



EVROPSKA  
KOMISIJA

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

**SENSITIVE\***  
*UNTIL ADOPTION*

## SPOROČILO KOMISIJE

**Obvestilo Komisije o opredelitvi upoštevnega trga za namene konkurenčnega prava  
Unije**

---

\* 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>

## SPOROČILO KOMISIJE

### Obvestilo Komisije o opredelitvi upoštevnega trga za namene konkurenčnega prava Unije

#### VSEBINA

1.	Uvod .....	2
1.1.	Namen obvestila .....	2
1.2.	Vloga opredelitve trga .....	3
1.3.	Splošna načela opredelitve trga .....	5
2.	POJEM UPOŠTEVNEGA TRGA IN SPLOŠNA METODOLOGIJA .....	10
2.1.	Pojem upoštevnega proizvodnega trga in geografskega trga .....	10
2.2.	Splošna metodologija za opredelitev trga.....	10
2.2.1.	Splošna metodologija za opredelitev proizvodnih trgov .....	11
2.2.2.	Splošna metodologija za opredelitev geografskih trgov.....	16
3.	POSTOPEK OPREDELITVE TRGOV .....	18
3.1.	Splošni pristop k opredelitvi trga v praksi.....	18
3.2.	Dokazi za opredelitev proizvodnih trgov .....	18
3.2.1.	Dokazi, pomembni za zamenljivost povpraševanja .....	18
3.2.2.	Dokazi, pomembni za zamenljivost ponudbe.....	22
3.3.	Dokazi za opredelitev geografskih trgov.....	23
3.4.	Zbiranje in ocenjevanje dokazov .....	27
4.	OPREDELITEV TRGA V POSEBNIH OKOLIŠČINAH .....	29
4.1.	Opredelitev trga v primeru znatnega razlikovanja .....	29
4.2.	Opredelitev trga v primeru cenovne diskriminacije .....	30
4.3.	Opredelitev trga v primeru znatnih naložb v raziskave in razvoj.....	31
4.4.	Opredelitev trga v primeru večstranskih platform.....	32
4.5.	Opredelitev trga v primeru poprodajnih trgov, paketov in digitalnih ekosistemov .....	34
5.	TRŽNI DELEŽI .....	35
6.	ZAKLJUČEK .....	38

## 1. UVOD

### 1.1. Namen obvestila

- (1) Komisija pri izvrševanju konkurenčnega prava Unije uporablja pojem opredelitve trga, kot je opisan v tem obvestilu, in sicer: (i) pri izvrševanju protimonopolnih pravil iz členov 101 in 102 Pogodbe o delovanju Evropske unije (PDEU) v skladu z Uredbo Sveta (ES) št. 1/2003<sup>1</sup> (v nadaljnjem besedilu: Uredba (ES) št. 1/2003), (ii) pri nadzoru nad združitvami v skladu z Uredbo Sveta (ES) št. 139/2004<sup>2</sup> (v nadaljnjem besedilu: uredba o združitvah) ter (iii) pri izvrševanju enakovrednih določb iz Sporazuma o Evropskem gospodarskem prostoru<sup>3</sup> (v nadaljnjem besedilu: Sporazum EGP). Komisija običajno opredeli upoštevni trg v okviru tistih svojih ocen, pri katerih je pomembno oceniti relativno konkurenčno moč podjetij<sup>4</sup> na določenem območju<sup>5</sup>.
- (2) Namen tega obvestila je zagotoviti smernice, kako naj Komisija pri izvrševanju konkurenčnega prava Unije uporablja pojem upoštevnega trga. Politika varstva konkurence ohranja dobro delovanje trgov, hkrati pa odpravlja zadevne tržne nepopolnosti, kar prispeva k dvojnemu zelenemu in digitalnemu prehodu ter odpornosti enotnega trga<sup>6</sup>. Njen namen je zagotoviti, da bodo trgi še naprej

<sup>1</sup> Uredba Sveta (ES) št. 1/2003 z dne 16. decembra 2002 o izvajanju pravil konkurence iz členov 81 in 82 Pogodbe (UL L 1, 4.1.2003, str. 1).

<sup>2</sup> Uredba Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij (UL L 24, 29.1.2004, str. 1).

<sup>3</sup> V tem obvestilu se sklicevanja na člena 101 in 102 PDEU ter na uredbo o združitvah, zlasti člen 2 uredbe, razumejo kot sklicevanja na ustrezne enakovredne določbe Sporazuma EGP; glej člena 53 in 54 Sporazuma EGP ter Prilogo XIV k Sporazumu EGP.

<sup>4</sup> V konkurenčnem pravu Unije je podjetje vsak subjekt, ki se ukvarja z gospodarsko dejavnostjo, ki vključuje ponudbo blaga ali storitev na določenem trgu, ne glede na njegov pravni status in način financiranja. Glej sodbo z dne 23. aprila 1991, Höfner in Elser/Macratron, C-41/90, EU:C:1991:161, točka 21, in sodbo z dne 12. decembra 2006, SELEX Sistemi Integrati/Komisija, T-155/04, EU:T:2006:387, točka 50.

<sup>5</sup> Na splošno ima opredelitev trga manjšo vlogo pri izvrševanju državne pomoči s strani Komisije v skladu s členom 107 PDEU, saj je ocena osredotočena na prejemnika pomoči in zadevno industrijo/sektor, ne pa na opredelitev konkurenčnega pritiska, s katerim se srečuje prejemnik pomoči. Kljub temu bo morda treba v nekaterih zadevah o državni pomoči opredeliti trge, da se oceni, (i) ali lahko zadevna državna pomoč vpliva na trgovino med državami članicami oziroma izkrivlja konkurenco in (ii) ali se uporablja člen 107(3) PDEU. Glej na primer sodbo z dne 13. marca 1985, Nizozemska in Leeuwarder Papierwarenfabriek/Komisija, C-296/82, EU:C:1985:113; sodbo z dne 14. januarja 1997, Španija/Komisija, C-169/95, EU:C:1997:10; sodbo z dne 7. julija 1999, Wirtschaftsvereinigung Stahl/Komisija, T-106/96, EU:T:1999:137, in Sklep Komisije (EU) 2016/2007 z dne 1. februarja 2016 o državni pomoči SA.36754-2014/C. Podobno sta lahko opredelitev trga in to obvestilo pomembna tudi za zadeve, ki se vodijo v skladu s členom 106 PDEU. Glej na primer sodbi z dne 15. decembra 2016, DEI/Komisija, T-169/08 RENV, EU:T:2016:733, in DEI/Komisija, T-421/09 RENV, EU:T:2016:748. Kadar se v kateri koli posamezni zadevi pojavijo vprašanja tržne moči in s tem upoštevnega trga, se lahko elementi pristopa, predstavljenega v tem obvestilu, uporabijo kot podlaga za ocenjevanje zadev o državni pomoči ali zadev iz člena 106 PDEU. Glede na bolj omejeno uporabo opredelitve trga pri teh dveh vrstah ocene njuni posebni vidiki v tem obvestilu ne bodo nadalje obravnavani.

<sup>6</sup> Glej sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij z naslovom *A competition policy fit for new challenges* (Politika varstva konkurence, pripravljena na nove izzive) (COM(2021) 713 final, 18. november 2021, str. 6).

odprti in dinamični. V skladu s tem lahko uveljavljanje pravil konkurence prispeva k preprečevanju odvisnosti in povečanju odpornosti gospodarstva EU, in sicer tako, da omogoča močne in raznolike dobavne verige<sup>7</sup>. Glede na navedeno se v posodobljenih smernicah iz tega obvestila upošteva pomemben razvoj dogodkov v zadnjih 20 letih. Med njimi so digitalizacija in novi načini ponujanja blaga in storitev, pa tudi vse večja medsebojna povezanost in globaliziranost trgovinskih izmenjav.

- (3) Komisija pričakuje, da se bo z objavo postopkov, ki jih upošteva, ter z navedbo glavnih meril in dokazov, na katere se opira pri opredelitvi upoštevnega trga, povečala preglednost njene politike in odločanja pri uporabi konkurenčnega prava Unije. Pričakuje tudi, da bo prihranila vire svojih služb in zunanjih deležnikov ter s tem povečala učinkovitost ocen konkurence.
- (4) Z večjo preglednostjo in posledično večjo predvidljivostjo ocen Komisije na podlagi konkurenčnega prava Unije se bo zagotovila tudi večja pravna varnost za podjetja in njihove svetovalce. Lahko bodo bolje ocenili obseg upoštevni trgov in obseg, v katerem lahko Komisija v posamezni zadevi opredeli pomisleke glede konkurence. Te dejavnike bodo lahko upoštevali pri svojem notranjem odločanju, ko bodo razmišljali na primer o prevzemu drugih podjetij, ustanavljanju skupnih podjetij, sklepanju določenih sporazumov ali enostranskem ravnanju. Smernice v tem obvestilu bodo podjetjem pomagale tudi predvideti, za katere vrste informacij Komisija meni, da so pomembne za opredelitev trga.

## 1.2. Vloga opredelitve trga

- (5) Opredelitev trga je orodje, ki ga Komisija uporablja za ugotovitev in opredelitev meja konkurence med podjetji. Glavni namen opredelitve trga je sistematično ugotoviti neposredne konkurenčne pritiske, s katerimi se udeležena podjetja<sup>8</sup> srečujejo pri ponujanju določenih proizvodov<sup>9</sup> na določenem območju. Opredelitev trga vodi do opredelitve ustreznih konkurentov udeleženih podjetij pri ponujanju teh proizvodov, pa tudi ustreznih strank.
- (6) Enaki premisleki veljajo za opredelitev upoštevni trgov za nakup določenih proizvodov na določenem območju (v nadaljnjem besedilu: nakupni trgi)<sup>10</sup>, in sicer s sistematično opredelitvijo neposrednega konkurenčnega pritiska, s katerim se udeležena podjetja srečujejo pri nakupu teh proizvodov. V tem primeru opredelitev trga vodi do opredelitve ustreznih konkurentov udeleženih

---

<sup>7</sup> Prav tam, str. 16.

<sup>8</sup> V tem obvestilu je udeleženo podjetje tisto podjetje, katerega konkurenčna moč se ocenjuje. To so na splošno pogodbenice sporazuma, ki se preiskuje v skladu s členom 101 PDEU, podjetja, ki se preiskujejo v postopkih iz člena 102 PDEU, in udeleženci koncentracije v preiskavah na podlagi uredbe o združitvah. To je lahko tudi pritožnik v postopku o konkurenci, podjetje na nabavnem ali prodajnem trgu ali katero koli drugo podjetje, pomembno za postopek o konkurenci, odvisno od obravnavane zadeve.

<sup>9</sup> V tem obvestilu izraz „proizvod“ po potrebi obsega tudi storitve ali tehnologije. Izraz „proizvodnja“ ustrezno zajema tudi zagotavljanje ali dobavo takih storitev ali tehnologij.

<sup>10</sup> Za primere nakupni trgov glej zadevo M.10201 Ahold Delhaize/Deen Assets, točke 20–25 in navedene zadeve; zadevo M.9847 Aldi/FPLPH Assets, točke 19–22, in zadevo M.9409 Aurubis/Metallo, oddelek 7.1.

podjetij pri nakupu proizvodov, pa tudi ustreznih dobaviteljev. V nadaljevanju tega obvestila nakupni trgi ne bodo nadalje obravnavani, vendar se smernice iz tega obvestila uporabljajo tudi zanje.

- (7) Komisija običajno uporablja opredelitev trga, kadar je treba v okviru ocene konkurenčnosti<sup>11</sup> oceniti relativno konkurenčno moč podjetij na določenem območju, predvsem pa, ali ima podjetje na tem območju tržno moč. Opredelitev trga je torej orodje za strukturiranje in olajšanje ocene konkurenčnosti v ustreznih zadevah in ni obvezen korak pri vseh ocenah na podlagi konkurenčnega prava Unije.
- (8) Uporaba opredelitve trga s strani Komisije je tesno povezana s cilji različnih instrumentov konkurenčnega prava Unije:
- Komisija v okviru ocen na podlagi člena 102 PDEU opredeli upoštevne trge, ko ocenjuje obstoj prevladujočega položaja, ki se na splošno oceni glede na upoštevni trg<sup>12</sup>;
  - Komisija v okviru ocen na podlagi uredbe o združitvah pri ocenjevanju vplivov koncentracije na konkurenco redno opredeljuje upoštevne trge<sup>13</sup>;
  - Komisija v okviru ocen na podlagi člena 101 PDEU uporablja opredelitev trga zlasti pri ugotavljanju, ali obstaja bistvena omejitev konkurence, ali pri ugotavljanju, ali je izpolnjen pogoj na podlagi člena 101(3), točka (b), PDEU za izjemo od uporabe člena 101(1) PDEU<sup>14</sup>. V praksi Komisija običajno uporablja opredelitev trga pri ocenjevanju sporazumov, katerih posledica je preprečevanje, omejevanje ali izkrivljanje konkurence. Nasprotno pa pri ocenjevanju sporazumov, katerih cilj je preprečevanje, omejevanje ali izkrivljanje konkurence, kot so kartelni sporazumi, običajno ne opredeli upoštevne trga in ji tega ni treba storiti<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> V tem obvestilu izraz „ocena konkurenčnosti“ obsega tiste dele vsebinske ocene Komisije glede vprašanja konkurenčnega prava Unije, ki niso povezani z opredelitvijo trga. To vključuje zlasti oceno obstoja prevladujočega položaja, kadar je to primerno, in oceno verjetnih vplivov ravnanja udeleženih podjetij ali koncentracije na konkurenco.

<sup>12</sup> Sodba z dne 21. februarja 1973, Europemballage in Continental Can/Komisija, C-6/72, EU:C:1973:22, točka 32, in sodba z dne 24. maja 2012, MasterCard, Inc. in drugi/Komisija, T-111/08, EU:T:2012:260, točka 171.

<sup>13</sup> Sodba z dne 21. februarja 1973, Europemballage in Continental Can/Komisija, C-6/72, EU:C:1973:22, točka 32; sodba z dne 31. marca 1998, Francija in drugi/Komisija („Kali & Salz“), združeni zadevi C-68/94 in C-30/95, EU:C:1998:148, točka 143; sodba z dne 6. junija 2002, Airtours/Komisija, T-342/99, EU:T:2002:146, točka 19, in sodba z dne 7. maja 2009, NVV in drugi/Komisija, T-151/05, EU:T:2009:144, točka 51.

<sup>14</sup> Sodišči Unije sta v zvezi s tem razsodili, da lahko Komisija uporabi opredelitev trga, kadar „brez take opredelitve ni mogoče ugotoviti, ali je cilj ali posledica zadevnega ravnanja preprečevanje, omejevanje ali izkrivljanje konkurence na notranjem trgu“, sodba z dne 6. julija 2000, Volkswagen/Komisija, T-62/98, EU:T:2000:180, točka 230, in sodba z dne 8. julija 2004, Mannesmannröhren-Werke/Komisija, T-44/00, EU:T:2004:218, točka 132. Za nadaljnje primere, v katerih bi bila pomembna opredelitev trga v skladu s členom 101 PDEU; glej tudi odstavek (9) v nadaljevanju.

<sup>15</sup> Sodba z dne 8. julija 2004, Mannesmannröhren-Werke/Komisija, T-44/00, EU:T:2004:218, točka 132, in sodba z dne 28. junija 2016, Telefónica/Komisija, T-216/13, EU:T:2016:369, točka 214.

- (9) Opredelitev trga omogoča izračun tržnih deležev, ki jih lahko Komisija uporabi za oceno konkurenčne moči podjetja za namene ocene konkurenčnosti. Komisija lahko tržne deleže uporabi tudi kot orodje za prvi pregled, da oceni, ali se lahko pojavijo pomisleki glede konkurence. Pragovi tržnih deležev so eden od elementov, ki določajo področje uporabe uredb o skupinskih izjemah za člen 101 PDEU<sup>16</sup>, in sicer za oceno, ali lahko pride do vpliva na trgovino na podlagi členov 101 in 102 PDEU<sup>17</sup>, ter za opredelitev koncentracij, za katere se že od začetka šteje, da v zvezi z nobenimi ali določenimi trgi ne vzbujajo pomislekov glede konkurence na podlagi uredbe o združitvah, razen če obstajajo posebne okoliščine<sup>18</sup>.

### 1.3. Splošna načela opredelitve trga

- (10) Komisija pri izvrševanju konkurenčnega prava Unije za opredelitev trga uporablja številna načela. Ta načela vključujejo naslednje.
- (11) Prvič, opredelitev trga temelji na dejstvih zadeve<sup>19</sup>. Upoštevni trgi v smislu konkurenčnega prava Unije se razlikujejo med posameznimi sektorji in na različnih ravneh dobavne verige, razlikujejo pa se lahko tudi med geografskimi območji. Na izid opredelitve trga v dani zadevi običajno ne vpliva to, ali poteka v okviru nadzora nad združitvami ali izvrševanja protimonopolnega prava<sup>20</sup>. Kadar obstajajo pretekli sklepi Komisije v zvezi z določenim trgovom, lahko Komisija začne svojo analizo na podlagi teh sklepov in preveri, ali se opredelitev upoštevne trga iz teh preteklih sklepov lahko uporabi za

<sup>16</sup> Pragovi tržnih deležev omejujejo uporabo varnega pristana na sporazume med podjetji, ki imajo delež na upoštevni trgu, ki ne presegajo pragov, določenih v uredbah. Glej člen 3 Uredbe Komisije (EU) 2022/720 z dne 10. maja 2022 o uporabi člena 101(3) Pogodbe o delovanju Evropske unije za skupine vertikalnih sporazumov in usklajenih ravnanj (C/2022/3015, UL L 134, 11.5.2022, str. 4) člen 4 Uredbe Komisije (EU) št. 1217/2010 in člen 3 Uredbe Komisije (EU) št. 1218/2010 [posodobiti po začetku veljavnosti novih uredb o horizontalnih skupinskih izjemah].

<sup>17</sup> Obvestilo Komisije – Smernice o konceptu vpliva na trgovino, ki ga vsebujeta člena 81 in 82 Pogodbe (v nadaljnjem besedilu: smernice o vplivu na trgovino) (UL C 101, 27.4.2004, str. 81, oddelek 2.4). Komisija lahko pri ocenjevanju, ali bi lahko obstajal vpliv na trgovino, uporabi tržne deleže, vendar merilo o znatnosti vpliva ne zahteva nujno opredelitve upoštevni trgov in izračuna tržnih deležev (glej odstavek 48 smernic o vplivu na trgovino), Komisiji pa tega ni treba storiti.

<sup>18</sup> V zvezi s tem glej opredelitev „upoštevni trgov“ v oddelku 6.3 Priloge I k Uredbi Komisije (ES) št. 802/2004 z dne 21. aprila 2004 o izvajanju uredbe o združitvah (v nadaljnjem besedilu: izvedbena uredba o združitvah) (UL L 133, 30.4.2004, str. 1), kakor je bila nazadnje spremenjena z Izvedbeno uredbo Komisije (EU) št. 1269/2013 z dne 5. decembra 2013 o spremembi Uredbe Komisije (ES) št. 802/2004 z dne 21. aprila 2004 o izvajanju Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (UL L 336, 14.12.2013, str. 1) [posodobiti po začetku veljavnosti nove izvedbene uredbe o združitvah], in Obvestilo Komisije o poenostavljenem postopku obravnave določenih koncentracij na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 (UL C 366, 14.12.2013, str. 5, odstavek 5 in 6).

<sup>19</sup> Glej sodbo sodišča Efte z dne 5. maja 2022 v zadevi E-12/20, Telenor in Telenor Norge/Nadzorni organ Efte, točka 173, v kateri je navedeno, da je treba trg opredeliti za vsak primer posebej.

