhu přímo nahraditelné¹⁰⁰. Analýza skutkových okolností provedená Komisí však obvykle vede k zamítnutí takových širších definic trhu, zejména z důvodu přerušení substitučního řetězce¹⁰¹.

4.2 Definice trhu v případě cenové diskriminace

- 88) K cenové diskriminaci dochází tehdy, jsou-li různým zákazníkům (nebo skupinám zákazníků) účtovány za stejný výrobek rozdílné ceny z důvodů, které nesouvisejí s náklady. To může vést k tomu, že pro příslušný výrobek existuje odlišná skupina zákazníků, která bude představovat užší, samostatný trh. Obvykle se tak děje při splnění tří podmínek¹⁰²: a) je možné jednoznačně určit, do které skupiny patří jednotlivý zákazník v okamžiku prodeje příslušného výrobku zákazníkovi; b) není pravděpodobné obchodování mezi zákazníky nebo arbitráž ze strany třetích osob a c) cenová diskriminace je trvalé povahy. V těchto případech se mohou podmínky hospodářské soutěže u různých skupin

⁹⁸ Komise může například posoudit intenzitu hospodářské soutěže mezi podniky tak, že se ve své analýze zaměří na podíly podniků v jednotlivých segmentech, na úroveň změny dodavatele, na cenovou úroveň nebo úroveň podílů na trhu nebo na kvantitativní ukazatele nahraditelnosti jednotlivých výrobků, jako je míra odkladu nebo odhadovaná elasticita poptávky. Příkladem takové analýzy je věc M.5658 – Unilever/Sara Lee, kde Komise zjistila, že trh s deodoranty je výrazně diferencovaný, a v rámci posouzení z hlediska hospodářské soutěže provedla kvantitativní hodnocení pravděpodobných cenových dopadů na základě odhadované elasticity poptávky. Viz také výše uvedená poznámka pod čarou č. 71.

⁹⁹ Třebaže například odběratelé výrobku A nemusí považovat výrobek C za alternativu na straně poptávky, substituční řetězec může existovat tehdy, pokud odběratelé výrobku A pokládají za náhradu výrobek B a odběratelé výrobku B považují za náhradu výrobek C. Výrobek A pak může být prostřednictvím takového substitučního řetězce nepřímě omezen konkurencí ze strany výrobku C.

¹⁰⁰ Ve věci M.9413 – Lactalis/Nuova Castelli Komise shledala, že existují důkazy o existenci substitučního řetězce v případě značkových sýrů a sýrů vlastní značky (viz bod 89) a o tom, že si vzájemně konkurují, ačkoli nemohla vyloučit, že značkové výrobky mohou primárně soutěžit na jiném trhu, a ponechala definici trhu otevřenou.

¹⁰¹ Ve věci M.5335 – Lufthansa/SN Airholding Komise odmítla existenci substitučního řetězce u různých typů letenek, jelikož to nebylo doloženo důkazy. Cenová analýza provedená Komisí ukázala, že ceny v krajních bodech údajného substitučního řetězce mají velmi rozdílnou úroveň a nejsou vzájemně závislé (viz bod 33). Ve věci M.6905 – Ineos/Solvay/JV Komise odmítla existenci překrývání mezi oblastmi dodávek hlavních dodavatelů S-PVC, jež tvoří substituční řetězec v EHP, a to na základě kvantitativní analýzy, která prokázala neexistenci arbitráže a rozdílné cenové trendy mezi různými překrývajícími se spádovými oblastmi (viz body 260–262 a 338).

¹⁰² To může platit i v případě, že tyto podmínky budou splněny až v budoucnu, například v důsledku změn podmínek hospodářské soutěže způsobených posuzovaným spojením.

zákazníků lišit, takže dané jednání nebo transakce mohou mít na jednotlivé skupiny zákazníků různé účinky. Cenová diskriminace podle místa zákazníků může být také důvodem pro vymezení relevantního zeměpisného trhu v souladu s těmito místy¹⁰³.

