



EURÓPSKA
KOMISIA

V Bruseli XXX
[...] (2021) XXX draft

ANNEX

SENSITIVE*
UNTIL ADOPTION

PRÍLOHA

k

OZNÁMENIU KOMISIE

Schválenie obsahu návrhu

OZNÁMENIA KOMISIE
OZNÁMENIE KOMISIE

Usmernenia k vertikálnym obmedzeniam

* 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>

PRÍLOHA
OZNÁMENIE KOMISIE
OZNÁMENIE KOMISIE
Usmernenia k vertikálnym obmedzeniam
NÁVRH

OZNÁMENIE KOMISIE
Usmernenia k vertikálnym obmedzeniam

Obsah

1.	Úvod.....	4
1.1.	Účel a štruktúra týchto usmernení.....	4
1.2.	Uplatniteľnosť článku 101 na vertikálne dohody.....	5
2.	Účinky vertikálnych dohôd	6
2.1.	Pozitívne účinky.....	7
2.2.	Negatívne účinky	10
3.	Vertikálne dohody, ktoré vo všeobecnosti nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1.....	11
3.1.	Neexistencia vplyvu na obchod, dohody menšieho významu a MSP.....	11
3.2.	Dohody o zastúpení.....	13
3.2.1.	Vymedzenie pojmu dohody o zastúpení	13
3.2.2.	Uplatňovanie článku 101 ods. 1 na dohody o zastúpení	18
3.2.3.	Zastupovanie a ekonomika online platforiem	19
3.3.	Subdodávateľské dohody	20
4.	Rozsah pôsobnosti nariadenia VBER	20
4.1.	Pravidlo bezpečného prístavu stanovené nariadením VBER.....	20
4.2.	Vymedzenie pojmu vertikálna dohoda.....	21
4.2.1.	Jednostranné konanie nepatrí do rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER.....	21
4.2.2.	Podniky pôsobia na odlišných úrovniach výrobného alebo distribučného reťazca ...	22
4.2.3.	Dohody sa týkajú kúpy, predaja alebo ďalšieho predaja tovaru alebo služieb	22
4.3.	Vertikálne dohody v ekonomike online platforiem	23
4.4.	Obmedzenia uplatňovania nariadenia VBER.....	24
4.4.1.	Združenia maloobchodníkov.....	24
4.4.2.	Vertikálne dohody obsahujúce ustanovenia o právach duševného vlastníctva.....	25
4.4.3.	Vertikálne dohody medzi konkurentmi.....	28

4.5.	Vzťah k iným nariadeniam o skupinových výnimkách	31
4.6.	Hlavné typy distribučných systémov	32
4.6.1.	Výhradné distribučné systémy	33
4.6.2.	Selektívne distribučné systémy	39
4.6.3.	Franchising.....	46
5.	Vymedzenie trhu a výpočet trhového podielu	49
5.1.	Oznámenie o vymedzení trhu.....	49
5.2.	Výpočet trhových podielov podľa nariadenia VBER	49
5.3.	Výpočet trhových podielov podľa nariadenia VBER	50
6.	Uplatňovanie nariadenia VBER.....	50
6.1.	Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa nariadenia VBER.....	50
6.1.1.	Stanovenie ceny na ďalší predaj.....	53
6.1.2.	Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER	58
6.1.3.	Obmedzenia predaja náhradných dielov	69
6.2.	Obmedzenia vylúčené z pôsobnosti nariadenia VBER.....	70
6.2.1.	Povinnosti nekonkurovať si presahujúce päť rokov	70
6.2.2.	Povinnosti nekonkurovať si po skončení platnosti dohody	71
6.2.3.	Povinnosti nekonkurovať si uložené členom selektívneho distribučného systému ...	71
6.2.4.	Paritné záväzky	71
7.	Odňatie a neuplatňovanie	72
7.1.	Odňatie výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER [článok 29 nariadenia (ES) č. 1/2003].....	72
7.2.	Nariadenie, ktorým sa vyhlasuje neuplatňovanie nariadenia VBER (článok 6 nariadenia VBER)	75
8.	Politika presadzovania v jednotlivých prípadoch	76
8.1.	Rámec analýzy	76
8.1.1.	Faktory relevantné pre posúdenie podľa článku 101 ods. 1.....	77
8.1.2.	Faktory relevantné pre posúdenie podľa článku 101 ods. 3.....	80
8.2.	Analýza špecifických vertikálnych obmedzení.....	81
8.2.1.	Nákup jednej značky	82
8.2.2.	Výhradné dodávky	87
8.2.3.	Obmedzenia používania elektronických trhovísk	89
8.2.4.	Obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien.....	92
8.2.5.	Paritné záväzky	94
8.2.6.	Platby vopred za prístup.....	99

8.2.7.	Dohody o správe určitej kategórie	101
8.2.8.	Viazanie.....	102

1. Úvod

1.1. Účel a štruktúra týchto usmernení

- (1) V týchto usmerneniach sa stanovujú zásady posudzovania vertikálnych dohôd a zosúladených postupov podľa článku 101 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ďalej len „článok 101“)¹ a nariadenia Komisie (EÚ) [č. [X]/2022 z [X] 2022] o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov [ďalej len „nariadenie VBER“ (Vertical Block Exemption Regulation – nariadenie o skupinovej výnimke pre vertikálne dohody)].² Pokiaľ nie je uvedené inak, v týchto usmerneniach sa pre ľahšiu orientáciu pojem „dohoda“ vzťahuje aj na zosúladené postupy.
- (2) Vydaním týchto usmernení chce Komisia pomôcť spoločnostiam pri vykonávaní vlastného posudzovania vertikálnych dohôd podľa pravidiel hospodárskej súťaže EÚ. Každá dohoda sa však musí ohodnotiť podľa skutočností charakteristických pre danú dohodu.³ Tieto usmernenia sa preto nemôžu uplatňovať mechanicky. Nie je nimi dotknutá ani judikatúra Všeobecného súdu a Súdneho dvora Európskej únie.
- (3) Vertikálne dohody sa môžu uzatvárať na tovar a služby medzispotreby a konečnej spotreby. Pokiaľ sa neuvádza inak, tieto usmernenia sa uplatňujú na všetky druhy tovaru a služieb a na všetky úrovne obchodu.
- (4) Tieto usmernenia sú štruktúrované takto:
 - Tento prvý oddiel predstavuje úvod. Obsahuje vysvetlenia, pokiaľ ide o dôvody a rozsah, v akom Komisia poskytuje usmernenia k vertikálnym dohodám. Vo zvyšnej časti úvodu sa stanovuje kontext uplatňovania článku 101 na vertikálne dohody.
 - V druhom oddiele sa uvádza prehľad pozitívnych a negatívnych účinkov vertikálnych dohôd. Nariadenie VBER v celom svojom rozsahu, tieto usmernenia a politika Komisie v oblasti presadzovania práva v jednotlivých prípadoch sú založené na zohľadnení týchto účinkov.
 - Tretí oddiel sa venuje vertikálnym dohodám, ktoré všeobecne nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Hoci sa nariadenie VBER na tieto dohody neuplatňuje, je potrebné poskytnúť usmernenie k podmienkam, za ktorých vertikálne dohody nepatria do pôsobnosti článku 101 ods. 1.
 - Štvrtý oddiel obsahuje ďalšie usmernenie k rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER. Obsahuje aj vysvetlenia týkajúce sa pravidiel bezpečného prístavu, ktoré sa stanovuje v nariadení VBER, a vymedzenie pojmu vertikálna dohoda. Tento oddiel sa konkrétnejšie zaoberá aj vertikálnymi dohodami v súvislosti s ekonomikou online platforiem, ktorá hrá čoraz dôležitejšiu úlohu pri distribúcii tovaru a služieb. V týchto prípadoch môže byť ťažšie kategorizovať vertikálne dohody medzi podnikmi podľa koncepcií tradične spájaných s vertikálnymi dohodami. V tomto oddiele sa vysvetľujú aj obmedzenia uplatňovania nariadenia VBER, ako sú stanovené v článku 2 ods. 2 až 4

¹ Tieto usmernenia nahrádzajú oznámenie Komisie – Usmernenia o vertikálnych obmedzeniach (Ú. v. EÚ C 130, 19.5.2010, s. 1).

² Ú. v. EÚ L [X], [X].[X].[X], s. [X].

³ Komisia bude naďalej monitorovať fungovanie nariadenia VBER a týchto usmernení a môže toto oznámenie revidovať s ohľadom na budúci vývoj.

nariadenia VBER, a objasňuje sa vzťah s ostatnými nariadeniami o skupinovej výnimke podľa článku 2 ods. 8 nariadenia VBER. Obsahuje aj opis hlavných typov distribučných systémov. Tento opis je relevantný pre niekoľko ustanovení nariadenia VBER, predovšetkým pre zoznam veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže uvedený v článku 4 písm. b) nariadenia VBER.

- Piaty oddiel sa zaoberá vymedzením príslušných trhov a výpočtom trhových podielov podnikov, ktoré sú stranami vertikálnej dohody. Slúži na posúdenie toho, či sú prekročené hraničné trhové podiely uvedené v článku 3 nariadenia VBER, ktoré stanovujú uplatniteľnosť nariadenia VBER.
- Šiesty oddiel sa venuje veľmi závažným obmedzeniam hospodárskej súťaže stanoveným v článku 4 nariadenia VBER a vylúčeným obmedzeniam stanoveným v článku 5 nariadenia VBER vrátane vysvetlení, prečo je kvalifikácia ako veľmi závažné alebo vylúčené obmedzenie relevantná.
- Siedmy oddiel obsahuje usmernenie k odobratiu výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER podľa článku 29 nariadenia Rady (ES) č. 1/2003 zo 16. decembra 2002 o vykonávaní pravidiel hospodárskej súťaže stanovených v článkoch 81 a 82 zmluvy [ďalej len „nariadenie (ES) č. 1/2003“]⁴ a nariadení, v ktorých sa uvádza, že nariadenie VBER sa neuplatňuje podľa článku 6 nariadenia VBER.
- V ôsmom oddiele sa opisuje politika Komisie v oblasti presadzovania práva v jednotlivých prípadoch. Na tento účel sa v ňom vysvetľuje, ako sa vertikálne dohody posudzujú podľa článku 101 ods. 1 a článku 101 ods. 3 mimo rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER, a uvádza sa v ňom usmernenie k neúplnému zoznamu konkrétnych vertikálnych dohôd.

1.2. Uplatniteľnosť článku 101 na vertikálne dohody

- (5) Cieľom článku 101 je zabezpečiť, aby podniky nevyužívali dohody, či už horizontálne alebo vertikálne⁵, na to, aby zabraňovali hospodárskej súťaži na trhu, obmedzovali ju alebo ju narušovali, čo by v konečnom dôsledku bolo na úkor spotrebiteľov. Článkom 101 sa sleduje aj širší cieľ dosiahnutia integrovaného vnútorného trhu⁶, ktorý posilňuje hospodársku súťaž v Európskej únii. Podniky nesmú využívať vertikálne dohody na obnovenie súkromných prekážok medzi členskými štátmi, pokiaľ už boli prekážky medzi štátmi úspešne zrušené.
- (6) Článok 101 sa uplatňuje na vertikálne dohody a obmedzenia vo vertikálnych dohodách, ktoré ovplyvňujú obchod medzi členskými štátmi a ktoré zabraňujú

⁴ Ú. v. ES L 1, 4.1.2003, s. 1.

⁵ Na účely uplatňovania nariadenia VBER sa v článku 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER vymedzuje pojem „vertikálna dohoda“ ako „dohoda alebo zosúladený postup uzavretý medzi dvoma alebo viacerými podnikmi, z ktorých každý na účely dohody alebo zosúladeného postupu funguje na inej úrovni výrobného alebo distribučného reťazca, pričom sa týka podmienok, za ktorých môžu strany nakupovať, predávať alebo ďalej predávať určitý tovar alebo služby“. Ďalšie usmernenie k tomuto vymedzeniu sa uvádza v oddiele 4.2 týchto usmernení.

⁶ Pozri napríklad rozsudok vo veci 6/72, Europemballage Corporation a Continental Can Company/Komisia, EU:C:1973:22, body 25 – 26; rozsudok vo veci C-52/09, TeliaSonera Sverige, EU:C:2011:83, bod 22; rozsudok vo veci C-209/10, Post Danmark A/S/Konkurrenserådet, EU:C:2012:172, body 20 – 24 a rozsudok vo veci C-413/14 P, Intel Corp. Inc./Komisia, EU:C:2017:632, bod 133.

hospodárskej súťaži, obmedzujú ju alebo ju narušujú.⁷ Poskytuje právny rámec na posudzovanie vertikálnych obmedzení⁸, v ktorom sa zohľadňuje rozdiel medzi protisúťažnými účinkami a účinkami podporujúcimi hospodársku súťaž. V článku 101 ods. 1 sa zakazujú dohody, ktoré výrazne obmedzujú alebo narušujú hospodársku súťaž, zatiaľ čo v článku 101 ods. 3 sa udeľuje výnimka pre tie dohody, ktoré patria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 a ktorých prínosy prevažujú nad ich protisúťažnými účinkami.⁹

- (7) Hoci pre posudzovanie vertikálnych dohôd neexistuje žiadna povinná postupnosť, spravidla ide o tieto kroky:
- a) po prvé, dotknuté podniky musia stanoviť podiely dodávateľa a kupujúceho na trhu, na ktorom predávajú a kupujú zmluvný tovar alebo služby;
 - b) ak príslušný trhový podiel dodávateľa ani kupujúceho nepresahuje hraničný trhový podiel na úrovni 30 %, na vertikálnu dohodu sa vzťahuje pravidlo bezpečného prístavu vytvorené nariadením VBER, a to za predpokladu, že neobsahuje veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže ani vylúčené obmedzenia, ktoré nemožno oddeliť od zvyšku vertikálnej dohody;
 - c) ak príslušný trhový podiel dodávateľa a/alebo kupujúceho je vyšší ako hranica 30 %, treba posúdiť, či vertikálna dohoda patrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1;
 - d) ak vertikálna dohoda patrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, treba preskúmať, či spĺňa podmienky na udelenie individuálnej výnimky podľa článku 101 ods. 3.

2. ÚČINKY VERTIKÁLNYCH DOHÔD

- (8) Pri posudzovaní vertikálnych obmedzení podľa článku 101 a uplatňovaní nariadenia VBER sa musia zohľadňovať všetky príslušné parametre hospodárskej súťaže, ako sú ceny, produkcia z hľadiska množstva, kvality a rozmanitosti produktov a inovácie. Musí sa vziať do úvahy aj to, že vertikálne dohody medzi podnikmi, ktoré pôsobia na rôznych úrovniach výrobného alebo distribučného reťazca, sú všeobecne menej škodlivé než horizontálne dohody medzi konkurentmi, ktorí dodávajú zastupiteľný tovar alebo služby. Je to v zásade spôsobené doplnkovou povahou činností strán vertikálnej dohody, z ktorej zvyčajne vyplýva, že činnosti jedného z podnikov, ktoré majú priaznivý vplyv na hospodársku súťaž, sú prospešné pre druhú stranu dohody a v konečnom dôsledku aj pre spotrebiteľov. Na rozdiel od horizontálnych dohôd majú preto strany vertikálnej dohody sklon dohodnúť sa na nižších cenách a vyššej úrovni služieb, čo je prospešné aj pre spotrebiteľov. Doplnková povaha činností strán

⁷ Pozri okrem iného rozsudok v spojených veciach 56/64 a 58/64, Grundig-Consten/Komisija, EU:C:1966:41; rozsudok vo veci 56/65, Technique Minière/Maschinenbau Ulm, EU:C:1966:38 a rozsudok vo veci T-77/92, Parker Pen/Komisija, EU:T:1994:85.

⁸ Na účely uplatňovania nariadenia VBER sa v článku 1 ods. 1 písm. b) nariadenia VBER vymedzuje „vertikálne obmedzenie“ ako „obmedzenie hospodárskej súťaže vo vertikálnej dohode, ktoré patrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1“ [zvýraznenie bolo doplnené]. Ďalšie usmernenie k vertikálnym dohodám, ktoré vo všeobecnosti nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, sa uvádza v oddiele 3 týchto usmernení.

⁹ Pokiaľ ide o všeobecnú metodiku Komisie a jej výklad podmienok na uplatňovanie článku 101 ods. 1, a najmä článku 101 ods. 3, pozri oznámenie Komisie – Oznámenie – Usmernenia o uplatňovaní článku 81 ods. 3 zmluvy (Ú. v. EÚ C 101, 27.4.2004, s. 97).

vertikálnej dohody pri uvádzaní tovaru alebo služieb na trh takisto znamená, že vertikálne obmedzenia môžu poskytovať významný priestor pre účinky zvyšujúce efektívnosť, napríklad optimalizáciou výrobných alebo distribučných procesov a služieb.

- (9) Podniky s trhovou silou sa môžu pokúšať využívať vertikálne obmedzenia na protisúťažné účely, ktoré v konečnom dôsledku poškodzujú spotrebiteľov. Trhová sila je schopnosť udržiavať ceny nad konkurenčnými úrovňami alebo udržiavať produkciu z hľadiska množstva produktov, ich kvality a rozmanitosti alebo inovácie pod konkurenčnými úrovňami počas nezanedbateľného obdobia. Stupeň trhovej sily, ktorý sa zvyčajne vyžaduje na preukázanie porušenia článku 101 ods. 1, je nižší ako stupeň trhovej sily, ktorý je potrebný na preukázanie dominantného postavenia podľa článku 102. Vzhľadom na doplnkovú povahu činností strán vertikálnej dohody by však uplatňovanie trhovej sily podnikom voči jeho dodávateľom alebo odberateľom zvyčajne poškodilo dopyt po zmluvnom tovare alebo službách zo strany druhého podniku, ktorý je stranou vertikálnej dohody. Podniky, ktoré sú stranami vertikálnej dohody, sa preto zvyčajne snažia zabrániť, aby ich druhá zmluvná strana uplatňovala trhovú silu.

2.1. Pozitívne účinky

- (10) Vertikálne dohody môžu mať pozitívne účinky, ako sú napríklad nižšie ceny, podpora necenovej hospodárskej súťaže alebo vyššia kvalita služieb. Formálne dohody medzi dodávateľom a kupujúcim určujúce iba cenu a objem transakcie môžu často viesť k suboptimálnej úrovni investícií a predaja, pretože nezohľadňujú externality, ktoré vyplývajú z doplnkovej povahy činností dodávateľa a jeho distribútorov. Tieto externality patria do dvoch kategórií: vertikálne externality a horizontálne externality.
- (11) Vertikálne externality vznikajú preto, lebo rozhodnutia a opatrenia prijaté na rôznych úrovniach dodávateľského a distribučného reťazca určujú aspekty predaja tovaru alebo služieb, ako sú cena, kvalita, súvisiace služby a marketing, ktoré ovplyvňujú nielen podnik, ktorý robí rozhodnutia, ale aj iné podniky na iných úrovniach dodávateľského a distribučného reťazca. Distribútor napríklad nemusí získať všetky výhody plynúce zo svojho úsilia o zvýšenie predaja, pretože niektoré z týchto výhod môžu prejsť na dodávateľa. Je to tak preto, lebo z každej jednotky navyše, ktorú distribútor predá vďaka zníženiu svojej ceny pri ďalšom predaji alebo zvýšení svojho úsilia pri predaji, má dodávateľ prospech, ak je jeho veľkoobchodná cena vyššia ako jeho marginálne výrobné náklady. Môže teda existovať pozitívna externalita pre dodávateľa vyplývajúca z takýchto činností distribútora. Naopak, môžu nastať situácie, keď z pohľadu dodávateľa môže byť cena distribútora príliš vysoká¹⁰ a/alebo distribútor vynaložil pri predaji príliš malé úsilie.
- (12) Horizontálne externality môžu vznikáť medzi distribútormi rovnakého tovaru alebo služieb, ak distribútor nie je schopný v plnej miere si privlastniť výhody svojho úsilia pri predaji. Napríklad predpredajné služby zvyšujúce dopyt, ktoré poskytuje jeden distribútor, ako je personalizované poradenstvo týkajúce sa konkrétneho tovaru alebo služieb, môžu viesť k väčšiemu predaju konkurenčných distribútorov ponúkajúcich rovnaký tovar alebo služby, a tým motivovať distribútorov, aby parazitovali na nákladných službách, ktoré poskytujú ostatní. V prostredí distribúcie prostredníctvom viacerých kanálov (online a offline) sa parazitovanie môže

¹⁰ Niekedy sa označuje ako „problém dvojitej marginalizácie“.

vyskytovať v oboch smeroch.¹¹ Zákazníci môžu napríklad navštíviť kamennú predajňu, kde si vyskúšajú tovar alebo služby, alebo získajú ďalšie užitočné informácie, z ktorých vychádzajú pri svojom rozhodovaní o kúpe, ale potom si produkt objednávajú online u iného distribútora. Naopak, zákazníci môžu vo fáze pred kúpou získať informácie (vrátane inšpirácie, informácií a hodnotenia) z internetového obchodu a potom navštíviť kamenný obchod, podľa týchto informácií požiadať o konkrétny tovar alebo služby a vyskúšať ich a nakoniec nakúpiť v kamennom obchode. Ak je takéto parazitovanie možné a ak distribútor, ktorý poskytuje predpredajné služby, si nedokáže v plnej miere privlastniť výhody, môže to z hľadiska kvantity alebo kvality viesť k suboptimálnemu poskytovaniu takýchto služieb.

- (13) Pri existencii takýchto externalít sú dodávatelia motivovaní kontrolovať určité aspekty fungovania svojich distribútorov. Vertikálne dohody môžu predovšetkým umožňovať dodávateľom internalizovať uvedené externé vplyvy, zvýšiť spoločný zisk vertikálneho dodávateľského a distribučného reťazca a za určitých okolností aj zlepšiť podmienky pre spotrebiteľov.
- (14) Hoci je snahou týchto usmernení poskytnúť komplexný prehľad rozličných odôvodnení pre vertikálne obmedzenia, nie sú úplné ani vyčerpávajúce. Dôvody, ktoré sa uvádzajú ďalej, môžu odôvodniť uplatňovanie určitých vertikálnych obmedzení.
 - a) Problém vertikálnej externality alebo problém dvojitej marginalizácie: Stanoveniu príliš vysokej ceny zo strany distribútora, a to bez ohľadu na vplyv jeho rozhodnutí na dodávateľa, sa dá vyhnúť tým, že dodávateľ uloží distribútorovi maximálnu cenu na ďalší predaj. Na zvýšenie úsilia distribútora pri predaji môže dodávateľ napríklad používať selektívnu distribúciu alebo výhradnú distribúciu.
 - b) Problém parazitovania: Parazitovanie medzi kupujúcimi sa môže vyskytovať na veľkoobchodnej alebo maloobchodnej úrovni, a to najmä vtedy, ak nie je možné, aby dodávateľ uložil všetkým kupujúcim účinné podmienky v oblasti propagácie alebo služieb. Parazitovanie medzi kupujúcimi sa môže vyskytovať len v prípade predpredajných služieb a ďalších propagačných činností, ale nie v prípade popredajných služieb, ktoré môže distribútor účtovať svojim zákazníkom individuálne. Úsilie pri predpredaji, pri ktorom sa môže vyskytovať parazitovanie, môže byť dôležité napríklad vtedy, keď sú tovar alebo služby relatívne nové, technicky zložité alebo majú vysokú hodnotu, prípadne ak je dobré meno tovaru alebo služieb dôležitým určujúcim činiteľom dopytu po nich. Obmedzenia hospodárskej súťaže môžu pomôcť prekonať parazitovanie medzi dodávateľmi.
 - c) Otvorenie nových trhov alebo vstup na nové trhy: Ak chce dodávateľ vstúpiť na nový geografický trh, napríklad vyvážať do inej krajiny, môže to zahŕňať osobitné, tzv. utopené investície distribútora na etablovanie značky na trhu. Na presvedčenie miestneho distribútora, aby zrealizoval tieto investície, môže byť potrebné poskytnúť mu územnú ochranu, aby sa mu tieto investície vrátili.