<sup>20</sup> Kljub temu lahko opredelitev trga v nekaterih primerih privede do različnih rezultatov, odvisno od vrste opravljene analize. Zlasti se lahko neposredni konkurenčni pritisk, ki se prizadeva ugotoviti pri opredelitvi trga, razlikuje glede na to, ali je poudarek na spremembi tržne moči glede na prevladujoče pogoje ali pa je poudarek na tem, ali sedanje ali pretekle razmere odražajo položaj tržne moči glede na konkurenčni položaj. Ni na primer nujno, da opredelitev trga v okviru ocenjevanja spremembe tržne moči, ki je posledica koncentracije, ki vključuje horizontalna prekrivanja, vedno privede do istega upoštevne trga kot opredelitev trga v okviru ocenjevanja prevladujočega položaja v skladu s členom 102 PDEU. Glej tudi opombo 48, v kateri so podrobneje pojasnjeni temeljni razlogi.

obravnavano zadevo. Vendar Komisiji opredelitve upoštevnega trga iz preteklih sklepov ni treba uporabiti v prihodnjih zadevah<sup>21</sup>.

- (12) Drugič, opredelitev upoštevnega trga vključuje opredelitev tako proizvodnega kot tudi geografskega trga<sup>22</sup>. Komisija pri opredelitvi upoštevnega trga upošteva različne parametre konkurence, za katere stranke menijo, da so pomembni za območje in obdobje, ki se ocenjujeta. Ti parametri lahko vključujejo ceno proizvoda, pa tudi njegovo stopnjo inovativnosti, njegovo kakovost z različnih vidikov (kot so na primer njegova trajnost in trajnostnost, vrednost in raznolikost ponujenih uporab proizvoda, posredovana podoba ali zagotovljena varnost in varstvo zasebnosti) ter njegovo razpoložljivost, med drugim z vidika dobavnega roka, odpornosti dobavnih verig, zanesljivosti oskrbe in stroškov prevoza.
- (13) Tretjič, opredelitev trga, kadar je potrebna, je le en korak ocene Komisije na podlagi konkurenčnega prava Unije. Komisija šele takrat odloči o tem, ali obstajajo pomisleki glede konkurence, ko oceni konkurenčnost<sup>23</sup>. Opredelitev trga zato ne vpliva na rezultat ocene Komisije na podlagi konkurenčnega prava Unije.
- (14) Četrtrič, opredelitev trga omogoča razlikovanje med konkurenčnim pritiskom znotraj in zunaj trga, in sicer tako, da vključuje le neposredne konkurenčne pritiske na upoštevem trgu. Vendar Komisija pri oceni konkurenčnosti upošteva vse (neposredne ali posredne) konkurenčne pritiske.
- (15) Petič, če gre za isto gospodarsko dejavnost v smislu proizvodov in geografskega območja, so opredeljeni trgi v posameznih zadevah in ocenah pogosto isti<sup>24</sup>.

<sup>21</sup> Splošno sodišče je v zvezi s tem v sodbi z dne 7. maja 2009, NVV in drugi/Komisija, T-151/05, EU:T:2009:144, točka 136, pojasnilo, da: „[t]ožeče stranke še posebej ne morejo imeti zaupanja v pravo zaradi dejstva, da je Komisija v eni od predhodnih odločb opredelila trge na poseben način, ker zanj in *a fortiori* za Sodišče prve stopnje ugotovitve iz te odločbe niso zavezujoče“; glej tudi sodbo z dne 14. decembra 2005, General Electric/Komisija, T-210/01, EU:T:2005:456, točka 120; sodbo z dne 18. maja 2022, Wieland-Werke/Komisija, T-251/19, EU:T:2022:296, točka 79; sodbo z dne 13. maja 2015, Niki Luftfahrt/Komisija, T-162/10, EU:T:2015:283, točka 144; sodbo z dne 25. marca 2015, Slovenská pošta/Komisija, T-556/08, EU:T:2015:189, točka 197, in sodbo z dne 23. maja 2019, KPN/Komisija, T-370/17, EU:T:2019:354, točka 79. Glej tudi sodbo sodišča Efte z dne 5. maja 2022, E-12/20, Telenor in Telenor Norge/Nadzorni organ Efte, točka 97.

<sup>22</sup> Sodba z dne 14. februarja 1978, United Brands/Komisija, C-27/76, EU:C:1978:22, točki 10 in 11.

<sup>23</sup> Glej opombo 11 zgoraj.

<sup>24</sup> V sektorju zračnega prevoza je bil na primer upoštevni proizvodni trg za storitve potniškega zračnega prevoza opredeljen na podlagi pristopa para točke odhoda in točke prihoda. Ta pristop se je skozi čas uporabljal v različnih zadevah. Glej na primer zadeve v zvezi z združitvami M.3280 Air France/KLM, točki 9 in 16; M.3770 Lufthansa/Swiss, točka 12 in naslednje; M.6447 IAG/bmi, točka 31; M.7333 Alitalia/Etihad, točka 63; M.7541 IAG/Aer Lingus, točka 14; protimonopolni zadevi AT.36201 PO/Lufthansa+SAS+United (člen 85); AT.39596 British Airways/American Airlines/Iberia ter sodbo z dne 11. aprila 1989, Ahmed Saeed Flugreisen in drugi/Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, C-66/86, EU:C:1989:140, točka 40; sodbo z dne 19. maja 1994, Air France/Komisija, T-2/93, EU:T:1994:55, točka 84, in sodbo z dne 4. julija 2006, easyJet/Komisija, T-177/04, EU:T:2006:187, točka 56. Drug primer so trgi storitev spletnega oglaševanja, na katerih je bil upoštevni proizvodni trg v vseh zadevah opredeljen kot trg za zagotavljanje spletnega oglaševalskega prostora, ki je ločen od oglaševalskega prostora zunaj spleta, upoštevni geografski trg pa je bil v vseh zadevah opredeljen kot nacionalni ali v okviru jezikovnih meja v EGP; glej na primer zadeve M.4731 Google/DoubleClick, točke 56, 83 in 84; M.5727 Microsoft/Yahoo! Search Business, točke 61 in 91–93, ter M.7217 Facebook/Whatsapp, točke 79 in 81–83.

Kljub temu se lahko rezultati opredelitve trga razlikujejo, tudi če gre za iste proizvode in geografsko območje, odvisno od naslednjega:

- *Parametri konkurence.* Podjetje lahko konkurira drugim podjetjem na podlagi različnih parametrov konkurence, kot je pojasnjeno v odstavku 12. Konkurenčni pritiski na cene proizvodov udeleženih podjetij se lahko na primer razlikujejo od konkurenčnih pritiskov pri naložbah istih podjetij v izboljšave proizvodov, kar lahko privede do različnih upoštevni proizvodnih in geografskih trgov<sup>25</sup>.
- *Udeležena podjetja.* Ker dejavnosti udeleženih podjetij določajo izhodišče za analizo zamenljivosti, se lahko trgi opredelijo različno glede na udeležena podjetja. To se lahko na primer zgodi, če so konkurenčni pritiski med podjetji neenakomerni<sup>26</sup>. V tem primeru lahko upoštevanje proizvodov različnih podjetij kot izhodišče za analizo zamenljivosti (na primer zato, ker so udeleženci koncentracije različni ali ker se preiskuje ravnanje drugega podjetja) privede do različnih rezultatov v smislu opredelitve trga.
- *Obravnavano obdobje.* Komisija upošteva okoliščine v času ravnanja ali koncentracije, ki se ocenjuje. V skladu s tem se lahko rezultati opredelitve trga skozi čas razlikujejo, če se spreminja dinamika konkurence. To se lahko na primer zgodi, če se konkurenčni pogoji na različnih geografskih območjih sčasoma zbližajo in postanejo dovolj homogeni, tako da so območja, ki so bila sprva del različnih geografskih trgov, pozneje vključena na isti geografski trg<sup>27</sup>.

<sup>25</sup> Komisija je na primer v zadevi M.7932 Dow/DuPont, prvič, opredelila nacionalne trge za formulirane produkte za zaščito pridelka, da bi ocenila konkurenco proizvodov in cen (uvodni izjavi 319 in 332). Pri tej oceni se je oprla na tržne deleže, izračunane na ravni kombinacij pridelka in škodljivih organizmov na nacionalni ravni, uporabila pa je tudi tržne deleže za skupine kombinacij pridelka in škodljivih organizmov na ravni EGP kot informacijo o moči udeležencev na trgu na ravni njihovega portfelja aktivnih snovi ter svetovne tržne deleže raziskovalnih in razvojnih dobaviteljev kot informacijo o relativni moči dobaviteljev, ki na trg dajejo nove aktivne snovi (uvodna izjava 362). Drugič, analizirala je konkurenco na področju inovacij v celotni industriji in v inovacijskih prostorih, ki jih sestavljajo skupine kombinacij pridelkov in škodljivih organizmov na svetovni ravni ali vsaj na ravni celotnega EGP, da bi ocenila, kako agrokemijska podjetja konkurirajo pri odkrivanju in razvoju novih aktivnih snovi (uvodni izjavi 352 in 361).

<sup>26</sup> Glej zadevi M.6497 Hutchison 3G Austria/Orange Austria in M.8808 T-Mobile Austria/UPC Austria. V prvi zadevi je Komisija za izhodišče uporabila izbrani trg, ki zajema mobilne podatkovne storitve, in ugotovila, da obstaja omejena zamenljivost mobilnih podatkovnih storitev s storitvami fiksnega dostopa do interneta (točka 57). V drugi zadevi je ocenila, ali je mogoče storitve mobilnega dostopa do interneta uporabljati za dostop do interneta doma na enak način kot fiksne povezave, ter ugotovila, da upoštevni proizvodni trg vključuje fiksne in mobilne tehnologije, kar zadeva gospodinjstva (točka 39). Glej tudi sodbo z dne 30. januarja 2007, France Télécom/Komisija, T-340/03, EU:T:2007:22, točki 88 in 89; sodbo z dne 1. julija 2010, AstraZeneca/Komisija, T-321/05, EU:T:2010:266, točki 96 in 97, in sodbo sodišča Efte z dne 5. maja 2022 v zadevi E-12/20, Telenor in Telenor Norge/Nadzorni organ Efte, točka 117.

<sup>27</sup> Komisija je na primer v zadevi M.2033 Metso/Svedala iz leta 2001 geografski trg za drobilnike, ki so del osnovne opreme za rudarjenje, opredelila kot trg, ki obsega celoten EGP (glej točko 114). V poznejši zadevi M.9585 Outotec/Metso (Mineral Business) iz leta 2020 je ugotovila, da je upoštevni geografski trg za dobavo osnovne opreme za rudarjenje, tj. opreme za mletje, flotacijo, filtriranje in peletiranje železove rude, po obsegu svetoven (glej točke 258–261). Poleg tega je v zadevi M.580 ABB/Daimler-Benz iz leta 1995 ugotovila, da na trgu za železniško tehnologijo obstajajo nacionalne ali regionalne specifikacije, ki so pomenile ovire za vstop za izvoznike zunaj domače regije, in da so stranke dale prednost dobaviteljem s sedežem v isti regiji ali isti državi članici (točke 22–41). Pozneje pa je v zadevi M.5754 Alstom Holdings/Areva T&D iz leta 2010 ugotovila, da je trg obsegal vsaj celoten EGP (točka 35).



- (16) Šestič, Komisija lahko upošteva pričakovane prehode v strukturi trga, če je v zadevi potrebna ocena, usmerjena v prihodnost. Strukturni prehodi na trgu se razlikujejo od premislekov v zvezi z vstopom potencialnih konkurentov na trg (v nadaljnjem besedilu: potencialna konkurenca)<sup>28</sup>, saj vplivajo na splošno dinamiko povpraševanja in ponudbe na trgu ter posledično na splošne odzive na spremembe relativnih pogojev dobave. Take strukturne prehode na trgu je treba razlikovati od sprememb, ki vplivajo samo na posamezna podjetja ali potrošnike, ki na upoštevni trgih ponujajo proizvode ali povprašujejo po njih. Strukturni prehodi na trgu lahko vplivajo na opredelitev upoštevnega proizvodnega trga, na primer kadar obstaja zadostna verjetnost, da se bodo na trgu kmalu pojavile nove vrste proizvodov<sup>29</sup>, ali opredelitev upoštevnega geografskega trga, na primer v primeru bližnjih tehnoloških sprememb ali bližnjih sprememb regulativnega okvira<sup>30</sup>. Komisija upošteva pričakovane kratkoročne ali srednjeročne strukturne prehode na trgu, če bi privedli do dejanskih sprememb splošne dinamike povpraševanja in ponudbe v obdobju, ki je pomembno za oceno Komisije<sup>31</sup>. Da bi to lahko storila, morajo obstajati trdni znaki, da bodo predvidene strukturne spremembe potekale dovolj verjetno. Dokazi morajo biti zanesljivi<sup>32</sup> in presegati zgolj predpostavke, da se bodo ugotovljeni trendi nadaljevali ali da bodo nekatera podjetja spremenila svoje ravnanje.
- (17) Sedmič, pojem „upoštevnega trga“ v konkurenčnem pravu Unije se razlikuje od uporabe izraza „trg“ v drugih okvirih, zlasti v poslovnem okviru. Podjetja izraz „trg“ pogosto uporabljajo za sklicevanje na območje ali kraj, kjer prodajajo svoje proizvode, ali za splošno sklicevanje na industrijo ali sektor, v katerega spadajo. Podjetja lahko na primer navedejo, da so dejavna na svetovnem trgu, pri čemer mislijo, da na svetovnem trgu tekmujejo za prihodke s podjetji z vseh celin. Vendar to ne pomeni, da so proizvodi vseh podjetij, ki so dejavna na svetovnih trgih, za stranke v Evropskem gospodarskem prostoru (EGP)

<sup>28</sup> Glej odstavek 25.

<sup>29</sup> V okviru ocenjevanja zdravil se lahko na primer upoštevni proizvodni trg razširi tako, da vključuje proizvode v pripravi, ki se zdaj klinično preskušajo, kot je podrobneje pojasnjeno v odstavku 90; lahko pa se omeji le na določeno spojino glede na bližnji vstop generične različice originatorskega zdravila; glej sodbo z dne 30. januarja 2020, Generics (UK) in drugi, C-307/18, EU:C:2020:52, točka 131.

<sup>30</sup> V zadevi M.2478 IBM/Italia/Business Solutions/JV je Komisija navedla, da je v preteklosti menila, da se storitve IT zagotavljajo na nacionalni ravni, tako kot v zadevi M.2195 Cap Gemini/Vodafone. Vendar je ugotovila, da storitve IT kažejo trend internacionalizacije povpraševanja in ponudbe, ki je delno posledica uporabe interneta, ki omogoča delovanje na daljavo (točka 25). Ta trend internacionalizacije je bil potrjen v poznejši zadevi M.6237 Computer Sciences Corporation/iSOFT Group, v kateri je Komisija ugotovila, da so glavni ponudniki storitev IT delovali na svetovni ravni in da so stranke pogosto imele globalne razpise/razpise na ravni EGP (točki 17 in 18). V teh zadevah je opredelitev geografskega trga ostala odprta.

<sup>31</sup> Glej sodbo z dne 30. januarja 2020, Generics (UK) in drugi, C-307/18, EU:C:2020:52, točki 134 in 135, v kateri je Sodišče ugotovilo, da se lahko trg omeji samo na določeno molekulo glede na bližnji vstop generične različice originatorskega zdravila, ker „lahko navedeni proizvajalci generičnih zdravil [...] takoj ali v kratkem času vstopijo na trg, še zlasti, kadar so si načrtali predhodno in učinkovito strategijo vstopa na trg, izvedli dejanja, potrebna za tak vstop, med katere spada na primer vložitev vloge za pridobitev [dovoljenja za promet] ali celo pridobitev takega dovoljenja, oziroma sklenili pogodbe o dobavi s tretjimi distributerji,“ in če so obstajali „elementi, ki kažejo na to, kako je proizvajalec [originatorskih] zdravil dojemal takojšnjost grožnje vstopa teh proizvajalcev na trg“.

<sup>32</sup> Za več podrobnosti o tem, kako Komisija zbira in ocenjuje dokaze o opredelitvi trga, glej oddelek 3.4.

zamenljivi ali da imajo stranke dovolj homogene pogoje konkurence na svetovni ravni, kar je pomemben vidik za Komisijo pri opredelitvi trga na podlagi konkurenčnega prava Unije, kot je podrobneje pojasnjeno v oddelku 2. Poleg tega pojem ali opredelitev „trga“, ki se ne uporablja na področju konkurenčnega prava, ampak na drugih področjih prava, na primer na področju elektronskih komunikacij<sup>33</sup>, ni odločilen za namene konkurenčnega prava Unije.

- (18) Osmič, Komisiji ni treba sprejeti dokončnega sklepa o natančnem obsegu trga, če se rezultati njene ocene ne bi spremenili na podlagi različnih verjetnih opredelitev trga. V takih primerih lahko pusti vprašanje opredelitve trga odprto, zaradi česar je njena ocena v zvezi z opredelitvijo trga učinkovitejša. Komisija lahko pusti opredelitev trga odprto<sup>34</sup> v primerih, ko se pojavijo pomisleki glede konkurence ne glede na uporabljen opredelitev trga<sup>35</sup>, in tudi v primerih, ko ni pomislekov glede konkurence ne glede na uporabljen opredelitev trga<sup>36</sup>. Če opredelitev trga ostane odprta, Komisija običajno izvede oceno konkurenčnosti za vse verjetne alternativne opredelitve trga, vendar se lahko obseg analize konkurenčnosti med ocenjenimi alternativnimi trgi razlikuje<sup>37</sup>.

<sup>33</sup> Glej na primer Priporočilo Komisije (EU) 2020/2245 z dne 18. decembra 2020 o upoštevnih trgih izdelkov in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, ki so lahko predmet predhodne regulacije v skladu z Direktivo (EU) 2018/1972 Evropskega parlamenta in Sveta o Evropskem zakoniku o elektronskih komunikacijah (notificirano pod dokumentarno številko C(2020) 8750) (C/2020/8750, UL L 439, 29.12.2020, str. 23).

<sup>34</sup> V okviru diferenciranih proizvodnih trgov opredelitev splošnega upoštevne trga ne vpliva na možnost opredelitve različne konkurenčne dinamike v nekaterih tržnih segmentih, hkrati pa natančna razmejitev segmentov ostaja odprta. Analiza konkurenčnosti priglašene koncentracije lahko privede do ugotovitve, da koncentracija ne ovira konkurence enako na vseh delih upoštevne trga, ne da bi to vplivalo na samo opredelitev tega trga ali jo omajalo; glej sodbo z dne 18. maja 2022, Wieland-Werke/Komisija, T-251/19, EU:T:2022:296, točke 40, 41, 64 in naslednje.

<sup>35</sup> Glej na primer sklep v zadevi M.10078 Cargotec/Konecranes, v katerem je Komisija v zvezi s portalnimi prenosniki manjšega razpona in portalnimi prenosniki večjega razpona pustila odprto opredelitev proizvodnega trga (ki bi lahko bil opredeljen splošno ali ločeno za portalne prenosnike manjšega razpona in portalne prenosnike večjega razpona) in geografskega trga (na ravni EGP ali svetoven), saj je transakcija vzbudila pomisleke v okviru vseh opredelitev verjetnega trga (uvodni izjavi 126 in 376).

Poleg tega lahko Komisija pri ocenah na podlagi uredbe o združitvah pusti opredelitev trga odprto, kadar se po prvotni preiskavi pojavijo resni dvomi samo na enem od verjetnih upoštevni trgov, udeležena podjetja pa predložijo ustrezne zaveze, da bo koncentracija postala združljiva z notranjim trgom; glej na primer zadevo M.8785 The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox, točka 85.

V odločbah o zavezah v skladu s členom 9 Uredbe (ES) št. 1/2003 lahko Komisija pusti opredelitev trga odprto tudi, če po prvotni preiskavi udeležena podjetja predložijo zaveze, ki zadostujejo za odpravo prvotnih pomislekov. Glej na primer zadevo AT.37966 Distrigaz, točka 11, ter zadevo AT.40153 E-book MFNs in s tem povezane zadeve (Amazon), točka 48.

<sup>36</sup> Glej na primer sodbo z dne 26. oktobra 2017, KPN/Komisija, T-394/15, EU:T:2017:756, točka 60, in sodbo z dne 8. julija 2003, Verband der freien Rohrwerke in drugi/Komisija, T-374/00, EU:T:2003:188, točki 107 in 110. Glej tudi na primer sklep v zadevi M.9695 LVMH/Tiffany, v katerem je Komisija pustila odprto natančno opredelitev proizvodnega in geografskega trga v zvezi z različnimi kategorijami luksuznega blaga, saj ni bilo pomislekov glede konkurence ne glede na natančen obseg opredelitve proizvoda in geografskega trga (točke 25, 31, 46, 52, 57, 58 in 72).