4.3 Definice trhu v případě významných investic do výzkumu a vývoje

- 89) Komise může zohlednit specifické faktory ve vysoce inovativních odvětvích, která se vyznačují častými a významnými investicemi do výzkumu a vývoje („VaV“).
- 90) Významným příkladem případů, kdy může Komise uplatnit tento přístup, jsou tzv. výrobky ve stadiu vývoje. Ačkoli tyto výrobky ještě nemusí být zákazníkům k dispozici, proces výzkumu a vývoje může být dostatečně zřejmý, aby bylo možné určit trh, na který budou tyto výrobky pravděpodobně patřit, bude-li vývoj úspěšně dokončen a výrobky uvedeny na trh. Komise může konstatovat, že tyto výrobky ve stadiu vývoje patří na stávající relevantní výrobní a zeměpisný trh¹⁰⁴, nebo na nový trh, který je omezen na výrobky ve stadiu vývoje a jejich náhrady¹⁰⁵ a který zahrnuje oblasti, kde se budou tyto výrobky pravděpodobně prodávat. Při určování relevantního trhu hraje zvláštní úlohu zamýšlené použití výrobku ve stadiu vývoje a jeho předpokládaná nahraditelnost jinými výrobky.
- 91) Naopak v některých případech nemusí proces výzkumu a vývoje úzce souviset s žádným konkrétním výrobkem¹⁰⁶, nýbrž je spojen s dřívějšími fázemi výzkumu, které mohou sloužit více účelům nebo ještě nemusí být zaměřeny na žádný konkrétní cíl a které se v delším časovém horizontu mohou promítnout do různých výrobků. Ačkoli skutečnost, že se takové dřívější inovační úsilí nepromítne okamžitě do obchodovatelných výrobků, může ztěžovat určení relevantního výrobního trhu v užším slova smyslu, může být přesto důležité určit hranice, v nichž si podniky v takovémto dřívějším inovačním úsilí konkurují¹⁰⁷. Pro účely tohoto typu hodnocení mohou být pro vymezení hranic,

¹⁰³ Definice výrobního a zeměpisného trhu ovlivněné cenovou diskriminací lze doložit ve věcech M.5830 – Olympic/Aegean Airlines (viz bod 58) a M.7155 – SSAB/Rautaruukki (viz body 101–102).

¹⁰⁴ Zejména vedle výrobků se stejným zamýšleným použitím. Příslušné příklady takových hodnocení existují ve farmaceutickém průmyslu. Například ve věci M.7275 – Novartis/GlaxoSmithKline Oncology Business posuzovala Komise inhibitory BRAF a inhibitory MEK vyvíjené stranami jako součást trhu pro cílenou léčbu pokročilého melanomu, na němž již existují stávající přípravky (body 23–31).

¹⁰⁵ Zejména v případech, kdy různé podniky vyvíjejí stejné nebo srovnatelné výrobky nebo se očekává, že tyto výrobky díky svým vlastnostem výrazně změní dynamiku odvětví. Například ve věci M.9461 – AbbVie/Allergan určila Komise možný trh, který je omezený na inhibitory IL-23 pro léčbu ulcerózní kolitidy a Crohnovy choroby, přičemž žádný dodavatel v té době inhibitor IL-23 na trh neuváděl, a to zejména z důvodu slibných vlastností těchto přípravků při léčbě zmíněných onemocnění (viz body 48–54 a 56–60).

¹⁰⁶ Jak je uvedeno v poznámce pod čarou č. 9, pojem „výrobek“ zahrnuje také technologie. Tento oddíl je obzvláště důležitý rovněž pro vymezení trhů v případě existence takových technologií. Technologie mohou být licencovány nebo prodávány nezávisle na hmotném zboží nebo službě jako práva duševního vlastnictví a jako takové mohou být pro účely tohoto sdělení považovány za výrobek.

¹⁰⁷ Ve věci M.7932 – Dow/Dupont použila Komise k vymezení těchto hranic pojem „oblasti inovace“ (viz zejména oddíl 4.4).

v nichž probíhá inovační soutěž, relevantní faktory, jako je povaha a rozsah inovačního úsilí, cíle různých směrů výzkumu, specializace různých zapojených týmů nebo výsledky předchozího inovačního úsilí podniku.