¹¹ Pozri pracovný dokument útvarov Komisie – Hodnotenie nariadenia o skupinovej výnimke pre vertikálne dohody, dokument SWD(2020) 172 final z 10.5.2017, s. 31 – 42, a referenčnú hodnotiacu štúdiu Komisie – Záverečná správa o odvetvovom prieskume týkajúcom sa elektronického obchodu, COM(2017) 229 final, 10.5.2017, bod 11.

Môže sa tým odôvodniť to, že distribútorom pôsobiacim na iných geografických trhoch sa obmedzí predaj na novom trhu (pozri aj bod 167 týchto usmernení). Toto je osobitný prípad problému parazitovania, ktorý sa uvádza v písmene b).

- d) Problém parazitovania na značke: V niektorých odvetviach majú určití distribútori dobré meno spočívajúce v tom, že majú na sklade iba kvalitný tovar alebo poskytujú kvalitné služby (tzv. prémioví distribútori). V takomto prípade môže byť predaj prostredníctvom týchto distribútorov rozhodujúci, najmä pre úspešné uvedenie nového produktu. Ak dodávateľ nemôže obmedziť svoj predaj na týchto prémiových distribútorov, vystavuje sa riziku, že bude vyradený zo zoznamu. V takom prípade môže byť odôvodnené povolenie výhradnej distribúcie alebo selektívnej distribúcie.
- e) Problém finančnej podpory: Niekedy musí dodávateľ alebo kupujúci vykonať investície týkajúce sa určitého klienta, ako sú investície do osobitného zariadenia alebo odbornej prípravy. Napríklad výrobca súčiastok možno musí vyrobiť nové stroje a nástroje, aby uspokojil konkrétne požiadavky jedného zo svojich zákazníkov. Ak takéto investície pre konkrétneho klienta nemožno priamo zazmluvniť, alebo ak je takéto zazmluvnenie neúplné, dotknutý podnik nemusí byť schopný zaviazat' sa, že z pohľadu dodávateľa vykoná optimálne investície, a hneď ako si ho dodávateľ vyberie, môže sa kupujúci zapojiť len do suboptimálnych investícií. Vertikálne dohody môžu pomôcť odstrániť alebo zmierniť takýto problém so záväzkom.
- f) Osobitný problém finančnej podpory, ktorý môže nastať v prípade prevodu dôležitého know-how: Keď sa know-how raz poskytne, nemožno ho vziať späť a jeho poskytovateľ nemusí mať záujem, aby ho využívali jeho konkurenti alebo aby sa využíval v ich prospech. Pokiaľ know-how nebolo priamo k dispozícii kupujúcemu a je podstatné a nevyhnutné na fungovanie dohody, potom takýto prevod môže byť dôvodom na obmedzenie hospodárskej súťaže, čo by v takýchto prípadoch zvyčajne nepatrilo do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1.
- g) Úspory z rozsahu v oblasti distribúcie: Na využívanie úspor z rozsahu a súvisiace zníženie maloobchodnej ceny svojho tovaru alebo služieb môže výrobca požadovať, aby sa ďalší predaj jeho tovaru alebo služieb sústredil na obmedzený počet distribútorov. Na to by mohol využívať výhradnú distribúciu, množstevnú povinnosť v podobe požadovaného minimálneho nákupu, selektívnu distribúciu obsahujúcu takúto požiadavku alebo výhradný nákup.
- h) Jednotnosť a štandardizácia kvality: Vertikálne obmedzenie môže pomôcť vytvoriť imidž značky tým, že sa distribútorom uloží povinnosť prijať určité opatrenie na zabezpečenie jednotnosti a štandardizácie kvality, čím sa pre koncového zákazníka zvýši príťažlivosť príslušného tovaru alebo služieb, a tým aj predaj. Toto sa napríklad uplatňuje v oblasti selektívnej distribúcie a franchisingu.
- i) Nedostatky kapitálového trhu: Poskytovatelia kapitálu, ako sú banky a akciové trhy, nemusia poskytovať kapitál optimálnym spôsobom, ak nemajú podrobné informácie o platobnej schopnosti dlžníka, alebo ak úver nie je primerane zabezpečený. Kupujúci alebo dodávateľ môžu mať lepšie informácie a môžu byť prostredníctvom výhradného zmluvného vzťahu schopní získať ďalšie zabezpečenie svojich investícií. Keď dodávateľ poskytuje úver kupujúcemu,

môže to viesť k tomu, že kupujúcemu uloží povinnosť nekonkurovať si alebo množstevnú povinnosť. Keď kupujúci poskytuje úver dodávateľovi, môže to byť dôvod na to, aby dodávateľovi uložil povinnosť výhradných dodávok alebo množstevnú povinnosť.

- (15) Deväť situácií uvedených v predchádzajúcom bode objasňuje, že vertikálne dohody môžu vo všeobecnosti pomôcť dosiahnuť účinky zvyšujúce efektívnosť a rozvíjať nové trhy, čo môže vyvážiť prípadné negatívne účinky. Všeobecne je to najvýraznejšie v prípade vertikálnych obmedzení, ktoré pomáhajú pri uvádzaní nového a zložitého tovaru alebo služieb alebo ktoré chránia investície spojené s konkrétnym vzťahom. Vertikálne obmedzenie je niekedy potrebné dovtedy, kým dodávateľ predáva svoj tovar alebo služby kupujúcemu [pozri najmä situácie opísané v písmenách a), b), f), g) a h) predchádzajúceho bodu].
- (16) Medzi rôznymi vertikálnymi obmedzeniami existuje značný stupeň zastupiteľnosti. Znamená to, že ten istý problém neefektívnosti možno vyriešiť pomocou rôznych vertikálnych obmedzení. Napríklad úspory z rozsahu v oblasti distribúcie možno dosiahnuť pomocou výhradnej distribúcie, selektívnej distribúcie, množstevnej povinnosti alebo výhradného nákupu. Negatívne účinky na hospodársku súťaž sa však môžu medzi rôznymi vertikálnymi obmedzeniami líšiť, čo zohráva úlohu pri posudzovaní ich nevyhnutnosti podľa článku 101 ods. 3.

2.2. Negatívne účinky

- (17) Negatívne účinky na trh, ktoré môžu vyplývať z vertikálnych obmedzení a ktorým sa právo hospodárskej súťaže EÚ snaží predchádzať, sú najmä tieto:
- a) protisúťažné uzavretie trhu iným dodávateľom alebo iným kupujúcim vytváraním prekážok vstupu alebo expanzie;
 - b) zmiernenie hospodárskej súťaže medzi dodávateľom a jeho konkurentmi a/alebo umožnenie (výslovne alebo mlčky odsúhlasenej) kolúzie¹² medzi týmito dodávateľmi, ktoré sa často označujú ako obmedzenie hospodárskej súťaže medzi značkami;
 - c) zmiernenie hospodárskej súťaže medzi kupujúcim a jeho konkurentmi alebo umožnenie (výslovne alebo mlčky odsúhlasenej) kolúzie medzi týmito kupujúcimi. Je však nepravdepodobné, že samotné obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky (t. j. hospodárska súťaž medzi distribútormi tovaru alebo služieb toho istého dodávateľa) by malo nepriaznivé účinky na spotrebiteľov, ak by hospodárska súťaž medzi značkami (t. j. hospodárska súťaž medzi distribútormi tovaru alebo služieb rôznych dodávateľov) bola silná;
 - d) vytváranie prekážok, ktoré bránia integrácii trhu, najmä obmedzovania voľby spotrebiteľov kupovať tovar alebo služby v ktoromkoľvek členskom štáte.
- (18) Uzavretie trhu, zmiernenie hospodárskej súťaže a kolúzia na úrovni dodávateľov môžu poškodzovať spotrebiteľov najmä zvyšovaním veľkoobchodných cien tovaru alebo služieb (čo následne môže viesť k vyšším maloobchodným cenám), obmedzovaním výberu tovaru alebo služieb, znižovaním ich kvality alebo

¹² Pokiaľ ide o pojmy výslovne a mlčky odsúhlasenej kolúzie, pozri rozsudok v spojených veciach C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 a C-125/85 až C-129/85, Ahlström Osakeyhtiö a i./Komisia, EU:C:1993:120.

obmedzovaním úrovne inovácií na úrovni dodávateľov. Uzavretie trhu, zmiernenie hospodárskej súťaže a kolúzia na úrovni distribútorov môžu poškodzovať spotrebiteľov najmä zvyšovaním maloobchodných cien tovaru alebo služieb, obmedzovaním výberu kombinácií cien a služieb a foriem distribúcie, znižovaním dostupnosti a kvality maloobchodných služieb a obmedzovaním úrovne inovácií na úrovni distribúcie.

- (19) Na trhu, na ktorom jednotliví maloobchodníci distribuujú značku, resp. značky len jedného dodávateľa, povedie obmedzenie hospodárskej súťaže medzi distribútormi tej istej značky k obmedzeniu hospodárskej súťaže v rámci značky medzi týmito distribútormi, ale nemusí mať vo všeobecnosti negatívny účinok na hospodársku súťaž medzi distribútormi. V takomto prípade, ak je hospodárska súťaž medzi značkami silná, je nepravdepodobné, že obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky bude mať negatívne účinky na spotrebiteľov.
- (20) Možné negatívne účinky vertikálnych obmedzení sa posilňujú, keď niekoľko dodávateľov a ich kupujúcich organizuje svoj obchod podobným spôsobom, čo vedie k takzvaným kumulatívnym účinkom¹³.

3. VERTIKÁLNE DOHODY, KTORÉ VO VŠEOBECNOSTI NEPATRIA DO ROZSAHU PÔSOBNOSTI ČLÁNKU 101 ODS. 1

3.1. Neexistencia vplyvu na obchod, dohody menšieho významu a MSP

- (21) Pred riešením rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER, jeho uplatňovaním a všeobecnejším posúdením vertikálnych dohôd podľa článku 101 ods. 1 a článku 101 ods. 3 treba pripomenúť, že nariadenie VBER sa uplatňuje iba na dohody, ktoré patria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1.
- (22) Dohody, ktoré nemôžu citelne ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi (neexistencia vplyvu na obchod) alebo ktoré neobmedzujú citelne hospodársku súťaž (dohody menšieho významu), nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1.¹⁴ Komisia poskytla usmernenie k neexistencii vplyvu na obchod v usmerneniach Komisie týkajúcich sa pojmu vplyv na obchod obsiahnutého v článkoch 81 a 82 zmluvy (ďalej len „usmernenia týkajúce sa vplyvu na obchod“)¹⁵ a k dohodám menšieho významu v oznámení Komisie o dohodách menšieho významu, ktoré neobmedzujú citelne hospodársku súťaž podľa článku 101 ods. 1 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ďalej len „oznámenie *de minimis*“).¹⁶ Týmito usmerneniami nie sú dotknuté usmernenia týkajúce sa vplyvu na obchod a oznámenie *de minimis* ani žiadne budúce usmernenie Komisie v tejto súvislosti.
- (23) V usmerneniach týkajúcich sa vplyvu na obchod sa stanovujú zásady, ktoré vypracovali súdy Únie s cieľom vyložiť pojem vplyv na obchod a naznačiť, v akých prípadoch je nepravdepodobné, že by dohody mohli citelne ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi. Zahŕňajú negatívnu vyvrátiteľnú domnienku, ktorá sa uplatňuje na všetky dohody v zmysle článku 101 ods. 1 bez ohľadu na povahu obmedzení zahrnutých do takýchto dohôd, a teda sa uplatňujú aj na dohody obsahujúce veľmi

¹³ Kumulatívne účinky môžu predovšetkým byť dôvodom na odňatie výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER, pozri oddiel 7.1 týchto usmernení.

¹⁴ Pozri rozsudok vo veci C-226/11, Expedia Inc./Autorité de la concurrence, EU:C:2012:795, body 16 a 17 s ďalšími odkazmi.

¹⁵ Ú. v. EÚ C 101, 27.4.2004, s. 81.

¹⁶ Ú. v. EÚ C 291, 30.8.2014, s. 1.

závažné obmedzenia hospodárskej súťaže.¹⁷ Podľa tejto domnienky nemôžu vertikálne dohody v zásade citeľne ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi, ak i) súhrnný trhový podiel strán dohody na ktoromkoľvek príslušnom trhu v Únii ovplyvnenom dohodou nepresahuje 5 % a ii) súhrnný ročný obrat dodávateľa v Únii dosiahnutý predajom produktov, na ktoré sa vzťahuje dohoda, nepresahuje 40 miliónov EUR.¹⁸ Komisia môže vyvrátiť túto domnienku, ak analýza charakteristík dohody a jej hospodárskeho kontextu preukáže opak.

- (24) Ako sa uvádza v oznámení *de minimis*, vertikálne dohody uzatvorené nekonkurentmi sa vo všeobecnosti považujú za dohody, ktoré nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, ak trhový podiel každej zo strán dohody nepresahuje 15 % na ktoromkoľvek z príslušných trhov ovplyvnených dohodou.¹⁹ Existujú dve výnimky z tohto všeobecného pravidla. Po prvé, pokiaľ ide o veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, článok 101 ods. 1 sa uplatňuje bez ohľadu na trhové podiely strán dohody.²⁰ Je to tak preto, lebo dohoda, ktorá môže ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi a ktorá má protisúťažný cieľ, môže svojou povahou a nezávisle od akýchkoľvek konkrétnych účinkov predstavovať citeľné obmedzenie hospodárskej súťaže.²¹ Po druhé, hraničné trhové podiely vo výške 15 % sa znižujú na 5 %, ak je na príslušnom trhu hospodárska súťaž obmedzená kumulatívnym účinkom paralelných sietí dohôd. Body 241 až 243 týchto usmernení sa zaoberajú kumulatívnymi účinkami v súvislosti s odňatím výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER. V oznámení *de minimis* sa objasňuje, že jednotliví dodávatelia alebo distribútori s trhovým podielom nepresahujúcim 5 % sa vo všeobecnosti nepovažujú za tých, ktorí významne prispievajú ku kumulatívnemu účinku uzavretia trhu.²²
- (25) Okrem toho nie je možné predpokladať, že vertikálne dohody uzatvorené podnikmi, z ktorých jeden alebo viaceré majú individuálny trhový podiel presahujúci 15 %, patria automaticky do pôsobnosti článku 101 ods. 1. Takéto dohody stále nemusia citeľne ovplyvňovať obchod medzi členskými štátmi ani nemusia predstavovať citeľné obmedzenie hospodárskej súťaže.²³ Musia sa preto posudzovať vo svojom právnom a hospodárskom kontexte. Tieto usmernenia obsahujú kritériá pre jednotlivé takéto dohody.
- (26) Komisia sa navyše domnieva, že vertikálne dohody medzi malými a strednými podnikmi (ďalej len „MSP“)²⁴ môžu zriedka citeľne ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi. Komisia sa takisto domnieva, že takéto dohody zriedka citeľne obmedzujú hospodársku súťaž v zmysle článku 101 ods. 1, pokiaľ neobsahujú obmedzenia hospodárskej súťaže ako svoj cieľ v zmysle článku 101 ods. 1. Vertikálne dohody medzi MSP preto vo všeobecnosti nepatria do rozsahu pôsobnosti

¹⁷ Usmernenia týkajúce sa vplyvu na obchod, bod 50.

¹⁸ Usmernenia týkajúce sa vplyvu na obchod, bod 52.

¹⁹ Oznámenie *de minimis*, bod 8, ktorý obsahuje aj hraničný trhový podiel pre dohody medzi skutočnými alebo možnými konkurentmi, podľa ktorého tieto dohody citeľne neobmedzujú hospodársku súťaž v zmysle článku 101 ods. 1, ak súhrnný trhový podiel strán dohody nepresahuje 10 % na žiadnom z príslušných trhov ovplyvnených dohodou.

²⁰ Pozri rozsudok vo veci 5/69, Völk/Vervaecke, EU:C:1969:35; rozsudok vo veci 1/71, Cadillon/Höss, EU:C:1971:47 a rozsudok vo veci C-306/96, Javico/Yves Saint Laurent, EU:C:1998:173, body 16 a 17.

²¹ Rozsudok vo veci C-226/11, Expedia Inc./Autorité de la concurrence, EU:C:2012:795, bod 37.

²² Oznámenie *de minimis*, bod 8.

²³ Pozri rozsudok vo veci T-7/93, Lagnese Iglo/Komisia, EU:T:1995:98, bod 98.

²⁴ Ako sa vymedzujú v prílohe k odporúčaniu Komisie zo 6. mája 2003 o vymedzení pojmov mikropodniky, malé a stredné podniky (Ú. v. EÚ L 124, 20.5.2003, s. 36).

článku 101 ods. 1. V prípadoch, keď takéto dohody napriek tomu spĺňajú podmienky pre uplatňovanie článku 101 ods. 1, sa Komisia zvyčajne vyhýba začatiu konania z dôvodu, že pre Úniu nie sú dostatočne zaujímavé, pokiaľ takéto podniky spolu alebo jednotlivo nemajú dominantné postavenie na značnej časti vnútorného trhu.

3.2. Dohody o zastúpení

3.2.1. Vymedzenie pojmu dohody o zastúpení

- (27) Obchodný zástupca je právnická alebo fyzická osoba poverená právomocou prerokúvať a/alebo uzatvárať zmluvy v mene inej osoby (ďalej len „splnomocniteľ“), a to buď vo vlastnom mene obchodného zástupcu alebo v mene splnomocniteľa, na účely nákupu tovaru alebo služieb splnomocniteľom alebo predaja tovaru alebo služieb dodaných splnomocniteľom.
- (28) Za určitých okolností možno vzťah medzi obchodným zástupcom a jeho splnomocniteľom charakterizovať ako taký, v ktorom už obchodný zástupca nekoná ako samostatný hospodársky subjekt. Platí to v prípade, keď obchodný zástupca nenesie žiadne alebo iba zanedbateľné finančné alebo obchodné riziko spojené so zmluvami uzavretými alebo prerokovanými v mene splnomocniteľa, ako sa vysvetľuje ďalej.²⁵ V takom prípade dohoda o zastúpení nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Kvalifikácia, ktorú dohode prisúdia jej strany alebo vnútroštátne právne predpisy, nie je pre posúdenie podstatná. Keďže predstavujú výnimku zo všeobecnej uplatniteľnosti článku 101 na dohody medzi podnikmi, mali by sa podmienky kategorizácie dohody ako dohody o zastúpení na účely uplatnenia článku 101 ods. 1 vykladať reštriktívne.
- (29) Existujú tri druhy finančných alebo obchodných rizík, ktoré sú podstatné pre kategorizáciu dohody ako dohody o zastúpení na účely uplatnenia článku 101 ods. 1.
- Po prvé, existujú riziká špecifické pre zmluvu, ktoré sa priamo týkajú zmlúv uzavretých a/alebo prerokovaných obchodným zástupcom v mene splnomocniteľa, ako je napríklad financovanie zásob.
 - Po druhé, existujú riziká spojené s investíciami do určitého trhu. Ide o investície osobitne požadované pre druh činnosti, pre ktorú splnomocniteľ vymenoval obchodného zástupcu, t. j. ktoré sa požadujú na to, aby obchodný zástupca mohol uzavrieť a/alebo prerokovať tento typ zmluvy. Takéto utopené investície sú zvyčajne nenávratné, čo znamená, že po zanechaní konkrétnej oblasti činnosti sa investície nemôžu použiť na iné činnosti alebo predat' inak ako s veľkou stratou.
 - Po tretie, existujú riziká spojené s ďalšími činnosťami vykonávanými na tom istom produktovom trhu, a to v rozsahu, v akom splnomocniteľ požaduje v rámci vzťahu zastupovania, aby obchodný zástupca vykonával tieto činnosti nie ako obchodný zástupca v mene splnomocniteľa, ale na vlastné riziko.
- (30) Na účely uplatnenia článku 101 ods. 1 ZFEÚ sa dohoda bude kvalifikovať ako dohoda o zastúpení, ak obchodný zástupca nenesie žiadne alebo iba zanedbateľné riziko plynúce z troch druhov rizík uvedených v predchádzajúcom texte. Dôležitosť

²⁵

Pozri rozsudok vo veci T-325/01, Daimler Chrysler/Komisia, EU:T:2005:322; rozsudok vo veci C-217/05, Confederación Española de Empresarios de Estaciones Servicio/CEPSA, EU:C:2006:784, a rozsudok vo veci C-279/06, CEPSA Estaciones de Servicio SA/LV Tobar e Hijos SL, EU:C:2008:485.

akýchkoľvek takýchto rizík, ktoré obchodný zástupca prevezme na seba, sa má vo všeobecnosti posudzovať na základe výnosov vytvorených obchodným zástupcom v rámci poskytovania služieb obchodného zastúpenia, a nie na základe výnosov vytvorených predajom tovaru alebo služieb, na ktoré sa vzťahuje dohoda o zastúpení. Riziká, ktoré sa vo všeobecnosti týkajú činnosti poskytovania služieb obchodného zastúpenia, ako je riziko, že príjem obchodného zástupcu závisí od jeho úspechu ako obchodného zástupcu alebo od všeobecných investícií napríklad do priestorov alebo personálu, však nie sú pre toto posúdenie dôležité.