<sup>37</sup> Komisija lahko na primer svojo oceno konkurenčnosti v zvezi s koncentracijami, ki vključujejo horizontalna prekrivanja, osredotoči na tiste alternativne trge, kjer so prekrivanja med udeleženi podjetji največja in kjer je znotraj trga manj neposrednih konkurenčnih pritiskov. Komisija lahko nato sklene, da če prekrivanja ne vzbujajo pomislekov glede konkurence na tem trgu, ne vzbujajo niti

## 2. POJEM UPOŠTEVNEGA TRGA IN SPLOŠNA METODOLOGIJA

### 2.1. Pojem upoštevnega proizvodnega trga in geografskega trga

- (19) V skladu s sodno prakso Sodišča ali Splošnega sodišča Evropske unije (v nadaljnjem besedilu: sodišči Unije) in prakso Komisije pri obravnavi zadev je upoštevni trg, na katerem Komisija ocenjuje dinamiko konkurence, običajno opredeljen glede na proizvod in geografsko razsežnost.
- (20) Upoštevni proizvodni trg obsega vse tiste proizvode, za katere stranke menijo, da jih je mogoče zamenjati ali nadomestiti s proizvodi udeleženih podjetij, in sicer zaradi značilnosti proizvodov, njihovih cen in predvidene uporabe ter ob upoštevanju pogojev konkurence ter strukture ponudbe in povpraševanja na trgu<sup>38</sup>.
- (21) Upoštevni geografski trg obsega območje, na katerem udeležena podjetja ponujajo upoštevne proizvode ali povprašujejo po njih, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih geografskih območij, zlasti ker so pogoji konkurence na teh območjih občutno drugačni<sup>39</sup>.
- (22) V nekaterih primerih so lahko pri opredelitvi upoštevnega proizvodnega in geografskega trga pomembni tudi časovni vidiki, na primer kadar dejavniki, kot je sezona ali upoštevanje konic/časa zunaj konic, vplivajo na prednostne izbire strank ali strukturo ponudbe<sup>40</sup>.
- (23) V tem obvestilu je pojasnjeno, kako Komisija uporablja opredelitvi iz odstavkov 20 in 21.

### 2.2. Splošna metodologija za opredelitev trga

- (24) Kot je pojasnjeno v oddelku I.2, je glavni namen opredelitve trga zagotoviti okvir za strukturiranje in olajšanje ocene konkurenčnosti s sistematično opredelitvijo neposrednih konkurenčnih pritiskov, s katerimi se srečujejo udeležena podjetja pri ponujanju določenih proizvodov strankam na določenem območju.

---

pomislov glede konkurence na alternativnih trgih. Glej na primer zadevo M.10339 KKR/Landal, v kateri je ocena Komisije osredotočena na najozži alternativni proizvodni trg, ki je opredeljen kot počitniški parki, kjer so se dejavnosti pogodbenic najbolj prekrivale (točka 23 in naslednje).

<sup>38</sup> Glej sodbo z dne 30. januarja 2020, Generics (UK) in drugi, C-307/18, EU:C:2020:52, točka 129, in sodbo z dne 13. februarja 1979, Hoffmann-La Roche/Komisija, C-85/76, EU:C:1979:36, točka 51. Ta opredelitev je izražena tudi v oddelku 6.1 Priloge I k izvedbeni uredbi o združitvah [sklic se preveri, ko začne veljati nova izvedbena uredba o združitvah].

<sup>39</sup> Glej sodbo z dne 30. septembra 2003, Cableuropa in drugi/Komisija, T-346/02 in T-347/02, EU:T:2003:256, točka 115; sodbo z dne 7. maja 2009, NVV in drugi/Komisija, T-151/05, EU:T:2009:144, točka 52, in sodbo z dne 14. februarja 1978, United Brands/Komisija, C-27/76, EU:C:1978:22, točka 11. Ta opredelitev se izraža tudi v členu 9(7) uredbe o združitvah in oddelku 6.2 Priloge I k izvedbeni uredbi o združitvah.

<sup>40</sup> Časovni vidiki so bili na primer pomembni za opredelitev trga v zadevi M.5467 RWE/Essent, v kateri je Komisija razlikovala med urami konic in urami zunaj konic v zvezi s proizvodnjo in veleprodajo električne energije (glej točko 32), ter v zadevi M.8869 Ryanair/Laudamotion, v kateri je razlikovala med poletno in zimsko sezono v zračnem prevozu potnikov (glej točki 96 in 97).

- (25) Podjetja se srečujejo s tremi glavnimi viri konkurenčnih pritiskov, in sicer zamenljivostjo povpraševanja, zamenljivostjo ponudbe in potencialno konkurenco. Zamenljivost povpraševanja predstavlja najbolj neposredno in učinkovito silo discipliniranja za ponudnike obravnavanega proizvoda<sup>41</sup>. Vpliv podjetja na prevladujoče prodajne pogoje, kot so cene, je odvisen od tega, v kolikšni meri lahko njegove stranke enostavno preidejo na razpoložljive proizvode, ki so po njihovem mnenju nadomestni proizvodi<sup>42</sup>. V nekaterih primerih je lahko za opredelitev upoštevnega trga pomembna tudi zamenljivost ponudbe, in sicer če je tako neposredna in učinkovita kot zamenljivost povpraševanja. Nasprotno pa je za bolj posredne konkurenčne pritiske, ki ne izpolnjujejo meril zamenljivosti ponudbe glede neposrednosti in učinkovitosti, potrebna analiza dodatnih dejavnikov, vključno z okoliščinami, povezanimi s pogoji za vstop, pri čemer se pri oceni konkurenčnosti upoštevajo kot pritiski, ki izhajajo iz potencialne konkurence<sup>43</sup>.
- (26) Ocena zamenljivosti ponudbe in povpraševanja prispeva k opredelitvi proizvodov na upoštevem trgu in s tem dobaviteljev, ki so dejavni na trgu. Da se zagotovi koristen okvir za oceno konkurenčnosti, je treba pri opredelitvi trga opredeliti tudi stranke, za katere je verjetno, da se bodo srečale s podobnimi vplivi zadevnega ravnanja ali koncentracije. V skladu s tem se Komisija pri odločanju o tem, katere stranke so vključene na upoštevni trg, osredotoča na to, v kolikšni meri se stranke srečujejo s podobnimi ali različnimi pogoji konkurence. To je pomembno z geografskega vidika, kadar Komisija v upoštevni geografski trg vključi tista območja, na katerih se stranke srečujejo z dovolj homogenimi pogoji konkurence. Komisija lahko razlikuje tudi med skupinami strank, ki se srečujejo z bistveno drugačnimi pogoji konkurence v različnih okvirih, na primer kadar obstaja cenovna diskriminacija med različnimi skupinami strank<sup>44</sup>.

### *2.2.1. Splošna metodologija za opredelitev proizvodnih trgov*

#### *2.2.1.1. Zamenljivost povpraševanja*

- (27) Kot je navedeno v odstavkih 20 in 25, je glavni pristop, ki ga Komisija uporablja za opredelitev upoštevnega proizvodnega trga, ocena zamenljivosti proizvodov z vidika stranke (zamenljivost povpraševanja). Do zadostne zamenljivosti povpraševanja pride, ko lahko stranke enostavno preidejo na takoj

<sup>41</sup> Sodba z dne 4. julija 2006, easyJet/Komisija, T-177/04, EU:T:2006:187, točka 99.

<sup>42</sup> Na nekaterih trgih povpraševanja morda ne (ali vsaj ne izključno) usmerja končni potrošnik proizvoda, temveč ga lahko oblikujejo drugi deležniki, katerih interesi niso nujno usklajeni z interesi končnega potrošnika. Na farmacevtskih trgih so na primer pacienti končni potrošniki zdravil, zdravniki izberejo zdravilo na recept ali pa pacientom svetujejo, katero zdravilo brez recepta naj uporabljajo, zavarovalne sheme pa običajno krijejo vse stroške ali del stroškov predpisanega zdravila. Komisija pri opredelitvi upoštevnega trga upošteva take posebnosti.

<sup>43</sup> Splošno sodišče je pojasnilo, da čeprav sta „potencialna konkurenca in zamenljivost na strani ponudbe konceptualno različni vprašanji, [,] se ti vprašanji delno prekrivata, saj je razlika predvsem v tem, ali je omejevanje konkurence neposredno ali ne“; sodba z dne 30. septembra 2003, Atlantic Container Line in drugi/Komisija, združene zadeve T-191/98 in T-212/98 do T-214/98, EU:T:2003:245, točka 834.

<sup>44</sup> Za nadaljnje podrobnosti o pristopu Komisije k opredelitvi trga v primeru cenovne diskriminacije glej oddelek 4.2.

razpoložljive alternativne proizvode. Kadar obstaja zadostna zamenljivost povpraševanja za proizvode različnih dobaviteljev, Komisija te proizvode vključuje na isti upoštevni proizvodni trg.

- (28) Komisija s preučitvijo različnih dokazov določi razpon proizvodov, ki jih stranke udeleženih podjetij štejejo za učinkovite nadomestne proizvode, in stopnjo njihove zamenljivosti s proizvodi udeleženih podjetij. Taki dokazi glede na zahteve in posebnosti posamezne zadeve vključujejo kazalnike v zvezi z razlogi, na podlagi katerih bi stranke en proizvod zamenjale z drugim ali ne, kot so prednostne izbire strank v zvezi z značilnostmi proizvoda, cenami, predvideno uporabo in ovirami pri zamenjavi ter stroški zamenjave. Vključujejo tudi neposredne kazalnike zamenljivosti, kot so dokazi o pretekli ali hipotetični zamenljivosti. Nadaljnje podrobnosti o dokazih, na katere se Komisija opira pri ocenjevanju zamenljivosti povpraševanja, so navedene v oddelku 3.2.
- (29) Glavno vprašanje, na katero je treba odgovoriti pri preučitvi teh dokazov, je, v kolikšnem obsegu in na katere takoj razpoložljive alternativne proizvode (če obstajajo) bi stranke udeleženih podjetij prešle zaradi poslabšanja pogojev dobave proizvodov udeleženih podjetij v primerjavi z drugimi proizvodi<sup>45</sup>. Za operativne in praktične namene se ta ocena običajno osredotoča na odzive na dvig cen, lahko pa upošteva tudi spremembe drugih konkurenčnih parametrov, kot je kakovost ali stopnja inovativnosti, kot je navedeno v odstavku 12.
- (30) Konceptualno ta pristop pomeni, da je izhodišče izbrani trg, ki prvotno vsebuje proizvode ali vrsto proizvodov udeleženih podjetij, ki so v središču ocene konkurenčnosti, nato pa se nanj dodajo alternativni proizvodi v padajočem vrstnem redu glede na stopnjo, do katere bi stranke proizvode udeleženih podjetij zamenjale s temi alternativnimi proizvodi. Ta postopek se nadaljuje, dokler niso opredeljeni vsi takoj razpoložljivi nadomestni proizvodi, ki zadostno nadzirajo pogoje dobave proizvodov podjetij. Upoštevni trg zajema vse te opredeljene proizvode.
- (31) Teoretično merilo, ki se uporablja za ugotovitev, ali so bili opredeljeni vsi dovolj bližnji nadomestni proizvodi, je, ali bi hipotetični monopolist na izbranem trgu lahko uveljavil tržno moč. To vprašanje se lahko oceni tako, da se postavi vprašanje, ali bi hipotetični monopolist na izbranem trgu menil, da je donosno uporabiti majhno, vendar pomembno in stalno povečanje cen (angl. small but significant non-transitory increase in price; v nadaljnjem besedilu: preskus SSNIP)<sup>46</sup>. Če tako povečanje cen za hipotetičnega monopolista ni

<sup>45</sup> Enakovredna analiza se uporablja v zadevah, ki se nanašajo na nakupne trge, kjer je izhodišče za analizo odzivov z zamenjavo dobavitelj, test pa je namenjen ugotavljanju alternativnih distribucijskih poti ali prodajnih mest za proizvode dobavitelja.

<sup>46</sup> Obravnavano majhno, vendar pomembno in stalno povečanje cen običajno pomeni povečanje cen za 5 % do 10 % za enega ali več proizvodov na izbranem trgu, vključno z vsaj enim proizvodom udeleženih podjetij. Vendar sta lahko obseg in način uporabe povečanja cen odvisna od posamezne obravnavane zadeve. Če na primer udeležena podjetja zagotavljajo razmeroma malo dodane vrednosti v dobavni verigi (ker surovine ali kupljene sestavine predstavljajo velik delež skupne cene), se lahko vprašanje, ali lahko hipotetični monopolist uveljavlja tržno moč, bolje oceni glede na njegov vpliv na to dodano vrednost. Zato lahko Komisija v takih primerih majhno, vendar pomembno in stalno povečanje cen uporabi za dodano vrednost namesto za prodajno ceno. Komisija je ta koncept uporabila in se osredotočila na dodano vrednost (ali „regionalne premije“) v zadevi M.6541 Glencore/Xstrata, in

donosno, se postopek dodajanja nadaljnjih nadomestnih proizvodov na izbrani trg nadaljuje, tako da se doda naslednji najbližji nadomestni proizvod. Če je povečanje cen za hipotetičnega monopolista donosno, se postopek ustavi, proizvodi na izbranem trgu pa predstavljajo upoštevni trg.

- (32) Če podjetja konkurirajo s parametri, ki niso cena, kot sta kakovost ali stopnja inovativnosti, je uporaba preskusa SSNIP otežena, zlasti v zvezi s proizvodi z ničelno denarno ceno<sup>47</sup> in zelo inovativnimi industrijami. Dodatne težave se pojavijo glede na vrsto ocene, ki se izvaja. Če se ocena osredotoča na spremembo tržne moči udeleženih podjetij, na primer za analizo koncentracij, ki vključujejo horizontalna prekrivanja, se lahko preskus SSNIP na splošno uporabi pri prevladujoči tržni ceni. Vendar to morda ne velja, kadar je poudarek na oceni obstoječe tržne moči udeleženih podjetij, na primer pri opredelitvi trgov v okviru ocenjevanja obstoja prevladujočega položaja v skladu s členom 102 PDEU<sup>48</sup>. Poleg tega je lahko zaradi praktičnih ovir preskus SSNIP težko empirično uporabiti pri opredelitvi upoštevnega proizvodnega trga v primerih iz resničnega življenja. Pri izvedbi preskusa SSNIP morda na primer ne

---

sicer pri ocenjevanju dokazov o uvozu, ter na razvoj cen in marž v zvezi s cinkom v različnih regijah; glej točke 135–140 in 144.

<sup>47</sup> Komisija je v zadevi AT.40099 Google Android ocenila, ali bi proizvajalci, uporabniki in razvijalci aplikacij prešli s trgovin z aplikacijami za operacijski sistem Android na trgovine z aplikacijami za druge licenčne operacijske sisteme za mobilne telefone, če bi prve izvedle majhno, vendar pomembno in stalno poslabšanje kakovosti (angl. small but significant non-transitory decrease of quality; v nadaljnjem besedilu: preskus SSNDQ) (glej točke 284–305). Na splošno se majhno, vendar pomembno in stalno poslabšanje kakovosti uporablja kot konceptualni okvir za kvalitativno oceno konkurenčnih pritiskov. Komisija običajno ne sodeluje pri kvantitativni uporabi preskusa SSNDQ, za katerega je značilnih več težav, med drugim v zvezi s količinsko opredelitvijo kakovosti. Splošno sodišče je v sodbi z dne 14. septembra 2022, Google in Alphabet/Komisija, T-604/18, EU:T:2022:541, točki 177 in 180, potrdilo, da „je preskus SSNDQ [...] pomenil ustrezen dokaz za opredelitev upoštevnega trga“, hkrati pa je navedlo, da „opredelitev natančnega kvantitativnega standarda poslabšanja kakovosti ciljnega proizvoda ne more biti glavni pogoj za uporabo preskusa SSNDQ. [...] Pomembno je le, da je poslabšanje kakovosti še vedno majhno, vendar pomembno in stalno.“

<sup>48</sup> Na splošno, kadar izbrani trg (v bistvu) sestavljajo proizvodi enega samega podjetja, preskus SSNIP, ki se uporablja pri prevladujoči tržni ceni, vedno kaže na to, da mora biti upoštevni trg širši od izbranega trga, ker za podjetje, ki povečuje dobiček, po definiciji ne bo donosno, če bi ceno zvišalo nad svojo prevladujočo ceno (s katero povečuje dobiček).

To lahko povzroči tako imenovano „celofansko zmoto“, imenovano po opredelitvi trga vrhovnega sodišča ZDA, ki vključuje celofan in druge ovijalne proizvode (Združene države proti E. I. du Pont de Nemours & Co., 351 U.S. 377 (1956)). Vključuje napačen sklep na podlagi preskusa SSNIP, uporabljenega pri prevladujoči ceni, da mora biti upoštevni trg širši od proizvodov prevladujočega podjetja (glej pojasnila v zvezi s tem pojmom v točkah 158–171 sklepa Komisije v zadevi AT.39523 Slovak Telekom). Celofanska zmeta se lahko pojavi tudi, če so cene na nadkonkurenčnih ravneh zaradi skupnega povečanja dobička skupine podjetij.

Če se opredelitev trga izvaja v okviru zadeve, pri kateri je treba oceniti stopnjo obstoječe tržne moči, na primer v okviru ocene prevladujočega položaja v zadevi iz člena 102, je treba torej upoštevati dejstvo, da je lahko prevladujoča cena že na nadkonkurenčni ravni. V takih primerih lahko Komisija uporabi preskus SSNIP, ki se začne s hipotetično ceno, ki bi prevladala v okviru (bolj) učinkovite konkurence, ali pa se lahko za opredelitev upoštevnega trga opre na druge dokaze.

Nasprotno pa v okviru zadev, v katerih je poudarek na ocenjevanju spremembe tržne moči, zlasti spremembe tržne moči, ki je posledica odprave konkurence med udeleženci koncentracije, ki vključuje horizontalna prekrivanja, izbrani trg vključuje vsaj upoštevne proizvode subjektov, ki se združujejo, preskus SSNIP pa se običajno lahko uporabi pri prevladujoči ceni. Zato ni nujno, da upoštevni trg v okviru ocenjevanja spremembe tržne moči vedno vodi do istega upoštevnega trga kot v okviru ocenjevanja stopnje obstoječe tržne moči.

bo mogoče zbrati zanesljivih informacij o znesku izgub, ki bi jih imel hipotetični monopolist.

- (33) Čeprav se torej Komisija pri oceni upoštevnega trga lahko opre na načela preskusa SSNIP, ji preskusa ni treba empirično uporabiti, saj so kot podlaga za opredelitev trga enako veljavne druge vrste dokazov, kot je nadalje opisano v oddelku 3<sup>49</sup>. Dejansko se v številnih primerih preskus SSNIP uporablja samo kot konceptualni okvir za razlago razpoložljivih kvalitativnih dokazov.