- 92) Mezi procesy výzkumu a vývoje, které úzce souvisejí s určitým konkrétním výrobkem nebo výrobkem ve stadiu vývoje, a dřívějším inovačním úsilím, které s takovým výrobkem nesouvisí, může existovat kontinuum. Tak tomu může být zejména ve fázi, kdy se procesy výzkumu a vývoje stávají cílenějšími, dosud se však skládají z vícenásobných a alternativních potenciálních výsledků, které ještě nejsou dostatečně propracované, aby mohly být klasifikovány jako konkrétní výrobky ve stadiu vývoje s definovaným použitím. Posouzení definice trhu ze strany Komise se v tomto případě může blížit spíše posouzení výrobků ve stadiu vývoje nebo dřívějšího inovačního úsilí, v závislosti na tom, kde se příslušné procesy výzkumu a vývoje v rámci tohoto kontinua nacházejí.
- 93) Inovace jsou klíčovým parametrem hospodářské soutěže a budoucí vývoj výrobků je z podstaty věci značně nejistý. Komise proto může zohlednit všechny potenciální výsledky procesů výzkumu a vývoje a posoudit zejména ty scénáře, kdy by dané jednání nebo transakce významně ovlivnily hospodářskou soutěž.

4.4 Definice trhu v případě existence vícestranných platform

- 94) Vícestranné platformy podporují interakce mezi různými skupinami uživatelů, což vytváří situaci, kdy poptávka jedné skupiny uživatelů ovlivňuje poptávku ostatních skupin¹⁰⁸. Za této situace může reakce jedné skupiny na změnu podmínek nabídky ovlivnit i další skupiny, což vede ke vzniku zpětných vazeb mezi jednotlivými stranami platformy, tudíž k nepřímým síťovým účinkům¹⁰⁹. Při stanovování podmínek nabídky platformy obvykle tyto nepřímé síťové účinky mezi různými skupinami internalizují. Komise při vymezování relevantních trhů a/nebo při posuzování z hlediska hospodářské soutěže bere v potaz nepřímé síťové účinky mezi skupinami uživatelů na různých stranách platformy.
- 95) V případě vícestranných platform může Komise vymezit relevantní výrobový trh pro výrobky nabízené platformou jako celek tak, aby zahrnoval všechny skupiny nebo více skupin uživatelů¹¹⁰, nebo může vymezit samostatné relevantní výrobové trhy pro výrobky nabízené na každé straně platformy¹¹¹. V závislosti na okolnostech daného případu může být vhodnější vymezit samostatné trhy, pokud na různých stranách platformy existují významné

¹⁰⁸ Typickými příklady vícestranných platform jsou systémy platebních karet (viz věc AT.34579 – Mastercard) a platformy sponzorované reklamou (viz věc M.8124 – Microsoft/LinkedIn).

¹⁰⁹ Například zvýšení ceny na straně A platformy snižuje poptávku uživatelů na této straně. Snížení poptávky na straně A by pak ovlivnilo poptávku uživatelů na straně B, což by zase mohlo ovlivnit poptávku uživatelů na straně A (nebo na třetí straně C). Viz příklady ve věci AT.39740 – Google search (Shopping) (bod 159) a ve věci AT.40099 – Google Android (body 464, 469 a 638).

¹¹⁰ Ve věci M.8124 – Microsoft/LinkedIn Komise definovala jeden trh pro on-line náborové služby, který zahrnuje jak uchazeče o zaměstnání, tak náboráře (viz oddíl 3.7).