(31) Vzhľadom na uvedené skutočnosti sa v nasledujúcom zozname uvádzajú na účely uplatňovania článku 101 ods. 1 príklady prvkov, ktoré sa vo všeobecnosti nachádzajú v dohodách o zastúpení. Je to prípad, keď obchodný zástupca:

- a) nenadobúda vlastnícke právo k tovaru kúpenému alebo predanému na základe dohody o zastúpení a sám nedodáva zmluvné služby. Skutočnosť, že obchodný zástupca môže dočasne, a to na veľmi krátky čas, získať vlastnícke práva k zmluvnému tovaru pri jeho predaji v mene splnomocniteľa, nevylučuje dohodu o zastúpení za predpokladu, že obchodnému zástupcovi nevzniknú žiadne náklady ani riziká spojené s týmto prevodom vlastníckych práv;
- b) neprispieva na náklady týkajúce sa dodávky/nákupu zmluvného tovaru alebo služieb vrátane nákladov na dopravu tovaru. Táto skutočnosť však nebráni obchodnému zástupcovi v tom, aby vykonával dopravnú službu za predpokladu, že náklady hradí splnomocniteľ;
- c) nedrží na svoje vlastné náklady ani riziko zásoby zmluvného tovaru, pričom nenesie náklady na financovanie zásob ani náklady na stratu zásob a môže vrátiť nepredaný tovar splnomocniteľovi bez akéhokoľvek poplatku, pokiaľ nie je obchodný zástupca zodpovedný za nesplnenie povinností (napríklad pri nedodržaní primeraných bezpečnostných opatrení s cieľom vyhnúť sa stratám zásob tovaru);
- d) s výnimkou straty svojej provízie nepreberá zodpovednosť za neplnenie zmluvy zo strany zákazníka (napríklad za to, že zákazník neplatí), pokiaľ však nejde o prípad, keď je obchodný zástupca zodpovedný za nesplnenie povinností (napríklad nedodržaním primeraných bezpečnostných opatrení alebo opatrení proti krádeži či nedodržaním primeraných opatrení na hlásenie krádeže splnomocniteľovi alebo polícii, prípadne tým, že neoznámí splnomocniteľovi všetky potrebné informácie, ktoré má k dispozícii a ktoré sa týkajú finančnej spoľahlivosti zákazníka);
- e) nepreberá vo vzťahu k zákazníkom ani iným tretím stranám zodpovednosť za stratu alebo škodu vyplývajúcu z dodania zmluvného tovaru alebo služieb, pokiaľ nie je v tejto súvislosti ako obchodný zástupca zodpovedný za nesplnenie povinností;
- f) nie je priamo ani nepriamo povinný investovať do podpory predaja, a to ani prostredníctvom príspevkov do rozpočtu splnomocniteľa na reklamu či do reklamných alebo propagačných činností, ktoré konkrétne súvisia so zmluvným tovarom alebo službami;
- g) nevykonáva na danom trhu investície do zariadenia, priestorov, odbornej prípravy zamestnancov či do reklamy konkrétneho zmluvného tovaru alebo služieb, ako napríklad nákup benzínovej cisterny v prípade maloobchodného predaja benzínu, osobitného softvéru na predaj poisťných zmlúv v prípade

poisťovacích agentov alebo reklamy súvisiacej s trasami alebo destináciami v prípade cestovných kancelárií, ktoré predávajú lety alebo hotelové ubytovanie, pokiaľ splnomocniteľ nehradí tieto náklady v plnom rozsahu;

- h) nevykonáva v rámci toho istého produktového trhu iné činnosti požadované splnomocniteľom v rámci vzťahu zastupovania (napr. dodávanie tovaru), pokiaľ splnomocniteľ nehradí tieto náklady v plnom rozsahu.
- (32) Ak obchodný zástupca znáša jedno alebo viacero rizík alebo nákladov uvedených v bodoch 28 až 31 týchto usmernení, dohoda medzi obchodným zástupcom a splnomocniteľom sa nekvalifikuje ako dohoda o zastúpení. Otázka rizika sa musí posudzovať na individuálnom základe a skôr s ohľadom na ekonomickú realitu situácie než na právnu formu. Z praktických dôvodov sa analýza rizika môže začať posúdením rizík týkajúcich sa konkrétnej zmluvy. Ak obchodný zástupca znáša riziká týkajúce sa konkrétnej zmluvy, ktoré nie sú zanedbateľné, je to postačujúce na prijatie záveru, že obchodný zástupca je nezávislým distribútorom. Ak obchodný zástupca neznáša riziká týkajúce sa konkrétnej zmluvy, potom treba pokračovať v analýze posúdením rizík spojených s investíciami na konkrétnom trhu. Napokon, ak obchodný zástupca neznáša žiadne riziká týkajúce sa konkrétnej zmluvy ani riziká spojené s investíciami na konkrétnom trhu, musia sa zvážiť riziká spojené s ďalšími činnosťami požadovanými zo vzťahu zastupovania v rámci toho istého produktového trhu.
- (33) Splnomocniteľ môže na úhradu príslušných rizík používať rôzne metódy, pokiaľ takéto metódy zabezpečujú, že obchodný zástupca neznáša žiadne riziká alebo znáša len tie zanedbateľné, pričom druhy predmetných rizík sa uvádzajú v bodoch 28 až 31 týchto usmernení. Splnomocniteľ sa môže napríklad rozhodnúť, že uhradí presne vzniknuté náklady, alebo môže náklady uhradiť pevnou paušálnou sumou, prípadne obchodnému zástupcovi zaplatí pevne stanovený percentuálny podiel z výnosov z tovaru alebo služieb predaných na základe dohody o zastúpení. Na zabezpečenie úhrady všetkých príslušných rizík bude možno potrebné poskytnúť obchodnému zástupcovi jednoduchý spôsob na oznamovanie a požadovanie úhrady akýchkoľvek nákladov, ktoré presahujú dohodnutú paušálnu sumu alebo pevne stanovený percentuálny podiel. Splnomocniteľ možno takisto bude musieť systematicky sledovať všetky zmeny príslušných nákladov a podľa toho prispôbovať paušálnu sumu alebo pevne stanovený percentuálny podiel. Ak sa príslušné náklady uhrádzajú prostredníctvom percentuálneho podielu z ceny produktov, ktoré sa predali na základe dohody o zastúpení, splnomocniteľ by mal vziať do úvahy aj to, že obchodnému zástupcovi môžu vzniknúť príslušné investičné náklady týkajúce sa konkrétneho trhu aj v prípade, ak počas určitého obdobia predal iba obmedzený počet produktov, prípadne nepredal žiadne. Takéto náklady musí uhradiť splnomocniteľ.
- (34) Nezávislý distribútor určitého tovaru alebo služieb dodávateľa môže pôsobiť aj ako obchodný zástupca pre iný tovar alebo služby toho istého dodávateľa za predpokladu, že je možné účinne vymedziť činnosti a riziká, na ktoré sa vzťahuje dohoda o zastúpení (napríklad preto, že sa týkajú tovaru alebo služieb, ktoré poskytujú dodatočné funkcie alebo nové vlastnosti). Aby sa dohoda mohla považovať za dohodu o zastúpení na účely uplatnenia článku 101, musí mať nezávislý distribútor skutočnú voľnosť pri uzatváraní dohody o zastúpení (napríklad splnomocniteľ nesmie vzťah zastupovania uložiť *de facto* prostredníctvom hrozby ukončenia distribučného vzťahu alebo zhoršenia jeho podmienok) a ako sa uvádza v bodoch 28 až 31 týchto usmernení, všetky príslušné riziká spojené s predajom

tovaru alebo služieb, na ktoré sa vzťahuje dohoda o zastúpení, a to vrátane investícií týkajúcich sa konkrétneho trhu, musí znášať splnomocniteľ.

- (35) Ak obchodný zástupca vykonáva iné činnosti pre toho istého dodávateľa alebo iných dodávateľov na svoje vlastné riziko, existuje riziko, že podmienky uložené obchodnému zástupcovi v súvislosti s jeho činnosťou zastupovania ovplyvnia jeho motiváciu a obmedzia jeho voľnosť rozhodovania pri predaji produktov ako nezávislej činnosti. Existuje najmä riziko toho, že cenová politika splnomocniteľa týkajúca sa produktov, ktoré sa predávajú na základe dohody o zastúpení, ovplyvní motiváciu obchodného zástupcu/distribútora pri nezávislom určovaní cien produktov, ktoré predáva ako nezávislý distribútor. Okrem toho kombinácia zastupovania a nezávislej distribúcie pre toho istého dodávateľa spôsobuje ťažkosti pri rozlišovaní medzi investíciami a nákladmi súvisiacimi s funkciou zastupovania vrátane investícií týkajúcich sa konkrétneho trhu a tými, ktoré súvisia iba s nezávislou činnosťou. V takýchto prípadoch preto môže byť mimoriadne zložité posúdiť, či vzťah zastupovania spĺňa podmienky stanovené v bodoch 28 až 31 týchto usmernení.²⁶
- (36) Riziká opísané v bodoch 28 až 31 týchto usmernení majú osobitný význam, ak obchodný zástupca vykonáva iné činnosti ako nezávislý distribútor pre toho istého splnomocniteľa na tom istom produktovom trhu. Naopak, tieto riziká sú menej pravdepodobné, ak sa ďalšie činnosti, ktoré obchodný zástupca vykonáva ako nezávislý distribútor, týkajú iného produktového trhu.²⁷ Všeobecnejšie platí, že čím sú produkty navzájom menej zameniteľné, tým je menšia pravdepodobnosť, že sa tieto riziká vyskytnú. Na trhoch s produktmi, ktoré nemajú objektívne odlišné vlastnosti, ako sú vyššia kvalita, nové vlastnosti alebo dodatočné funkcie, je takéto vymedzenie zložitejšie, a preto môže existovať značné riziko toho, že obchodného zástupcu ovplyvnia podmienky dohody o zastúpení, a to najmä pokiaľ ide o stanovenie ceny produktov, ktoré distribuuje nezávisle.
- (37) Pri určovaní investícií týkajúcich sa konkrétneho trhu, ktoré sa majú uhradiť pri uzatvorení dohody o zastúpení s jedným z jeho nezávislých distribútorov, ktorý už pôsobí na príslušnom trhu, by mal splnomocniteľ zvážiť hypotetickú situáciu obchodného zástupcu, ktorý na danom trhu ešte nepôsobí, aby mohol posúdiť, ktoré investície sa vzťahujú na druh činnosti, pre ktorú je obchodný zástupca vymenovaný. Jediné investície týkajúce sa konkrétneho trhu, ktoré by splnomocniteľ nemusel uhradiť, by boli tie, ktoré súvisia výlučne s predajom diferencovaných produktov na tom istom produktovom trhu, ktoré sa nepredávajú na základe dohody o zastúpení, ale distribuuju sa nezávisle, a to na rozdiel od investícií týkajúcich sa konkrétneho trhu potrebných na pôsobenie na príslušnom produktovom trhu, ktoré by splnomocniteľ musel v každom prípade uhradiť. Je tomu tak preto, lebo obchodnému zástupcovi by nevznikli náklady týkajúce sa konkrétneho trhu a zodpovedajúce diferencovaným produktom, ak by okrem produktov, ktoré distribuuje ako obchodný zástupca, nekonal aj ako nezávislý distribútor pre tieto produkty, za predpokladu, že by na príslušnom trhu mohol pôsobiť bez ich predaja. Pokiaľ sa už príslušné investície odpísali (napr. investície do nábytku potrebného na konkrétnu činnosť), úhrada sa môže úmerne upraviť.

²⁶ Rozsudok Súdneho dvora zo 16. decembra 1975, Coöperatieve Vereniging „Suiker Unie“ UA a i./Komisia Európskych spoločností, spojené veci 40 až 48, 50, 54 až 56, 111, 113 a 114-73, ECLI:EU:C:1975:174, body 537 – 557.

²⁷ Rozsudok Všeobecného súdu (piata komora) z 15. septembra 2005, DaimlerChrysler AG/Komisia Európskych spoločností, vec T-325/01, ECLI:EU:C:2005:322, body 100 a 113.

- (38) Príklad toho, ako je možné rozdeliť náklady v prípade distribútora, ktorý koná aj ako obchodný zástupca pre určité produkty toho istého dodávateľa.

Nezávislý distribútor predáva produkty A, B a C. Produkty A a B patria do toho istého produktového trhu, ktorý zahŕňa diferencované produkty s objektívne odlišnými charakteristikami. Produkt C patrí do iného produktového trhu.

Dodávateľ produktu B vo všeobecnosti distribuuje svoje produkty prostredníctvom nezávislých distribútorov. Na distribúciu konkrétneho druhu toho istého produktu, konkrétne produktu A, ktorý má novú funkciu, však chce využiť dohodu o zastúpení, ktorú ponúka svojim existujúcim nezávislým distribútorom na tom istom produktovom trhu, a to bez toho, aby od nich *de iure* alebo *de facto* požadoval, aby ju uzatvorili.

Na to, aby dohoda o zastúpení nepatrila do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 ZFEÚ a aby sa splnili podmienky uvedené v bodoch 28 až 31 týchto usmernení, musí splnomocniteľ uhradiť všetky príslušné investície do činnosti predaja každého z produktov A a B (a nielen produktu A), pretože patria do toho istého produktového trhu. Napríklad všetky náklady spojené s úpravou alebo vybavením predajne s cieľom vystavovať a predávať produkty A a B sa pravdepodobne týkajú konkrétneho trhu. Podobne platí, že náklady na odbornú prípravu zamestnancov s cieľom predávať produkty A a B a náklady spojené s konkrétnym skladovacím zariadením, ktoré môže byť potrebné pre produkty A a B, sa takisto pravdepodobne týkajú konkrétneho trhu. Tieto príslušné investície, ktoré by sa zvyčajne od obchodného zástupcu požadovali pri jeho vstupe na trh a začatí predaja produktov A a B, by mal znášať splnomocniteľ, aj keby bol konkrétny obchodný zástupca už etablovaný na danom trhu ako nezávislý distribútor.

Splnomocniteľ by však nemusel uhradiť investície do predaja produktu C, ktorý nepatrí do toho istého produktového trhu ako produkty A a B. Navyše v prípade, že predaj produktu B si vyžaduje osobitné investície, ktoré nie sú potrebné na predaj produktu A (napr. špecializovaný nábytok alebo odborná príprava zamestnancov), by takéto investície neboli príslušné, a preto by ich splnomocniteľ ani nemusel uhradiť za predpokladu, že distribútor môže pôsobiť na príslušnom trhu, ktorý zahŕňa produkty A a B, iba prostredníctvom predaja produktu A.

Pokiaľ ide o reklamu, investície do reklamy v prípade predajne obchodného zástupcu ako takej (namiesto reklamy týkajúcej sa produktu A) by boli všeobecne prospešné tak pre predajňu obchodného zástupcu, ako aj pre predaj produktov A, B a C, pričom iba produkt A sa predáva na základe dohody o zastúpení. Tieto náklady by preto boli čiastočne príslušné pre posúdenie dohody o zastúpení, a to v rozsahu, v akom súvisia s predajom produktu A, ktorý sa predáva na základe dohody o zastúpení, pričom sú príslušné aj pre všeobecnú činnosť predaja produktov A a B. Náklady na reklamnú kampaň súvisiacu výlučne s produktmi B alebo C by však neboli príslušné, a preto by ich splnomocniteľ nemusel uhradiť za predpokladu, že distribútor môže pôsobiť na príslušnom trhu iba prostredníctvom predaja produktu A.

Rovnaké zásady sa uplatňujú na investície do webového sídla alebo internetového obchodu, pretože časť týchto investícií by nebola príslušná, keďže by sa musela vykonať bez ohľadu na produkty predávané na základe dohody o zastúpení. Z tohto dôvodu by sa všeobecné investície do dizajnu webového sídla nemuseli uhradiť, pokiaľ by sa samotná štruktúra webového sídla mohla používať na predaj iných produktov ako tých, ktoré patria do príslušného produktového trhu (napr. produkty C alebo, všeobecnejšie povedané, produkty iné ako A a B). Investície spojené

s činnosťou predaja alebo reklamy produktov na príslušnom produktovom trhu (t. j. produkt A aj B) na webovom sídle by však boli príslušné. Z tohto dôvodu by v závislosti od úrovne investícií potrebných na reklamu a predaj produktov A a B na webovom sídle musel splnomocniteľ uhradiť časť nákladov na zriadenie webového sídla alebo internetového obchodu. Žiadne konkrétne investície do reklamy alebo predaja produktu B by sa nemuseli uhradiť za predpokladu, že distribútor môže pôsobiť na príslušnom trhu iba prostredníctvom predaja produktu A.

3.2.2. *Uplatňovanie článku 101 ods. 1 na dohody o zastúpení*

- (39) Ak dohoda spĺňa podmienky na to, aby ju bolo možné na účely uplatňovania článku 101 ods. 1 označiť za dohodu o zastúpení, funkcia predaja alebo nákupu obchodného zástupcu tvorí súčasť činností splnomocniteľa. Keďže splnomocniteľ znáša obchodné a finančné riziká spojené s predajom a nákupom zmluvného tovaru alebo služieb, všetky povinnosti uložené obchodnému zástupcovi v súvislosti so zmluvami uzavretými a/alebo prerokovanými v mene príkazcu sú mimo rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Prevzatie povinností uvedených na konci tohto bodu obchodným zástupcom sa bude považovať za neoddeliteľnú súčasť dohody o zastúpení, pretože tieto povinnosti súvisia so schopnosťou splnomocniteľa stanoviť rozsah činnosti obchodného zástupcu vo vzťahu k zmluvnému tovaru alebo službám. Je to nevyhnutné, ak má splnomocniteľ prevziať riziká týkajúce sa zmlúv, ktoré uzatvára a/alebo prerokúva obchodný zástupca v mene splnomocniteľa. Splnomocniteľ teda môže určiť obchodnú stratégiu v súvislosti s:
- a) obmedzeniami týkajúcimi sa územia, na ktorom môže obchodný zástupca tento tovar alebo služby predávať;
 - b) obmedzeniami týkajúcimi sa skupín zákazníkov, ktorým môže obchodný zástupca zmluvný tovar alebo služby predávať, alebo
 - c) cenami a podmienkami, za ktorých musí obchodný zástupca predávať alebo kupovať zmluvný tovar alebo služby.
- (40) Naopak, ak obchodný zástupca znáša jedno alebo viacero príslušných rizík opísaných v bodoch 28 až 31 týchto usmernení, dohoda medzi obchodným zástupcom a splnomocniteľom nepredstavuje dohodu o zastúpení na účely uplatnenia článku 101 ods. 1. V uvedenej situácii sa bude obchodný zástupca považovať za nezávislý podnik a dohoda medzi obchodným zástupcom a splnomocniteľom bude podliehať článku 101 ods. 1 ako každá iná vertikálna dohoda. Z tohto dôvodu sa v článku 1 ods. 1 písm. k) nariadenia VBER objasňuje, že podnik, ktorý podľa dohody patriacej do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 predáva tovar alebo služby v mene iného podniku, je kupujúcim.
- (41) Aj keby obchodný zástupca neznášal žiadne alebo len zanedbateľné riziká opísané v bodoch 28 až 31 týchto usmernení, je stále samostatným podnikom nezávislým od splnomocniteľa, a preto ustanovenia týkajúce sa vzťahu medzi obchodným zástupcom a splnomocniteľom môžu porušovať článok 101 ods. 1 bez ohľadu na to, či tvoria súčasť dohody upravujúcej predaj alebo kúpu zmluvných produktov alebo sú súčasťou samostatnej dohody. Takéto ustanovenia môžu využívať výhody vyplývajúce z nariadenia VBER, najmä ak sú splnené podmienky uvedené v článku 5 nariadenia VBER, alebo, mimo rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER, môžu v jednotlivých prípadoch spĺňať podmienky článku 101 ods. 3, ako sa uvádza v oddiele 8.1.2 týchto usmernení. Dohody o zastúpení môžu napríklad obsahovať ustanovenie, ktoré bráni splnomocniteľovi, aby vymenoval ďalších obchodných

zástupcov pre daný druh transakcie, zákazníka alebo územie (ustanovenia o výhradnom zastupovaní), a/alebo ustanovenie, ktoré bráni obchodnému zástupcovi, aby konal ako obchodný zástupca alebo distribútor podnikov, ktoré konkurujú splnomocniteľovi (ustanovenia o nákupe jednej značky). Ustanovenia o výhradnom zastupovaní spravidla nemajú protisúťažné účinky. Ustanovenia o nákupe jednej značky a ustanovenia o povinnosti nekonkurovať si po skončení dohody, ktoré sa týkajú hospodárskej súťaže medzi značkami, však môžu porušovať článok 101 ods. 1, ak prispievajú ku (kumulatívne) účinku uzavretia trhu na príslušnom trhu, kde sa zmluvný tovar alebo služby predávajú alebo nakupujú (pozri najmä oddiely 8.2.1 a 6.2.2 týchto usmernení).

- (42) Dohoda o zastúpení môže takisto patriť do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, aj keby splnomocniteľ znášal všetky príslušné finančné a obchodné riziká, pokiaľ umožňuje kolúziu. Mohlo by to byť napríklad v prípade, keď niekoľko splnomocniteľov využíva tých istých obchodných zástupcov, pričom spoločne znemožňujú ostatným, aby využívali týchto obchodných zástupcov, alebo keď využívajú obchodných zástupcov na kolúziu v oblasti marketingovej stratégie alebo na výmenu citlivých informácií o trhu medzi splnomocniteľmi.
- (43) V prípade nezávislého distribútora, ktorý koná aj ako obchodný zástupca určitého tovaru alebo služieb toho istého dodávateľa, treba prísne posúdiť dodržiavanie požiadaviek stanovených v bodoch 34 až 37 týchto usmernení. Je to nevyhnutné, aby sa zabránilo zneužívaniu koncepcie zastupovania v scenároch, keď sa dodávateľ v skutočnosti nestáva aktívnym na maloobchodnej úrovni, pričom prijíma všetky súvisiace distribučné rozhodnutia a preberá všetky súvisiace riziká v súlade so zásadami stanovenými v bodoch 28 až 31, ale využíva skôr jednoduchý spôsob kontroly maloobchodných cien tých produktov, ktoré umožňujú vysoké marže z ďalšieho predaja. Keďže stanovenie ceny na ďalší predaj je podľa článku 4 nariadenia VBER veľmi závažným obmedzením hospodárskej súťaže, ako sa uvádza v oddiele 6.1.1 týchto usmernení, dodávateľia by nemali zneužívať koncepciu zastupovania na to, aby obchádzali uplatňovanie článku 101 ods. 1 ZFEÚ.

3.2.3. *Zastupovanie a ekonomika online platforiem*

- (44) Podniky, ktoré poskytujú online sprostredkovateľské služby, sa podľa nariadenia VBER kategorizujú ako dodávateľia (pozri aj body 60 až 64 týchto usmernení), a preto ich na účely uplatňovania článku 101 ods. 1 nemožno v zásade označovať za obchodných zástupcov. Poskytovatelia online sprostredkovateľských služieb navyše spravidla konajú ako nezávislé hospodárske subjekty, a nie ako súčasť podnikov predávajúcich, ktorým poskytujú online sprostredkovateľské služby. Silné sieťové účinky a ďalšie vlastnosti ekonomiky online platforiem môžu prispievať k výraznej nerovnováhe vo veľkosti a vyjednávacej sile zmluvných strán a výsledkom môže byť situácia, v ktorej podmienky predaja zmluvného tovaru alebo služieb a obchodnú stratégiu určuje skôr poskytovateľ online sprostredkovateľských služieb než predávajúci tovaru alebo služieb, ktoré sa sprostredkujú. Poskytovatelia online sprostredkovateľských služieb okrem toho často obsluhujú veľmi veľa predávajúcich súbežne, čo im bráni v tom, aby tvorili účinnú súčasť niektorého z podnikov predávajúcich. Poskytovatelia online sprostredkovateľských služieb navyše zvyčajne uskutočňujú významné investície týkajúce sa konkrétneho trhu, napríklad do softvéru, reklamy a popredajných služieb, čo naznačuje, že tieto podniky znášajú významné finančné alebo obchodné riziká spojené so zmluvami prerokovanými v mene predávajúcich, ktorí využívajú ich online sprostredkovateľské služby.