#### 2.2.1.2. Zamenljivost ponudbe

- (34) Komisija lahko upošteva tudi zamenljivost proizvodov z vidika dobaviteljev (zamenljivost ponudbe). Zamenljivost ponudbe je lahko pomembna pri opredelitvi upoštevnega trga, na katerem dobavitelji uporabljajo ista sredstva in postopke za proizvodnjo povezanih proizvodov, ki niso zamenljivi za stranke, in kadar to vodi do podobnih pogojev konkurence v celotnem razponu takih povezanih proizvodov. V takih primerih je morda primerno, da se taki povezani proizvodi vključijo na upoštevni proizvodni trg, če je konkurenčni pritisk zamenljivosti ponudbe v celotnem razponu proizvodov enakovreden konkurenčnemu pritisku zamenljivosti povpraševanja glede učinkovitosti in neposrednosti.
- (35) Pogoji, ki so potrebni za razširitev trga na podlagi zamenljivosti ponudbe, so, da so skoraj vsi dobavitelji sposobni prehajati med proizvodnjo različnih proizvodov v celotnem razponu povezanih proizvodov<sup>50</sup>, pri čemer imajo le majhne dodatne nepovratne stroške ali tveganja, da so spodbujeni, da to storijo, ko se spremenijo relativne cene ali pogoji povpraševanja, ter da lahko v kratkem času učinkovito tržijo druge proizvode<sup>51</sup>.
- (36) Primeri dovolj močne zamenljivosti ponudbe se lahko običajno pojavijo, ko podjetja tržijo proizvod različnih kakovosti ali razredov. Eden od primerov pristopa k zamenljivosti ponudbe je pretekla ocena trga plošč iz nerjavnega jekla, ki jo je izvedla Komisija<sup>52</sup>. V navedeni zadevi je Komisija ugotovila, da z vidika povpraševanja stranke ne morejo uporabljati različnih razredov ali skupin razredov za enak namen. Vendar je bilo mogoče v kratkem časovnem okviru preiti s proizvodnje ene skupine razredov na drugo in uporabljati isto opremo z

<sup>49</sup> Splošno sodišče je v sodbi z dne 11. januarja 2017, Topps Europe/Komisija, T-699/14, EU:T:2017:2, točka 82, navedlo: „Komisija s tem, da je svoje sklepe o upoštevem trgu oprla na oceno dokazov, zbranih brez uporabe preskusa SSNIP, [...] ni storila očitne napake pri oceni.“ Podobno je Splošno sodišče v zvezi z opredelitvijo geografskega trga v sodbi z dne 5. oktobra 2020, HeidelbergCement in Schwenk Zement/Komisija, T-380/17, EU:T:2020:471, točka 331, navedlo: „Kot Komisija pravilno navaja v točki 143 odgovora na tožbo, preskus SSNIP ni edina metoda, ki jo ima na voljo pri opredelitvi upoštevnih geografskih trgov.“ Glej tudi sodbo Splošnega sodišča z dne 22. junija 2022, thyssenkrupp/Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, točki 76 in 155, ter sodbo sodišča Efte z dne 5. maja 2022 v zadevi E-12/20, Telenor in Telenor Norge/Nadzorni organ Efte, točka 95.

<sup>50</sup> Sodba sodišča Efte z dne 5. maja 2022 v zadevi E-12/20, Telenor in Telenor Norge/Nadzorni organ Efte, točka 160.

<sup>51</sup> To je obdobje, ki proizvajalcu omogoča trženje proizvoda stranki v časovnem okviru, ki ni bistvo daljši od časovnega okvira, ki ga stranka potrebuje za prehod na druge proizvode na izbranem trgu. Taka ocena je specifična za proizvode, ki se ocenjujejo.

<sup>52</sup> Glej zadevo M.6471 Outokumpu/INOXUM, točki 120 in 121.

omejenimi dodatnimi stroški. Ker pri distribuciji ni bilo posebnih težav, so se proizvajalci nerjavnega jekla zato lahko potegovali za naročila različnih razredov. Komisija je zato na isti upoštevni trg vključila različne razrede nerjavnega jekla.

- (37) Zamenljivost ponudbe je lahko za opredelitev trga pomembna tudi, če stranke kupujejo proizvode po meri, na primer kadar stranke objavljajo razpise za gradbene projekte ali naročila vlakov ali plinskih turbin. V takih primerih morda ni zamenljivosti povpraševanja med proizvodi po meri za različne stranke ali pa je ta omejena. Namesto tega konkurenčni pritisk izhaja iz zmožnosti drugih dobaviteljev, da proizvajajo določen proizvod, ki ustreza potrebam stranke. Če se isti dobavitelji lahko in se na splošno odzovejo s ponudbami na specifikacije različnih strank, se lahko proizvodi po meri vključijo na isti upoštevni proizvodni trg.
- (38) Če zgoraj navedene pogoje za zamenljivost ponudbe izpolnjujejo samo nekateri dobavitelji, na isti upoštevni trg ni primerno vključiti celotnega razpona proizvodov<sup>53</sup>. Komisija pri oceni konkurenčnosti kljub temu upošteva konkurenčni pritisk, ki ga izvajajo tisti dobavitelji, ki izpolnjujejo pogoje, vključno s tem, ali bodo v prihodnosti verjetno razširili svojo prodajo upoštevni proizvodov, kadar je v zadevi potrebna v prihodnost usmerjena ocena. Eden od primerov tega pristopa je pretekla ocena trga jekla s kovinsko prevleko, ki jo je izvedla Komisija<sup>54</sup>. Komisija v navedeni zadevi ni sprejela zamenljivosti ponudbe v zvezi z belo pločevino in elektrolitsko kromiranim jeklom, ker je lahko samo en konkurenčni dobavitelj te proizvode proizvajal na isti proizvodni liniji in ker proizvodnja obeh proizvodov na „variabilnih linijah“, ki omogočajo zamenjavo, na trgu ni imela pomembne vloge. Vendar je Komisija v oceni konkurenčnosti upoštevala pritisk dobavitelja, ki je lahko proizvajal belo pločevino in elektrolitsko kromirano jeklo na „variabilnih linijah“.
- (39) Če bi bilo zaradi zamenljivosti ponudbe treba znatno prilagoditi obstoječa opredmetena in neopredmetena sredstva zunaj rednega poslovanja, izvesti več kot neznatne dodatne naložbe, imeti nepovratne stroške ali tveganja, sprejeti strateške odločitve trajne narave ali imeti zamude, Komisija podobno ne bi razširila upoštevne trga na podlagi zamenljivosti ponudbe. Do tega lahko pride tudi, če so proizvajalci že vključeni v proizvodnjo v celotnem razponu povezanih proizvodov. Čeprav lahko na primer proizvajalci sira načeloma proizvajajo različne vrste sira, lahko nastanejo znatni stroški in dolgi dobavni roki, preden bi proizvajalec določene vrste sira lahko preusmeril proizvodnjo in začel prodajati drugo vrsto sira<sup>55</sup>. V teh primerih Komisija v oceni

<sup>53</sup> Glej sodbo z dne 28. aprila 2010, Amann in Söhne ter Cousin Filterie/Komisija, T-446/05, EU:T:2010:165, točka 79; glej tudi zadevo M.5046 Friesland Foods/Campina, točka 159. Glej tudi sodbo sodišča Efte z dne 5. maja 2022, v zadevi E-12/20, Telenor in Telenor Norge/Nadzorni organ Efte, točka 160.

<sup>54</sup> Za oceno bele pločevine glej zadevo M.8713 Tata Steel/thyssenkrupp/JV, uvodne izjave 276–278 in 1287–1293.

<sup>55</sup> V zadevi M.9413 Lactalis/Nuova Castelli je na primer preiskava trga pokazala, da dobavitelji, ki proizvajajo mocarelo, ne morejo začeti proizvajati rikote brez znatnih stroškov in v kratkem času, proizvajalci rikote pa ne morejo začeti proizvajati in prodajati maskarponeja brez znatnih stroškov in zamud (glej točki 47 in 48).



konkurenčnosti preuči vplive take zamenjave kot pritiske potencialne konkurence.

### 2.2.2. Splošna metodologija za opredelitev geografskih trgov

- (40) Kot je navedeno v odstavkih 21 in 26, je glavni pristop, ki ga Komisija uporablja za opredelitev upoštevnege geografskega trga, ocena pogojev konkurence. Običajno izhodišče je analiza lokacije strank, na katere bi zadevno ravnanje ali koncentracija verjetno vplivala. Da bi Komisija opredelila tiste stranke, ki se bodo verjetno srečale s podobnimi vplivi zadevnega ravnanja ali koncentracije, nato analizira, ali so pogoji konkurence na določenem območju, kjer so stranke, dovolj homogeni<sup>56</sup> in ali je območje mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na teh območjih občutno drugačni. Geografski trgi imajo lahko lokalno ali svetovno razsežnost, odvisno od pogojev konkurence, s katerimi se srečujejo stranke.
- (41) Komisija oceni pogoje konkurence tako, da preuči različne dokaze. Taki dokazi glede na zahteve in posebnosti posamezne zadeve vključujejo prisotnost različnih ali istih dobaviteljev na geografskih območjih, podobnosti ali razlike v njihovih tržnih deležih in cenah, podobnosti ali razlike v prednostnih izbirah in nakupovalnih navadah strank, ovire in stroške, povezane z dobavo strankam na drugem območju, dejavnike, povezane z razdaljo, ki vplivajo na stroške, razpoložljive količine ali zanesljivost dobave ter trgovinske tokove in vzorce pošiljk. Nadaljnje podrobnosti o dokazih, na katere se Komisija opira pri ocenjevanju geografskih trgov, so navedene v oddelku 3.3.
- (42) Pri opredelitvi upoštevnege geografskega trga Komisija običajno analizira tudi vzorce zamenljivosti povpraševanja, kot je prehod na uvoz, da bi opredelila alternativne možnosti dobave, ki so na voljo strankam<sup>57</sup>. Če stranke na dveh območjih za alternativo večinoma štejejo iste dobavitelje in lahko brez težav prehajajo med njimi, kar zadeva obseg nakupa, lahko to skupaj z drugimi dejavniki kaže, da so pogoji konkurence med obema območjema dovolj homogeni in da bi zato morali biti obe območji del istega upoštevnege geografskega trga. Če pa stranke na dveh območjih za alternativo štejejo različne dobavitelje, ali če je obseg, v zvezi s katerim je mogoče preiti in se preide na uvoz, omejen, na primer zaradi prednostne izbire strank ali omejitev razpoložljivega obsega uvoza, to kaže, da pogoji konkurence na obeh območjih niso dovolj homogeni<sup>58</sup>.

<sup>56</sup> V sodni praksi sodišč Unije se kot merilo za opredelitev upoštevnege geografskega trga dosledno navaja izraz „dovolj homogeni“ (v nasprotju z enakimi) pogoji konkurence. Glej sodbo z dne 14. februarja 1978, *United Brands/Komisija*, C-27/76, EU:C:1978:22, točki 11 in 44; sodbo z dne 8. julija 2003, *Verband der freien Rohrwerke in drugi/Komisija*, T-374/00, EU:T:2003:188, točka 141; sodbo z dne 30. septembra 2003, *Cableuropa in drugi/Komisija*, T-346/02 in T-347/02 (združeni zadevi), EU:T:2003:256, točka 115; sodbo z dne 7. maja 2009, *NVV in drugi/Komisija*, T-151/05, EU:T:2009:144, točka 52, in sodbo z dne 5. oktobra 2020, *HeidelbergCement in Schwenk Zement/Komisija*, EU:T:2020:471, točka 294.

<sup>57</sup> Ta ocena lahko sledi pristopu iz oddelka 2.2.1.1, tj. opredelitvi dobaviteljev, na katere bi stranke prešle v zvezi s svojimi nakupi v primeru spremembe relativnih pogojev dobave, in uporabi okvira SSNIP.

<sup>58</sup> Komisija je v zadevi M.7278 *General Electric/Alstom* (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) trg težkih plinskih turbin s frekvenco 50 Hz opredelila kot svetovni trg brez Kitajske in Irana, ker so za nekatere svetovne dobavitelje na teh dveh območjih obstajale ovire pri dobavi

- (43) Zato zgolj obstoj ali možnost uvoza na določenem geografskem območju ne vodi nujno do razširitve obsega geografskega trga na območje porekla uvoza. Stranke, ki so na območju porekla uvoza, se lahko srečujejo z drugačnimi pogoji konkurence kot stranke, ki so na območju dobave uvoza. V teh okoliščinah bi lahko, če bi bili geografski trgi opredeljeni tako široko, da bi vključevali območja porekla in dobave uvoženega blaga, na upoštevni trg pomotoma vključili stranke, na katere bi zadevno ravnanje ali koncentracija verjetno različno vplivala. To bi oceno konkurenčnosti oviralo, namesto da bi jo olajšalo.
- (44) V okoliščinah, za katere je značilen znaten uvoz, vendar trgovina med nekaterimi geografskimi območji ali drugi vidiki ponudbe in povpraševanja ne zadostuje za dovolj homogene pogoje konkurence, Komisija torej ne razširi upoštevne geografskega trga na območje porekla takega uvoza. Vendar pa v okviru ocene konkurenčnosti uvoz vključi na upoštevni geografski trg pri izračunu tržnih deležev. Komisija pri oceni konkurenčnosti v celoti upošteva konkurenčni pritisk uvoza na upoštevni trg tudi na druge načine, na primer tako, da preuči, ali se bo uvoz v prihodnosti verjetno še povečal, kadar je v zadevi potrebna v prihodnost usmerjena ocena<sup>59</sup>.
- (45) Eden od primerov, kako Komisija pri opredelitvi upoštevne geografskega trga in izvedbi ocene konkurenčnosti obravnava trgovinske tokove, je njena pretekla ocena trga končnih ploščatih izdelkov iz ogljikovega jekla<sup>60</sup>. Komisija je sklenila, da upoštevni geografski trgi za več vrst končnih ploščatih izdelkov iz ogljikovega jekla niso bili širši od EGP, ker so se tržne strukture med regijami sveta razlikovale, nabava se je v veliki meri izvajala na regionalni ravni, oblikovanje cen proizvodov pa se je med regijami sveta zelo razlikovalo. Kljub temu je bil konkurenčni pritisk uvoza v okviru ocene konkurenčnosti podrobno ocenjen.

---

strankam (glej točke 162–191). V zadevi AT.40099 Google Android je Komisija trg licenciranja operacijskih sistemov za pametne mobilne telefone in trgovin z aplikacijami za operacijski sistem Android opredelila kot svetovni trg brez Kitajske, ker so bile dejavnosti podjetja na Kitajskem omejene s predpisi (točke 406–410).

<sup>59</sup> V zadevi M.9592 Freudenberg/L&B je Komisija ugotovila, da so trgi za netkane in druge tkanine obsegali vsaj celoten EGP (točke 50–53), in odobrila koncentracijo, ker bi azijski tekmeči še naprej izvajali zadosten konkurenčni pritisk na udeležena podjetja (glej točke 98–137 za netkane primarne osnove za preproge za uporabo v gradbeništvu in točke 152–180 za netkane primarne osnove za preproge za uporabo v avtomobilski industriji).

<sup>60</sup> Glej zadevo M.8444 ArcelorMittal/Ilva, oddelek 7.2.4 (uvodne izjave 320–326) za opredelitev geografskega trga in oddelek 9.4.5.2–9.4.5.9 (uvodne izjave 637–750) za oceno konkurenčnosti v zvezi s pritiski zaradi uvoza. Komisija je izvedla podrobno analizo konkurenčnih pritiskov zaradi uvoza, pri čemer je ugotovila, da znaten obseg uvoza kot tak ni pokazatelj zadostnega pritiska na cene, da so bili proizvajalci zunaj EGP majhni in so posamično imeli omejen vpliv na cene v EGP, da je bil uvoz v primerjavi z domačimi proizvodi manj zanesljiv vir dobave za stranke v EGP, da empirični dokazi kažejo, da odziv uvoza na dvig cen verjetno ne bo zadostoval za premagovanje dviga cen, da je bila zmožnost uvoza, da izvaja konkurenčni pritisk na proizvajalce EGP, znatno zmanjšana, da je uvoz lahko tekmoval le za del povpraševanja strank v EGP ter da so dobavitelji v EGP v določeni meri tudi nadzorovali uvoz.

### 3. POSTOPEK OPREDELITVE TRGOV

#### 3.1. Splošni pristop k opredelitvi trga v praksi

- (46) V praksi je Komisija običajno zmožna predhodno opredeliti najbolj verjetne upoštevne proizvodne in geografske trge, znotraj katerih bi bilo treba oceniti določeno koncentracijo ali ravnanje, in sicer na podlagi takoj razpoložljivih informacij, upoštevni trgov, ugotovljenih v preteklih sklepih Komisije v istih ali podobnih industrijah, ali informacij, ki so jih predložila udeležena podjetja. Pogosto je na voljo omejeno število takih verjetnih alternativnih upoštevni trgov. Komisija nato prilagodi svoje začetne delovne predpostavke o upoštevni proizvodni in geografski trgu glede na dokaze, zbrane med preiskavo, če je to potrebno. V številnih primerih za strukturiranje in olajšanje ocene konkurenčnosti v sklepu Komisije zadostuje natančna preučitev verjetnih alternativnih opredelitev trga, ne da bi bilo treba izvesti podrobno analizo za sklep o opredelitvi posameznega upoštevnega trga. Komisija lahko v svojih sklepih določi in oceni alternativne opredelitve trga, pri čemer začne z možnimi širšimi ali ožjimi trgi, odvisno od posebnosti zadeve.
- (47) V oddelkih 3.2 in 3.3 v nadaljevanju so opisani različni dejavniki, ki so lahko pomembni za opredelitev upoštevnega proizvodnega in geografskega trga. V oddelku 3.4 je opisano, kako Komisija zbira in ocenjuje dokaze o teh različnih dejavnikih. To ne pomeni, da mora Komisija v vsaki posamezni zadevi pridobiti dokaze o vseh navedenih dejavnikih in jih oceniti. V praksi dokazi v zvezi s podмноžico teh dejavnikov pogosto zadostujejo, da lahko Komisija sprejme sklep o upoštevni trgu.

#### 3.2. Dokazi za opredelitev proizvodnih trgov

- (48) V skladu z načeli iz oddelka 2 se Komisija pri opredelitvi upoštevnega proizvodnega trga osredotoča predvsem na dokaze v zvezi z zamenljivostjo povpraševanja, lahko pa upošteva tudi dokaze v zvezi z zamenljivostjo ponudbe, če so izpolnjeni ustrezni pogoji iz oddelka 2.2.1.2. Za oceno zamenljivosti na strani povpraševanja in ponudbe za namene opredelitve upoštevnega proizvodnega trga so lahko pomembne naslednje kategorije dokazov.

##### 3.2.1. Dokazi, pomembni za zamenljivost povpraševanja

- (49) *Značilnosti, cene in predvidena uporaba proizvoda ter splošne prednostne izbire strank.* Dokazi o dejavnikih, kot so značilnosti proizvoda (vključno s kakovostjo proizvoda ali stopnjo inovativnosti), cene in predvidena uporaba, ki so pogosto zlahka dostopni, so na splošno koristni za opredelitev razpona možnih nadomestnih proizvodov, ki so na voljo strankam udeleženih podjetij.
- (50) Vendar ocena, ali so si proizvodi podobni po opaznih značilnostih, ali so njihove cene primerljive<sup>61</sup> oziroma ali se proizvodi uporabljajo za enako predvideno

<sup>61</sup> Kar zadeva dokaze o gibanju cen v daljšem časovnem obdobju, lahko številni različni dejavniki, ki niso povezani z zamenljivostjo povpraševanja, povzročijo skupna gibanja cen. Po drugi strani neobstoj skupnega gibanja cen ali obstoj različnih cen običajno kaže, da proizvodi verjetno ne bodo zamenljivi z vidika povpraševanja. Zato analize skupnih gibanj cen, vključno s kvantitativnimi tehnikami, kot so korelacija cen ali analize stacionarnosti, načeloma zagotavljajo več koristnih informacij, kadar kažejo, da dva proizvoda nista na istem trgu.

uporabo<sup>62</sup>, morda ne bo zadostovala za ugotovitev, ali sta proizvoda zamenljiva z vidika povpraševanja. Razlog za to je, da taki premisleki morda ne odražajo natančno vrednosti lastnosti proizvoda za stranke in tega, kako bi se stranke odzvale na spremembe relativnih pogojev dobave, kot je povečanje cen. Nasprotno pa razlike v značilnostih, cenah in predvideni uporabi proizvoda same po sebi morda ne zadostujejo vedno za ugotovitev, da dva proizvoda spadata na različna proizvodna trga<sup>63</sup>.