¹¹¹ Ve věci AT.34579 – Mastercard týkající se systémů platebních karet vymezila Komise vydávající a přijímající stranu trhu jako samostatné relevantní výrobové trhy (viz oddíly 6.2.3 a 6.2.4).

rozdíly v možnostech nahrazení. Za účelem posouzení, zda takové rozdíly existují, může Komise vzít v úvahu faktory, jako je skutečnost, zda se podniky nabízející zaměnitelné výrobky pro každou skupinu uživatelů liší, stupeň diferenciací výrobků na každé straně (nebo jeho vnímání každou skupinou uživatelů), faktory chování, jako je rozhodnutí o homingu¹¹² přijaté jednotlivými skupinami uživatelů, a povaha platformy (například zda se jedná o platformu pro provádění transakcí nebo propojování). Pokud byly pro výrobky nabízené na každé straně platformy vymezeny samostatné trhy, lze přesto při posuzování z hlediska hospodářské soutěže zohlednit síťové účinky a tlaky vyvíjené druhou stranou platformy.

- 96) V praxi může existence nepřímých síťových účinků způsobit, že posouzení možností nahrazení poptávky, a zejména použití testu SSNIP, bude náročnější než v případech, kdy taková vzájemná závislost poptávky mezi skupinami uživatelů neexistuje.
- 97) Vícestranné platformy často dodávají určité skupině uživatelů výrobek za nulovou peněžní hodnotu, aby přilákaly uživatele k výrobkům nabízeným na ostatních stranách platformy a zpeněžily své výrobky na těchto stranách. Nulové peněžní hodnoty jsou nedílnou součástí obchodní strategie vícestranných platform, takže skutečnost, že je určitý výrobek dodáván za nulovou peněžní hodnotu, neznamena, že pro tento výrobek neexistuje relevantní trh.
- 98) V takových případech jsou pro posouzení náhrady obzvláště důležité zejména necenové prvky. Komise se zaměřuje na prvky, jako jsou funkce výrobku¹¹³, zamýšlené použití¹¹⁴, důkazy o hypotetickém nahrazení a o konkurenčních tlacích na základě názorů odvětví¹¹⁵, překážky nebo náklady související se změnou, jako je interoperabilita s jinými výrobky a licenční prvky¹¹⁶. Komise může rovněž zvážit alternativy k rámci SSNIP, a to posouzením chování zákazníků při změně dodavatele v reakci na malé, ale významné, nikoli přechodné snížení kvality („SSNDQ“)¹¹⁷.

4.5 Definice trhu v případě existence následných trhů, balíčků a digitálních ekosystémů

- 99) Za určitých okolností vede spotřeba výrobku dlouhodobé spotřeby (primárního výrobku) ke spotřebě jiného souvisejícího výrobku (sekundárního výrobku) (to se často nazývá „následným trhem“). Za těchto okolností Komise při

¹¹² To se vztahuje na rozhodnutí uživatelů používat pro daný výrobek jednu platformu (single-homing) nebo používat pro stejný výrobek souběžně více platform (multiple-homing).

¹¹³ Viz například definice trhu komunikačních služeb pro spotřebitele a služeb sociálních sítí ve věci M.7217 – Facebook/WhatsApp (body 24–33 a 51–61).

¹¹⁴ Viz například definice trhu služeb obecného vyhledávání ve věci AT.39740 – Google Search (Shopping) (body 163–183).

¹¹⁵ Viz například definice trhu služeb profesionálních sociálních sítí ve věci M.8124 – Microsoft/LinkedIn (body 106–110).

¹¹⁶ Viz například věc AT.40099 – Google Android, a zejména definice trhu pro obchody s aplikacemi pro Android (body 284–305) a licencované operační systémy pro chytrá mobilní zařízení (bod 239).

¹¹⁷ Pokud jde o příklad takového posouzení malého, ale významného, nikoli přechodného snížení kvality, viz poznámka pod čarou č. 47.

vymezování relevantních trhů pro primární a sekundární výrobky a/nebo při posuzování z hlediska hospodářské soutěže zohledňuje také konkurenční tlaky vyplývající z tržních podmínek na příslušných propojených trzích.