3.3. Subdodávateľské dohody

- (45) Subdodávateľské dohody, ako sa vymedzujú v oznámení Komisie z 18. decembra 1978 týkajúcom sa vyhodnotenia niektorých subdodávateľských dohôd vo vzťahu k článku 85 ods. 1 Zmluvy o EHS (ďalej len „oznámenie o využití subdodávateľov“)²⁸, vo všeobecnosti nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Oznámenie o využití subdodávateľov sa naďalej uplatňuje a zahŕňa ďalšie usmernenie k uplatňovaniu tohto všeobecného pravidla. V oznámení o využití subdodávateľov sa predovšetkým uvádza, že ak dodávateľ stanoví obmedzenia, pokiaľ ide o používanie technológie alebo vybavenia, ktoré poskytuje subdodávateľovi, táto technológia alebo vybavenie musia byť nevyhnutné na to, aby subdodávateľovi umožnili vytvoriť dané produkty.²⁹ Zároveň sa v ňom objasňuje rozsah uplatňovania tohto všeobecného pravidla, najmä to, že iné obmedzenia uložené subdodávateľovi zvyčajne patria do rozsahu pôsobnosti článku 101, napríklad povinnosť nevykonávať alebo nevyužívať vlastný výskum a vývoj alebo nevyrábať pre tretie strany.³⁰

4. ROZSAH PÔSOBNOSTI NARIADENIA VBER

4.1. Pravidlo bezpečného prístavu stanovené nariadením VBER

- (46) Skupinovou výnimkou podľa článku 2 ods. 1 nariadenia VBER sa stanovuje pravidlo bezpečného prístavu pre vertikálne dohody v zmysle nariadenia VBER za predpokladu, že trhový podiel dodávateľa a trhový podiel kupujúceho na ich príslušnom trhu (príslušných trhoch) nepresahujú hraničné hodnoty podľa článku 3 nariadenia VBER (pozri oddiel 5.2 týchto usmernení)³¹ a dohoda neobsahuje veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa článku 4 nariadenia VBER (pozri oddiel 6.1 týchto usmernení).³² Toto pravidlo bezpečného prístavu sa uplatňuje, pokiaľ výhodu skupinovej výnimky v konkrétnom prípade neodňala Komisia alebo orgán členského štátu na ochranu hospodárskej súťaže (ďalej len „vnútroštátny orgán na ochranu hospodárskej súťaže“) podľa článku 29 nariadenia (ES) č. 1/2003 (pozri oddiel 7.1 týchto usmernení).
- (47) V článku 2 ods. 1 nariadenia VBER sa stanovuje pravidlo bezpečného prístavu aj v prípade, keď dodávateľ používa rovnakú dohodu (rovnaké dohody) na distribúciu viacerých druhov tovaru alebo služieb. V takomto prípade distribúcie portfólia produktov a služieb sa na vertikálnu dohodu uplatňuje nariadenie VBER, pokiaľ sú splnené podmienky na uplatnenie nariadenia VBER, a to v súvislosti s tovarom alebo so službami, pre ktoré boli tieto podmienky splnené. Naopak, článok 101 sa uplatňuje na vertikálne dohody v súvislosti s tovarom alebo so službami, na ktoré sa

²⁸ Ú. v. ES C 1, 3.1.1979, s. 2, kde sa subdodávateľské dohody vymedzujú ako dohody, podľa ktorých jedna firma označovaná ako „dodávateľ“, či už v dôsledku predchádzajúcej objednávky od tretej strany alebo bez nej, zverí inej firme označovanej ako „subdodávateľ“ výrobu tovaru, dodávku služieb alebo vykonanie práce podľa pokynov dodávateľa, ktoré sa poskytnú dodávateľovi alebo vykonajú v jeho mene.

²⁹ Pozri odsek 2 oznámenia o využití subdodávateľov, v ktorom sa uvádza ďalšie objasnenie, najmä v súvislosti s využívaním práv priemyselného vlastníctva a know-how.

³⁰ Pozri odsek 3 oznámenia o využití subdodávateľov.

³¹ Ak je hraničný trhový podiel vyšší ako 30 %, nemožno predpokladať, že vertikálne dohody patria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 alebo nespĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3.

³² Pokiaľ ide o vyňaté obmedzenia a zmysel článku 5 nariadenia VBER, pozri oddiel 6.2 týchto usmernení.

nevzťahuje nariadenie VBER. To znamená, že neexistuje žiadna skupinová výnimka podľa článku 2 ods. 1 nariadenia VBER, no zároveň nemožno predpokladať nezákonnosť takýchto dohôd.

4.2. Vymedzenie pojmu vertikálna dohoda

- (48) V článku 101 ods. 1 sa odkazuje na dohody medzi podnikmi, rozhodnutia združení podnikov a zosúladené postupy. Nerozlišuje sa, či tieto podniky pôsobia na rovnakej alebo odlišnej úrovni výrobného alebo distribučného reťazca. Článok 101 ods. 1 sa preto uplatňuje na horizontálne dohody a zosúladené postupy, ako aj na vertikálne dohody a zosúladené postupy.³³
- (49) Nariadením Rady č. 19/65/EHS z 2. marca 1965 o uplatňovaní článku 85 ods. 3 zmluvy na určité kategórie dohôd a zosúladených postupov³⁴ zmeneným nariadením Rady (ES) č. 1215/1999 z 10. júna 1999³⁵ (ďalej len „nariadenie o splnomocnení“) bola Komisia splnomocnená v súlade s článkom 101 ods. 3, aby na základe nariadenia prijala skupinovú výnimku pre vertikálne dohody a zosúladené postupy.
- (50) V súlade s článkami 1 a 3 nariadenia o splnomocnení je v článku 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER vymedzená vertikálna dohoda ako „dohoda alebo zosúladený postup uzavretý medzi dvoma alebo viacerými podnikmi, z ktorých každý na účely dohody alebo zosúladeného postupu funguje na inej úrovni výrobného alebo distribučného reťazca, pričom sa týka podmienok, za ktorých môžu strany nakupovať, predávať alebo ďalej predávať určitý tovar alebo služby“. ³⁶ Toto vymedzenie odráža aspoň tri hlavné požiadavky, ktoré sú postupne opísané v ďalšom texte.

4.2.1. Jednostranné konanie nepatrí do rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER

- (51) Nariadenie VBER sa uplatňuje na vertikálne dohody a zosúladené postupy. Nevzťahuje sa na jednostranné konanie podnikov. Takéto jednostranné konanie môže patriť do rozsahu pôsobnosti článku 102 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ďalej len „článok 102“), ktorým sa zakazuje zneužívanie dominantného postavenia.³⁷ Na to, aby existovala dohoda v zmysle článku 101 stačí, aby strany vyjadrili svoj spoločný úmysel správať sa na trhu určitým spôsobom (tzv. zhoda vôle). Forma, akou je ich úmysel vyjadrený, nie je podstatná, pokiaľ predstavuje vierohodné vyjadrenie úmyslu strán.
- (52) V prípade, že neexistuje žiadna výslovná dohoda vyjadrujúca zhodu vôle strán, Komisia musí na účely uplatnenia článku 101 preukázať, že jednostranná politika jednej strany sa deje so súhlasom druhej strany. Pri vertikálnych dohodách existujú dva spôsoby, ako možno preukázať súhlas s konkrétnou jednostrannou politikou.
- a) Po prvé, súhlas možno dedukovať z právomocí udelených stranám vo vopred písanej všeobecnej dohode. Ak ustanovenia takejto všeobecnej dohody ustanovujú alebo splnomocňujú jednu stranu, aby následne prijala konkrétnu

³³ Pozri rozsudok vo veci 56/65, *Technique Minière/Maschinenbau Ulm*, EU:C:1966:38, s. 240.

³⁴ Ú. v. ES 36, 6.3.1965, s. 35.

³⁵ Ú. v. ES L 148, 15.6.1999, s. 1.

³⁶ Rovnako ako v článku 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER aj v týchto usmerneniach zahŕňa pojem „vertikálna dohoda“ vertikálne zosúladené postupy, pokiaľ nie je uvedené inak.

³⁷ Naopak, ak existuje vertikálna dohoda v zmysle článku 101, nariadením VBER a týmito usmerneniami nie je dotknuté možné paralelné uplatnenie článku 102 na túto vertikálnu dohodu.

jednostrannú politiku, ktorá je záväzná pre druhú stranu, dá sa na základe toho preukázať súhlas druhej strany s touto politikou.³⁸

- b) Po druhé, v prípade tichého súhlasu je nevyhnutné najprv preukázať, že jedna strana vyžaduje, či už priamo alebo nepriamo, spoluprácu druhej strany na účely vykonávania svojej jednostrannej politiky, a potom, že druhá strana splnila túto požiadavku vykonávaním tejto jednostrannej politiky v praxi.³⁹ Napríklad, ak po oznámení dodávateľa o jednostrannom znížení dodávok s cieľom predísť paralelnému obchodu distribútori okamžite znížia svoje objednávky a prestanú sa zapájať do paralelného obchodu, potom títo distribútori ticho súhlasia s jednostrannou politikou dodávateľa. K tomuto záveru však nie je možné dospieť, ak sa distribútori aj naďalej zapájajú do paralelného obchodu alebo ak sa usilujú nájsť nové spôsoby, ako sa zapojiť do paralelného obchodu.

- (53) Vzhľadom na uvedené skutočnosti predstavujú všeobecné podmienky predaja, hoci aj stanovené jednou stranou a ticho akceptované druhou stranou, dohodu na účely uplatňovania článku 101 ods. 1 zmluvy.⁴⁰

4.2.2. Podniky pôsobia na odlišných úrovniach výrobného alebo distribučného reťazca

- (54) Nariadenie VBER sa uplatňuje na dohody alebo zosúladené postupy medzi dvoma alebo viacerými podnikmi bez ohľadu na ich obchodný model. Keďže koneční spotrebitelia nepôsobia ako podniky, nariadenie VBER sa nevzťahuje na vertikálne dohody ani zosúladené postupy so spotrebiteľmi.

- (55) Okrem toho, aby dohoda patrila do rozsahu pôsobnosti článku 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER, musí byť uzavretá medzi podnikmi pôsobiacimi na účely danej dohody na odlišných úrovniach výrobného alebo distribučného reťazca. Vertikálna dohoda existuje napríklad vtedy, keď jeden z podnikov vyrába surovinu alebo poskytuje službu a predáva ju druhému podniku, ktorý ju používa ako vstup. Vertikálna dohoda existuje napríklad aj vtedy, keď výrobca predáva produkt veľkoobchodníkovi, ktorý ho ďalej predáva maloobchodníkovi.

- (56) Keďže vymedzenie pojmu v článku 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER odkazuje na účel konkrétnej dohody, skutočnosť, že jeden z podnikov, ktorý je zmluvnou stranou dohody, pôsobí na viacerých úrovniach dodávateľského alebo distribučného reťazca, nebráni uplatňovaniu nariadenia VBER. V prípade dohôd medzi konkurenčnými podnikmi sa však musí zohľadniť článok 2 ods. 4 nariadenia VBER. Usmernenie k článku 2 ods. 4 nariadenia VBER pozri v oddiele 4.4.3 týchto usmernení.

4.2.3. Dohody sa týkajú kúpy, predaja alebo ďalšieho predaja tovaru alebo služieb

- (57) V článku 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER sa stanovuje, že na to, aby vertikálne dohody patrili do rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER, musia sa týkať podmienok, za ktorých dodávateľ a kupujúci „môžu [...] nakupovať, predávať alebo ďalej predávať určitý tovar alebo služby“. V súlade so všeobecným účelom nariadenia o skupinovej výnimke, ktorým je poskytnúť právnu istotu, sa má článok 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER vykladať v širšom zmysle tak, že sa uplatňuje na všetky vertikálne dohody bez ohľadu na to, či sa týkajú tovaru alebo služieb medzispotreby alebo konečnej spotreby. Dodaný tovar alebo poskytnuté služby a, v prípade tovaru

³⁸ Rozsudok vo veci C-74/04 P, Komisia/Volkswagen AG, EU:C:2006:460.

³⁹ Rozsudok vo veci T-41/96, Bayer AG/Komisia, EU:T:2000:242.

⁴⁰ Pozri rozhodnutia Komisie vo veci AT.40182, Guess, bod 97 s odkazom na ustálenú judikatúru.

alebo služieb medzispotreby, výsledný tovar alebo služby konečnej spotreby sa považujú za zmluvný tovar alebo služby na účely uplatňovania nariadenia VBER na príslušné dohody.

- (58) Na vertikálne dohody v ekonomike online platforiem vrátane dohôd uzavretých s poskytovateľmi online sprostredkovateľských služieb, ako sa uvádza v článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER, sa vzťahuje článok 1 ods. 1 písm. a) nariadenia VBER. Pokiaľ ide o poskytovanie online sprostredkovateľských služieb, ako aj o tovar alebo služby, ktoré sú predmetom transakcií uľahčených poskytovaním online sprostredkovateľských služieb, tieto sa považujú za zmluvný tovar alebo služby na účely uplatňovania nariadenia VBER na dohodu, na základe ktorej sú poskytované online sprostredkovateľské služby, a na dohodu, na základe ktorej sa dodáva sprostredkovaný tovar alebo sa poskytujú sprostredkované služby.
- (59) Nariadenie VBER sa nevzťahuje na vertikálne obmedzenia, ktoré sa netýkajú podmienok kúpy, predaja alebo ďalšieho predaja zmluvného tovaru alebo služieb. Tieto dohody sa musia posudzovať jednotlivo, konkrétne, či v danom prípade patria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, a ak áno, či sú splnené podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Nariadenie VBER sa napríklad neuplatňuje na povinnosť, ktorá zmluvným stranám zabraňuje vykonávať nezávislý výskum a vývoj, ktorý zmluvné strany mohli zahrnúť do svojej vertikálnej dohody. Ďalší príklad sa týka dohôd o prenájme a lízingu. Hoci sa nariadenie VBER uplatňuje na tovar predávaný alebo kupovaný na účely prenájmu tretím stranám, nevzťahuje sa na dohody o prenájme a lízingu ako také, pretože dodávateľ nepredáva kupujúcemu tovar ani služby.

4.3. Vertikálne dohody v ekonomike online platforiem

- (60) Ekonomika online platforiem zohráva pri distribúcii tovaru a služieb čoraz dôležitejšiu úlohu. Podniky pôsobiace v ekonomike online platforiem umožňujú nové spôsoby podnikania, z ktorých niektoré nie je ľahké kategorizovať na základe pojmov tradične spájaných s vertikálnymi vzťahmi medzi dodávateľmi a distribútormi v prostredí kamenných obchodov.
- (61) Nariadenie VBER kategorizuje podniky pôsobiace v dodávateľskom a distribučnom reťazci ako dodávateľov alebo kupujúcich. V závislosti od toho, či podnik patrí do jednej alebo druhej kategórie, sa môže nariadenie VBER uplatňovať odlišne, najmä v týchto oblastiach:
- a) výnimka pre nerecipročné vertikálne dohody medzi konkurentmi podľa článku 2 ods. 4 nariadenia VBER (pozri oddiel 4.4 týchto usmernení);
 - b) výpočet trhových podielov na účely uplatňovania hraničných hodnôt uvedených v článku 3 ods. 1 nariadenia VBER (pozri oddiel 5 týchto usmernení);
 - c) odňatie výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER podľa článku 4 nariadenia VBER (pozri oddiel 6.1 týchto usmernení) a
 - d) vyňatie určitých obmedzení z pravidla bezpečného prístavu stanoveného v nariadení VBER podľa článku 5 nariadenia VBER (pozri oddiel 6.2 týchto usmernení).
- (62) Nariadenie VBER zahŕňa vymedzenie pojmu dodávateľ v článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER a pojmu kupujúci v článku 1 ods. 1 písm. j) nariadenia VBER. S cieľom zmierniť problémy s vymedzením týchto pojmov taxatívne, aby nariadenie

VBER poskytovalo čo najväčšiu právnu istotu, sa tieto ustanovenia obmedzujú na objasnenie, že určité druhy podnikov patria do jednej alebo druhej kategórie.

- (63) V článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER sa stanovuje, že podnik, ktorý poskytuje online sprostredkovateľské služby, sa považuje za dodávateľa podľa nariadenia VBER. To znamená, že v súlade s rozlišovaním medzi dodávateľmi a kupujúcimi podľa nariadenia VBER sa podnik nemôže zároveň považovať za kupujúceho v zmysle článku 1 ods. 1 písm. j) nariadenia VBER v súvislosti s transakciou, ktorú uľahčuje. Okrem toho sa v článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER objasňuje, že poskytovateľ online sprostredkovateľských služieb je dodávateľom podľa nariadenia VBER, a to aj vtedy, keď je zmluvnou stranou transakcie, ktorú uľahčuje. To znamená, že ak podnik poskytuje online sprostredkovateľské služby a patrí preto do rozsahu pôsobnosti vymedzenia pojmu podľa článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER, tento podnik nemôže obísť to, že sa považuje za dodávateľa v súvislosti s poskytovanými online sprostredkovateľskými službami, napríklad tak, že sa stane zmluvnou stranou transakcie, ktorú uľahčuje, alebo zmluvne ustanoví, že je kupujúcim tovaru alebo služieb dodávaných na základe takejto transakcie.
- (64) Vymedzenie pojmu dodávateľ online sprostredkovateľských služieb v článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER vychádza z vymedzenia pojmov v nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb (ďalej len „nariadenie o vzťahoch medzi platformami a podnikmi“).⁴¹ Vychádza z predstavy, že podnik poskytujúci online sprostredkovateľské služby ich poskytuje s cieľom uľahčiť priame transakcie medzi predávajúcimi a kupujúcimi alebo medzi predávajúcimi a spotrebiteľmi prostredníctvom svojich online sprostredkovateľských služieb. Článok 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER vychádza z predpokladu, že poskytovateľ online sprostredkovateľských služieb zvyčajne poskytuje infraštruktúru, ktorá podnikom umožňuje stretávať sa alebo uskutočňovať transakcie s inými podnikmi alebo spotrebiteľmi online bez toho, aby mal právnu alebo skutočnú zodpovednosť za ich transakcie.

4.4. Obmedzenia uplatňovania nariadenia VBER

4.4.1. Združenia maloobchodníkov

- (65) Do rozsahu uplatňovania článku 2 ods. 2 nariadenia VBER sú zahrnuté vertikálne dohody uzavreté združením podnikov, ktoré spĺňa určité podmienky, čím sú z pravidla bezpečného prístavu vylúčené vertikálne dohody uzavreté medzi všetkými ostatnými združeniami. To znamená, že na vertikálne dohody uzavreté medzi združením a jednotlivými členmi alebo medzi združením a jednotlivými dodávateľmi sa vzťahuje nariadenie VBER len vtedy, ak sú všetci členovia maloobchodníkmi, ktorí predávajú tovar (nie služby) konečným spotrebiteľom, a ak každý jednotlivý člen združenia má ročný obrat nepresahujúci 50 miliónov EUR.⁴² Posúdenie podľa článku 101 sa však zvyčajne nemení, ak iba obmedzený počet členov združenia má ročný obrat presahujúci limit 50 miliónov EUR a ak títo členovia spolu predstavujú menej ako 15 % z celkového obratu všetkých členov.

⁴¹ Ú. v. EÚ L 186, 11.7.2019, s. 57.

⁴² Strop ročného obratu 50 miliónov EUR vychádza zo stropu obratu pre malé a stredné podniky podľa článku 2 prílohy k odporúčaniu Komisie zo 6. mája 2003 o vymedzení mikropodnikov, malých a stredných podnikov (Ú. v. EÚ L 124, 20.5.2003, s. 39).

- (66) Združenie podnikov môže uzatvárať horizontálne aj vertikálne dohody. Horizontálne dohody sa musia posudzovať podľa zásad uvedených v usmerneniach o uplatňovaní článku 101 zmluvy na dohody o horizontálnej spolupráci (ďalej len „usmernenia o horizontálnej spolupráci“).⁴³ Ak toto posúdenie vedie k záveru, že spolupráca medzi podnikmi v oblasti kúpy alebo predaja je prípustná, pretože spĺňa osobitné podmienky stanovené v uvedených usmerneniach v súvislosti s dohodami o nákupe a/alebo komercializácii, bude potrebné ďalšie posúdenie na preskúmanie vertikálnych dohôd, ktoré združenie uzatvorilo s jednotlivými dodávateľmi alebo jednotlivými členmi, a to na základe pravidiel podľa nariadenia VBER, najmä podmienok stanovených v článkoch 3 až 5 a v týchto usmerneniach. Napríklad horizontálne dohody uzavreté medzi členmi združenia alebo rozhodnutia prijaté združením, ako napríklad rozhodnutie požadovať od členov nákup od združenia alebo rozhodnutie prideliť členom výhradné územia, sa musia najprv posudzovať ako horizontálna dohoda. Len vtedy, ak toto posúdenie vedie k záveru, že horizontálna dohoda nie je v rozpore s pravidlami hospodárskej súťaže, je potrebné posúdenie vertikálnych dohôd medzi združením a jednotlivými členmi alebo medzi združením a jednotlivými dodávateľmi.

4.4.2. *Vertikálne dohody obsahujúce ustanovenia o právach duševného vlastníctva*

- (67) V článku 2 ods. 3 nariadenia VBER sa stanovuje, že vertikálne dohody obsahujúce určité ustanovenia, ktoré sa týkajú prevodu alebo využitia práv duševného vlastníctva, môžu patriť do rozsahu uplatňovania nariadenia VBER. Naopak, článkom 2 ods. 3 nariadenia VBER sú z rozsahu uplatňovania nariadenia VBER vyňaté všetky ostatné vertikálne dohody obsahujúce ustanovenia o právach duševného vlastníctva.
- (68) Nariadenie VBER sa uplatňuje na vertikálne dohody obsahujúce ustanovenia o právach duševného vlastníctva, ak je splnených päť podmienok:
- a) ustanovenia o právach duševného vlastníctva musia byť súčasťou vertikálnej dohody, t. j. dohody s podmienkami, za ktorých môžu strany kupovať, predávať alebo ďalej predávať určitý tovar alebo služby;
 - b) práva duševného vlastníctva sa musia previesť na kupujúceho alebo sa kupujúcemu musí udeliť licencia na ich používanie;
 - c) ustanovenia o právach duševného vlastníctva nesmú predstavovať hlavný cieľ dohody;
 - d) ustanovenia o právach duševného vlastníctva sa musia priamo týkať použitia, predaja alebo ďalšieho predaja tovaru alebo služieb kupujúcim alebo jeho zákazníkmi. V prípade franchisingu, keď je uvedenie na trh cieľom využívania práv duševného vlastníctva, zabezpečuje distribúciu tovaru alebo služieb hlavný nadobúdateľ franchisingu alebo nadobúdatelia franchisingu a
 - e) ustanovenia o právach duševného vlastníctva týkajúce sa zmluvného tovaru alebo služieb nesmú obsahovať obmedzenia hospodárskej súťaže, ktoré majú rovnaký cieľ ako vertikálne obmedzenia, ktoré nie sú vyňaté podľa nariadenia VBER.

⁴³ Ú. v. EÚ C 11, 14.1.2011, s. 1; zmenené korigendom v Ú. v. EÚ C 33, 2.2.2011, s. 20. Revízia uvedených usmernení sa pripravuje.