- (51) Komisija zato ocenjuje temeljne razloge, zakaj bi stranke en proizvod zamenjale z drugim ali ne, in sicer tako, da si prizadeva opredeliti parametre, ki so najpomembnejši za izbiro strank. Izbiro strank lahko poleg cene proizvoda na različne načine usmerjajo različni parametri, kot je na primer stopnja inovativnosti ali kakovost proizvoda, kot je navedeno v odstavku 12. Pomembne so lahko tudi razlike med distribucijskimi kanali, vključno s spletnimi in nespletnimi kanali<sup>64</sup>, ali regulativni okvir<sup>65</sup>. Opredelitev tistih parametrov, ki so najpomembnejši za izbiro strank, Komisiji omogoča, da primerja proizvode glede na te parametre, s čimer pridobi koristne informacije za oceno stopnje njihove zamenljivosti.
- (52) *Dokazi o pretekli zamenljivosti.* V nekaterih primerih lahko obstajajo dokazi o zamenljivosti različnih proizvodov po preteklih strukturnih spremembah, dogodkih ali pretresih na trgu. Taki dokazi običajno zagotavljajo koristne informacije o prednostni izbiri strank, zlasti kadar je zamenljivost posledica zunanje<sup>66</sup> spremembe relativnih pogojev dobave proizvodov udeleženih podjetij, kot je nepričakovani pretres v zvezi s stroški, ali drugega podobnega dogodka. Koristne informacije lahko zagotovi tudi uvedba novih proizvodov, kadar je mogoče natančno analizirati, prodaja katerih proizvodov se je zmanjšala zaradi novega proizvoda<sup>67</sup>. Podobno so lahko spremembe v zvezi s količinami, ki so posledica izstopa dobavitelja s trga ali (začasne) nerazpoložljivosti nekaterih

<sup>62</sup> Komisija je na primer v preteklosti opredelila ločene trge za nekatera živila kljub njihovi enaki predvideni uporabi za prehrano ljudi. V zadevi M.7220 Chiquita Brands International/Fyffes je Komisija banane opredelila kot proizvodni trg, ločen od drugega svežega sadja (točke 29–34).

<sup>63</sup> V zadevi AT.38477 British Airways/SN Brussels so na primer kljub razlikam med železniškim prevozom in zračnim prevozom na progi med Brusljem in Londonom v smislu značilnosti proizvodov razpoložljivi dokazi kazali, da med njima obstaja intermodalna konkurenca, zaradi česar je Komisija sklenila, da je bil upoštevni trg širši od neposrednega zračnega prevoza in je vključeval železniški prevoz (točke 18–21 in 23).

<sup>64</sup> Da bi Komisija ugotovila, ali spletni in nespletni prodajni kanal spadata na isti proizvodni trg, lahko oceni, ali stranke menijo, da imata ta kanala različne značilnosti, na primer glede ravni cen, kakovosti podpore strankam, dobavnih rokov in logističnih stroškov, odpiralnega časa, potrebe po preizkusu proizvoda pred nakupom ter razlik v razponih proizvodov, ki jih ponujata oba kanala. Glej na primer zadevo M.8394 Essilor/Luxottica, v kateri je Komisija ocenila, ali bi moral biti trg za maloprodajo optičnih izdelkov razdeljen na spletni in nespletni kanal (uvodne izjave 83–89 in 139).

<sup>65</sup> S predpisi je lahko na primer določeno, da morajo farmacevti pri izdajanju zdravil pod določenimi pogoji originatorsko zdravilo samodejno zamenjati s cenejšim generičnim zdravilom.

<sup>66</sup> Zunanja sprememba ali pretres v zvezi s pogoji dobave je posledica nepričakovanih dogodkov, ki nimajo neposrednega vpliva na povpraševanje.

<sup>67</sup> Komisija je na primer v zadevi M.5335 Lufthansa/SN Airholding ocenila, ali je letališče v Antwerpnu zamenljivo z letališčem v Bruslju. V zvezi s tem je obravnavala vstop družbe VLM Airlines na ruto Antwerpen–Manchester v smislu konkurence z leti družbe SN na ruti Bruselj–Manchester (glej točke 96, 100 in 101).

proizvodov (na primer zaradi izpadov proizvodnje), koristne informacije o vzorcih zamenljivosti<sup>68</sup>. Komisija v vsakem primeru preveri, ali se lahko za odzive na take pomembne spremembe, kot je popolna nerazpoložljivost proizvoda, šteje, da kažejo na bolj omejene spremembe relativnih pogojev dobave. V nekaterih primerih lahko podjetja ustrezne informacije o proizvodih, zamenljivih z vidika povpraševanja, zbirajo tudi med običajnim poslovanjem. Podjetja imajo lahko na primer podatke o strankah, ki so jih izgubila, o strankah, ki so jih pridobila, in o identiteti konkurentov, ki so izgubili ali pridobili te stranke. Nasprotno pa dokazi o odmiku strank od proizvoda zaradi dejavnikov, ki niso povezani s spremembami relativnih pogojev dobave, ponujajo manj koristnih informacij o zamenljivosti povpraševanja, saj lahko taki odmiki odražajo bolj prehajanje med proizvodi, in sicer spremembe vzorcev potrošnje in prednostne izbire v daljšem časovnem obdobju<sup>69</sup>.

- (53) Če je na voljo dovolj podatkov o pretekli zamenljivosti, je mogoče izpeljati kvantitativne ukrepe glede zamenljivosti različnih proizvodov. Mogoče je na primer izpeljati stopnje preusmeritve med izbranimi nadomestnimi proizvodi, tj. izračunati delež izgubljenih količin enega proizvoda, ki se preusmeri k posameznemu izbranemu proizvodu, ali oceniti lastno cenovno elastičnost in navzkrižno cenovno elastičnost<sup>70</sup> povpraševanja po proizvodu z uporabo ekonometričnih tehnik<sup>71, 72</sup>. Da bi bili taki kvantitativni dokazi zanesljivi, morajo biti dovolj trdni.
- (54) *Dokazi o hipotetični zamenljivosti.* Komisija se lahko opre tudi na informacije o tem, kako se bodo stranke verjetno odzvale na hipotetične spremembe relativnih pogojev dobave („hipotetična zamenljivost“). Obrazloženi odgovori strank in konkurentov glede take hipotetične zamenljivosti so lahko koristne informacije

<sup>68</sup> Komisija je na primer v zadevi M.6576 Munksjö/Ahlstrom pri ocenjevanju upoštevnega proizvodnega trga predhodno impregniranega papirja upoštevala, da je konkurent prenehal proizvajati predhodno impregniran papir, in ocenila identiteto konkurentov, ki so pridobili njegove stranke (glej točko 189).

<sup>69</sup> Komisija je na primer v zadevi M.6576 Munksjö/Ahlstrom ugotovila, da je ugotovljen prehod s standardnega dekorativnega papirja na predhodno impregniran papir v pohištveni industriji v veliki meri posledica strateških naložbenih odločitev velike stranke nižje v vrednostni verigi in zato ni bil določen ali poudarjen v okviru kratkoročnih sprememb relativnih cen za predhodno impregniran papir (glej točko 248).

<sup>70</sup> Lastna cenovna elastičnost povpraševanja po proizvodu X je merilo odzivnosti povpraševanja po proizvodu X (tj. pričakovane spremembe zahtevane količine, izražene v odstotkih) na 1-odstotno spremembo cene proizvoda X. Navzkrižna cenovna elastičnost med proizvodoma X in Y je odzivnost povpraševanja po proizvodu X na 1-odstotno spremembo cene proizvoda Y.

<sup>71</sup> Komisija je na primer v zadevi M.5658 Unilever/Sara Lee uporabila ekonometrične ocene elastičnosti povpraševanja, izpeljane iz skeniranih podatkov, da bi izvedla preskus SSNIP in ugotovila, ali so moški dezodoranti in drugi dezodoranti na istem upoštevnem proizvodnem trgu.

Komisija lahko dokazuje o pretekli zamenljivosti uporabi ne le za opredelitev trgov, ampak tudi za izvedbo svoje ocene konkurenčnosti, zlasti da bi ugotovila, ali udeležena podjetja tesno konkurirajo med sabo, ali pa kvantitativno ocenila verjetne učinke; glej na primer zadevo M.8792 T-Mobile NL/Tele2 NL (točke 704–720 in 798–823).

<sup>72</sup> Dokazi o stopnjah preusmeritve ali (navzkrižni cenovni) elastičnosti povpraševanja so lahko pomembni za opredelitev naslednjih najbližjih nadomestnih proizvodov, ki jih je treba upoštevati za vključitev na izbrani trg in za uporabo preskusa SSNIP. Vendar visoka stopnja preusmeritve na proizvode zunaj izbranega trga ali (navzkrižna cenovna) elastičnost v zvezi s temi proizvodi ne pomeni nujno, da upoštevni trg vključuje take proizvode.

za opredelitev nadomestnih proizvodov. V nekaterih primerih so lahko dokazi o hipotetični zamenljivosti na voljo tudi na podlagi raziskav reprezentativnega vzorca strank. V določenih primerih so lahko dokazi o hipotetični zamenljivosti edini razpoložljivi neposredni dokazi o zamenljivosti, na primer v zadevah, v katerih je potrebna v prihodnost usmerjena ocena. Kljub temu so lahko dokazi o hipotetični zamenljivosti manj zanesljivi kot dokazi o dejanski zamenljivosti, saj hipotetična zamenljivost povpraševanja nima dejanskih posledic za stranke. Zlasti stališča udeležencev na trgu v zvezi z verjetnostjo ali obsegom hipotetičnega prehoda na alternativni proizvod morda niso dovolj zanesljiva, popolna ali natančna, da bi lahko Komisija ocenila lastno cenovno elastičnost povpraševanja. Vendar je to ocena za vsak primer posebej, ki je odvisna od trdnosti razpoložljivih dokazov.

- (55) V hitro razvijajočih se industrijah, zlasti tistih, za katere je značilen hiter tehnološki napredek, lahko novi ali na novo razviti proizvodi ali postopki ter tehnološke ali regulativne spremembe privedejo do strukturnih prehodov na trgu, ki vplivajo na obstoječo konkurenčno dinamiko in splošne odzive na relativne pogoje dobave. V takih primerih lahko Komisija upošteva pričakovane spremembe v zvezi z možnostmi zamenljivosti, ki so posledica spremembe konkurenčne dinamike, pod pogoji iz odstavka 16.
- (56) *Dokazi o konkurenčnih pritiskih na podlagi stališč industrije.* Podjetja običajno spremljajo konkurenco v okviru običajnega poslovanja. Konkurenco lahko spremljajo tudi industrijska združenja ali strokovnjaki. Čeprav taka stališča industrije o mejah trga ne ustrezajo nujno pojmu upoštevnega trga v smislu konkurenčnega prava Unije, lahko informacije, na podlagi katerih podjetja štejejo druga podjetja za (tesne) konkurente, ter stališča drugih udeležencev na trgu in strokovnjakov iz industrije o konkurenčnih pritiskih predstavljajo koristne informacije za oceno zamenljivosti povpraševanja. To velja zlasti, kadar razlogi za to, da se nekatera podjetja štejejo za (tesne) konkurente, ustrezajo okviru Komisije za opredelitev trga, tj. da stranke proizvode podjetij štejejo za nadomestne.
- (57) *Ovire in stroški, povezani s preходом povpraševanja na možne nadomestne proizvode.* Obstajajo različne potencialne ovire za zamenljivost in stroški zamenjave. Te ovire in stroški imajo lahko različen izvor, kot so pogodbene obveznosti, stroški iskanja alternativnih proizvodov, negotovost glede kakovosti in ugleda alternativnih proizvodov, stroški učenja uporabe drugih proizvodov ali prilagoditev lastnih proizvodnih postopkov, prepoznavanje blagovne znamke, regulativne ovire ali druge oblike državnega posredovanja, obstoj neposrednih in posrednih mrežnih učinkov<sup>73</sup>, stroški prenosljivosti podatkov ali stopnja interoperabilnosti<sup>74</sup> z drugimi proizvodi.

<sup>73</sup> Neposredni mrežni učinki nastanejo, kadar vrednost proizvoda, ki ga prejme uporabnik, niha (neposredno ali obratno sorazmerno) s spremembo števila uporabnikov tega proizvoda. Posredni mrežni učinki nastanejo, kadar sprememba števila uporabnikov proizvoda vpliva na povpraševanje po dopolnilnem proizvodu, kar povzroči nihanje vrednosti prvega proizvoda.

<sup>74</sup> To bi na primer veljalo, če podskupina proizvodov ne deluje v povezavi z drugim proizvodom, tako da zamenjava pomeni dodatne stroške za stranke.

- (58) Ovire za zamenjavo se lahko pojavijo tudi, če stranke ne morejo prehajati med različnimi prodajnimi kanali. Konkurenčni pritiski pri dobavi avtomobilskih sestavnih delov za trg originalne opreme se lahko na primer razlikujejo od pritiskov pri dobavi takih sestavnih delov za rezervne dele, pri čemer stranke na področju rezervnih delov ne morejo pridobiti sestavnih delov pod pogoji, ki so na voljo proizvajalcem originalne opreme. To lahko privede do opredelitve dveh različnih upoštevnih proizvodnih trgov.
- (59) *Izvajanje preskusa SSNIP.* V nekaterih primerih je mogoče meje upoštevnega trga določiti tudi s kvantitativno oceno, ali bi bilo majhno, vendar pomembno in stalno povečanje cen donosno za hipotetičnega monopolista<sup>75</sup>. Primer izvedbe preskusa SSNIP je „analiza kritične izgube“<sup>76</sup>. Analiza kritične izgube običajno vključuje določitev največje izgube obsega prodaje, ki lahko nastane po majhnem, vendar pomembnem in stalnem povečanju cen proizvodov na izbranem trgu, da bi tako povečanje cen ostalo donosno za hipotetičnega monopolista. Ta „kritična izguba“ se nato primerja z oceno verjetne dejanske izgube obsega prodaje, ki je posledica povečanja cen. Če je kritična izguba večja od verjetne dejanske izgube, bi bilo majhno, vendar pomembno in stalno povečanje cen donosno, kar pomeni, da proizvodi na izbranem trgu pomenijo upoštevni proizvodni trg. V nasprotnem primeru bi morda bilo treba izbrani trg razširiti. Podrobnosti analize, ki jo je treba izvesti, so odvisne od posebnih okoliščin posamezne zadeve. Komisija pri ocenjevanju analize kritične izgube upošteva tudi, da visoka ugotovljena stopnja dobička, izražena v odstotkih, ne pomeni le majhne kritične izgube, ampak lahko tudi kaže, da je dejanska elastičnost povpraševanja (in s tem dejanska izguba) verjetno majhna, in obratno<sup>77</sup>.

### 3.2.2. Dokazi, pomembni za zamenljivost ponudbe

- (60) *Dokazi pretekle zamenljivosti.* Komisija lahko pri ocenjevanju zamenljivosti ponudbe upošteva dokaze podjetij o obstoju presežne zmogljivosti ter njihovi sposobnosti in spodbudah za kratkoročno prerazporeditev proizvodnje in dobave. Zlasti pomembni so dokazi o pretekli prerazporeditvi proizvodnje ali dobave k zadevnim proizvodom kot odziv na zunanje spremembe pogojev ponudbe ali povpraševanja. Nasprotno pa lahko Komisija, če ni dokazov o pretekli zamenljivosti ponudbe, meni, da je manj verjetno, da bi bil vpliv take zamenljivosti enakovreden vplivu zamenljivosti povpraševanja v smislu učinkovitosti in neposrednosti.

<sup>75</sup> Komisija je preskus SSNIP uporabila v zadevi M.5658 Unilever/Sara Lee, točke 92–94 in oddelek 5.3 tehnične priloge.

<sup>76</sup> Glej na primer zadevo M.9076 Novelis/Aleris, Priloga I, oddelek 2.1.2. Komisija je analizo kritične izgube uporabila tudi v zadevi M.4734 Ineos/Kerling, vendar je na koncu ugotovila, da so bili rezultati nezadostni; točke 95–105.

<sup>77</sup> Če so ugotovljene stopnje dobička, izražene v odstotkih, visoke, izguba obsega pomeni razmeroma veliko izgubo dobička, povezano z izgubljenim obsegom. To pomeni, da majhna „kritična izguba“, povezana z obsegom, pomeni nedonosno povečanje cen za hipotetičnega monopolista. Po drugi strani lahko visoke ugotovljene stopnje dobička pomenijo, da je tudi verjetna dejanska izguba razmeroma majhna, saj v nasprotnem primeru podjetja ne bi zvišala cen na ugotovljeno raven in bi menila, da bo donosno znižati cene.

- (61) *Ovire in stroški, povezani z zamenjavo dobave.* Komisija pri ocenjevanju možnosti širitve trga na podlagi zamenljivosti ponudbe upošteva več ovir in stroškov. Preuči na primer, ali morajo podjetja za zamenjavo svoje proizvodnje ali dobave izvesti posebne kapitalske naložbe ali posebne naložbe v proizvodne procese, učenje in človeški kapital, vzpostavitev prepoznavnosti blagovne znamke ali imena, dostop do podatkov, stroške zamenjave proizvodnih sredstev/opreme ali druge naložbe. Pomembne so lahko tudi informacije o obstoju pravnih ali upravnih ovir, kot je potreba po pridobitvi določenega dovoljenja, ali strateških ovir, ki lahko vplivajo na zamenjavo proizvodnje ali dobave, kot so pogodbene vezi ali pogodbe o ekskluzivnosti. Komisija analizira tudi spodbude podjetij za zamenjavo proizvodnje ali dobave, vključno s tem, ali bi taka zamenjava povzročila izgubo prodaje drugih proizvodov, in njihovo pripravljenost za zamenjavo. Kot je pojasnjeno v odstavku 39, Komisija v primerih, ko take ovire ali stroški niso zanemarljivi, upošteva konkurenčne pritiske (če obstajajo), ki jih izvajajo taka podjetja, v okviru ocene konkurenčnosti in ne z razširitvijo upoštevne trga.

### 3.3. Dokazi za opredelitev geografskih trgov

- (62) Komisija običajno lahko sprejme predhodno stališče o tem, ali je izbrani geografski trg lokalni, nacionalni, regionalni, na ravni EGP<sup>78</sup>, širši od EGP ali svetovni, in sicer na podlagi predhodnih informacij o nakupovalnih navadah in prednostni izbiri strank v zvezi z upoštevniimi proizvodi. Nato preveri, ali so pogoji konkurence na celotnem izbranem trgu dovolj homogeni in ali je mogoče izbrani trg razlikovati od drugih območij, ker so pogoji konkurence na teh območjih občutno drugačni.
- (63) Za oceno upoštevne geografskega trga so lahko pomembne naslednje kategorije dokazov.
- (64) *Identiteta razpoložljivih dobaviteljev, tržni deleži in cene.* Če imajo stranke na različnih geografskih območjih dostop do istih dejanskih in potencialnih dobaviteljev in imajo ti dobavitelji na različnih območjih podobne tržne deleže, je to običajno prvi znak, da so pogoji konkurence dovolj homogeni, da se ta območja vključijo na isti upoštevni geografski trg. Če pa se tržni deleži teh dobaviteljev med različnimi območji znatno razlikujejo, je to običajno znak, da pogoji konkurence na teh območjih niso dovolj homogeni.
- (65) Vendar tržni deleži sami po sebi morda ne zadostujejo za ugotovitev, ali so pogoji konkurence dovolj homogeni. Podjetja lahko imajo na primer velike tržne deleže na svojih domačih trgih zaradi vpliva iz preteklosti, v nasprotju s tem pa je homogena prisotnost podjetij po celotnem EGP lahko skladna z nacionalnimi ali regionalnimi geografskimi trgi.
- (66) Koristen dokaz je lahko tudi predhodna analiza oblikovanja cen in razlik v cenah. Na splošno se lahko pričakuje, da homogeni pogoji konkurence na različnih območjih vodijo do podobnih ravni cen za enake proizvode. Taka podobnost je lahko tudi posledica uspešne arbitraže med različnimi območji,

<sup>78</sup> Za praktične namene Komisija kot delovno predpostavko običajno ocenjuje trge na ravni celotnega EGP, kjer obstajajo močni znaki, da so trgi širši od nacionalnih trgov in ožji od svetovnih trgov.



tj. postopka, s katerim lahko arbitražerji zaradi višjih cen na enem območju kupujejo na območju z nizkimi cenami in preprodajajo na območju z visokimi cenami, dokler se cene ne zblížajo dovolj, da taka arbitraža postane nedonosna. Vendar so analize ravni cen same po sebi le redko odločilne za opredelitev geografskega trga<sup>79</sup>.