- 100) V případě primárních a sekundárních výrobků existují obecně tři možné způsoby vymezení relevantních výrobních trhů, a to: i) jako systémový trh zahrnující primární i sekundární výrobek¹¹⁸; ii) jako více trhů, a to trh pro primární výrobek a samostatné trhy pro sekundární výrobky spojené s každou značkou primárního výrobku¹¹⁹, nebo iii) jako dvojí trhy, a to trh primárního výrobku na jedné straně a trh sekundárního výrobku na straně druhé¹²⁰.
- 101) Definice systémového trhu může být vhodnější: i) čím pravděpodobnější je, že zákazníci při nákupu primárního výrobku zohlední náklady na celou dobu životnosti; ii) čím vyšší jsou výdaje na sekundární výrobek či výrobky (nebo jejich hodnota) ve srovnání s výdaji na primární výrobek (nebo jeho hodnotou); iii) čím vyšší je míra nahraditelnosti mezi primárními výrobky a čím nižší jsou náklady na přechod mezi primárními výrobky a iv) pokud neexistují dodavatelé specializovaní pouze na sekundární výrobek či výrobky, nebo je jich málo¹²¹. Jsou-li tyto okolnosti méně pravděpodobné, může být vhodnější definovat dvojí trhy nebo více trhů, a to především v závislosti na míře nahraditelnosti mezi sekundárními výrobky různých dodavatelů. Jsou-li například sekundární výrobky různých dodavatelů kompatibilní se všemi primárními výrobky nebo jejich většinou, může být vhodnější definice dvojích trhů, zatímco v případě, kdy jsou zákazníci primárního výrobku vázáni na používání pouze omezeného souboru sekundárních výrobků, může být vhodnější definice více trhů.
- 102) V jiných případech, kdy sice spotřeba jednoho nebo více výrobků není závislá na primárním výrobku, mohou zákazníci přesto upřednostňovat spotřebu několika výrobků společně jako balíček. Za těchto okolností může Komise přezkoumat, zda balíček představuje relevantní výrobní trh odlišný od jednotlivých výrobků¹²².
- 103) Digitální ekosystémy lze za určitých okolností chápat tak, že sestávají z primárního základního výrobku a několika sekundárních (digitálních) výrobků, jejichž spotřeba je s tímto základním výrobkem propojena například technologickými vazbami nebo interoperabilitou¹²³. Při posuzování digitálních

¹¹⁸ Ve věci M.7278 – General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) definovala Komise trh pro prodej plynových turbín a následný servis (viz oddíl 7.2.3.3).

¹¹⁹ Ve věci AT.39097 – Opravy hodinek vymezila Komise několik samostatných trhů s náhradními díly, z nichž každý byl spojen s určitou značkou hodinek (viz body 86–91).

¹²⁰ Ve věci M.9408 – Assa Abloy/Agta Record definovala Komise trh poprodejních služeb bez rozlišení poskytovatele služeb (viz bod 127).

¹²¹ Za tímto účelem viz rozsudek ze dne 15. prosince 2010 ve věci CEHR v. Komise, T-427/08, EU:T:2010:517, body 78–109, a zejména body 79, 95 a 108, jakož i věc M.7278 – General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), bod 95.

¹²² Viz věc M.5462 – Thomas Cook Group/Gold Metal International, v jejímž rámci Komise posoudila a ponechala otevřenou možnost, že souborné služby pro cesty představují samostatný trh odlišný od trhu pro zájezdy, kdy si spotřebitel kupuje jednotlivé prvky samostatně (viz body 9–16).

¹²³ V rozsudku ze dne 14. září 2022 ve věci Google a Alphabet v. Komise T-604/18, EU:T:2022:541, Tribunál v bodě 116 uvedl: „v digitálním ‚ekosystému‘ [...] se mohou výrobky nebo služby, které jsou součástí relevantních trhů, jež tvoří dotýčný ekosystém, překrývat nebo být vzájemně propojeny na

ekosystémů může tudíž Komise za účelem vymezení relevantního výrobního trhu či trhů použít podobné zásady jako v případě následných trhů¹²⁴. Jestliže jsou sekundární (digitální) výrobky nabízeny jako balíček, může Komise rovněž posoudit možnost, že tento balíček představuje relevantní trh sám o sobě. Ačkoli přístupu založenému na následném trhu nebo trhu pro balíček výrobků nevyhovují všechny digitální ekosystémy, může Komise za účelem vymezení relevantního výrobního trhu či trhů každopádně zohlednit prvky, jako jsou síťové účinky, náklady na změnu dodavatele a rozhodnutí o single- a/nebo multi-homingu.