- (69) Takéto podmienky zabezpečujú, že sa nariadenie VBER uplatňuje na vertikálne dohody, na základe ktorých možno použitie, predaj alebo ďalší predaj tovaru alebo služieb uskutočniť efektívnejšie, lebo práva duševného vlastníctva sú prevedené na kupujúceho alebo má kupujúci licenciu na ich používanie. To znamená, že nariadenie VBER sa môže uplatňovať na obmedzenia týkajúce sa prevodu alebo využívania práv duševného vlastníctva, ak hlavným cieľom dohody je nákup alebo distribúcia tovaru alebo služieb.
- (70) V prvej podmienke sa objasňuje, že práva duševného vlastníctva sa poskytujú v súvislosti s dohodou o kúpe alebo distribúcii tovaru, alebo dohodou o kúpe alebo poskytovaní služieb, a nie v súvislosti s dohodou o prevode práv duševného vlastníctva alebo udelení licencie na práva duševného vlastníctva na výrobu tovaru, ani samotnou licenčnou zmluvou. Nariadenie VBER sa napríklad nevzťahuje na:
- a) dohody, na základe ktorých jedna strana poskytne druhej strane recept a udelí druhej strane licenciu na výrobu nápoja podľa tohto receptu;
 - b) dohody, podľa ktorých jedna strana poskytuje druhej strane formu alebo originálnu verziu produktu a udelí jej licenciu na výrobu a distribúciu kópií;
 - c) vlastnú licenciu na ochrannú známku alebo označenie na účely predaja licenčných produktov;
 - d) sponzorské zmluvy týkajúce sa práva propagovať seba samého ako oficiálneho sponzora určitého podujatia;
 - e) licencie na autorské práva, ako sú napríklad zmluvy o vysielaní týkajúce sa práva nahrávať a/alebo vysielat' určité podujatie.
- (71) V druhej podmienke sa objasňuje, že nariadenie VBER sa neuplatňuje, keď práva duševného vlastníctva poskytuje kupujúci dodávateľovi bez ohľadu na to, či sa práva duševného vlastníctva týkajú spôsobu výroby alebo distribúcie. Dohoda týkajúca sa prevodu práv duševného vlastníctva na dodávateľa, ktorá obsahuje prípadné obmedzenia predaja vykonávaného dodávateľom, nepatrí do pôsobnosti nariadenia VBER. To predovšetkým znamená, že využitie subdodávateľov zahŕňajúce prevod know-how na subdodávateľa nepatrí do rozsahu uplatňovania nariadenia VBER (pozri aj oddiel 3.3 týchto usmernení). Do rozsahu uplatňovania nariadenia VBER však patria vertikálne dohody, na základe ktorých kupujúci poskytuje dodávateľovi iba špecifikácie, ktoré opisujú tovar alebo služby, ktoré sa majú dodať.
- (72) V tretej podmienke sa objasňuje, že na to, aby sa uplatnilo nariadenie VBER, hlavným cieľom dohody nesmie byť prevod práv duševného vlastníctva ani udelenie licencie na práva duševného vlastníctva. Hlavným cieľom musí byť nákup, predaj alebo ďalší predaj tovaru alebo služieb a ustanovenia o právach duševného vlastníctva musia slúžiť na vykonanie vertikálnej dohody.
- (73) V štvrtej podmienke sa vyžaduje, aby ustanovenia o právach duševného vlastníctva uľahčovali kupujúcemu alebo jeho zákazníkovi používanie, predaj alebo ďalší predaj tovaru alebo služieb. Tovar alebo služby na používanie alebo ďalší predaj zvyčajne dodáva poskytovateľ licencie, ale nadobúdateľ licencie ich môže kúpiť aj od dodávateľa, ktorý je treťou stranou. Ustanovenia o právach duševného vlastníctva sa zvyčajne týkajú uvedenia tovaru alebo služieb na trh. Príkladom je franchisingová zmluva, kde poskytovateľ franchisingu predáva nadobúdateľovi franchisingu tovar na ďalší predaj a udeľuje mu licenciu na používanie svojej ochrannej známky a know-how na predaj tovaru na trhu alebo keď dodávateľ koncentrovaného extraktu

udelí kupujúcemu licenciu na jeho riedenie a balenie extraktu do fliaš pred jeho predajom ako nápoja.

- (74) V piatej podmienke sa zdôrazňuje skutočnosť, že cieľ ustanovení o právach duševného vlastníctva by nemal byť rovnaký ako cieľ ktoréhokoľvek z veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže uvedených v článku 4 nariadenia VBER alebo ktoréhokoľvek z obmedzení, ktoré sú vyňaté z pôsobnosti nariadenia VBER podľa článku 5 nariadenia VBER (pozri oddiel 6 týchto usmernení).
- (75) Práva duševného vlastníctva relevantné z hľadiska vykonávania vertikálnych dohôd v zmysle článku 2 ods. 3 nariadenia VBER sa zvyčajne týkajú troch hlavných oblastí: ochranných znáмок, autorského práva a know-how.

4.4.2.1. Ochranné známky

- (76) Licencia na používanie ochrannej známky poskytnutá distribútorovi sa môže týkať distribúcie produktov poskytovateľa licencie na určitom území. Ak ide o výhradnú licenciu, dohoda sa môže považovať za dohodu o výhradnej distribúcii.

4.4.2.2. Autorské právo

- (77) Držiteľ autorských práv môže ďalším predajcom tovaru alebo služieb chránených autorským právom (napr. knihy a softvér) stanoviť povinnosť, že môžu tovar a služby ďalej predávať len pod podmienkou, že kupujúci, bez ohľadu na to, či ide o ďalšieho predajcu alebo koncového používateľa, neporušuje autorské práva. Na takéto povinnosti ďalšieho predajcu sa vzťahuje nariadenie VBER v rozsahu, v akom patria do pôsobnosti článku 101 ods. 1.
- (78) Dohody, na základe ktorých sa kópie softvéru na fyzických nosičoch dodávajú na ďalší predaj a ďalší predajca nezíska licenciu na žiadne práva k tomuto softvéru okrem práva ďalej predávať kópie na fyzických nosičoch, sa na účely nariadenia VBER považujú za dohody o dodávke tovaru na účely ďalšieho predaja. Pri tejto forme distribúcie dochádza k udeleniu licencie na softvér len medzi vlastníkom autorských práv a používateľom softvéru. Môže mať podobu tzv. balíčkovvej licencie, t. j. súboru podmienok zahrnutých do balenia fyzického nosiča kópie softvéru, ktoré sa otvorením balenia považujú za prijaté koncovým používateľom.
- (79) Držiteľ autorských práv môže kupujúcim, ktorí kupujú hardvér obsahujúci softvér chránený autorskými právami, stanoviť povinnosť neporušiť tieto práva, a preto nesmú vyhotovovať kópie a ďalej predávať softvér ani vyhotovovať kópie a používať softvér v kombinácii s iným hardvérom. Na takéto obmedzenia používania sa vzťahuje nariadenie VBER, ak patria do pôsobnosti článku 101 ods. 1.

4.4.2.3. Know-how

- (80) Franchisingové zmluvy, s výnimkou franchisingových zmlúv v oblasti priemyslu, sú najbežnejším príkladom, keď sa know-how odovzdáva kupujúcemu na účely uvádzania na trh.⁴⁴ Franchisingové zmluvy obsahujú licencie na práva duševného vlastníctva, ktoré sa týkajú ochranných znáмок alebo označení, a know-how na použitie a distribúciu tovaru alebo poskytovanie služieb. Okrem licencie na práva duševného vlastníctva poskytovateľ franchisingu zvyčajne nadobúdateľovi franchisingu poskytuje počas trvania dohody obchodnú alebo technickú pomoc, ako sú služby obstarávania, školenie, poradenstvo v oblasti nehnuteľností a finančné

⁴⁴ Body 43 – 45 sa analogicky uplatňujú na ďalšie typy dohôd o distribúcii, ktoré zahŕňajú prevod podstatného know-how zo strany dodávateľa na kupujúceho.

plánovanie. Licencia a poskytovaná pomoc sú neoddeliteľnou súčasťou obchodnej metódy poskytovanej v rámci franchisingu.

- (81) Nariadenie VBER sa vzťahuje na udeľovanie licencií v rámci franchisingových zmlúv, ak je splnených všetkých päť podmienok uvedených v bode 70 usmernení. Tieto podmienky sú zvyčajne splnené, pretože vo väčšine franchisingových zmlúv vrátane hlavných franchisingových zmlúv poskytovateľ franchisingu poskytuje nadobúdateľovi franchisingu tovar alebo služby, najmä obchodné alebo technické asistenčné služby. Práva duševného vlastníctva pomáhajú nadobúdateľovi franchisingu ďalej predávať produkty dodané poskytovateľom franchisingu alebo dodávateľom určeným poskytovateľom franchisingu alebo používať tieto produkty a predávať výsledný tovar alebo služby. Ak sa franchisingová zmluva týka len alebo najmä udeľovania licencií na práva duševného vlastníctva, nariadenie VBER sa na ňu nevzťahuje, ale Komisia na ňu spravidla uplatní súbor zásad, ktoré sú stanovené v nariadení VBER a v týchto usmerneniach.
- (82) Nasledujúce povinnosti týkajúce sa práv duševného vlastníctva sa vo všeobecnosti považujú za nevyhnutné na ochranu práv duševného vlastníctva poskytovateľa franchisingu, a ak patria do pôsobnosti článku 101 ods. 1, vzťahuje sa na ne aj nariadenie VBER:
- a) povinnosť nadobúdateľa franchisingu nepodieľať sa priamo ani nepriamo na akejkoľvek podobnej obchodnej činnosti;
 - b) povinnosť nadobúdateľa franchisingu nenadobúdať také finančné podiely na kapitále konkurenčného podniku, ktoré by mu umožnili získať právomoc ovplyvňovať ekonomické konanie takéhoto podniku;
 - c) povinnosť nadobúdateľa franchisingu neposkytnúť tretím stranám know-how, ktoré získa od poskytovateľa franchisingu, pokiaľ toto know-how nie je verejne dostupné;
 - d) povinnosť nadobúdateľa franchisingu oznamovať poskytovateľovi franchisingu všetky skúsenosti získané pri využívaní franchisingu a udeliť poskytovateľovi franchisingu a ostatným nadobúdateľom franchisingu nevýhradnú licenciu na know-how vyplývajúce z týchto skúseností;
 - e) povinnosť nadobúdateľa franchisingu informovať poskytovateľa franchisingu o porušení licencovaných práv duševného vlastníctva, podniknúť právne kroky proti tým, ktorí tieto práva porušili, alebo pomáhať poskytovateľovi franchisingu pri akýchkoľvek právnych krokoch proti týmto osobám;
 - f) povinnosť nadobúdateľa franchisingu nepoužívať know-how, ktoré je predmetom licencie udelenej poskytovateľom franchisingu, na iné účely ako na využívanie franchisingu;
 - g) povinnosť nadobúdateľa franchisingu nepostupovať práva a povinnosti vyplývajúce z franchisingovej zmluvy bez súhlasu poskytovateľa franchisingu.

4.4.3. Vertikálne dohody medzi konkurentmi

- (83) Keďže podľa článku 2 ods. 8 nariadenia VBER, ku ktorému je poskytnuté usmernenie v oddiele 4.5 týchto usmernení, sa nariadenie VBER neuplatňuje na vertikálne dohody, ktorých predmet patrí do rozsahu pôsobnosti ktoréhokoľvek iného nariadenia o skupinovej výnimke, pokiaľ nie je v takomto nariadení stanovené inak, na základe článku 2 ods. 4 prvej vety nariadenia VBER sa z rozsahu uplatňovania nariadenia VBER zároveň výslovne vylučujú vertikálne dohody uzavreté medzi

konkurenčnými podnikmi, pokiaľ tieto vertikálne dohody nepatria do rozsahu pôsobnosti výnimiek uvedených v článku 2 ods. 4 písm. a) a b) nariadenia VBER. Vertikálne dohody medzi konkurentmi, ktoré sú vyňaté z rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER, musia byť preto posudzované na základe usmernení o horizontálnej spolupráci vrátane usmernenia o výmene informácií v súvislosti s vertikálnymi dohodami medzi konkurenčnými podnikmi. Ak vertikálna dohoda patrí do rozsahu pôsobnosti výnimky podľa článku 2 ods. 4 písm. a) alebo b) nariadenia VBER a nezahŕňa horizontálne obmedzenie hospodárskej súťaže z hľadiska cieľa, táto dohoda sa musí posudzovať len na základe týchto usmernení.

- (84) V článku 1 ods. 1 písm. c) nariadenia VBER je pojem konkurenčný podnik vymedzený ako skutočný alebo potenciálny konkurent. Dve spoločnosti sa považujú za skutočných konkurentov, ak pôsobia na tom istom príslušnom (produktovom a geografickom) trhu. Spoločnosť sa považuje za potenciálneho konkurenta druhej spoločnosti, ak je v prípade malého, ale trvalého zvýšenia relatívnych cien a pri absencii dohody pravdepodobné, že v krátkom čase, zvyčajne nepresahujúcom jeden rok, uskutoční potrebné dodatočné investície alebo vynaloží iné nevyhnutné náklady na zmenu, aby mohla vstúpiť na príslušný trh, na ktorom pôsobí druhá spoločnosť. Toto posúdenie musí vychádzať z reálnych dôvodov so zreteľom na štruktúru trhu a ekonomický a právny kontext, v rámci ktorého pôsobí. To znamená, že iba teoretická možnosť vstupu na trh nestačí. Musia existovať skutočné a konkrétne možnosti, aby tento podnik mohol vstúpiť na uvedený trh bez akýchkoľvek neprekonateľných prekážok vstupu na trh. Naopak, nie je potrebné s istotou preukázať, že tento podnik skutočne vstúpi na daný trh a že *a fortiori* bude následne schopný sa na ňom udržať.⁴⁵
- (85) Distribútor, ktorý poskytuje špecifikácie výrobcovi, aby vyrábal určitý tovar pod značkou distribútora, sa nepovažuje za výrobcu takéhoto tovaru ako tovaru vlastnej značky, a teda ani za konkurenta výrobcu. Výnimka podľa článku 2 ods. 1 nariadenia VBER sa preto uplatňuje na dohody medzi distribútorom, ktorý predáva takýto tovar vlastnej značky vyrobený treťou stranou, a dodávateľom značkového tovaru na tom istom príslušnom trhu. Naopak, distribútori, ktorí vyrábajú tovar sami pod svojím vlastným názvom značky, sa považujú za výrobcov. Znamená to, že výnimka podľa článku 2 ods. 1 nariadenia VBER sa neuplatňuje na dohody medzi takýmito distribútormi a dodávateľmi značkového tovaru na tom istom príslušnom trhu. Takéto dohody musia byť preto posudzované na základe usmernení o horizontálnej spolupráci.
- (86) V článku 2 ods. 4 nariadenia VBER sú uvedené dve výnimky zo všeobecného pravidla, že vertikálne dohody medzi konkurentmi sú vyňaté z pravidla bezpečného prístavu podľa nariadenia VBER. Obe výnimky, konkrétne výnimka podľa článku 2 ods. 4 písm. a) a výnimka podľa článku 2 ods. 4 písm. b) nariadenia VBER, sa týkajú dohôd o dvojakej distribúcii uzavretých medzi dodávateľom tovaru alebo služieb pôsobiacim aj na maloobchodnom trhu a jeho distribútormi. Ide zvyčajne o situácie,

⁴⁵ Pozri oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže Spoločenstva (ďalej len „oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu“), (Ú. v. ES C 372, 9.12.1997, s. 5, body 20 až 24). Revízia oznámenia Komisie o definícii relevantného trhu sa pripravuje. Pozri aj trinástu správu Komisie o politike hospodárskej súťaže, bod 55, a rozsudok Súdneho dvora, Generics (UK) Ltd a i./Competition and Markets Authority, vec C-307/18, ECLI:EU:C:2020:52, body 36 – 45; rozsudok Súdneho dvora, H. Lundbeck A/S a Lundbeck Ltd/Európska komisia, ECLI:EU:C:2021:243, body 54 – 57.

keď dodávateľ pôsobí najmä na dodávateľskom trhu a jeho doplnkové činnosti na maloobchodnom trhu sú obmedzené. V prípade, keď súhrnný trhový podiel dodávateľa a kupujúceho na príslušnom trhu na maloobchodnej úrovni nepresahuje [10] %, vznik obáv z horizontálnej hospodárskej súťaže je nepravdepodobný a akýkoľvek možný vplyv na horizontálnu hospodársku súťaž medzi zmluvnými stranami na maloobchodnej úrovni sa považuje za menej dôležitý než možný vplyv vertikálnej dohody zmluvných strán na hospodársku súťaž na dodávateľskej alebo distribučnej úrovni vo všeobecnosti.

(87) Na vertikálnu dohodu medzi konkurentmi, na ktorých sa vzťahuje článok 2 ods. 4 písm. a) a b) nariadenia VBER, sa preto uplatňuje skupinová výnimka podľa článku 2 ods. 1 nariadenia VBER, ak sú splnené tieto podmienky:

- a) predmet dohody nepatrí do rozsahu pôsobnosti iného nariadenia o skupinovej výnimke, ako je uvedené v článku 2 ods. 8 nariadenia VBER;
- b) súhrnný trhový podiel dodávateľa a kupujúceho na príslušnom trhu na maloobchodnej úrovni nepresahuje [10] %, a teda významne neobmedzuje hospodársku súťaž v zmysle článku 101 ods. 1⁴⁶, a dohoda neobsahuje veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa článku 4 nariadenia VBER;
- c) podmienky uvedené v článku 2 ods. 4 písm. a) alebo b) nariadenia VBER sú splnené a
- d) dohoda neobsahuje horizontálne obmedzenia hospodárskej súťaže z hľadiska cieľa, ako je uvedené v článku 2 ods. 6 nariadenia VBER.

Táto výnimka sa týka všetkých aspektov neregulovanej vertikálnej dohody a všetkých horizontálnych obmedzení hospodárskej súťaže z hľadiska následku vrátane obmedzení vyplývajúcich z výmeny informácií medzi konkurenčnými podnikmi. Výnimky podľa článku 2 ods. 4 písm. a) alebo b) sa nevzťahujú na horizontálne obmedzenia hospodárskej súťaže z hľadiska cieľa.⁴⁷ To, či dohodu možno považovať za dohodu o dvojakej distribúcii na účely uplatnenia článku 2 ods. 4 písm. a) alebo b) nariadenia VBER, by sa vzhľadom na mimoriadnu povahu tohto ustanovenia malo vykladať reštriktívne.

(88) Výnimka stanovená v článku 2 ods. 4 písm. a) nariadenia VBER sa týka situácií, keď je dodávateľ výrobcou, veľkoobchodníkom alebo dovozcom a zároveň je distribútorom tovaru, pričom kupujúci je len distribútorom, ktorý nekonkuruje výrobcovi na úrovni dodávateľského trhu.

(89) Výnimka stanovená v článku 2 ods. 4 písm. b) nariadenia VBER sa týka situácií, keď je dodávateľ poskytovateľom služieb pôsobiacim na viacerých úrovniach obchodu, pričom kupujúci pôsobí iba na maloobchodnej úrovni a nekonkuruje dodávateľovi na úrovni obchodu, na ktorej nakupuje zmluvné služby.

(90) V článku 2 ods. 5 nariadenia VBER sa stanovuje, že na vertikálnu dohodu medzi konkurenčnými podnikmi, ktorých súhrnný trhový podiel na maloobchodnej úrovni presahuje [10] %, sa naďalej vzťahuje skupinová výnimka podľa článku 2 ods. 1 nariadenia VBER, ak sú splnené tieto podmienky:

⁴⁶ Oznámenie *de minimis*, bod 8.

⁴⁷ Pozri rozsudok Súdneho dvora, *Expedia Inc./Autorité de la concurrence a i.*, ECLI:EU:C:2012:795, bod 37.

- a) predmet dohody nepatrí do rozsahu pôsobnosti iného nariadenia o skupinovej výnimke, ako je uvedené v článku 2 ods. 8 nariadenia VBER;
 - b) hraničný trhový podiel podľa článku 3 nariadenia VBER je splnený a dohoda neobsahuje veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa článku 4 nariadenia VBER;
 - c) podmienky uvedené v článku 2 ods. 4 písm. a) alebo b) nariadenia VBER sú splnené;
 - d) každá výmena informácií medzi zmluvnými stranami je zlučiteľná s príslušnou kapitolou usmernení o horizontálnej spolupráci, ktorá sa týka posúdenia výmeny informácií z hľadiska hospodárskej súťaže a
 - e) dohoda neobsahuje horizontálne obmedzenia hospodárskej súťaže z hľadiska cieľa, ako je uvedené v článku 2 ods. 6 nariadenia VBER.
- (91) V článku 2 ods. 7 nariadenia VBER sa stanovuje, že dodávatelia online sprostredkovateľských služieb v zmysle článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER, ktorí majú hybridnú funkciu, konkrétne poskytujú online sprostredkovateľské služby a predávajú tovar alebo služby v konkurencii s podnikmi, ktorým poskytujú takéto služby, nemôžu využiť výnimky stanovené pre dvojakú distribúciu. Maloobchodné činnosti dodávateľov online sprostredkovateľských služieb, ktorí majú takúto hybridnú funkciu, zvyčajne vyvolávajú nezanedbateľné obavy z horizontálnej hospodárskej súťaže, a preto nespĺňajú podmienky výnimky pre dvojakú distribúciu, ktorá sa v každom prípade musí vykladať reštriktívne. Z rovnakého dôvodu sa nariadenie VBER nevzťahuje na žiadne obmedzenie týkajúce sa rozsahu, v akom môžu byť online sprostredkovateľské služby poskytované tretím stranám, alebo podmienok, za ktorých môžu byť poskytované tretím stranám. Platí to nielen pre obmedzenia uvedené v dohode s kupujúcim online sprostredkovateľských služieb, ale aj pre dohody týkajúce sa kúpy tovaru alebo služieb predávaných poskytovateľom online sprostredkovateľských služieb, ktorý má hybridnú funkciu.
- (92) Vertikálne dohody s hybridnými poskytovateľmi online sprostredkovateľských služieb sa musia posudzovať od prípadu k prípadu, najmä s ohľadom na tieto usmernenia (pozri oddiel 8 týchto usmernení), ako aj usmernenia o horizontálnej spolupráci. Toto posúdenie sa musí vzťahovať na všetky aspekty vzťahov medzi poskytovateľmi online sprostredkovateľských služieb, ktorí majú hybridnú funkciu, a podnikmi, ktorým poskytujú online sprostredkovateľské služby, a to napríklad vrátane akejkolvek výmeny informácií medzi nimi.

4.5. Vzťah k iným nariadeniam o skupinových výnimkách

- (93) Ako sa vysvetľuje v oddieloch 4.1 a 4.2 týchto usmernení, nariadenie VBER sa vzťahuje na dohody medzi podnikmi fungujúcimi na inej úrovni výrobného alebo distribučného reťazca, pričom sa týkajú podmienok, za ktorých môžu strany nakupovať, predávať alebo ďalej predávať určitý tovar alebo služby. Takéto vertikálne dohody sa posudzujú výlučne na základe nariadenia VBER a týchto usmernení bez ohľadu na výsledok takéhoto posúdenia. Ak sa neprekročia hraničné trhové podiely a dohody nebudú obsahovať žiadne veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, bude sa na ne vzťahovať pravidlo bezpečného prístavu stanovené v nariadení VBER.
- (94) V článku 2 ods. 8 nariadenia VBER sa však uvádza, že nariadenie VBER sa „nevzťahuje na vertikálne dohody, ktorých predmet patrí do rozsahu pôsobnosti akéhokoľvek iného nariadenia o skupinovej výnimke, ak sa v takomto nariadení

nestanovuje inak“. Preto je dôležité hneď na začiatku overiť, či vertikálna dohoda patrí do rozsahu uplatňovania akéhokoľvek iného nariadenia o skupinovej výnimke. Napríklad, ako sa stanovuje v článku 2 ods. 4 nariadenia VBER, vertikálne dohody uzavreté medzi konkurenčnými podnikmi sú v zásade vylúčené z rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER a musia sa posudzovať podľa pravidiel platných pre horizontálne dohody. V článku 2 ods. 4 písm. a) a b) nariadenia VBER sa stanovujú výnimky z tejto zásady, ktoré sa musia vykladať v spojení s článkom 2 ods. 5 nariadenia VBER v prípade, že sa prekročí hraničný trhový podiel podľa článku 2 ods. 4 písm. a) a b) nariadenia VBER, ale neprekročí sa hraničný trhový podiel uvedený v článku 3 nariadenia VBER. V týchto ustanoveniach je zohľadnená skutočnosť, že účinky dohôd o dvojakej distribúcii na trh a prípadné obavy týkajúce sa hospodárskej súťaže môžu byť podobné ako v prípade horizontálnych dohôd.