- (67) Komisija zato preuči razloge za vsako posebno konfiguracijo tržnih deležev ali cen in oceni tudi druge kazalnike.
- (68) *Prednostne izbire in nakupovalne navade strank.* Razlike v kulturi, jeziku, življenjskem slogu, demografiji ali socialno-ekonomskem ozadju lahko privedejo do lokalnih, nacionalnih ali regionalnih prednostnih izbir v zvezi z določenimi proizvodi ali blagovnimi znamkami<sup>80</sup>. To lahko vpliva na konkurenčni položaj različnih podjetij na različnih območjih. Razlike v prednostnih izbirah strank na različnih območjih bodo verjetno povzročile razlike v nakupovalnih navadah in imajo zato velik potencial za omejitve geografskega obsega trga.
- (69) Zlasti če se nabor proizvodov, ki jih stranke štejejo za zamenljive s proizvodi udeleženih podjetij, razlikuje med geografskimi območji, je to na splošno močan pokazatelj, da pogoji konkurence niso dovolj homogeni, da bi ta območja spadala na isti geografski trg.
- (70) S preučitvijo sedanjega geografskega vzorca nakupov strank se lahko zagotovijo koristni kazalniki glede podobnosti ali razlik v prednostnih izbirah strank in pogojev konkurence. Če imajo na primer stranke v EGP dostop do istih dobaviteljev pod podobnimi pogoji ne glede na lokacijo stranke, na primer če pod podobnimi pogoji kupujejo od podjetij, ki so kjer koli v EGP, ali če svoje blago naročajo z razpisnimi postopki, h katerim je povabljen ista skupina podjetij, ki tudi predloži ponudbe, se bo verjetno štelo, da geografski trg obsega celoten EGP<sup>81</sup>. Če imajo stranke po vsem svetu dostop do istih dobaviteljev pod

<sup>79</sup> To velja tudi za kvantitativne tehnike ocenjevanja skupnih gibanj cen, kot so na primer korelacija cen ali analize stacionarnosti. Kot je navedeno v opombi 61, lahko poleg uspešne arbitraže skupno gibanje cen povzročijo številni drugi dejavniki. Taka skupna gibanja cen bi torej lahko napačno kazala na to, da dve območji spadata na isti upoštevni geografski trg, čeprav pogoji konkurence na teh območjih niso dovolj homogeni. Po drugi strani pa dejstvo, da ni skupnega gibanja cen, običajno pomeni, da pogoji konkurence niso dovolj homogeni. Zato analiza skupnega gibanja cen načeloma zagotavlja več koristnih informacij, če kaže, da različna območja niso na istem trgu.

<sup>80</sup> Komisija je na primer v zadevi AT.39740 Google Search (Shopping) trg splošnega iskanja zaradi jezikovnih prednostnih nastavitvev opredelila kot nacionalni trg, čeprav so bile te storitve uporabnikom dostopne kjer koli na svetu (glej točki 253 in 254). V zadevi M.7220 Chiquita/Fyffes je Komisija, čeprav je priznala, da so bile banane večinoma dobavljene iz držav zunaj EGP, trg opredelila na nacionalni ravni, in sicer na podlagi nacionalnih prednostnih izbir (glej točke 119–131). To kaže tudi, da je lahko prisotnost enega dobavitelja ali istih dobaviteljev v EGP ali po svetu skladna z geografskimi trgi, opredeljenimi na nacionalni ravni, kot je pojasnjeno v odstavku 65.

<sup>81</sup> Na voljo so primeri v zvezi s trgi za proizvodnjo in dobavo osnovnih kovinskih proizvodov, kot je aluminij ali jeklo. V zadevi M.9076 Novelis/Aleris je bilo s preiskavo Komisije potrjeno, da so stranke običajno prednostno izbrale pridobivanje aluminijastih plošč za karoserije pri dobaviteljih s sedežem v EGP, upoštevni geografski trg za aluminijaste plošče za karoserije pa je bil opredeljen kot trg na ravni EGP. Na trgih končnih izdelkov iz ogljikovega jekla, na primer v zadevah M.8444 ArcelorMittal/Ilva in M.8713 Tata Steel/thyssenkrupp/JV, se je štelo, da upoštevni geografski trg obsega celoten EGP z geografskim razlikovanjem znotraj EGP (kot je bilo v slednji zadevi potrjeno s sodbo Splošnega sodišča z dne 22. junija 2022, thyssenkrupp/Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, točke 145–258). Trg

podobnimi pogoji ne glede na lokacijo strank, je podobno verjetno, da bo upoštevni geografski trg svetoven<sup>82, 83</sup>.

- (71) *Ovire in stroški, povezani z dobavo strankam na različnih območjih.* Komisija oceni, ali so dobavitelji sposobni in pripravljeni ponuditi svoje proizvode pod konkurenčnimi pogoji na celotnem izbranem trgu ali pa obstajajo ovire ali stroški, zaradi katerih je za dobavitelja oskrba strank pod konkurenčnimi pogoji na območjih, na katerih trenutno ni dejaven, nemogoča ali neprivlačna. Ta ocena vključuje preučitev, ali morajo biti dobavitelji zaradi prednostne izbire strank lokalno prisotni ali imeti dostop do distribucijskega omrežja ali ustreznih distribucijskih kanalov za prodajo na celotnem izbranem trgu. Vključuje tudi preučitev regulativnega okvira, in sicer vseh vrst ovir, ki so posledica državnega ukrepanja in ki lahko vplivajo na dobavitelje z drugih območij. Take ovire lahko vključujejo pravila o javnem naročanju, javne subvencije, regulacijo cen, kvote in tarife, ki omejujejo trgovino ali proizvodnjo, tehnične standarde, jezikovne zahteve, pravne monopole, omejitve svobode ustanavljanja, zahteve za upravno dovoljenje (na primer licence in dovoljenja) ali druge sektorske predpise. Take ovire lahko učinkovito omejijo stopnjo, do katere so dobavitelji na nekem geografskem območju pod konkurenčnim pritiskom dobaviteljev s sedežem zunaj tega območja, in tako povzročijo razlike v pogojih konkurence. Iste ovire lahko stranke ovirajo pri kupovanju od dobaviteljev na drugih območjih.
- (72) Nasprotno pa lahko regulativni okvir, zlasti regulativna uskladitev, na primer na ravni Unije ali na svetovni ravni, zmanjša ovire za trgovino in pokaže, da so geografski trgi širši oziroma bodo v prihodnosti to verjetno postali. Komisija pri opredelitvi geografskih trgov upošteva postopek povezovanja trgov. Če so regulativne ovire odpravljene, Komisija oceni ustrezne dokaze, ki kažejo na strukturni prehod na trgu, na primer v zvezi s cenami, tržnimi deleži ali vzorci trgovanja.
- (73) *Dejavniki, povezani z razdaljo, prevozni stroški in zaledna območja.* Na nekaterih trgih so lahko konkurenčni položaji dobaviteljev odvisni od razdalje med posameznim dobaviteljem in stranko. Prevozni stroški lahko na primer predstavljajo pomemben del stroškov za nekatere proizvode, zaradi česar so

---

je bil opredeljen kot trg na ravni EGP tudi za ognjevarno keramiko, med drugim zaradi močnega dajanja prednosti strank pridobivanju pri dobaviteljih s sedežem v EGP; glej zadevo M.8286 RHI/Magnesita Refratarios, točke 55–57 in 61.

<sup>82</sup> Na trgih za civilne letalske in vesoljske aplikacije na primer stranke naročijo originalno letalsko opremo ter letalske in vesoljske sisteme in sestavne dele pri istih dobaviteljih po vsem svetu, pri čemer je Komisija ugotovila, da je upoštevni geografski trg za te proizvode svetoven, na primer v zadevah M.8658 UTC/Rockwell Collins, točke 204, 205 in 207, M.8425 Safran/Zodiac Aerospace, točka 298, in M.8948 Spirit/Asco, točki 37 in 38.

<sup>83</sup> Komisija lahko trg prav tako opredeli kot svetovni trg, s katerega so izključena samo posamezna območja z različnimi pogoji konkurence, kot na primer v zadevi M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), kot je opisano v opombi 58. Podobno je Komisija v zadevi M. 8677 Siemens/Alstom ugotovila, da bi lahko bil upoštevni geografski trg za hitre in zelo hitre vlake svetoven brez Kitajske, Južne Koreje in Japonske, saj so v teh treh državah obstajale nepremostljive ovire za vstop tujih dobaviteljev (glej točko 133). Glej tudi zadevo M.6541 Glencore/Xstrata, v kateri je Komisija ocenila potencialne geografske trge, ki so opredeljeni kot svetovni trgi brez Kitajske, saj je bil izvoz iz Kitajske omejen, ker so analitiki industrije ločeno sporočali podatke za Kitajsko in preostali svet in ker je več udeležencev na trgu podprlo tako delitev (glej točke 43–45).

lahko dobavitelji, ki so bolj oddaljeni od stranke, v precej slabšem konkurenčnem položaju kot dobavitelji, ki so bliže stranki. Drugi dejavniki, kot so vidiki zanesljivosti oskrbe, vidiki trajnostnosti, pokvarljivost proizvodov ali dostopnost, imajo lahko podoben učinek. Poleg tega je lahko na potrošniških trgih pomemben dejavnik razdalja ali čas potovanja do dobavitelja. To običajno velja na primer za letališča, supermarkete ali bencinske servise.

- (74) V takih okoliščinah je verjetno, da se bodo trgi geografsko razlikovali v tem smislu, da se konkurenčni pogoji spreminjajo glede na razdaljo med posameznim dobaviteljem in stranko. V takih primerih lahko Komisija geografske trge opredeli na podlagi zalednih območij, ki odražajo razdaljo, na kateri so običajno stranke in dobavitelji. Zaledna območja se lahko določijo okoli strank ali okoli dobaviteljev, odvisno od posebnosti zadeve. Čeprav je pogosto bolje oceniti konkurenčne pogoje na lokaciji posamezne stranke, morda ni mogoče določiti zalednih območij okoli lokacij strank, na primer ker je strank veliko in so razpršene ali ker ni informacij o lokaciji strank konkurentov. Zato lahko Komisija iz praktičnih razlogov določi zaledna območja okoli lokacij dobaviteljev<sup>84</sup>. Zaledna območja se običajno merijo glede na razdaljo ali čas potovanja strank (v tem primeru se imenujejo izohrona) ali glede na razdaljo ali čas dobave okoli lokacije, kjer poteka zadevni delež prodaje. Velikost zalednih območij bi morala biti reprezentativna za nakupovalne vzorce večine strank, ki jih je mogoče določiti na podlagi dejanske porazdelitve razdalj ali časa dobave oziroma potovanja, in/ali lahko temelji na stališčih udeležencev na trgu. Na podlagi navedenega Komisija za izhodišče običajno določi zaledna območja, ki pokrivajo 80 % prodaje ali strank<sup>85</sup>. Za izvajanje analiz občutljivosti ali upoštevanje vidikov, specifičnih za trg, se lahko opre tudi na alternativne obsege. Komisija je geografske trge opredelila na primer tudi na podlagi zalednih območij, ki zajemajo 70 % in/ali 90 % prodaje<sup>86</sup>.
- (75) *Trgovski tokovi in vzorci pošiljk*. Analiza vzorca in razvoja pošiljk in trgovinskih tokov ter spodbujevalcev takih tokov lahko kaže na odsotnost ali obstoj ovir. Odzivnost takih tokov na spremembe relativnih pogojev dobave lahko kaže tudi na stopnjo konkurenčnega pritiska dobaviteljev, ki so zunaj izbranega geografskega trga, na udeležena podjetja. V nekaterih primerih je mogoče ta pritisk količinsko opredeliti, na primer z ekonometrično oceno elastičnosti uvoza ali s študijami dogodkov, ki prikazujejo odzivnost uvoza na spremembe cen<sup>87</sup>. Vendar zgolj obstoj trgovinskih tokov ali njihova odzivnost na spremembe relativnih pogojev dobave ne pomeni nujno, da so pogoji

<sup>84</sup> V takem primeru je Komisija zaledna območja določila tudi okoli hipotetične stranke, ki je na sredini med lokacijami subjektov, ki se združujejo, tj. na sredini ravne črte med lokacijami; glej zadevo M.7252 Holcim/Lafarge (točka 73).

<sup>85</sup> Glej na primer zadevo M.7408 Cargill/ADM Chocolate Business v zvezi s trgov industrijsko proizvedene čokolade (točke 63–78) ali zadevo M.7567 Ball/Rexam v zvezi s trgov pločevink za pijače (točka 248).

<sup>86</sup> Komisija je na primer v zadevi M.7878 Heidelberg Cement/Schwenk/Cemex Hungary/Cemex Croatia ugotovila, da so krožna zaledna območja, ki predstavljajo 90 % dobav okoli obratov pogodbenic, primernejša od zalednih območij, ki predstavljajo 70 % dobav (uvodna izjava 182), vendar je upoštevala tudi spremenjena zaledna območja, in sicer na podlagi cestnih razdalj in vzorcev dobave (uvodni izjavi 189 in 190).

<sup>87</sup> Glej na primer zadevo M.6541 Glencore/Xstrata, v kateri je Komisija ocenila odzivnost uvoza na relativne spremembe cen cinkove kovine v EGP (glej točke 141–148).

konkurence na območju, s katerega izvirajo trgovinski tokovi, dovolj homogeni glede na pogoje na izbranem geografskem trgu, da bi bila širitev upoštevnege geografskega trga upravičena. V nasprotnem primeru, kot je pojasnjeno v odstavku 42, Komisija pri oceni konkurenčnosti (vključno v zvezi s tržnimi deleži in morebitno prihodnjo širitvijo) upošteva konkurenčne pritiske (če obstajajo) uvoznikov na udeležena podjetja, namesto da bi razširila upoštevni geografski trg.

### 3.4. Zbiranje in ocenjevanje dokazov

- (76) Komisija za opredelitev upoštevnih trgov uporablja različne kategorije in vire dokazov ter se lahko opre na kvalitativne in kvantitativne informacije. Nekatere vrste dokazov so lahko odločilne v eni zadevi, v drugih zadevah, ki vključujejo drugo industrijo, druge proizvode ali druge okoliščine, pa imajo omejen pomen ali niso pomembne. V večini primerov in zlasti če je potrebna podrobna ocena, odločitve Komisije temeljijo na upoštevanju številnih dejavnikov, kot je navedeno v oddelkih 3.2 in 3.3, ter različnih virov. Komisija sprejme odprt pristop k empiričnim dokazom, katerega cilj je učinkovita uporaba vseh razpoložljivih informacij, ki so lahko pomembne v posameznih zadevah, in na podlagi teh dokazov pripravi celovito oceno<sup>88</sup>. Ne uporablja toge hierarhije različnih virov informacij ali vrst dokazov<sup>89</sup>.
- (77) Dokazi, ki jih Komisija uporabi za opredelitev trgov, bi morali biti zanesljivi<sup>90</sup>. To verjetno velja, če na primer dokaze predložijo javni organi ali če so dokazi podprti z več viri, vključno z udeleženci na trgu z navzkrižnimi interesi, kot so dobavitelji in njihove neposredne stranke. Poleg tega bi morala Komisija, kolikor je to mogoče, uporabiti nedavne dokaze v zvezi z obdobjem preiskave, zlasti pri ocenjevanju trgov v industriji, ki se spreminja. Kadar je v zadevi potrebna v prihodnost usmerjena ocena in če opredelitev trga temelji na spremembah konkurenčne dinamike v obravnavanem obdobju, morajo biti take spremembe podprte z zanesljivimi dokazi, ki z zadostno stopnjo gotovosti kažejo, da se bodo pričakovane spremembe dejansko uresničile. Dokazi imajo večjo dokazno moč, če je mogoče ugotoviti, da preiskava Komisije ni mogla vplivati na dokaze, kot so dokazi pred razpravo o koncentraciji ali ravnanju in pred preiskavo Komisije.

<sup>88</sup> Splošno sodišče je v sodbi z dne 6. julija 2010, Ryanair/Komisija, T-342/07, EU:T:2010:280, točka 136, navedlo: „Komisija mora na splošno presoditi, kaj je razvidno iz več indecev, ki so bili upoštevani pri oceni konkurenčnega položaja. Pri tem lahko nekaterim elementom da prednost, druge pa zavrže.“ Enaka utemeljitev se *mutatis mutandis* uporablja za opredelitev trga.

<sup>89</sup> Splošno sodišče je v sodbi z dne 11. januarja 2017, Topps Europe/Komisija, T-699/14, EU:T:2017:2, točka 82, navedlo: „Komisiji pri opredelitvi upoštevnege trga ni treba upoštevati toge hierarhije različnih virov informacij ali vrst dokazov.“ To je bilo potrjeno v sodbi Splošnega sodišča z dne 22. junija 2022, thyssenkrupp/Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, točki 78 in 156.

<sup>90</sup> Kar zadeva dokazno moč različnih dokazov, je edino merilo, ki je pri ocenjevanju predloženih dokazov pomembno, njihova zanesljivost (glej na primer sodbo z dne 13. septembra 2013, Total Raffinage Marketing/Komisija, T-566/08, EU:T:2013:423, točka 43). Pri tem ima vlogo narava zadevnega postopka. Zlasti v zvezi z nadzorom nad združitvami je v sodni praksi sodišč EU določeno, da zaradi potrebe po hitrosti in zelo kratkih rokih, ki veljajo za Komisijo, od nje ni mogoče zahtevati, da preveri vse informacije, ki jih prejme, če ni dokazov, da so informacije, ki so ji bile predložene, netočne. Glej sodbo z dne 20. oktobra 2021, Polskie Linie Lotnicze „LOT“/Komisija, T-240/18, EU:T:2021:723, točki 87 in 88 ter navedena sodna praksa.

- (78) Komisija po potrebi in na podlagi pripomb udeleženih podjetij zbira dokaze tako, da na udeležence na trgu naslovi pisne zahteve za informacije in/ali z njimi opravi razgovor. V tem okviru si prizadeva od glavnih konkurentov in strank v industriji pridobiti dejanske dokaze in njihova stališča o mejah proizvodnega in geografskega trga. Komisija lahko stopi v stik tudi z ustreznimi trgovinskimi ali potrošniškimi združenji, podjetji, dejavnimi na nabavnih ali povezanih trgih, in drugimi ključnimi deležniki, vključno z vladnimi organi ali nevladnimi organizacijami.
- (79) Za opredelitev upoštevnega trga lahko Komisija od zadevnih subjektov, med drugim zlasti udeleženih podjetij, zahteva tudi notranje dokumente. Notranji dokumenti so zlasti pomembni, če so pripravljeni med običajnim poslovanjem, v nasprotju z dokumenti, pripravljenimi za preiskavo Komisije ali med njo, saj lahko bolje odražajo stališča teh podjetij glede trgov. To lahko vključuje tržne študije, ki so jih podjetja v preteklosti naročila kot podlago za odločitve, na primer o oblikovanju cen svojih proizvodov ali dejavnostih trženja. Pri ugotavljanju, ali gospodarsko pomemben delež strank meni, da sta dva proizvoda zamenljiva, se lahko upoštevajo raziskave med strankami o vzorcih uporabe in odnosu, podatki o nakupovalnih vzorcih, stališča, ki jih izrazijo dobavitelji, ter študije v zvezi s tržnimi raziskavami, ki jih predložijo udeležena podjetja in njihovi konkurenti. Dokazi, da podjetje spremlja ravnanje nekaterih konkurentov, ali strateški dokumenti, na katere se podjetje opira pri poslovnih odločitvah, kot so poslovni načrti ali ocene prednosti, slabosti, priložnosti ali nevarnosti, lahko prav tako kažejo na moč konkurenčnih pritiskov različnih tekmecev<sup>91</sup>.
- (80) V nekaterih primerih se lahko z *ad hoc* raziskavami reprezentativnega vzorca strank ali dobaviteljev zagotovijo koristne informacije o upoštevnem trgu<sup>92</sup>. Komisija se lahko odloči, da bo, odvisno od zadevnega vprašanja, v posamezni zadevi izvedla ali naročila raziskavo v zvezi z dokazi, ki so na voljo iz drugih virov, pri čemer upošteva upravne omejitve, kot je časovni okvir preiskave. Raziskave morajo biti skrbno zasnovane, da bi spodbudile smiselne odgovore zadevne populacije. Načeloma je na primer bolje vprašati o nedavnih preteklih odločitvah kot o hipotetičnih odločitvah, vprašanja bi morala biti jasna in ne bi smela usmerjati odgovorov, obseg zagotovljenih možnih odgovorov pa bi moral biti dovolj izčrpen.
- (81) Komisija se lahko opre tudi na javne informacije, poročila o trgu ali industriji ter statistiko trga ali ekonomske študije, vključno s tistimi, ki jih izvedejo zunanji

<sup>91</sup> V zadevi M.7902 Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide se je Komisija na primer oprla na dejstvo, da sta se subjekta, ki se združujeta, primerjala z verigo hotelov in neodvisnimi hoteli, da bi ugotovila, ali so ti dobavitelji na istem trgu (glej točko 28). V zadevi M.6663 Ryanair/Aer Lingus III je Komisija ocenila spremljanje cen družb Ryanair in Aer Lingus na rutah zračnega potniškega prevoza kot dokaz za ugotovitev, ali so različna letališča v istih mestih zamenljiva (glej točke 98–103).