5. PODÍLY NA TRHU

- 104) Definice trhu umožňuje Komisi určit dodavatele a zákazníky působící na jednotlivých relevantních trzích. Poté může vypočítat celkovou velikost trhu a podíl každého dodavatele na trhu na základě prodeje (a v případě zákazníků nákupu) příslušných výrobků v příslušné zeměpisné oblasti, v níž se zákazníci nacházejí.
- 105) Podíly na trhu odrážejí relativní postavení dodavatelů na trhu a jako takové mohou být velmi užitečné při posuzování tržní síly. Podíly na trhu však nejsou jediným ukazatelem síly podniku na trhu¹²⁵. V závislosti na konkrétní povaze daného případu mohou být relevantní i další faktory, jako jsou překážky vstupu na trh, přístup ke konkrétním aktivům a vstupům, jakož i diferenciací výrobků a míru jejich nahraditelnosti. To blíže objasňují pokyny Komise k věcnému posuzování v řízeních ve věcech hospodářské soutěže¹²⁶.
- 106) Komise obvykle vychází z podílů na trhu na základě prodejů. Naopak na trzích s veřejnými zakázkami Komise obvykle vychází z podílů na trhu založených na nákupech. Obecně platí, že užitečné informace poskytuje jak hodnota prodeje nebo nákupu, tak objem prodeje nebo nákupu.
- 107) Za účelem stanovení podílů na trhu mohou kromě prodeje nebo nákupu v závislosti na konkrétních výrobcích nebo na konkrétním odvětví poskytnout doplňující nebo užitečnější informace i další ukazatele. Mezi ně mohou patřit:

základě své horizontální či vertikální doplňkovosti. Jako celek mohou mít relevantní trhy rovněž globální rozměr s ohledem na systém, který spojuje své součásti, a s ohledem na případné konkurenční tlaky v rámci tohoto systému i tlaky plynoucí ze strany jiných systémů.“ Příkladem digitálního ekosystému by byl ekosystém výrobků založený na mobilním operačním systému, včetně hardwaru, obchodů s aplikacemi a softwarových aplikací.

¹²⁴ Viz bod 299 rozhodnutí ve věci AT.40099 – Google Android týkající se definice trhu pro obchody s aplikacemi, kde Komise dospěla k závěru, že podmínky pro vymezení systémového trhu zahrnujícího obchody s aplikacemi i operační systémy pro chytrá mobilní zařízení nebyly splněny.

¹²⁵ Viz např. rozsudek ze dne 9. července 2007 ve věci Sun Chemical Group a další v. Komise, T-282/06, EU:T:2007:203, bod 140. Viz také rozsudek ze dne 6. července 2010 ve věci Ryanair v. Komise, T-342/07, EU:T:2010:280, bod 42.

¹²⁶ Viz např. oddíly III a IV pokynů Komise pro posuzování horizontálních spojování podle nařízení Rady o kontrole spojování podniků (Úř. věst. C 31, 5.2.2004, s. 5). Viz také bod 45 pokynů Komise k použitelnosti článku 101 Smlouvy o fungování Evropské unie na dohody o horizontální spolupráci (Úř. věst. C 11, 14.1.2011, s. 1).