- (95) Nariadenie VBER sa preto nevzťahuje na vertikálne dohody, na ktoré sa vzťahujú nasledujúce nariadenia o skupinových výnimkách alebo akékoľvek budúce nariadenia o skupinových výnimkách týkajúce sa typov dohôd uvedených v nasledujúcich podbodoch, pokiaľ nie je v príslušnom nariadení stanovené inak:
- nariadenie Komisie (EÚ) č. 316/2014 z 21. marca 2014 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie dohôd o transfere technológií⁴⁸,
 - nariadenie Komisie (EÚ) č. 1217/2010 zo 14. decembra 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na niektoré kategórie dohôd o výskume a vývoji⁴⁹,
 - nariadenie Komisie (EÚ) č. 1218/2010 zo 14. decembra 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na niektoré kategórie dohôd o špecializácii⁵⁰.
- (96) Nariadenie VBER sa nevzťahuje ani na typy dohôd medzi konkurentmi uvedené v usmerneniach o horizontálnej spolupráci, pokiaľ nie je v príslušnej kapitole usmernení o horizontálnej spolupráci stanovené inak.
- (97) Nariadenie VBER sa vzťahuje na vertikálne dohody týkajúce sa nákupu, predaja alebo ďalšieho predaja náhradných dielov pre motorové vozidlá a poskytovania opráv a údržby motorových vozidiel. Na takéto dohody sa vzťahuje nariadenie VBER len vtedy, ak okrem podmienok na udelenie výnimky stanovených v nariadení VBER spĺňajú dodatočné požiadavky uvedené v nariadení Komisie (EÚ) č. 461/2010 z 27. mája 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov v sektore motorových vozidiel a jeho sprievodných usmerneniach.

4.6. Hlavné typy distribučných systémov

- (98) Dodávateľ si môže vytvoriť svoj distribučný systém tak, ako to uzná za vhodné. Dodávateľ si môže napríklad vybrať vertikálnu integráciu, čo znamená, že svoj tovar alebo služby predáva priamo koncovým používateľom alebo ich distribuuje prostredníctvom vertikálne integrovaných distribútorov, ktorí sú prepojenými podnikmi v zmysle článku 1 ods. 2 nariadenia VBER. Takýto distribučný systém sa

⁴⁸ Ú. v. EÚ L 93, 28.3.2014, s. 17.

⁴⁹ Ú. v. EÚ L 335, 18.12.2010, s. 36.

⁵⁰ Ú. v. EÚ L 335, 18.12.2010, s. 43.

týka len organizácie v rámci jedného konkrétneho podniku, a preto nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1.

- (99) Dodávateľ sa takisto môže rozhodnúť vymenovať nezávislých distribútorov. Na tento účel môže dodávateľ zriadiť jeden distribučný systém alebo kombináciu iných distribučných systémov. Najbežnejšími systémami sú výhradná distribúcia, selektívna distribúcia a franchising. Keďže vertikálne dohody potrebné na zriadenie takýchto distribučných systémov sa uzatvárajú medzi nezávislými podnikmi, môžu patriť do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 a môže sa na ne vzťahovať nariadenie VBER alebo individuálna výnimka podľa článku 101 ods. 3 za predpokladu, že sú splnené príslušné podmienky.

4.6.1. *Výhradné distribučné systémy*

4.6.1.1. Vymedzenie výhradných distribučných systémov

- (100) Vo výhradnom distribučnom systéme dodávateľ prideliť územie alebo skupinu zákazníkov výhradne jednému kupujúcemu či obmedzenému počtu kupujúcich a/alebo si ich vyhradí pre seba, pričom obmedzuje ostatných kupujúcich v rámci Únie v aktívnom predaji na výhradné územie alebo výhradnej skupine zákazníkov.⁵¹
- (101) Dodávatelia často využívajú tento typ systému na motivovanie distribútorov k tomu, aby uskutočňovali finančné a nefinančné investície potrebné na rozvoj svojej značky na území, kde nie je dobre známa, alebo aby predávali nový produkt na konkrétnom území alebo konkrétnej skupine zákazníkov, alebo aby zintenzívnili zameranie činností distribútorov na konkrétny produkt (napr. špeciálny marketing alebo snahy o zviditeľnenie). Pokiaľ ide o distribútorov, tí sa prostredníctvom veľkosti výhradne prideleného územia alebo skupiny zákazníkov a ochrany vyplývajúcej z exkluzivity snažia zabezpečiť určitý objem obchodovania a maržu, ktorá opodstatní ich investičné úsilie.
- (102) V súlade s týmto zdôvodnením by sa počet výhradných distribútorov mal obmedziť na jedného alebo malý počet (t. j. zdieľaná exkluzivita) pre konkrétne územie alebo skupinu zákazníkov. Výhradná distribúcia sa nesmie použiť na ochranu veľkého počtu distribútorov pred hospodárskou súťažou mimo výhradného územia, keďže by to viedlo k rozdeleniu vnútorného trhu. Na tento účel by sa mal počet vymenovaných distribútorov určiť proporcionálne k pridelenému územiu alebo skupine zákazníkov takým spôsobom, aby sa zabezpečil určitý objem obchodovania, ktorý zachová ich investičné úsilie.
- (103) Vymenovaní distribútori sú chránení pred aktívnym predajom na výhradné územie alebo výhradnej skupine zákazníkov inými kupujúcimi od dodávateľa. Ak dodávateľ prideliť výhradné územie alebo výhradnú skupinu zákazníkov viac ako jednému distribútorovi, všetci títo distribútori majú rovnakú ochranu pred aktívnym predajom od iných kupujúcich, kým aktívny a pasívny predaj medzi týmito distribútormi nemožno obmedziť.
- (104) Vo vertikálnych dohodách používaných v prípade výhradnej distribúcie by sa mal vymedziť rozsah územia alebo skupiny zákazníkov výhradne pridelených distribútorom. Výhradné územie môže zahŕňať územie členského štátu alebo oblasť, ktorá je menšia alebo väčšia. Výhradnú skupinu zákazníkov možno vymedziť napríklad podľa povolania zákazníkov alebo prostredníctvom zoznamu konkrétnych

⁵¹ Pozri článok 1 ods. 1 písm. g) nariadenia VBER.

zákazníkov vybraných na základe jedného alebo viacerých objektívnych kritérií. V závislosti od týchto kritérií môže byť skupina zákazníkov obmedzená na jediného zákazníka.

- (105) Ak územie alebo skupina zákazníkov ešte neboli výhradne pridelené jednému či viacerým distribútorom, dodávateľ si môže vyhraďiť takéto územie alebo takúto skupinu zákazníkov pre seba, pričom by o tom mal informovať svojich ostatných distribútorov. Na to nie je potrebné, aby dodávateľ vykonával obchodnú činnosť na vyhradenom území alebo vo vzťahu k vyhradenej skupine zákazníkov, keďže dodávateľ by si mohol želať vyhraďiť si ich na účely pridelenia iným distribútorom v budúcnosti.

4.6.1.2. Uplatňovanie článku 101 na výhradné distribučné systémy

- (106) V distribučnom systéme, v rámci ktorého dodávateľ výhradne prideliť územie alebo skupinu zákazníkov jednému alebo viacerým kupujúcim, sú hlavnými možnými rizikami pre hospodársku súťaž rozdelenie trhu, ktoré môže uľahčiť cenovú diskrimináciu, a obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky, a to najmä v súvislosti s výhradnou exkluzivitou. Ak väčšina dodávateľov pôsobiacich na trhu, prípadne všetci alebo ten najsilnejší z nich prevádzkujú výhradný distribučný systém, môže to takisto zmierniť hospodársku súťaž medzi značkami a uľahčiť kolúziu na úrovni dodávateľa, ako aj na úrovni distribúcie. Napokon, výhradná distribúcia môže viesť k uzavretiu trhu pre ostatných distribútorov a tým obmedziť hospodársku súťaž v rámci značky na úrovni distribúcie.
- (107) Dohody o výhradnej distribúcii sú vyňaté na základe nariadenia VBER, ak trhovú podiel dodávateľa ani kupujúceho nepresahuje 30 % a ak neobsahujú žiadne veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže. Na dohodu o výhradnej distribúcii sa môže stále vzťahovať pravidlo bezpečného prístavu stanovené v nariadení VBER, ak sa kombinuje s inými vertikálnymi obmedzeniami, ktoré nie sú veľmi závažné, ako je povinnosť nekonkurovať si obmedzená na päť rokov, množstevná povinnosť alebo výhradný nákup. Ak však počet výhradných distribútorov nie je obmedzený a určený proporcionálne k pridelenému územiu alebo skupine zákazníkov takým spôsobom, aby sa zabezpečil určitý objem obchodovania, ktorý zachová ich investičné úsilie, takýto distribučný systém pravdepodobne nepovedie k účinkom zvyšujúcim efektívnosť. Ak sa vyskytnú citelné protisúťažné účinky, pravdepodobne dôjde k odňatiu výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER.
- (108) Zvyšok tohto oddielu poskytuje usmernenia na posudzovanie dohôd o výhradnej distribúcii v jednotlivých prípadoch, v ktorých hraničný trhovú podiel presahuje hodnotu 30 %.
- (109) Na posúdenie výhradného distribučného systému je dôležitý počet distribútorov, ktorým bolo výhradne pridelené územie alebo skupiny zákazníkov. Čím je počet distribútorov vyšší, tým je obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky menšie, ale zároveň je nižšia pravdepodobnosť, že výhradní distribútori majú motiváciu investovať s cieľom rozšíriť danú značku a propagovať produkt (produkty) dodávateľa.
- (110) Postavenie dodávateľa a jeho konkurentov na trhu je veľmi dôležité, pretože strata hospodárskej súťaže v rámci značky bude problematická iba vtedy, ak je obmedzená hospodárska súťaž medzi značkami. Čím je pozícia dodávateľa silnejšia, najmä nad hraničnou hodnotou 30 %, tým vyššia je pravdepodobnosť, že hospodárska súťaž

medzi značkami je slabá, a tým väčšie je ohrozenie hospodárskej súťaže vyplývajúce z obmedzenia hospodárskej súťaže v rámci značky.

- (111) Postavenie konkurentov dodávateľa môže mať dvojaký význam. Existencia silných konkurentov bude vo všeobecnosti znamenať, že dostatočná hospodárska súťaž medzi značkami prevažuje nad akýmkoľvek obmedzením hospodárskej súťaže v rámci značky, ktoré môže byť zvlášť dôležité v súvislosti s výhradnou distribúciou. Ak je však počet dodávateľov na trhu pomerne obmedzený a ich postavenie na trhu je z hľadiska trhového podielu, kapacity a distribučnej siete pomerne rovnaké, existuje riziko kolúzie a/alebo zmiernenia hospodárskej súťaže. Strata hospodárskej súťaže v rámci značky môže toto riziko zvýšiť, najmä ak niekoľko dodávateľov prevádzkuje podobné distribučné systémy. Viacnásobné výhradné obchodné zastúpenia, t. j. keď viacerí dodávatelia vymenujú na danom území toho istého výhradného distribútora (tých istých výhradných distribútorov), môžu ďalej zvyšovať riziko kolúzie a/alebo zmiernenia hospodárskej súťaže na úrovni dodávateľa, ako aj distribútora. Ak má jeden alebo viacerí distribútori výlučné právo na distribúciu dvoch alebo viacerých významných konkurenčných produktov na tom istom území, hospodárska súťaž medzi značkami môže byť v prípade týchto značiek výrazne obmedzená, a to najmä pokiaľ ide o lineárne veľkoobchodné sadzby. Čím vyšší je kumulatívny trhový podiel značiek distribuovaných viacnásobnými výhradnými distribútormi daných značiek, tým vyššie je riziko kolúzie a/alebo zmiernenia hospodárskej súťaže a tým viac sa obmedzí hospodárska súťaž medzi značkami. Ak je jeden alebo viacero maloobchodníkov výhradným distribútorom viacerých značiek, existuje riziko, že zníženie veľkoobchodnej ceny jedným dodávateľom v prípade jeho značky sa neprenesie cez žiadnych výhradných maloobchodníkov na konečného spotrebiteľa, pretože by sa tým znížil predaj a zisky maloobchodníkov dosiahnuté prostredníctvom iných značiek. Dodávatelia preto budú mať v porovnaní so situáciou bez viacnásobného výhradného obchodného zastúpenia menšiu motiváciu vzájomne si konkurovať z hľadiska ceny. Takéto situácie kumulatívnych účinkov môžu byť dôvodom na odňatie výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER, ak sú trhové podiely dodávateľov a kupujúcich nižšie, ako je hraničná hodnota 30 % stanovená v nariadení VBER.
- (112) Prekážky vstupu na trh, ktoré môžu dodávateľom brániť pri vytváraní ich vlastných integrovaných distribučných sietí alebo hľadaní alternatívnych distribútorov, sú pri posudzovaní prípadných protisúťažných účinkov výhradnej distribúcie menej dôležité, a to najmä v kontexte zdieľanej exkluzivity. K uzavretiu trhu pre ostatných dodávateľov nedochádza, pokiaľ sa výhradná distribúcia nekombinuje s nákupom jednej značky, čo núti alebo vedie distribútora k tomu, aby sústredil svoje objednávky konkrétneho druhu produktu na jedného dodávateľa. Hoci sa v rámci nákupu jednej značky nevyžaduje, aby distribútor nakupoval produkty od samotného dodávateľa, kombinácia výhradnej distribúcie a nákupu jednej značky môže ostatným dodávateľom sťažiť hľadanie alternatívnych distribútorov.
- (113) Uzavretie trhu pre ostatných distribútorov nepredstavuje problém, ak dodávateľ, ktorý prevádzkuje výhradný distribučný systém, na tom istom trhu vymenuje väčší počet výhradných distribútorov a ak títo výhradní distribútori nie sú obmedzovaní pri predaji iným nevymenovaným distribútorom. Uzavretie trhu pre ostatných distribútorov však môže byť problematické, ak existuje trhová sila v odberateľskom sektore, najmä v prípade veľmi rozsiahlych území, na ktorých sa výhradný distribútor stáva výhradným kupujúcim na celom trhu. Príkladom je reťazec supermarketov, ktorý sa stáva jediným distribútorom vedúcej značky na domácom

maloobchodnom trhu s potravinami. Uzavretie trhu pre ostatných distribútorov by mohlo byť ešte horšie v prípade viacnásobných výhradných obchodných zastúpení.

- (114) Sila kupujúceho môže takisto zvyšovať riziko kolúzie na strane kupujúceho, keď významní kupujúci, ktorí sa potenciálne nachádzajú na tých istých alebo rôznych územiach, ukladajú jednému alebo viacerým dodávateľom povinnosť uzatvárať dohody o výhradnej distribúcii.
- (115) Posudzovanie dynamiky trhu je dôležité, keďže rastúci dopyt, meniace sa technológie a meniace sa postavenia na trhu môžu vytvárať negatívne účinky s menšou pravdepodobnosťou ako na vyspelých trhoch.
- (116) Úroveň obchodu je dôležitá, pretože prípadné negatívne účinky sa môžu líšiť na veľkoobchodnej a maloobchodnej úrovni. Výhradná distribúcia sa uplatňuje najmä pri distribúcii konečného tovaru alebo služieb. Strata hospodárskej súťaže v rámci značky je pravdepodobná predovšetkým na maloobchodnej úrovni, ak je spojená s veľkými územiami, pretože koneční spotrebitelia môžu v prípade známej značky čeliť problému malej možnosti výberu medzi distribútormi, ktorí ponúkajú vysokú cenu/vysokokvalitné služby alebo nízku cenu/menej kvalitné služby.
- (117) Ak si výrobca vyberie za svojho výhradného distribútora veľkoobchodníka, zvyčajne tak urobí pre väčšie územie, ako je napríklad celý členský štát. Pokiaľ veľkoobchodník dokáže predávať produkty bez obmedzenia maloobchodníkom na nižšej úrovni odberateľského reťazca, je nepravdepodobné, že by došlo k citeľným protisúťažným účinkom. Prípadnú stratu hospodárskej súťaže v rámci značky na veľkoobchodnej úrovni môžu ľahko prevážiť účinky zvyšujúce efektívnosť v oblasti logistiky a propagácie, najmä ak má výrobca sídlo v inom členskom štáte. Možné riziká pre hospodársku súťaž medzi značkami v prípade viacnásobných výhradných obchodných zastúpení sú však vyššie na veľkoobchodnej úrovni než na maloobchodnej úrovni. V prípade, že sa jeden veľkoobchodník stane výhradným distribútorom pre značný počet dodávateľov, existuje nielen riziko obmedzenia hospodárskej súťaže medzi týmito značkami, ale aj vyššie riziko uzavretia trhu na veľkoobchodnej úrovni obchodu.
- (118) Posúdenie výhradného distribučného systému, v rámci ktorého dodávateľ výhradne prideli skupinu zákazníkov jednému alebo viacerým kupujúcim, podlieha rovnakým faktorom, ako sú tie, ktoré sú uvedené v bodoch 100 až 117 týchto usmernení, a malo by sa v ňom zohľadniť aj toto usmernenie:
- (119) Pokiaľ ide o výhradné pridelenie územia, výhradné pridelenie skupiny zákazníkov zvyčajne sťažuje arbitráž zo strany zákazníkov. Okrem toho, keďže každý vymenovaný distribútor má vlastnú triedu zákazníkov, distribútori, ktorým nebola výhradne pridelená žiadna skupina zákazníkov, môžu mať ťažkosti pri získavaní produktov od dodávateľa. V dôsledku toho sa obmedzuje možnosť arbitráže ostatnými distribútormi.
- (120) Výhradný distribučný systém, ktorý obmedzuje hospodársku súťaž v zmysle článku 101 ods. 1, môže napriek tomu vytvárať účinky zvyšujúce efektívnosť, ktoré spĺňajú podmienky stanovené v článku 101 ods. 3, a teda môže byť vyňatý z uplatňovania článku 101 na individuálnom základe.
- (121) Ako sa uvádza v bode 112 týchto usmernení, pokiaľ sa výhradná distribúcia nekombinuje s nákupom jednej značky, je nepravdepodobné, že dôjde k uzavretiu trhu pre ostatných dodávateľov. Dokonca však aj v prípade, že sa výhradná distribúcia kombinuje s nákupom jednej značky, protisúťažné uzavretie trhu pre

ostatných dodávateľov sa zdá nepravdepodobné, s možnou výnimkou, ak sa nákup jednej značky uplatňuje v rámci hustej siete výhradných distribútorov pôsobiach na malých územiach alebo v prípade kumulatívneho účinku. V takomto scenári by sa mali uplatniť zásady nákupu jednej značky stanovené v oddiele 8.2.1 týchto usmernení. Ak však kombinácia výhradnej distribúcie a nákupu jednej značky nevedie k značnému uzavretiu trhu, môže v skutočnosti podporiť hospodársku súťaž tým, že sa zvýši motivácia výhradného distribútora zamerať svoje úsilie na konkrétnu značku. Preto, ak nenastane účinok takéhoto značného uzavretia trhu, kombinácia výhradnej distribúcie a nákupu jednej značky môže spĺňať podmienky uvedené v článku 101 ods. 3 počas celého trvania dohody, najmä v prípade uplatnenia na veľkoobchodnej úrovni.

- (122) Kombinácia výhradnej distribúcie s výhradným nákupom, v rámci ktorej sa od výhradných distribútorov vyžaduje, aby svoje dodávky značky dodávateľa nakupovali priamo od dodávateľa, zvyšuje riziká pre hospodársku súťaž spojené s obmedzenou hospodárskou súťažou v rámci značky a rozdelením trhu, čo môže najmä uľahčiť cenovú diskrimináciu. Výhradnou distribúciou sa už obmedzuje arbitráž zo strany zákazníkov, keďže sa ňou obmedzuje počet distribútorov a zvyčajne sa kombinuje s obmedzeniami aktívneho predaja uloženými ostatným distribútorom s cieľom chrániť investície výhradných distribútorov na výhradnom území. Výhradným nákupom sa okrem toho odstraňuje možná arbitráž zo strany výhradných distribútorov, ktorým sa zabráňuje nakupovať od iných distribútorov vo výhradnom distribučnom systéme. To zvyšuje možnosti dodávateľa obmedzovať hospodársku súťaž v rámci značky uplatňovaním nerovnakých podmienok predaja v neprospech spotrebiteľov, pokiaľ kombinácia výhradnej distribúcie s výhradným nákupom neumožňuje vytvorenie účinkov zvyšujúcich efektívnosť, ktoré vedú k nižším cenám.
- (123) Na posúdenie prípadných protisúťažných účinkov výhradnej distribúcie môže byť relevantná povaha produktu. Tieto účinky budú menej závažné v odvetviach, v ktorých je online predaj bežnejší. Relevantná je aj na posúdenie prípadných účinkov zvyšujúcich efektívnosť, a to po tom, ako sa zistí citeľný protisúťažný účinok.
- (124) Výhradná distribúcia môže viesť k účinkom zvyšujúcim efektívnosť, a to najmä v prípadoch, keď sa od distribútorov vyžadujú investície do ochrany alebo vybudovania imidžu značky a poskytovania služieb stimulujúcich dopyt. Vo všeobecnosti sú tieto účinky zvyšujúce efektívnosť najsilnejšie pri nových produktoch, zložitých produktoch a produktoch, ktorých kvalita sa dá ťažko posúdiť pred spotrebou (tzv. produkty založené na skúsenosti) alebo ktorých kvalita sa dá ťažko posúdiť dokonca i po spotrebe (tzv. produkty založené na dôvere). Okrem toho môže výhradná distribúcia viesť k úsporám nákladov na logistiku z dôvodu úspor z rozsahu pri doprave a distribúcii.
- (125) Účinky zvyšujúce efektívnosť, ktoré môžu vyplývať zo zdieľanej exkluzivity, sa môžu považovať za prevažujúce nad akýmikoľvek možnými negatívnymi účinkami, ktoré takýto systém môže vytvoriť, za predpokladu, že dodávateľ môže preukázať, že počet výhradných distribútorov bol určený proporcionálne k pridelenému územiu alebo skupine zákazníkov takým spôsobom, aby sa zabezpečil určitý objem obchodovania, ktorý zachová investičné úsilie distribútorov.
- (126) Výhradné distribučné systémy založené na prideľovaní výhradných skupín zákazníkov, ktorými sa obmedzuje článok 101 ods. 1, môžu spĺňať aj podmienky

stanovené v článku 101 ods. 3, a teda môžu byť vyňaté z uplatňovania článku 101 na individuálnom základe. Výhradné pridelovanie zákazníkov môže viesť k účinkom zvyšujúcim efektívnosť, ak sú investície distribútorov potrebné na vybudovanie imidžu značky alebo ak sa od distribútorov vyžaduje, aby investovali napríklad do osobitných zariadení, zručností alebo know-how s cieľom prispôsobiť sa požiadavkám výhradnej skupiny zákazníkov, ktorá im bola pridelená, alebo ak tieto investície vedú k úsporám z rozsahu alebo úsporám zo sortimentu v oblasti logistiky (napríklad špecializovaný maloobchodník, ktorý sa zaoberá ponukami verejnej správy na počítače alebo kancelárske potreby). Obdobie odpisovania týchto investícií je ukazovateľom trvania, počas ktorého možno odôvodniť výhradný distribučný systém založený na pridelovaní výhradných skupín zákazníkov. Vo všeobecnosti je odôvodnenie výhradného pridelovania zákazníkov najsilnejšie v prípade nových alebo zložitých produktov a v prípade produktov, ktoré treba prispôsobiť potrebám jednotlivého zákazníka. Identifikovateľné diferencované potreby sú pravdepodobnejšie v prípade medziproduktov, ktoré sa predávajú rôznym typom profesionálnych kupujúcich. Nie je pravdepodobné, že by pridelovanie konečných spotrebiteľov viedlo k účinkom zvyšujúcim efektívnosť.