<sup>92</sup> V zadevi M.4439 Ryanair/Aer Lingus je Komisija pri neodvisnem svetovalcu naročila izvedbo raziskave med strankami na letališču v Dublinu. Rezultate te raziskave je uporabila kot posredni dokaz za oceno, ali so nekatera letališča zamenljiva za stranke (glej točke 36, 94, 99(9) in Prilogo I).

svetovalci udeleženih podjetij<sup>93</sup>. V zadevah, ki vključujejo regulirane trge, med drugim na primer telekomunikacijski, energetske ali zdravstveni sektor, lahko Komisija zahteva tudi podatke in mnenja sektorskih regulatorjev.

- (82) Komisija lahko po potrebi opravi tudi neformalne obiske ali uradne preglede v prostorih udeleženih podjetij, njihovih strank in/ali njihovih konkurentov, da bi bolje razumela, kako se proizvodi proizvajajo ali dobavljajo.

#### 4. OPREDELITEV TRGA V POSEBNIH OKOLIŠČINAH

- (83) V tem oddelku so obravnavani nekateri vidiki opredelitve trga, ki so značilni za posamezne industrije, sektorje ali vrste trgov. Če v tem oddelku ni določeno drugače, se za opredelitev proizvodnega in geografskega trga še naprej uporabljajo splošna načela opredelitve trga iz tega obvestila.

##### 4.1. Opredelitev trga v primeru znatnega razlikovanja

- (84) Proizvodi se lahko razlikujejo, tako da so nekateri proizvodi bližji nadomestni proizvodi kot drugi. Razlikovanje je lahko na ravni proizvoda ali geografski ravni. Do razlikovanja med proizvodi pride, kadar so za odločitev stranke<sup>94</sup> pomembne lastnosti proizvodov, vključno z zasnovo, podobo blagovne znamke, tehničnimi specifikacijami, trajnostjo, ravno storitve ali katero koli drugo posebno funkcijo<sup>95</sup>. Do geografskega razlikovanja pride, kadar je za odločitev posamezne stranke pomembna lokacija stranke in dobavitelja<sup>96</sup>.
- (85) Komisija lahko z uporabo načela analiziranja nadomestnih proizvodov, ki so dejansko na voljo strankam, za opredelitev upoštevnega trga opredeli ločene upoštevne trge v okviru nadaljnjega razlikovanja med proizvodi. V drugih

<sup>93</sup> Pomembna sta tudi vir in okvir, v katerem so take študije pripravljene. Zlasti bodo študije, pripravljene v okviru posamezne zadeve, predmet posebnega pregleda, saj imajo dokazi manjšo dokazno moč, če je na njih vplivala preiskava Komisije.

<sup>94</sup> Glej na primer sodbo z dne 18. maja 2022, Wieland-Werke/Komisija, T-251/19, EU:T:2022:296, v zvezi s trgov valjanih izdelkov iz bakra in bakrovih zlitin, v kateri je Splošno sodišče v točki 39 ugotovilo, da: „[...] tožeča stranka ne ugovarja, da valjani izdelki niso homogeni izdelki, ampak so izdelki, ki se razlikujejo po številnih merilih (sestavi, stopnji končne obdelave, končni uporabi itd.). Vsako od teh meril omogoča segmentacijo splošnega trga valjanih izdelkov, ne da bi bilo katero koli merilo *a priori* najpomembnejše ali bi omogočalo opredelitev ločenih proizvodnih trgov.“

<sup>95</sup> Na primer v telekomunikacijski industriji, kjer imajo lahko različne vrste strank različne potrošniške navade, ki vplivajo na njihovo izbiro dobavitelja. V zadevi M.8792 T-Mobile NL/Tele2 NL je Komisija sprejela sklep o široki opredelitvi trga z razlikovanjem med proizvodi med skupinami strank zaradi razlik v mesečnih stroških, oblikovanju in trajanju pogodb ter izvajanju pogodbe in razlik v potrebah strank. Čeprav je Komisija v tej konkretni zadevi sprejela sklep o splošnem maloprodajnem trgu zagotavljanja mobilnih telekomunikacijskih storitev vsem končnim uporabnikom, je še vedno ugotovila, da sta bili v zvezi z zagotavljanjem maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev prepoznavni dve ločeni skupini strank, in sicer zasebne stranke in poslovne stranke.

<sup>96</sup> V zadevi M.7155 SSAB/Rautaruukki je Komisija menila, da močno geografsko razlikovanje pri ploščatih izdelkih iz jekla, kot je razvidno iz analize različnih cen v nordijskih državah, celinski Evropi in Združenem kraljestvu, upravičuje oceno učinka koncentracije s poudarkom na nordijskih državah (glej točko 102).

primerih lahko opredeli razmeroma širok upoštevni trg, ki vključuje proizvode, ki se razlikujejo<sup>97</sup>.

- (86) Če se proizvodi razlikujejo, so lahko tržni deleži manj zanesljiv kazalnik tržne moči, Komisija pa v okviru ocene konkurenčnosti običajno analizira, ali so udeležena podjetja in drugi dobavitelji tesni konkurenti. Podrobna ocena konkurenčnosti v zvezi s tem, kako tesno med sabo konkurirajo dobavitelji, lahko zmanjša pomen tržnih deležev in s tem tudi pomen opredelitve trga. Čeprav torej opredelitev trga ostaja pomemben korak, lahko analiza, kako tesno konkurirajo dobavitelji, postane pomembnejša pri oceni konkurenčnosti diferenciranih trgov<sup>98</sup>.
- (87) V nekaterih primerih lahko Komisija zaradi obstoja verig zamenljivosti<sup>99</sup> opredeli upoštevne trge, če proizvodi ali območja na skrajnih koncih trga niso neposredno zamenljivi<sup>100</sup>. Vendar na podlagi analize dejstev, ki jo izvede, običajno zavrne take širše opredelitve trga, zlasti zaradi prekinitev verige zamenljivosti<sup>101</sup>.

## 4.2. Opredelitev trga v primeru cenovne diskriminacije

- (88) Do cenovne diskriminacije pride, če se različnim strankam (ali skupinam strank) zaračunajo različne cene za enak proizvod iz razlogov, ki niso povezani s stroški. To lahko privede do tega, da ločena skupina strank za upoštevni proizvod predstavlja ožji in ločen trg. To običajno velja, kadar so izpolnjeni trije

<sup>97</sup> V takih primerih lahko Komisija pri oceni upošteva konkurenčno dinamiko v posebnih tržnih segmentih. Glej sodbo z dne 18. maja 2022, Wieland-Werke/Komisija, T-251/19, EU:T:2022:296, v zvezi s trgov valjanih izdelkov iz bakra in bakrovih zlitin, v kateri je Splošno sodišče v točki 40 ugotovilo: „Poleg tega je treba upoštevati, da v okviru diferenciranih proizvodnih trgov obstoj splošnega trga ne vpliva na možnost opredelitve različne konkurenčne dinamike v nekaterih tržnih segmentih.“

<sup>98</sup> Komisija lahko na primer oceni intenzivnost konkurence med podjetji, in sicer tako, da svojo analizo osredotoči na deleže segmentov podjetij, ravni zamenjave, cene ali ravni tržnega deleža ali kvantitativne ukrepe zamenljivosti med različnimi proizvodi, kot so stopnje preusmeritve ali ocenjene elastičnosti povpraševanja. Primer take analize je zadeva M.5658 Unilever/Sara Lee, v kateri je Komisija ugotovila znatno razlikovanje na trgu dezodorantov in izvedla kvantitativno oceno verjetnih cenovnih učinkov na podlagi ocenjene elastičnosti povpraševanja v okviru svoje ocene konkurenčnosti. Glej tudi opombo 71 zgoraj.

<sup>99</sup> Tudi če na primer stranke, ki kupijo proizvod A, proizvoda C ne štejejo za alternativo povpraševanju, lahko obstaja veriga zamenljivosti, pri kateri stranke, ki kupijo proizvod A, proizvod B štejejo za nadomestni proizvod, stranke, ki kupijo proizvod B, pa za nadomestni proizvod štejejo proizvod C. Proizvod A je lahko nato prek take verige zamenljivosti posredno omejen s konkurenco, ki jo pomeni proizvod C.

<sup>100</sup> V zadevi M.9413 Lactalis/Nuova Castelli je Komisija ugotovila, da obstajajo dokazi o obstoju verige zamenljivosti sirov z blagovno znamko in trgovsko znamko (glej točko 89), ki so med seboj konkurirali, čeprav ni bilo mogoče izključiti, da lahko proizvodi z blagovno znamko konkurirajo predvsem na drugem trgu, in je opredelitev trga pustila odprto.

<sup>101</sup> V zadevi M.5335 Lufthansa/SN Airholding je Komisija zavrnila obstoj verige zamenljivosti med različnimi vrstami vozovnic, saj ni bil podprt z dokazi. Analiza cen, ki jo je opravila, je pokazala, da so bile cene v skrajnih točkah domnevne verige zamenljivosti na zelo različnih ravneh in niso bile medsebojno odvisne (glej točko 33). V zadevi M.6905 Ineos/Solvay/JV je Komisija zavrnila obstoj prekrivanja med območji pošiljk glavnih dobaviteljev S-PVC, ki predstavljajo verigo zamenljivosti po vsem EGP, na podlagi kvantitativne analize, ki je pokazala neobstoja arbitraže in različne trende oblikovanja cen na različnih prekrivajočih se zalednih območjih (glej točke 260–262 in 338).

pogoji<sup>102</sup>: (a) jasno je mogoče opredeliti, v katero skupino spada posamezna stranka v trenutku prodaje upoštevne proizvoda stranki; (b) trgovina med strankami ali arbitražna tretjih oseb ni verjetna in (c) cenovna diskriminacija je trajna. V teh primerih se lahko pogoji konkurence med različnimi skupinami strank razlikujejo, tako da ima lahko zadevno ravnanje ali transakcija različne učinke na različne skupine strank. Cenovna diskriminacija na podlagi lokacije strank je tudi lahko razlog za opredelitev upoštevne geografskega trga v skladu s temi lokacijami<sup>103</sup>.

### 4.3. Opredelitev trga v primeru znatnih naložb v raziskave in razvoj

- (89) Komisija lahko upošteva posebne dejavnike v visoko inovativnih industrijah, za katere so značilne pogoste in znatne naložbe v raziskave in razvoj.
- (90) Pomembni primeri, v katerih lahko Komisija uporabi ta pristop, so tako imenovani proizvodi v pripravi. Čeprav ti proizvodi morda še niso na voljo strankam, so lahko njihovi postopki na področju raziskav in razvoja dovolj vidni, da se vzpostavi trg, na katerega bodo ti proizvodi verjetno spadali, če se bo njihov razvoj uspešno zaključil in bodo dani na trg. Komisija lahko ugotovi, da taki proizvodi v pripravi spadajo na obstoječ upoštevni proizvodni in geografski trg<sup>104</sup> ali nov trg, ki je omejen na proizvode v pripravi in njihove nadomestne proizvode<sup>105</sup> ter vključuje območja, na katerih je verjetno, da se bodo taki proizvodi prodajali. Pri določitvi upoštevne trga imata posebno vlogo predvidena uporaba proizvoda v pripravi in njegova predvidena zamenljivost z drugimi proizvodi.
- (91) Nasprotno pa v nekaterih primerih postopek raziskav in razvoja morda ni tesno povezan z nobenim posebnim proizvodom<sup>106</sup>, ampak je povezan z zgodnejšimi fazami raziskav, ki se lahko uporabljajo za več namenov ali pa še niso usmerjene v noben specifični cilj in lahko dolgoročno prispevajo k različnim proizvodom. Čeprav lahko dejstvo, da se taka zgodnejša inovacijska

<sup>102</sup> To lahko velja tudi, če bodo taki pogoji izpolnjeni šele v prihodnosti, na primer zaradi sprememb konkurenčnih pogojev, ki so posledica koncentracije, ki se pregleduje.

<sup>103</sup> Opredelitve proizvodnega trga in geografskega trga, na katere vpliva cenovna diskriminacija, se lahko ponazorijo z zadevami, kot sta zadevi M.5830 Olympic/Aegean Airlines (glej točko 58) in M.7155 SSAB/Rautaruukki (glej točki 101 in 102).

<sup>104</sup> Zlasti poleg proizvodov z enakimi predvidenimi uporabami. Ustrezne primere takih ocen je mogoče najti v farmacevtski industriji. Komisija je na primer v zadevi M.7275 Novartis/GlaxoSmithKline Oncology Business zaviralce B-Raf in zaviralce MEK, ki jih pogodbenice razvijajo, ocenila v okviru trga za tarčno zdravljenje napredujalega melanoma, na katerem so se že tržili obstoječi proizvodi (točke 23–31).

<sup>105</sup> Zlasti kadar različna podjetja razvijajo enake ali primerljive proizvode v pripravi ali če se pričakuje, da bodo taki proizvodi zaradi svojih značilnosti znatno spremenili dinamiko industrije. Komisija je na primer v zadevi M.9461 AbbVie/Allergan opredelila verjetni trg, omejen na zaviralce IL-23, za zdravljenje ulceroznega kolitisa in Crohnove bolezni, medtem ko noben dobavitelj takrat ni tržil zaviralca IL-23, saj so bili proizvodi takrat v razvoju, zlasti zaradi obetavne narave takih proizvodov za zdravljenje teh bolezni (glej točke 48–54 in 56–60).

<sup>106</sup> Kot je navedeno v opombi 9, izraz „proizvod“ zajema tudi tehnologije. Ta oddelek je tudi posebno pomemben za opredelitev trgov v primeru takih tehnologij. Tehnologije se lahko licencirajo ali prodajajo neodvisno od materialnega blaga ali storitve kot pravice intelektualne lastnine in se lahko v tem obvestilu kot take štejejo za proizvod.



prizadevanja ne pretvorijo takoj v proizvode, ki jih je mogoče tržiti, otežuje opredelitev upoštevnega proizvodnega trga v strogem pomenu, je lahko še vedno pomembno opredeliti meje, znotraj katerih podjetja konkurirajo pri takih zgodnejših inovacijskih prizadevanjih<sup>107</sup>. Za namene tovrstne ocene so lahko dejavniki, kot so vrsta in obseg inovacijskih prizadevanj, cilji različnih raziskovalnih področij, specializacija različnih sodelujočih skupin ali rezultati preteklih inovacijskih prizadevanj podjetja, pomembni za opredelitev meja, znotraj katerih poteka konkurenca na področju inovacij.

- (92) Med postopki raziskav in razvoja, ki so tesno povezani s posebnim proizvodom ali proizvodom v pripravi, ter zgodnejšimi inovacijskimi prizadevanji, ki z njim niso povezani, lahko obstaja kontinuiteta. Tako lahko velja zlasti v fazi, ko postopki raziskav in razvoja postanejo bolj ciljno usmerjeni, vendar še vedno zajemajo številne in alternativne morebitne rezultate, ki še niso dovolj izpopolnjeni, da bi jih bilo mogoče uvrstiti med posebne proizvode v pripravi z opredeljeno uporabo. Ocena opredelitve trga, ki jo izvede Komisija, je lahko v tem primeru bližja oceni proizvodov v pripravi ali oceni zgodnejših inovacijskih prizadevanj, odvisno od tega, kje v tej kontinuiteti so zadevni postopki raziskav in razvoja.
- (93) Inovacije so ključni parameter konkurence, prihodnji razvoj dogodkov v zvezi s proizvodi pa je po definiciji precej negotov. Zato lahko Komisija upošteva vse možne rezultate postopkov raziskav in razvoja ter oceni zlasti tiste scenarije, v katerih bi zadevno ravnanje ali transakcija znatno vplivala na konkurenco.

#### 4.4. Opredelitev trga v primeru večstranskih platform

- (94) Večstranske platforme podpirajo interakcije med različnimi skupinami uporabnikov, kar ustvarja razmere, v katerih povpraševanje ene skupine uporabnikov vpliva na povpraševanje drugih skupin<sup>108</sup>. V tem primeru lahko odziv ene skupine na spremembo pogojev dobave vpliva tudi na druge skupine, kar povzroči povratne zanke med različnimi stranmi platforme, tj. posredne mrežne učinke<sup>109</sup>. Platforme te posredne mrežne učinke med različnimi skupinami pri določanju pogojev dobave običajno internalizirajo. Komisija pri opredelitvi upoštevni trgov in/ali oceni konkurenčnosti upošteva posredne mrežne učinke med skupinami uporabnikov na različnih straneh platforme.
- (95) V primeru večstranskih platform lahko Komisija opredeli upoštevni proizvodni trg za proizvode, ki jih ponuja platforma kot celota, na način, ki zajema vse

<sup>107</sup> V zadevi M.7932 Dow/DuPont je Komisija za opredelitev takih meja uporabila pojem inovacijskih prostorov (glej zlasti oddelek 4.4).

<sup>108</sup> Tipični primeri večstranskih platform vključujejo sisteme plačilnih kartic (glej zadevo AT.34579 Mastercard) in platforme, ki se sponzorirajo z oglaševanjem (glej zadevo M.8124 Microsoft/LinkedIn).

<sup>109</sup> S povečanjem cen na strani A platforme se na primer zmanjša povpraševanje uporabnikov na tej strani. Zmanjšanje povpraševanja na strani A nato vpliva na povpraševanje uporabnikov na strani B, kar lahko vpliva na povpraševanje uporabnikov na strani A (ali na tretji strani, tj. strani C). Glej primere v zadevi AT.39740 Google Search (Shopping) (točka 159) in zadevi AT.40099 Google Android (točke 464, 469 in 638).

skupine uporabnikov (ali več njih)<sup>110</sup>, ali pa lahko opredeli ločene upoštevne proizvodne trge za proizvode, ki se ponujajo na posamezni strani platforme<sup>111</sup>. Odvisno od dejanskega stanja v zadevi bo morda primernejše opredeliti ločene trge, če obstajajo znatne razlike v možnostih zamenjave na različnih straneh platforme. Da bi Komisija ocenila, ali take razlike obstajajo, lahko upošteva dejavnike, kot so na primer dejstvo, ali se podjetja, ki ponujajo zamenljive proizvode za vsako skupino uporabnikov, razlikujejo, stopnja razlikovanja med proizvodi na posamezni strani (ali kako jo dojema posamezna skupina uporabnikov), vedenjski dejavniki, kot so odločitve o uporabi platform<sup>112</sup> posamezne skupine uporabnikov, in vrsta platforme (ali gre na primer za platformo za transakcije ali povezovanje). Kadar so za proizvode, ki se ponujajo na posamezni strani platforme, opredeljeni ločeni trgi, se pri oceni konkurenčnosti še vedno lahko upoštevajo mrežni učinki in pritiski druge strani platforme.