kapacita¹²⁷ nebo objem výroby (zejména v případě trhů, které se vyznačují strategickým významem kapacit); počet dodavatelů (zejména na trzích s formálními nabídkovými řízeními nebo v případech, kdy jsou inovativní výrobky ve fázi vývoje); počet zadaných zakázek¹²⁸; ukazatele používání, jako je počet (aktivních) uživatelů¹²⁹, počet návštěv¹³⁰, strávený čas nebo počet diváků¹³¹, počet stažení¹³² a aktualizací, počet interakcí¹³³ nebo objem či hodnota transakcí uzavřených prostřednictvím platformy (zejména v případech, kdy je přístup k výrobkům poskytován převážně zdarma, jak tomu může být například na digitálních trzích, nebo obecněji v případě vícestranných platform); jednotky vozového parku, kapacita sedadel, počet cest nebo přístupová práva, jako jsou volné letištní časy na určitých letištích (například na dopravních trzích)¹³⁴, a/nebo držené rezervy (například v těžebním odvětví)¹³⁵. Na trzích s častými a významnými investicemi do výzkumu a vývoje lze jako důležité ukazatele pro posouzení relativního soutěžního postavení společnosti použít úroveň výdajů na výzkum a vývoj nebo počet patentů či citací patentů¹³⁶.

- 108) Na trzích, které se vyznačují značnou mírou diferenciací výrobků, se mohou podíly na trhu měřené hodnotou a objemem prodeje výrazně lišit. V těchto případech Komise obvykle zohledňuje hodnoty prodeje, které lépe odrážejí různorodost jednotlivých výrobků¹³⁷. Objemy prodeje doplňují hodnoty prodeje a v některých případech mohou lépe odrážet konkurenční sílu podniků. Například v případě spojení dvou podniků, které nabízejí výrobek za mnohem

¹²⁷ Viz např. věc M.8674 – BASF / Solvay's Polyamide Business týkající se hodnotového řetězce nylonových polymerů (bod 455 písm. b)), věc M.7744 – HeidelbergCement/Italcementi týkající se spojení, které zahrnovalo trh se šedým cementem (bod 61), a věc M.4000 – Inco/Falconbridge týkající se spojení, které zahrnovalo trh s niklem (bod 315 a následující body). Viz také věc M.8713 – Tata Steel/ThyssenKrupp/JV (474.–481. bod odůvodnění), jakož i rozsudek ze dne 22. června 2022 ve věci thyssenkrupp v. Komise, T-584/19, EU:T:2022:386, bod 591.

¹²⁸ Viz např. věc M.8134 – Siemens/Gamesa, body 75–80, kde je vysvětleno, že počet zadaných zakázek na větrné turbíny je v tomto případě relevantnějším ukazatelem než instalovaná základna větrných turbín z důvodu časové prodlevy mezi zadáním a instalací.

¹²⁹ Viz např. věc M.7217 – Facebook/WhatsApp (body 95–98).

¹³⁰ Viz např. věc AT.39740 – Google Search (Shopping) (body 273–284).

¹³¹ Viz např. věc M.9064 – Telia Company/Bonnier Broadcasting Holding v souvislosti s trhem velkoobchodních dodávek volně dostupných a základních placených televizních kanálů (poznámky pod čarou č. 315, 316, 324, 327, 333 a 339).

¹³² Viz např. věc AT.40099 – Google Android (body 591–593).

¹³³ Viz např. věc M.10262 – Facebook/Kustomer v souvislosti s trhem komunikačních služeb B2C (body 176–179).

¹³⁴ Viz např. věc M.4439 Ryanair/Aer Lingus (body 340–347); věc M.8869 Ryanair/LaudaMotion (body 303–306) a věc M.9287 Connect Airways/Flybe (body 447–453).

¹³⁵ Viz např. věc M.4000 – Inco/Falconbridge (body 490–494) a věc M.8713 – Tata Steel/ThyssenKrupp/JV (472–481. bod odůvodnění).

¹³⁶ Viz např. věc M.7932 – Dow/DuPont (příloha 1 rozhodnutí) a věc M.8084 – Bayer/Monsanto (1153. bod odůvodnění a další body odůvodnění).

¹³⁷ Viz např. věc M.7278 – General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), bod 426.

nižší cenu než ostatní, mají však významný podíl zákazníků, může samotná hodnota prodeje podcenit konkurenční význam a interakce těchto podniků¹³⁸.