(127) Príklad viacnásobných výhradných obchodných zastúpení na oligopolnom trhu

Na domácom trhu s konečným produktom sú štyri vedúce podniky, každý s trhovým podielom na úrovni približne 20 %. Tieto štyri vedúce podniky predávajú svoje produkty prostredníctvom výhradných distribútorov na maloobchodnej úrovni. Maloobchodníkom sú pridelené výhradné územia, ktoré svojím rozsahom zodpovedajú mestu, v ktorom sídlia, alebo mestskej časti v prípade veľkomesta. Na väčšine území tieto štyri vedúce podniky vymenovali rovnakého výhradného maloobchodníka („viacnásobné obchodné zastúpenie“), ktorý má zvyčajne centrálnu postavenie a špecializuje sa na daný produkt. Zvyšných 20 % domáceho trhu tvoria malí miestni výrobcovia, z ktorých najväčší má na tomto domácom trhu približne 5 % trhovú podiel. Títo miestni výrobcovia vo všeobecnosti predávajú svoje produkty prostredníctvom iných maloobchodníkov, najmä preto, lebo výhradní distribútori štyroch najväčších dodávateľov nemajú vo všeobecnosti veľký záujem o predaj menej známych a lacnejších značiek. Trh je výrazne diferencovaný z hľadiska značiek a produktov. Štyri vedúce podniky organizujú veľké celoštátne reklamné kampane a ich značky majú výrazný imidž, pričom okrajoví výrobcovia nepropagujú svoje produkty na celoštátnej úrovni. Trh je pomerne vyspelý so stabilným dopytom a v oblasti technológií a produktov nedochádza k žiadnej významnej inovácii. Produkt je pomerne jednoduchý.

Na takomto oligopolnom trhu existuje riziko kolúzie medzi týmito štyrmi vedúcimi podnikmi. Toto riziko sa zvyšuje viacnásobným obchodným zastúpením. Hospodárska súťaž v rámci značky je obmedzovaná územnou exkluzivitou. Súťaž medzi týmito štyrmi vedúcimi značkami je na maloobchodnej úrovni obmedzená, pretože jeden maloobchodník určuje cenu pre všetky štyri značky na každom území. Viacnásobné obchodné zastúpenie znamená, že ak jeden výrobca zníži cenu svojej značky, maloobchodník nebude mať záujem o to, aby sa toto zníženie ceny prenieslo na konečného spotrebiteľa, pretože by sa tým znížil predaj a zisky dosiahnuté prostredníctvom ostatných značiek. Výrobcovia preto majú menší záujem o vzájomnú cenovú súťaž. Cenová súťaž medzi značkami sa prejavuje najmä v súvislosti s tovarom menej známych značiek okrajových výrobcov. Prípadné argumenty týkajúce sa účinkov zvyšujúcich efektívnosť v prospech (spoločných) výhradných distribútorov sú obmedzené, keďže produkt je pomerne jednoduchý, na ďalší predaj

nie sú potrebné osobitné investície ani školenie a propagácia sa uskutočňuje najmä na úrovni výrobcov.

Napriek tomu, že každý z vedúcich podnikov má trhovú podiel nižší, ako je hraničná hodnota, podmienky uvedené v článku 101 ods. 3 nemôžu byť splnené a v prípade dohôd uzatvorených s distribútormi, ktorých trhovú podiel je nižší ako úroveň 30 % na trhu verejného obstarávania, môže byť potrebné odňatie skupinovej výnimky.

(128) Príklad výhradného pridelenia zákazníka

Spoločnosť vyvinula dômyselné postrekovacie zariadenie. V súčasnosti má táto spoločnosť trhovú podiel 40 % na trhu s postrekovacími zariadeniami. Keď začala predávať tento dômyselný postrekovač, so starším produktom mala trhovú podiel na úrovni 20 %. Inštalácia nového typu postrekovača závisí od typu budovy, v ktorej sa zariadenie inštaluje, a od využitia budovy (napr. kancelária, chemická továreň alebo nemocnica). Spoločnosť vymenovala určitý počet distribútorov na predaj a inštaláciu dômyselného postrekovača. Každý distribútor musel vyškoliť svojich zamestnancov, pokiaľ ide o všeobecné a osobitné požiadavky na inštaláciu dômyselných postrekovačov pre určitú triedu zákazníkov. Na zabezpečenie toho, aby sa distribútori špecializovali, spoločnosť pridela každému distribútorovi výhradnú triedu zákazníkov a zakázala im aktívny predaj produktov výhradným triedam zákazníkov iných distribútorov. Po piatich rokoch sa všetkým výhradným distribútorom povolí aktívny predaj všetkým triedam zákazníkov, čím sa skončí systém výhradného pridelovania zákazníkov. Dodávateľ potom môže takisto začať predávať novým distribútorom. Trh je pomerne dynamický, s dvoma subjektmi, ktoré nedávno vstúpili na trh, a množstvom technologických zlepšení. Konkurenti majú trhovú podiely v rozmedzí 5 – 25 % a takisto modernizujú svoje produkty.

Keďže má táto exkluzivita obmedzené trvanie a pomáha zabezpečiť, aby sa distribútorom mohli vrátiť ich investície a aby zamerali svoje pôvodné predajné úsilie na určitú triedu zákazníkov s cieľom vyškoliť sa, a keďže prípadné protisúťažné účinky sa na dynamickom trhu zdajú obmedzené, podmienky uvedené v článku 101 ods. 3 sú pravdepodobne splnené.

4.6.2. *Selektívne distribučné systémy*

4.6.2.1. Vymedzenie selektívnych distribučných systémov

(129) Ako sa stanovuje v článku 1 ods. 1 písm. h) nariadenia VBER, v selektívnom distribučnom systéme sa dodávateľ zaväzuje predávať zmluvný tovar alebo služby, či už priamo alebo nepriamo, iba distribútorom vybraným na základe určených kritérií, pričom sa tieto distribútori zaväzujú nepredávať tento tovar ani služby neautorizovaným distribútorom na území, ktoré dodávateľ vyhradil na prevádzku tohto systému.

(130) Kritériá, ktoré dodávateľ používa na výber distribútorov, môžu mať kvalitatívnu a/alebo kvantitatívnu povahu. Kvalitatívne kritériá sú objektívne kritériá vyžadované vzhľadom na povahu produktu, ako je školenie obchodného personálu, služba poskytovaná na mieste predaja a sortiment produktov, ktorý sa predáva.⁵² Kvantitatívnymi kritériami sa obmedzuje potenciálny počet obchodníkov priamejším

⁵² Pozri napr. rozsudok vo veci T-88/92, Groupement d'achat Édouard Leclerc/Komisija, EU:T:1996:192, bod 125 a nasl.

spôsobom, a to napríklad požadovaním minimálneho alebo maximálneho predaja alebo stanovením pevného počtu obchodníkov. Tieto kritériá možno meniť počas celého trvania dohody o selektívnej distribúcii.

- (131) Selektívne distribučné systémy sú porovnateľné s výhradnými distribučnými systémami v tom zmysle, že sa nimi obmedzuje počet autorizovaných distribútorov a možnosti ďalšieho predaja. Rozdiel oproti výhradnej distribúcii spočíva v obmedzení počtu obchodníkov na základe osobitných kritérií výberu. Ďalším rozdielom v porovnaní s výhradnou distribúciou je, že obmedzenie ďalšieho predaja spojené so selektívnou distribúciou nie je obmedzením aktívneho predaja na výhradné územie alebo výhradnej skupine zákazníkov, ale obmedzením aktívneho a pasívneho predaja neautorizovaným distribútorom, pričom možnými kupujúcimi sú len autorizovaní distribútori a koneční zákazníci.

4.6.2.2. Uplatňovanie článku 101 na selektívne distribučné systémy

- (132) Možnými rizikami selektívnych distribučných systémov pre hospodársku súťaž sú obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky a (najmä v prípade kumulatívneho účinku) uzavretie trhu pre určitý typ (určité typy) distribútorov, ako aj zmiernenie hospodárskej súťaže a potenciálne uľahčenie kolúzie medzi kupujúcimi z dôvodu obmedzenia ich počtu.
- (133) Posúdenie prípadných protisúťažných účinkov selektívnej distribúcie by sa malo v prvom rade zamerať na súlad selektívneho distribučného systému s článkom 101 ods. 1. Na tento účel treba rozlišovať medzi čisto kvalitatívnou selektívnou distribúciou a kvantitatívnou selektívnou distribúciou.
- (134) V rámci čisto kvalitatívnej selektívnej distribúcie, pri ktorej sa obchodníci vyberajú len na základe objektívnych kritérií vyžadovaných vzhľadom na povahu produktu, sa počet obchodníkov priamo neobmedzuje. Za predpokladu, že sú splnené tri podmienky stanovené Súdnym dvorom v rozsudku vo veci Metro⁵³ (tzv. kritériá Metro), čisto kvalitatívna selektívna distribúcia sa vo všeobecnosti považuje za takú, ktorá nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, keďže možno predpokladať, že obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky spojené so selektívnou distribúciou je vyvážené zlepšením súťaže medzi značkami v oblasti kvality⁵⁴. Po prvé, povaha dotknutého tovaru alebo dotknutých služieb si musí vyžadovať selektívny distribučný systém. To znamená, že vzhľadom na povahu dotknutého produktu musí takýto systém predstavovať legitímnu požiadavku na zachovanie jeho kvality a zabezpečenie jeho správneho používania. Napríklad selektívny distribučný systém, ktorý nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, možno prevádzkovať v prípade vysokokvalitných produktov alebo produktov založených na najnovších

⁵³ Pozri rozsudok vo veci 31/80, NV L'Oréal a SA L'Oréal/PVBA, EU:C:1980:289, body 15 – 16; rozsudok vo veci 26/76, Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG/Komisia („Metro I“), EU:C:1977:167, body 20 – 21; rozsudok vo veci C-439/09, Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS/Président de l'Autorité de la concurrence, EU:C:2011:649, bod 41; rozsudok vo veci C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, EU:C:2017:941, bod 24.

⁵⁴ Pozri rozsudok vo veci 26/76, Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG/Komisia („Metro I“), EU:C:1977:167, body 20 – 22; rozsudok vo veci 107/82, Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG/Komisia, EU:C:1983:293, body 33, 34 a 73; rozsudok vo veci 75/84, Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG/Komisia („Metro II“), EU:C:1986:399, bod 45; rozsudok vo veci T-88/92, Groupement d'achat Édouard Leclerc/Komisia, EU:T:1996:192, bod 106.

technológiách.⁵⁵ Prevádzkovanie selektívneho distribučného systému môže byť potrebné aj v prípade luxusného tovaru. Kvalita takéhoto tovaru môže vyplývať nielen z jeho materiálových vlastností, ale aj z dojmu luxusu, ktorý vyvoláva. Na zachovanie kvality tovaru môže byť preto potrebné zavedenie selektívneho distribučného systému, ktorého cieľom je zabezpečiť, aby sa tovar prezentoval spôsobom, ktorý prispieva k udržaniu tohto dojmu luxusu.⁵⁶ Po druhé, ďalší predávajúci sa musia vyberať na základe objektívnych kritérií, ktoré majú kvalitatívnu povahu, sú stanovené jednotným spôsobom vo vzťahu ku všetkým potenciálnym predávajúcim a neuplatňujú sa diskriminačne. Hoci sa v judikatúre nevyžaduje, aby sa kvalitatívne kritériá oznámili všetkým potenciálnym ďalším predávajúcim, takáto transparentnosť môže zvýšiť pravdepodobnosť splnenia kritérií Metro.⁵⁷ Po tretie, stanovené kritériá nesmú prekračovať rámec toho, čo je nevyhnutné.⁵⁸

- (135) Posúdenie selektívnej distribúcie podľa článku 101 ods. 1 si vyžaduje aj samostatnú analýzu každého potenciálne obmedzujúceho ustanovenia dohody podľa kritérií Metro.⁵⁹ To znamená najmä určiť, či je obmedzujúce ustanovenie primerané vo vzťahu k cieľu sledovanému v rámci selektívneho distribučného systému a či prekračuje rámec toho, čo je nevyhnutné na dosiahnutie tohto cieľa.⁶⁰ Je nepravdepodobné, že by veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže takéto požiadavky spĺňali. Naopak, napríklad zákaz používania online platforiem tretích strán uložený navonok viditeľným spôsobom zo strany dodávateľa luxusného tovaru jeho autorizovaným distribútorom možno považovať za primeraný, pokiaľ autorizovaným distribútorom umožňuje, aby prostredníctvom internetu uskutočňovali reklamu na platformách tretích strán a využívali webové vyhľadávače, výsledkom čoho je, že zákazníci sú pomocou takýchto vyhľadávačov zvyčajne schopní nájsť internetovú ponuku autorizovaných distribútorov, a neprekračuje rámec toho, čo je nevyhnutné na zachovanie luxusného dojmu tohto tovaru.⁶¹ V takomto prípade nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 a nevyžaduje sa žiadna ďalšia analýza.
- (136) Aj keď kvalitatívne a/alebo kvantitatívne selektívne distribučné systémy nespĺňajú kritériá Metro, môže sa na ne vzťahovať pravidlo bezpečného prístavu za predpokladu, že trhový podiel dodávateľa ani kupujúceho nepresahuje 30 %

⁵⁵ Rozsudok vo veci 26/76, Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG/Komisia („Metro I“), EU:C:1977:167; rozsudok vo veci 107/82, Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG/Komisia, EU:C:1983:293.

⁵⁶ Pozri rozsudok vo veci C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, EU:C:2017:941, body 25 až 29.

⁵⁷ Pozri analogicky aj rozsudok vo veci C-158/11, Auto 24 SARL/Jaguar Land Rover France SAS, EU:C:2012:351.

⁵⁸ Pozri rozsudok vo veci 31/80, NV L'Oréal a SA L'Oréal/PVBA, EU:C:1980:289, body 15 – 16; rozsudok vo veci 26/76, Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG/Komisia („Metro I“), EU:C:1977:167, body 20 – 21; rozsudok vo veci 107/82, Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG/Komisia, EU:C:1983:293, bod 35; rozsudok vo veci T-19/91, Société d'Hygiène Dermatologique de Vichy/Komisia, EU:T:1992:28, bod 65.

⁵⁹ Pozri bod 134 týchto usmernení.

⁶⁰ Pozri rozsudok vo veci C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, EU:C:2017:941, bod 43 a nasl.

⁶¹ Pozri rozsudok vo veci C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, EU:C:2017:941, bod 43 a nasl., a najmä bod 67.

a dohoda neobsahuje žiadne veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže.⁶² Výhoda výnimky sa nezruší, ak sa selektívna distribúcia kombinuje s inými vertikálnymi obmedzeniami hospodárskej súťaže, ktoré nie sú veľmi závažné, ako je povinnosť nekonkurovať si. Skupinová výnimka sa uplatňuje bez ohľadu na povahu dotknutého produktu a povahu kritérií výberu. Ak si však vlastnosti daného produktu nevyžadujú selektívnu distribúciu⁶³ alebo si nevyžadujú uplatňované kritériá, ako je napríklad požiadavka, aby distribútori disponovali jedným alebo viacerými kamennými obchodmi alebo aby poskytovali osobitné služby, takýto distribučný systém vo všeobecnosti neprináša dostatočné účinky zvyšujúce efektívnosť na vyváženie výrazného obmedzenia hospodárskej súťaže v rámci značky. Ak sa vyskytnú citelné protisúťažné účinky, pravdepodobne dôjde k odňatiu výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER.

- (137) Zvyšok tohto oddielu poskytuje usmernenie k individuálnemu posudzovaniu selektívnych distribučných systémov, ktoré nespĺňajú kritériá Metro a na ktoré sa nevzťahuje nariadenie VBER, alebo v prípade kumulatívnych účinkov vyplývajúcich z paralelných sietí selektívnej distribúcie na tom istom trhu.
- (138) Postavenie dodávateľa a jeho konkurentov na trhu zohráva pri posudzovaní prípadných protisúťažných účinkov kľúčovú úlohu, pretože strata hospodárskej súťaže v rámci značky môže byť problematická iba vtedy, ak je obmedzená hospodárska súťaž medzi značkami. Čím je postavenie dodávateľa silnejšie, najmä ak prekračuje hraničnú hodnotu 30 %, tým vyššie je riziko pre hospodársku súťaž vyplývajúce z väčšej straty hospodárskej súťaže v rámci značky. Ďalším významným faktorom je počet selektívnych distribučných sietí prítomných na tom istom trhu. Ak selektívnu distribúciu uplatňuje iba jeden dodávateľ na trhu, kvantitatívna selektívna distribúcia zvyčajne nevytvára čisté negatívne účinky. V praxi však selektívnu distribúciu často uplatňujú viacerí dodávatelia na konkrétnom trhu.
- (139) Postavenie konkurentov môže mať dvojaký význam. Na jednej strane existencia silných konkurentov bude vo všeobecnosti znamenať, že dostatočná hospodárska súťaž medzi značkami prevažuje nad obmedzením hospodárskej súťaže v rámci značky, ktoré môže byť mimoriadne dôležité v súvislosti s výhradnou distribúciou. Na druhej strane v prípade kumulatívneho účinku, keď väčšina vedúcich dodávateľov na trhu uplatňuje selektívnu distribúciu, by mohlo dôjsť k uzavretiu trhu pre určité typy distribútorov (t. j. diskontné subjekty). Riziko uzavretia trhu pre efektívnejších distribútorov je väčšie pri selektívnej distribúcii ako v prípade výhradnej distribúcie, a to vzhľadom na obmedzenie predaja neautorizovaným obchodníkom v rámci selektívnej distribúcie. Toto obmedzenie je určené na to, aby selektívnym distribučným systémom dodalo uzavretý charakter, v rámci ktorého majú k produktu prístup iba autorizovaní distribútori, ktorí spĺňajú kritériá, kým neautorizovaným obchodníkom znemožňuje získanie dodávok. Selektívna distribúcia je preto zvlášť vhodná, aby sa predišlo tlaku zo strany diskontných subjektov (či už offline alebo výlučne online distribútorov) na marže výrobcu, ako aj na marže

⁶² Pozri rozsudok vo veci C-439/09, *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS/Président de l'Autorité de la concurrence*, EU:C:2011:649; pozri analogicky aj vec C-158/11, *Auto 24 SARL/Jaguar Land Rover France SAS*, EU:C:2012:351.

⁶³ Pozri napríklad rozsudok Všeobecného súdu vo veci T-19/92, *Groupement d'achat Edouard Leclerc/Komisija*, Zb. 1996, s. II-1851, body 112 až 123; rozsudok vo veci T-88/92, *Groupement d'achat Edouard Leclerc/Komisija*, Zb. 1996, s. II-1961, body 106 až 117 a judikatúru uvedenú v predchádzajúcej poznámke pod čiarou.

autorizovaných distribútorov. Uzavretie trhu pre takéto formy distribúcie, či už vyplýva z kumulatívneho využívania selektívnej distribúcie alebo z jej využívania jediným dodávateľom, ktorého trhový podiel presahuje 30 %, znižuje možnosti spotrebiteľov využívať špecifické výhody, ktoré tieto formy distribúcie ponúkajú, pričom ide napríklad o nižšie ceny, väčšiu transparentnosť a väčší prístup k danému produktu.

- (140) Ak sa nariadenie VBER uplatňuje na jednotlivé selektívne distribučné siete, v prípade kumulatívnych účinkov sa môže zväziť odňatie skupinovej výnimky alebo neuplatnenie nariadenia VBER. Vznik problému kumulatívnych účinkov je však nepravdepodobný, ak podiel na trhu, na ktorý sa vzťahuje selektívna distribúcia, nepresahuje 50 %. Nepravdepodobný je aj vznik obáv týkajúcich sa hospodárskej súťaže, ak pokrytie trhu presahuje 50 %, ale súhrnný trhový podiel piatich najväčších dodávateľov nepresahuje 50 %. Ak podiel piatich najväčších dodávateľov, ako aj podiel na trhu, na ktorý sa vzťahuje selektívna distribúcia, presahujú 50 %, posúdenie sa môže líšiť v závislosti od toho, či všetkých päť najväčších dodávateľov uplatňuje alebo neuplatňuje selektívnu distribúciu. Čím silnejšie je postavenie konkurentov neuplatňujúcich selektívnu distribúciu, tým nepravdepodobnejšie je uzavretie trhu pre ostatných distribútorov. Obavy týkajúce sa hospodárskej súťaže môžu vzniknúť, ak všetci piati najväčší dodávatelia uplatňujú selektívnu distribúciu. Tak by to bolo najmä v prípade, že dohody uzatvorené najväčšími dodávateľmi obsahujú kvantitatívne kritériá výberu, ktoré priamo obmedzujú počet autorizovaných obchodníkov, alebo ak sa na základe uplatnených kvalitatívnych kritérií uzavrie trh pre určité formy distribúcie, napr. požiadavky disponovať jedným alebo viacerými kamennými obchodmi alebo poskytovať osobitné služby, ktoré sa zvyčajne môžu poskytovať len konkrétnou formou distribúcie. Splnenie podmienok uvedených v článku 101 ods. 3 je vo všeobecnosti nepravdepodobné, ak selektívne distribučné systémy, ktoré prispievajú ku kumulatívne účinku, bránia prístupu na trh novým distribútorom, ktorí sú schopní riadne predávať dotknuté produkty. Predovšetkým nie je pravdepodobné, že koneční spotrebitelia budú mať prospech z účinkov zvyšujúcich efektívnosť, ak distribučné systémy zahŕňajú len určité existujúce kanály, pričom z trhu vylúčia diskontné subjekty alebo výlučne online distribútorov, ktorí spotrebiteľom ponúkajú nižšie ceny. Je menej pravdepodobné, že menej priame formy kvantitatívnej selektívnej distribúcie, ktoré sú výsledkom napríklad kombinácie čisto kvalitatívnych kritérií výberu s požiadavkou na obchodníkov týkajúcou sa dosiahnutia minimálnej výšky ročných nákupov, vytvárajú čisté negatívne účinky, ak táto výška nepredstavuje významný podiel celkového obratu obchodníka, ktorý dosiahol pomocou dotknutého typu produktu, a neprekračuje rámec toho, čo je nevyhnutné pre dodávateľa na vrátenie investícií viazaných na určitý vzťah a/alebo dosiahnutie úspor z rozsahu v oblasti distribúcie. Dodávateľ s trhovým podielom nepresahujúcim 5 % sa vo všeobecnosti nepovažuje za významne prispievajúceho ku kumulatívne účinku.
- (141) Prekážky vstupu na trh sú relevantné najmä v prípade uzavretia trhu pre neautorizovaných distribútorov. Prekážky vstupu na trh by mohli byť významné vtedy, keď výrobcovia značkových produktov uplatňujú selektívnu distribúciu, keďže distribútori vylúčení zo selektívneho distribučného systému budú spravidla potrebovať určitý čas a značné investície, aby uviedli svoje vlastné značky na trh alebo získali konkurenčné dodávky inde.
- (142) Sila kupujúceho môže zvýšiť riziko kolúzie medzi distribútormi. Distribútori, ktorí majú silné postavenie na trhu, môžu dodávateľov nútiť k tomu, aby uplatňovali

kritériá výberu, ktorými by sa obmedzili možnosti prístupu na trh pre nových a efektívnejších distribútorov. V dôsledku toho môže sila kupujúceho výrazne zmeniť analýzu možných protisúťažných účinkov selektívnej distribúcie. Uzavretie trhu pre efektívnejších distribútorov môže nastať najmä v prípade, že silná organizácia obchodníkov uloží dodávateľovi kritériá výberu zamerané na obmedzenie distribúcie v prospech svojich členov.