- (96) V praksi lahko prisotnost posrednih mrežnih učinkov povzroči, da sta ocena zamenljivosti povpraševanja in zlasti uporaba preskusa SSNIP zahtevnejši kot v primerih, kjer ni take medsebojne odvisnosti glede povpraševanja med skupinami uporabnikov.
- (97) Na večstranskih platformah se proizvod skupini uporabnikov pogosto dobavlja po ničelni denarni ceni, da bi se uporabniki privabili k proizvodom, ki se ponujajo na drugih straneh platforme, in monetizirali proizvodi na teh straneh. Ničelne denarne cene so sestavni del poslovne strategije večstranskih platform, zato dejstvo, da se proizvod dobavlja po ničelni denarni ceni, ne pomeni, da za ta proizvod ni upoštevnega trga.
- (98) V takih primerih so za oceno zamenljivosti še posebno pomembni necenovni elementi. Komisija se osredotoča na elemente, kot so funkcije proizvoda<sup>113</sup>, predvidena uporaba<sup>114</sup>, dokazi o hipotetični zamenljivosti in konkurenčnih pritiskih, ki temeljijo na stališčih industrije<sup>115</sup>, ovire ali stroški zamenjave, kot so interoperabilnost z drugimi proizvodi in značilnosti licenciranja<sup>116</sup>. Komisija lahko preuči tudi alternative okviru SSNIP, in sicer tako, da oceni ravnanje

<sup>110</sup> V zadevi M.8124 Microsoft/LinkedIn je Komisija opredelila enotni trg za spletne storitve zaposlovanja, ki zajema iskalce zaposlitve in kadrovske svetovalce (glej oddelek 3.7).

<sup>111</sup> V zadevi AT.34579 Mastercard v zvezi s sistemi plačilnih kartic je Komisija opredelila stran trga, povezano z izdajanjem, in stran trga, povezano s prevzemanjem, kot ločena upoštevna proizvodna trga (glej oddelek 6.2.3 in 6.2.4).

<sup>112</sup> To se nanaša na odločitev uporabnikov, da za določen proizvod uporabljajo eno platformo (enodomnost) ali pa za isti proizvod vzporedno uporabljajo več platform (večdomnost).

<sup>113</sup> Glej na primer opredelitev trga za potrošniške komunikacijske storitve in družbena omrežja v zadevi M.7217 Facebook/WhatsApp (točke 24–33 in 51–61).

<sup>114</sup> Glej na primer opredelitev trga za storitve splošnega iskanja v zadevi AT.39740 Google Search (Shopping) (točke 163–183).

<sup>115</sup> Glej na primer opredelitev trga za strokovna družbena omrežja v zadevi M.8124 Facebook/WhatsApp (točke 106–110).

<sup>116</sup> Glej na primer zadevo AT.40099 Google Android in zlasti opredelitev trga trgovin z aplikacijami za operacijski sistem Android (točke 284–305) in licenčnih operacijskih sistemov za mobilne telefone (točka 239).

strank glede zamenjave v odziv na majhno, vendar pomembno in stalno poslabšanje kakovosti (SSNDQ)<sup>117</sup>.

#### 4.5. Opredelitev trga v primeru poprodajnih trgov, paketov in digitalnih ekosistemov

- (99) V nekaterih okoliščinah potrošnja trajnega proizvoda (primarni proizvod) vodi do potrošnje drugega povezanega proizvoda (sekundarni proizvod) (to se pogosto imenuje „poprodajni trg“). V takem primeru Komisija pri opredelitvi upoštevni trgov za primarne in sekundarne proizvode in/ali pri oceni konkurenčnosti upošteva tudi konkurenčne pritiske, ki jih predstavljajo tržni pogoji na ustreznih povezanih trgih.
- (100) Na splošno obstajajo trije možni načini za opredelitev upoštevni proizvodnih trgov v primeru primarnih in sekundarnih proizvodov, in sicer: (i) kot sistemski trg, ki zajema primarni in sekundarni proizvod<sup>118</sup>; (ii) kot več trgov, tj. trg za primarni proizvod in ločeni trgi za sekundarne proizvode, povezane z vsako blagovno znamko primarnega proizvoda<sup>119</sup>, ali (iii) kot dva trga, tj. trg za primarni proizvod na eni strani in trg za sekundarni proizvod na drugi strani<sup>120</sup>.
- (101) Opredelitev sistemkega trga je lahko ustrežnejša, kadar: (i) je verjetneje, da stranke pri nakupu primarnega proizvoda upoštevajo stroške celotnega življenjskega cikla; (ii) so izdatki za sekundarni proizvod (ali njegova vrednost) višji v primerjavi z izdatki za primarni proizvod (ali njegovo vrednostjo); (iii) je stopnja zamenljivosti med primarnimi proizvodi višja in so stroški zamenjave med primarnimi proizvodi nižji ter (iv) ni dobaviteljev, specializiranih samo za sekundarne proizvode, oziroma jih je malo<sup>121</sup>. Če je manj verjetno, da bodo te okoliščine izpolnjene, bo morda ustrežnejše opredeliti dva ali več trgov, predvsem glede na stopnjo zamenljivosti med sekundarnimi proizvodi različnih dobaviteljev. Če so na primer sekundarni proizvodi različnih dobaviteljev združljivi z vsemi primarnimi proizvodi ali večino primarnih proizvodov, je opredelitev dveh trgov morda ustrežnejša, če pa so stranke primarnega proizvoda vezane na uporabo samo omejenega sklopa sekundarnih proizvodov, je morda ustrežnejša opredelitev več trgov.
- (102) V drugih okoliščinah bodo stranke morda še vedno raje izbrale več proizvodov skupaj kot paket, čeprav potrošnja enega ali več proizvodov ni odvisna od primarnega proizvoda. V teh okoliščinah lahko Komisija preuči, ali paket

<sup>117</sup> Za primer take ocene majhnega, vendar pomembnega in stalnega poslabšanja kakovosti glej opombo 47 zgoraj.

<sup>118</sup> Komisija je v zadevi M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) opredelila trg za prodajo plinskih turbin in naknadno servisiranje (glej oddelek 7.2.3.3).

<sup>119</sup> Komisija je v zadevi AT.39097 Watch Repair opredelila več ločenih trgov za rezervne dele, pri čemer je bil vsak povezan z določeno blagovno znamko ure (glej točke 86–91).

<sup>120</sup> Komisija je v zadevi M.9408 Assa Abloy/Agta Record opredelila trg poprodajnih storitev, pri čemer ni razlikovala med ponudniki storitev (glej točko 127).

<sup>121</sup> V zvezi s tem glej sodbo z dne 15. decembra 2010, CEAHR/Komisija, T-427/08, EU:T:2010:517, točke 78–109, zlasti točke 79, 95 in 108, pa tudi zadevo M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), točka 95.

predstavlja upoštevni proizvodni trg, ki se razlikuje od posameznih proizvodov<sup>122</sup>.

- (103) Za digitalne ekosisteme se lahko v nekaterih okoliščinah šteje, da zajemajo primarni osnovni proizvod in več sekundarnih (digitalnih) proizvodov, katerih poraba je povezana z osnovnim proizvodom, na primer s tehnološkimi povezavami ali interoperabilnostjo<sup>123</sup>. Komisija lahko zato pri obravnavanju digitalnih ekosistemov uporabi podobna načela, kot jih uporablja za poprodajne trge, da bi opredelila upoštevne proizvodne trge<sup>124</sup>. Če se sekundarni (digitalni) proizvodi ponujajo kot paket, lahko Komisija oceni tudi možnost, da ta paket predstavlja samostojen upoštevni trg. Čeprav vsi digitalni ekosistemi ne ustrezajo pristopu s poprodajnim trgom ali paketnim trgom, lahko Komisija vsekakor upošteva elemente, kot so mrežni učinki, stroški zamenjave in odločitve o eno- in/ali večdomnosti, da bi opredelila upoštevne proizvodne trge.

## 5. TRŽNI DELEŽI

- (104) Oprelitev trgov Komisiji omogoča, da opredeli dobavitelje in stranke, ki so dejavni na posameznem upoštevni trg. Nato lahko izračuna skupno velikost trga in tržni delež vsakega dobavitelja, in sicer na podlagi prodaje (in za stranke na podlagi nakupov) upoštevni proizvodov na upoštevni geografskem območju, na katerem so stranke.
- (105) Tržni deleži odražajo relativni položaj dobaviteljev na trgu in so lahko kot taki zelo koristni pri ocenjevanju tržne moči. Vendar pa tržni deleži niso edini kazalnik moči podjetja na trgu<sup>125</sup>. Glede na posebnosti zadeve so lahko ustrezni tudi drugi dejavniki, kot so ovire za vstop, dostop do posebnih sredstev in vložkov, pa tudi razlikovanje med proizvodi in stopnja zamenljivosti. To je podrobneje pojasnjeno v smernicah Komisije o vsebinskih ocenah v postopkih o konkurenci<sup>126</sup>.

<sup>122</sup> Glej zadevo M.5462 Thomas Cook Group/Gold Metal International, v kateri je Komisija ocenila in pustila odprto možnost, da počitniški paketi predstavljajo trg, ki je ločen od trga počitnic, na katerem potrošnik ločeno kupuje različne elemente (glej točke 9–16).

<sup>123</sup> Splošno sodišče je v sodbi z dne 14. septembra 2022, Google in Alphabet/Komisija, T-604/18, EU:T:2022:541, v točki 116 navedlo, da: „se lahko v digitalnem ‚ekosistemu‘ [...] proizvodi ali storitve kot del upoštevni trgov, ki sestavljajo ta ekosistem, prekrivajo ali so povezani med sabo, ker se horizontalno ali vertikalno dopolnjujejo. Skupaj imajo lahko upoštevni trgi tudi globalno razsežnost glede na sistem, ki združuje njihove dele, in glede na morebitne konkurenčne pritiske v tem sistemu ali iz drugih sistemov.“ Primer digitalnega ekosistema bi bil ekosistem proizvodov, oblikovan na podlagi operacijskega sistema za mobilne telefone, vključno s strojno opremo, trgovino z aplikacijami in programskimi aplikacijami.

<sup>124</sup> Za opredelitev trga trgovin z aplikacijami glej točko 299 sklepa v zadevi AT.40099 Google Android, v katerem je Komisija sklenila, da ni bilo pogojev za opredelitev sistemskega trga, ki zajema trgovine z aplikacijami in operacijske sisteme za pametne mobilne telefone.

<sup>125</sup> Glej na primer sodbo z dne 9. julija 2007, Sun Chemical Group in drugi/Komisija, T-282/06, EU:T:2007:203, točka 140. Glej tudi sodbo z dne 6. julija 2010, Ryanair/Komisija, T-342/07, EU:T:2010:280, točka 42.

<sup>126</sup> Glej na primer Smernice Komisije o presoji horizontalnih združitve na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij (UL C 31, 5.2.2004, str. 5, oddelka III in IV). Glej tudi Smernice

- (106) Komisija se običajno opira na tržne deleže na podlagi prodaje. Nasprotno pa se na trgu javnih naročil običajno opira na tržne deleže na podlagi nakupov. Na splošno tako vrednost prodaje ali nakupov kot tudi obseg prodaje ali nakupov zagotavljata koristne informacije.
- (107) Poleg prodaje ali nakupov se lahko dopolnilne ali uporabnejše informacije za določitev tržnih deležev zagotovijo tudi z drugimi metrikami, odvisno od posameznih proizvodov ali zadevne specifične industrije. Med njimi so lahko zmogljivost<sup>127</sup> ali obseg proizvodnje (zlasti za trge, za katere je značilen strateški pomen zmogljivosti), število dobaviteljev (zlasti na trgih z uradnimi razpisi ali v primerih, v katerih so inovativni proizvodi v fazi razvoja), število izbranih ponudb<sup>128</sup>, metrike uporabe, kot je število (aktivnih) uporabnikov<sup>129</sup>, število obiskov<sup>130</sup>, porabljen čas ali velikost občinstva<sup>131</sup>, število prenosov<sup>132</sup> in posodobitev, število interakcij<sup>133</sup> ali obseg ali vrednost transakcij, sklenjenih prek platforme (zlasti kadar je dostop do proizvodov zagotovljen predvsem brezplačno, na primer na digitalnih trgih, ali splošneje v primeru večstranskih platform), enote voznega parka, število sedežev, število potovanj ali pravice dostopa, kot so sloti na določenih letališčih (na primer na trgih prevoznih storitev)<sup>134</sup>, in/ali rezerve (na primer v rudarskem sektorju)<sup>135</sup>. Na trgih, kjer so naložbe v raziskave in razvoj pogoste in znatne, se lahko kot ustrezna metrika za oceno relativnega konkurenčnega položaja podjetij uporabita raven izdatkov za raziskave in razvoj ali število patentov ali navedb patentov<sup>136</sup>.

---

Komisije o uporabi člena 101 Pogodbe o delovanju Evropske unije za sporazume o horizontalnem sodelovanju (UL C 11, 14.1.2011, str. 1, odstavek 45).

<sup>127</sup> Glej na primer zadevo M.8674 BASF/Solvay's Polyamide Business v zvezi z vrednostno verigo najlona (točka 455(b)), zadevo M.7744 HeidelbergCement/Italcementi v zvezi s koncentracijo, ki vključuje trg sivega cementa (točka 61), in zadevo M.4000 Inco/Falconbridge v zvezi s koncentracijo, ki vključuje trg niklja (točka 315 in naslednje). Glej tudi zadevo M.8713 Tata Steel/thyssenkrupp/JV (uvodne izjave 474–481) in sodbo z dne 22. junija 2022, thyssenkrupp/Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, točka 591.

<sup>128</sup> Glej na primer zadevo M.8134 Siemens/Gamesa, točke 75–80, v katerih je pojasnjeno, da je bilo število izbranih ponudb za vetrne turbine v tem primeru ustrenejša metrika kot nameščeno vznožje vetrnih turbin, in sicer zaradi časovnega zamika med oddajo naročila in namestitvijo.

<sup>129</sup> Glej na primer zadevo M.7217 Facebook/WhatsApp (točke 95–98).

<sup>130</sup> Glej na primer zadevo AT.39740 – Google Search (Shopping) (točke 273–284).

<sup>131</sup> Glej na primer zadevo M.9064 Telia Company/Bonnier Broadcasting Holding v zvezi s trgov veleprodaje nekodiranih in osnovnih kanalov plačljive televizije (opombe 315, 316, 324, 327, 333 in 339).

<sup>132</sup> Glej na primer zadevo AT.40099 Google Android (točke 591–593).

<sup>133</sup> Glej na primer zadevo M.10262 Facebook/Kustomer v zvezi s trgov komunikacijskih storitev med podjetji in potrošniki (točke 176–179).

<sup>134</sup> Glej na primer zadevo M.4439 Ryanair/Aer Lingus (točke 340–347), zadevo M.8869 Ryanair/Laudamotion (točke 303–306) in zadevo M.9287 Connect Airways/Flybe (točke 447–453).

<sup>135</sup> Glej na primer zadevo M.4000 Inco/Falconbridge (točke 490–494) in zadevo M.8713 Tata Steel/thyssenkrupp/JV (uvodne izjave 472–481).

<sup>136</sup> Glej na primer zadevo M.7932 Dow/DuPont (Priloga 1 k sklepu) in zadevo M.8084 Bayer/Monsanto (uvodne izjave 1153 in naslednje).

- (108) Na trgih, za katere je značilna znatna stopnja razlikovanja med proizvodi, se lahko tržni deleži, merjeni v vrednosti prodaje in obsegu prodaje, znatno razlikujejo. V teh okoliščinah Komisija zaradi boljšega odražanja heterogenosti različnih proizvodov običajno upošteva prodajne vrednosti<sup>137</sup>. Obseg prodaje dopolnjuje prodajno vrednost in lahko v nekaterih primerih bolje odraža konkurenčno moč podjetij. Na primer v primeru koncentracije, ki vključuje dve podjetji, ki ponujata proizvod po precej nižji ceni kot druga podjetja, vendar zajameta znaten delež strank, bi se lahko samo s prodajno vrednostjo podcenili konkurenčni pomen in interakcije teh podjetij<sup>138</sup>.
- (109) Kot je pojasnjeno v oddelku 4.1, tržni deleži v primeru znatne stopnje razlikovanja med proizvodi ali geografskega razlikovanja običajno ponujajo manj koristnih informacij in je v okviru ocene konkurenčnosti morda ustrežnejše oceniti stopnjo zamenljivosti. Komisija se lahko po potrebi opre na deleže v zvezi s segmenti upoštevnega trga in jih upošteva pri ocenjevanju, kako tesno podjetja konkurirajo svojim tekmečem in med sabo<sup>139</sup>.
- (110) Če udeležena podjetja nimajo na voljo natančnih tržnih deležev, lahko informacije o tržnih deležih predložijo v obliki ocen. Komisija lahko dodatno ali alternativno uporabi druge vire informacij o velikosti trga in tržnih deležih. Med njimi so lahko študije ali poročila javnih organov, industrijskih svetovalcev ali trgovinskih združenj, notranji dokumenti udeleženih podjetij ali ocene, ki jih predložijo udeleženci na trgu. Zlasti kadar ni na voljo zanesljivih ocen udeleženih podjetij ali informacij iz drugih virov, lahko Komisija izvede popolno ali delno rekonstrukcijo trga, in sicer z zahtevami za informacije, naslovljenimi na zadevne udeležence na trgu, pri čemer od dobaviteljev ali strank na upoštevem trgu zahteva, da zagotovijo podatke o obsegu ali vrednosti njihove prodaje ali nakupov oziroma drugih ustreznih metrikah.
- (111) Komisija se praviloma opira na tržne deleže, izračunane za enoletna referenčna obdobja za najmanj tri leta. Vendar se lahko obdobje, za katero se izračunajo tržni deleži, razlikuje glede na značilnosti upoštevne trga. Zlasti za trge, za katere je značilno priložnostno ali neredno povpraševanje ali sezonska narava ponudbe in/ali povpraševanja, bo morda primerno tržne deleže izračunati za daljša ali krajša referenčna obdobja<sup>140</sup>.

<sup>137</sup> Glej na primer zadevo M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), točka 426.

<sup>138</sup> Konkurenca med ponudniki proizvodov s trgovskimi znamkami, ki se ne razlikujejo, se lahko na primer bolje zajame s sklicevanjem na obseg deležev. Glej zadevo M.9413 Lactalis/Nuova Castelli, točka 137.

<sup>139</sup> Komisija je na primer v zadevi M.9409 Aurubis/Metallo Group Holding ugotovila, da je bil upoštevni trg odpadnega bakra za taljenje in rafiniranje zelo diferenciran, zlasti v smislu sestave in porekla materiala, ter je zajemal več segmentov. Da bi Komisija ocenila, kako tesno so subjekti, ki se združujejo, konkurirali svojim tekmečem in med sabo, je pregledala tržne deleže za te posebne segmente (glej uvodni izjavi 227 in 468).

<sup>140</sup> Primere daljših referenčnih obdobj zaradi priložnostnega povpraševanja je mogoče najti na trgih javnih naročil. V zadevi M.7278 General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) so bili tržni deleži na primer izračunani za pet- in desetletno obdobje (glej točke 420–422), v zadevi M.8677 Siemens/Alstom pa je bilo uporabljeno desetletno referenčno obdobje (glej točko 141). V zadevah o letalskih prevoznikih, kot je zadeva M.8869 Ryanair/Laudamotion, so bili na primer uporabljeni večletni podatki za krajša referenčna obdobja (tj. sezone) (glej točko 304).

## 6. ZAKLJUČEK

- (112) Komisija bo v svoji praksi pri obravnavi zadev nadalje razvijala svojo razlago pojma upoštevnege proizvodnega in geografskega trga v skladu z razvojem dogodkov na trgih in v dinamiki konkurence v skladu s sodno prakso sodišč Unije ter v skladu z razvojem dobrih praks pri opredelitvah trgov.
- (113) Razlaga pojma „upoštevni trg“, ki jo je podala Komisija v tem obvestilu, ne posega v razlago pojma, ki sta jo v posameznih zadevah podali sodišči Unije.

*Any views expressed are preliminary and may not in any circumstances be regarded as stating an official position of the Commission.*

*This draft is not adopted or endorsed by the European Commission.*