- 109) Jak je objasněno v oddíle 4.1, v případě významné míry diferenciací výrobků nebo zeměpisného odlišení mají podíly na trhu menší vypovídací hodnotu a v rámci posuzování z hlediska hospodářské soutěže může být důležitější posoudit míru nahraditelnosti. Komise může v případě potřeby vycházet z podílů v segmentech relevantního trhu a zohlednit je při posuzování toho, jak blízkými konkurenty jsou podniky navzájem a nakolik soutěží se svými konkurenty¹³⁹.
- 110) Informace o podílu na trhu mohou dotčené podniky poskytnout ve formě odhadů, nemají-li k dispozici přesné podíly na trhu. Komise může dodatečně nebo alternativně použít jiné zdroje informací o velikosti trhu a o podílech na trhu. Může se jednat o studie nebo zprávy orgánů veřejné správy, odborných poradců nebo obchodních sdružení, interní dokumenty dotčených podniků nebo odhady poskytnuté účastníky trhu. Zejména v případech, kdy nejsou k dispozici spolehlivé odhady od dotčeného podniku či podniků nebo informace z jiných zdrojů, může Komise provést úplnou nebo částečnou rekonstrukci trhu prostřednictvím žádostí o informace adresovaných příslušným účastníkům trhu a požádat dodavatele nebo odběratele na relevantním trhu, aby poskytli údaje o vlastních objemech nebo hodnotách prodeje nebo nákupu či jiné důležité ukazatele.
- 111) Obecně platí, že Komise vychází z podílů na trhu vypočítaných pro jednoletá referenční období za nejméně tři roky. Časové období, pro něž jsou podíly na trhu vypočítány, se však může lišit v závislosti na charakteristikách relevantního trhu. Zejména na trzích, které se vyznačují nerovnoměrnou nebo nepravidelnou poptávkou nebo sezónností nabídky a/nebo poptávky, může být vhodné vypočítat podíly na trhu za delší nebo kratší referenční období¹⁴⁰.

6. ZÁVĚRY

- 112) Komise bude v rámci své rozhodovací praxe dále rozvíjet svůj výklad pojmu „relevantní výrobní a zeměpisný trh“ v souladu s vývojem na trzích a dynamikou hospodářské soutěže, v souladu s judikaturou unijních soudů a v souladu s vývojem osvědčených postupů při definování trhu.

¹³⁸ Například hospodářskou soutěž mezi poskytovateli výrobků vlastní značky, které nejsou diferencované, lze lépe zachytit pomocí podílů objemu. Viz věc M.9413 – Lactalis/Nuova Castelli, bod 137.

¹³⁹ Například ve věci M.9409 – Aurubis/Metallo Group Holding Komise zjistila, že relevantní trh s měděným šrotem určeným k tavení a rafinaci je vysoce diferencovaný, zejména pokud jde o složení a původ materiálu, a skládá se z více segmentů. Komise přezkoumala podíly na trhu v těchto konkrétních segmentech, aby posoudila, jak blízkými konkurenty jsou spojující se strany navzájem a nakolik soutěží se svými konkurenty (viz body 227 a 468).

¹⁴⁰ Příklady delších referenčních období v důsledku nerovnoměrné poptávky lze nalézt na trzích se zakázkami. Například ve věci M.7278 – General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) byly podíly na trhu vypočteny pro pětileté a desetileté období (viz body 420–422), zatímco ve věci M.8677 – Siemens/Alstom bylo použito desetileté referenční období (viz bod 141). V případech leteckých společností, jako je věc M.8869 – Ryanair/Laudamotion (viz bod 304), byly například použity údaje za několik let pro kratší referenční období (konkrétně sezóny).

- 113) Výkladem pojmu „relevantní trh“, který Komise podává v tomto sdělení, není dotčen výklad tohoto pojmu ze strany unijních soudů v jednotlivých případech.

*This draft is not adopted or endorsed by the European Commission.
Any views expressed are preliminary and may not in any circumstances be regarded as stating an official position of the Commission.*