- (143) V článku 5 ods. 1 písm. c) nariadenia VBER sa stanovuje, že dodávateľ nesmie autorizovaným distribútorom ukladať priamu ani nepriamu povinnosť týkajúcu sa zákazu predávať značky určitých konkurenčných dodávateľov. Toto ustanovenie sa konkrétne zameriava na predchádzanie kolúzii na horizontálnej úrovni s cieľom vylúčiť určité značky vytvorením selektívnej skupiny značiek vedúcimi dodávateľmi. Je nepravdepodobné, že by takáto povinnosť spĺňala podmienky na udelenie výnimky, ak sa trhový podiel piatich najväčších dodávateľov rovná alebo presahuje 50 %, pokiaľ žiadny z dodávateľov ukladajúcich takúto povinnosť nepatrí k piatim najväčším dodávateľom na trhu.
- (144) Obavy týkajúce sa hospodárskej súťaže v súvislosti s uzavretím trhu pre ostatných dodávateľov za normálnych okolností nevzniknú, pokiaľ sa iným dodávateľom nezabráni využívať tých istých distribútorov, ako napríklad v prípade, keď sa selektívna distribúcia kombinuje s nákupom jednej značky. V prípade hustej siete autorizovaných distribútorov alebo v prípade kumulatívneho účinku kombinácia selektívnej distribúcie a povinnosti nekonkurovať si môže predstavovať riziko uzavretia trhu pre ostatných dodávateľov. V takomto prípade sa uplatňujú zásady uvedené v oddiele 2.1 týchto usmernení týkajúce sa nákupu jednej značky. Ak sa selektívna distribúcia nekombinuje s povinnosťou nekonkurovať si, obava z uzavretia trhu pre konkurenčných dodávateľov môže pretrvávať, keď vedúci dodávatelia neuplatňujú iba čisto kvalitatívne kritériá výberu, ale takisto ukladajú svojim distribútorom určité ďalšie povinnosti, ako je napríklad povinnosť rezervovať minimálne miesto na regáloch pre produkty dodávateľa alebo zabezpečiť, aby predaj produktov dodávateľa distribútorom dosahoval minimálny podiel z celkového obratu distribútora. Výskyt takéhoto problému je nepravdepodobný, ak podiel na trhu, na ktorý sa vzťahuje selektívna distribúcia, nepresahuje 50 % alebo vtedy, keď sa tento podiel pokrytia presiahne v prípade, že trhový podiel piatich najväčších dodávateľov nepresahuje 50 %.
- (145) Posudzovanie dynamiky trhu je dôležité, keďže rastúci dopyt, meniace sa technológie a meniace sa postavenia na trhu môžu mať negatívne účinky s menšou pravdepodobnosťou ako na vyspelých trhoch.
- (146) Selektívna distribúcia môže mať pozitívny účinok, keď vedie k úsporám nákladov na logistiku z dôvodu úspor z rozsahu pri doprave, čo môže nastať bez ohľadu na povahu produktu [pozri bod 14 písm. g) týchto usmernení]. Takéto zefektívnenie je však v selektívnych distribučných systémoch zvyčajne len okrajové. Povaha produktu je dôležitá na posúdenie toho, či je selektívna distribúcia odôvodnená s cieľom pomôcť vyriešiť problém parazitovania medzi distribútormi [pozri bod 14 písm. b) týchto usmernení] alebo pomôcť vytvoriť alebo zachovať imidž značky [pozri bod 14 písm. h) týchto usmernení]. Je pravdepodobnejšie, že využívanie selektívnej distribúcie na dosiahnutie týchto druhov účinkov zvyšujúcich efektívnosť bude vo všeobecnosti odôvodnené v prípade nových produktov, zložitých produktov alebo produktov, ktorých kvalita sa dá ťažko posúdiť pred spotrebou (tzv. produkty založené na skúsenosti) alebo ktorých kvalita sa dá ťažko posúdiť dokonca i po spotrebe (tzv. produkty založené na dôvere). Kombinácia selektívnej distribúcie

s ustanovením o mieste pôsobenia v záujme ochrany autorizovaného distribútora pred hospodárskou súťažou zo strany ostatných autorizovaných distribútorov, ktorí si otvárajú obchody v jeho blízkosti, môže spĺňať najmä podmienky uvedené v článku 101 ods. 3, ak je táto kombinácia nevyhnutná na ochranu značných investícií viazaných na určitý vzťah a vynaložených autorizovaným distribútorom [pozri bod 14 písm. e) týchto usmernení]. Na zabezpečenie toho, aby sa použilo najmenej protisúťažné obmedzenie, je dôležité posúdiť, či možno dosiahnuť rovnaké účinky zvyšujúce efektívnosť pri porovnateľných nákladoch, napríklad samotnými požiadavkami na služby.

(147) Príklad kvantitatívnej selektívnej distribúcie

Na trhu s tovarom dlhodobej spotreby výrobca značky A, ktorý je vedúcim výrobcom na trhu s trhovým podielom 35 %, predáva svoj produkt konečným spotrebiteľom prostredníctvom selektívneho distribučného systému. Na prijatie do tohto systému existuje niekoľko kritérií: v obchode musia byť zamestnaní vyškolení pracovníci a musia sa v ňom poskytovať predpredajné služby, v obchode musí byť osobitný priestor vyhradený na predaj daného produktu a podobných technologicky vyspelých produktov, v obchode sa vyžaduje predaj širokého sortimentu modelov dodávateľa a ich vystavenie pútavým spôsobom. Okrem toho, počet prijateľných maloobchodníkov v systéme je priamo obmedzený stanovením maximálneho počtu maloobchodníkov na počet obyvateľov v každej oblasti alebo mestskom obvode. Výrobca A má na danom trhu 6 konkurentov. Výrobcovia značiek B, C a D sú jeho najväčšími konkurentmi s trhovými podielmi 25 % (výrobca B), 15 % (výrobca C) a 10 % (výrobca D), kým ostatní výrobcovia majú menšie trhové podiely. Výrobca A je jediný, ktorý využíva selektívnu distribúciu. Selektívni distribútori značky A vždy predávajú niekoľko konkurenčných značiek. Konkurenčné značky sa však takisto vo veľkom predávajú v obchodoch, ktoré nie sú členmi selektívneho distribučného systému výrobcu A. Existujú rôzne distribučné reťazce: napríklad značky B a C sa predávajú vo väčšine vybratých obchodov výrobcu A, ale aj v iných obchodoch poskytujúcich veľmi kvalitné služby a v hypermarketoch. Značka D sa predáva hlavne v obchodoch s veľmi kvalitnými službami. Technológia sa na tomto trhu vyvíja pomerne rýchlo a hlavní dodávatelia si prostredníctvom reklamy zachovávajú dobrý imidž svojich produktov z hľadiska kvality.

Na tomto trhu je podiel pokrytia selektívnej distribúcie 35 %. Hospodárska súťaž medzi značkami nie je priamo ovplyvnená selektívnym distribučným systémom výrobcu A. Hospodárska súťaž v rámci značky môže byť obmedzená v prípade značky A, ale spotrebitelia majú prístup k maloobchodníkom s nižšou kvalitou služieb/nižšími cenami predávajúcim značky B a C, ktorých imidž je z hľadiska kvality porovnateľný so značkou A. Okrem toho, možnosť prístupu k maloobchodníkom s vysokou kvalitou služieb predávajúcim iné značky nie je obmedzená, pretože neexistuje žiadne obmedzenie kapacity vybraných distribútorov na predaj konkurenčných značiek a množstevné obmedzenie počtu distribútorov v prípade značky A ponecháva iným maloobchodníkom poskytujúcim vysokokvalitné služby možnosť distribuovať konkurenčné značky. Vzhľadom na požiadavky v oblasti služieb a účinky zvyšujúce efektívnosť, ktoré pravdepodobne prinesú, a na obmedzený účinok na hospodársku súťaž v rámci značky sú v tomto prípade podmienky uvedené v článku 101 ods. 3 pravdepodobne splnené.

(148) Príklad selektívnej distribúcie s kumulatívnymi účinkami

Na trhu s určitým športovým produktom je sedem výrobcov, ktorých príslušné trhové podiely sú 25 %, 20 %, 15 %, 15 %, 10 %, 8 % a 7 %. Päť najväčších výrobcov distribuuje svoje produkty prostredníctvom kvantitatívnej selektívnej distribúcie, kým dvaja najmenší využívajú rôzne typy distribučných systémov, čo má za následok podiel pokrytia selektívnej distribúcie na úrovni 85 %. Kritériá prístupu k selektívnym distribučným systémom sú jednotné pre všetkých výrobcov: vyžaduje sa, aby distribútori disponovali jedným alebo viacerými kamennými obchodmi, tieto obchody musia mať vyškolený personál a musia sa v nich poskytovať predpredajné služby, v obchode musí byť osobitný priestor vyhradený na predaj daného produktu a je stanovená minimálna plocha tohto priestoru. V obchode sa vyžaduje predaj širokého sortimentu produktov danej značky a vystavenie produktu pútavým spôsobom, obchod sa musí nachádzať na obchodnej ulici a daný produkt musí predstavovať aspoň 30 % celkového obratu obchodu. Vo všeobecnosti je ten istý distribútor autorizovaný pre všetkých päť značiek. Výrobcovia dvoch značiek, ktorí nevyužívajú selektívnu distribúciu, svoje produkty zvyčajne predávajú prostredníctvom menej špecializovaných maloobchodníkov s nižšou úrovňou služieb. Trh je stabilný na strane ponuky aj dopytu a je výrazne diferencovaný z hľadiska produktov, pričom imidž značky je dôležitý. Značky piatich vedúcich výrobcov na trhu majú výrazný imidž, ktorý získali prostredníctvom reklamy a sponzorovania, kým dvaja menší výrobcovia majú stratégiu lacnejších produktov bez výrazného imidžu značky.

Všeobecným diskontným subjektom a výlučne online distribútorom sa na tomto trhu odopiera prístup k piatim vedúcim značkám. Dôvodom je skutočnosť, že požiadavka, aby produkt predstavoval aspoň 30 % činnosti distribútorov, a kritériá týkajúce sa prezentácie a predpredajných služieb vylučujú zo siete autorizovaných distribútorov väčšinu diskontných subjektov. Požiadavka disponovať jedným alebo viacerými kamennými obchodmi navyše z tejto siete vylučuje výlučne online distribútorov. V dôsledku toho spotrebiteľia nemajú inú možnosť len nakupovať týchto päť vedúcich značiek v obchodoch s vysokou úrovňou služieb/vysokými cenami. To vedie k obmedzeniu hospodárskej súťaže medzi týmito piatimi vedúcimi značkami. Skutočnosť, že dve najmenšie značky je možné kúpiť v obchodoch s nižšou úrovňou služieb/nižšími cenami, nie je dostatočnou náhradou, pretože imidž značiek piatich vedúcich výrobcov na trhu je oveľa lepší. Hospodárska súťaž medzi značkami je obmedzená aj viacnásobnými obchodnými zastúpeniami. Hoci existuje určitá miera hospodárskej súťaže v rámci značky a počet distribútorov nie je priamo obmedzený, kritériá prijatia sú dosť prísne na to, aby viedli k malému počtu distribútorov pre týchto päť vedúcich značiek na každom území.

Účinky zvyšujúce efektívnosť spojené s takýmito kvantitatívnymi selektívnymi distribučnými systémami sú malé: produkt nie je príliš zložitý a nevyžaduje si mimoriadne náročný servis. Pokiaľ výrobcovia nedokážu preukázať, že s ich selektívnym distribučným systémom je spojené zreteľné účinky zvyšujúce efektívnosť, je pravdepodobné, že skupinová výnimka sa bude musieť odňať z dôvodu prítomnosti kumulatívnych účinkov obmedzujúcich hospodársku súťaž, ktoré majú za následok menší výber a vyššie ceny pre spotrebiteľov.

4.6.3. *Franchising*

- (149) Franchisingové zmluvy obsahujú licencie na práva duševného vlastníctva týkajúce sa najmä ochranných známk alebo značiek a know-how na využívanie a distribúciu

tovaru alebo služieb. Okrem licencie na práva duševného vlastníctva poskytovateľ franchisingu zvyčajne poskytuje nadobúdateľovi franchisingu počas obdobia trvania zmluvy obchodnú alebo technickú pomoc. Licencia a pomoc sú neoddeliteľnou súčasťou obchodnej metódy poskytovanej v rámci franchisingu. Nadobúdateľ franchisingu zvyčajne platí poskytovateľovi franchisingu za využitie určitej obchodnej metódy franchisingový poplatok. Franchising môže umožniť poskytovateľovi franchisingu vybudovať s obmedzenými investíciami jednotnú sieť na distribúciu jeho produktov. Okrem ustanovenia o poskytnutí obchodnej metódy franchisingové zmluvy zvyčajne obsahujú kombináciu rôznych vertikálnych obmedzení súvisiacich s produktmi, ktoré sa distribuujú, a to najmä selektívnu distribúciu, povinnosť nekonkurovať si, výhradnú distribúciu, prípadne ich miernejšie podoby.

- (150) Franchising (s výnimkou priemyselných franchisingových zmlúv) má určité osobitné vlastnosti, ako je používanie jednotného obchodného mena, uplatňovanie jednotných obchodných metód (vrátane udeľovania licencií na práva duševného vlastníctva) a vyplácanie licenčných poplatkov výmenou za poskytnuté výhody. Vzhľadom na tieto špecifiká možno ustanovenia, ktoré sú nevyhnutne potrebné na fungovanie takýchto distribučných systémov, považovať za také, ktoré nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Týka sa to napríklad obmedzení, ktoré bránia tomu, aby mali z know-how a pomoci poskytovanými poskytovateľom franchisingu prospech jeho konkurenti⁶⁴, a povinnosti nekonkurovať si, pokiaľ ide o tovar alebo služby zakúpené nadobúdateľom franchisingu, ktorá je potrebná na zachovanie spoločnej identity a povesti siete franchisingu. V druhom prípade nie je podstatné obdobie trvania povinnosti nekonkurovať si, pokiaľ nepresahuje obdobie trvania samotnej franchisingovej zmluvy.
- (151) Nariadenie VBER sa vzťahuje na franchisingové zmluvy v prípade, že trhový podiel dodávateľa ani kupujúceho nepresahuje 30 %.⁶⁵ Udeľovanie licencií na práva duševného vlastníctva uvedené vo franchisingových zmluvách sa rieši v bodoch 67 až 82 týchto usmernení. Vertikálne obmedzenia uvedené vo franchisingových zmluvách sa budú posudzovať podľa pravidiel uplatniteľných na distribučný systém, ktorý najviac zodpovedá povahe konkrétnej franchisingovej zmluvy. Napríklad franchisingová zmluva, na základe ktorej vzniká uzavretá sieť, keďže členovia nesmú predávať nečlenom, sa posudzuje podľa pravidiel uplatniteľných na selektívnu distribúciu. Naopak, franchisingová zmluva, ktorou sa udeľuje územná exkluzivita a ochrana pred aktívnym predajom zo strany iných nadobúdateľov franchisingu, sa posudzuje podľa pravidiel uplatniteľných na výhradnú distribúciu.
- (152) Na franchisingové zmluvy, ktoré zahŕňajú veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže vrátane stanovenia ceny na ďalší predaj⁶⁶, sa nariadenie VBER nevzťahuje. Zmluvy, na ktoré sa nariadenie VBER nevzťahuje, treba posudzovať individuálne podľa článku 101. Pri tomto posúdení by sa malo zohľadniť, že čím významnejší je prevod know-how, tým je pravdepodobnejšie, že vertikálne obmedzenia prinesú účinky zvyšujúce efektívnosť a/alebo sú nevyhnutné na ochranu know-how, a preto spĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3.

⁶⁴ Pozri rozsudok vo veci 161/84, Pronuptia de Paris GmbH/Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis, EU:C:1986:41, bod 16.

⁶⁵ Pozri aj body 86 až 95, najmä bod 92.

⁶⁶ Pozri rozsudok vo veci 161/84, Pronuptia de Paris GmbH/Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis, EU:C:1986:41, bod 23.

Výrobca vyvinul nový spôsob predaja sladkostí v takzvaných zábavných obchodoch, kde sa môžu sladkosti farbiť podľa želania spotrebiteľa. Výrobca sladkostí vyvinul aj stroje na ich farbenie a vyrába príslušné farbiace kvapaliny. Na výrobu dobrých sladkostí je veľmi dôležitá kvalita a čerstvosť kvapaliny. Výrobca dosiahol úspech so svojimi sladkosťami prostredníctvom niekoľkých vlastných maloobchodných predajní, ktoré boli všetky prevádzkované pod tým istým obchodným menom a s jednotným zábavným imidžom (napr. jednotný spôsob úpravy obchodov a jednotná reklama). V snahe rozšíriť predaj výrobca sladkostí začal so systémom franchisingu. Na zabezpečenie jednotnej kvality produktov a jednotného imidžu obchodov sú nadobúdatelia franchisingu povinní nakupovať sladkosti, kvapalinu a farbiace stroje od výrobcu, prevádzkovať podnik pod rovnakým obchodným menom, platiť franchisingový poplatok, prispievať k jednotnej reklame a zabezpečiť dôvernosť operačného manuálu, ktorý vypracoval poskytovateľ franchisingu. Okrem toho nadobúdatelia franchisingu môžu predávať z dohodnutých priestorov len koncovým používateľom alebo iným prijímateľom franchisingu. Vo svojich obchodoch nemôžu predávať iné sladkosti. Poskytovateľ franchisingu nesmie na danom zmluvnom území vymenovať iného nadobúdateľa franchisingu ani sám nesmie na ňom prevádzkovať maloobchodnú predajňu. Poskytovateľ franchisingu je takisto povinný zlepšovať a ďalej rozvíjať svoje produkty, obchodnú perspektívu a operačný manuál a tieto zlepšenia sprístupňovať všetkým nadobúdateľom franchisingu. Franchisingové zmluvy sa uzatvárajú na obdobie 10 rokov.

Maloobchodníci so sladkosťami nakupujú svoje sladkosti na domácom trhu od domácich výrobcov, ktorí zohľadňujú národné chute, alebo od veľkoobchodníkov, ktorí okrem predaja produktov od domácich výrobcov dovážajú aj sladkosti od zahraničných výrobcov. Produkty poskytovateľa franchisingu na tomto trhu konkurujú niekoľkým domácim a medzinárodným značkám sladkostí, ktoré v niektorých prípadoch vyrábajú veľké diverzifikované potravinárske spoločnosti. Na trhu so strojmi na farbenie potravín má poskytovateľ franchisingu trhovú podiel nižší ako 10 %. Na trhu so sladkosťami predávanými maloobchodníkom má poskytovateľ franchisingu trhovú podiel 30 %. Existuje mnoho miest na predaj sladkostí v podobe trafik, bežných maloobchodných predajní s potravinami, bufetov a špecializovaných obchodov s cukrovinkami.

Väčšinu záväzkov uvedených vo franchisingových zmluvách možno považovať za potrebnú na ochranu práv duševného vlastníctva alebo na zachovanie spoločnej identity a povesti siete franchisingu, a preto nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Obmedzenia predaja (t. j. určenie zmluvného územia a selektívna distribúcia) poskytujú stimul pre nadobúdateľov franchisingu, aby investovali do franchisingovej koncepcie a farbiaceho stroja a aby pomohli zachovať spoločnú identitu, a tak vyvážiť stratu hospodárskej súťaže v rámci značky. Doložka o zákaze konkurencie vylučujúca ostatné značky sladkostí z obchodov počas celého obdobia trvania zmlúv umožňuje poskytovateľovi franchisingu zachovať jednotný charakter predajní a zabrániť konkurentom, aby využívali jeho obchodné meno vo svoj prospech. Vzhľadom na vysoký počet predajní, ktoré majú k dispozícii iní výrobcovia sladkostí, to nevedie k žiadnemu vážnemu uzavretiu trhu. V dôsledku toho je pravdepodobné, že franchisingové zmluvy spĺňajú podmienky na udelenie výnimky podľa článku 101 ods. 3 v rozsahu, v akom sa na ne vzťahuje článok 101 ods. 1.

5. VYMEDZENIE TRHU A VÝPOČET TRHOVÉHO PODIELU

5.1. Oznámenie o vymedzení trhu

- (154) Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže Spoločenstva (ďalej len „oznámenie o vymedzení trhu“) poskytuje usmernenia k pravidlám, kritériám a dôkazom, ktoré Komisia používa pri riešení otázok súvisiacich s vymedzením trhu.⁶⁷ Na účely uplatňovania článku 101 na vertikálne dohody by sa preto príslušný trh mal vymedziť na základe uvedených usmernení a akýchkoľvek budúcich usmernení týkajúcich sa vymedzenia príslušného trhu na účely práva hospodárskej súťaže EÚ. Tieto usmernenia sa zaoberajú len osobitnými otázkami, ktoré vznikajú v súvislosti s uplatňovaním nariadenia VBER a na ktoré sa nevzťahuje oznámenie o vymedzení trhu.

5.2. Výpočet trhových podielov podľa nariadenia VBER

- (155) Podľa článku 3 nariadenia VBER sú trhové podiely dodávateľa i kupujúceho rozhodujúcim faktorom pri rozhodovaní o uplatnení skupinovej výnimky. Na uplatnenie nariadenia VBER trhový podiel dodávateľa na trhu, na ktorom predáva zmluvný tovar alebo služby kupujúcemu, ani trhový podiel kupujúceho na trhu, na ktorom kupuje zmluvný tovar alebo služby, nesmú presahovať 30 %. Trhové podiely vo všeobecnosti netreba počítať v prípade dohôd medzi MSP (pozri bod 26 týchto usmernení).
- (156) Na úrovni distribúcie sa vertikálne obmedzenia zvyčajne týkajú nielen predaja produktov medzi dodávateľom a kupujúcim, ale aj ich ďalšieho predaja. Keďže rôzne formy distribúcie medzi sebou zvyčajne súťažia, trhy vo všeobecnosti nebývajú vymedzené podľa uplatňovanej formy distribúcie, konkrétne výhradnej, selektívnej či voľnej distribúcie. V prípade, že dodávatelia vo všeobecnosti predávajú portfólio produktov, vymedzenie produktového trhu môže určovať celé portfólio, keď kupujúci za zastupiteľné produkty považujú portfólio, a nie jednotlivé produkty, z ktorých toto portfólio pozostáva.
- (157) Ak sa vertikálna dohoda týka troch strán, z ktorých každá pôsobí na inej úrovni obchodu, na uplatnenie nariadenia VBER trhový podiel žiadnej z týchto strán nesmie presahovať 30 %. Ako je uvedené v článku 3 ods. 2 nariadenia VBER, keď na základe mnohostrannej dohody podnik kupuje zmluvný tovar alebo služby od iného podniku, ktorý je stranou tejto dohody, a predáva zmluvný tovar alebo služby ďalšiemu podniku takisto zúčastnenému na tejto dohode, nariadenie VBER sa uplatní len vtedy, keď jeho trhový podiel ako kupujúceho a zároveň ako dodávateľa nepresahuje hraničnú hodnotu 30 %. Ak je napríklad v dohode medzi výrobcou, veľkoobchodníkom (alebo združením maloobchodníkov) a maloobchodníkom dohodnutá povinnosť nekonkurovať si, potom na uplatnenie nariadenia VBER trhové podiely výrobcu ani veľkoobchodníka (alebo združenia maloobchodníkov) na ich príslušných dodávateľských trhoch nesmú presahovať 30 % a trhový podiel veľkoobchodníka (alebo združenia maloobchodníkov) a maloobchodníka na ich príslušných nákupných trhoch nesmie presahovať 30 %.
- (158) Ak vertikálna dohoda obsahuje okrem dodávky zmluvného tovaru alebo služieb aj ustanovenia o právach duševného vlastníctva (napríklad ustanovenie o použití ochrannej známky dodávateľa), ktoré kupujúcemu pomôžu pri uvedení zmluvného tovaru alebo služieb na trh, z hľadiska uplatnenia nariadenia VBER je relevantný

⁶⁷ Ú. v. ES C 372, 9.12.1997, s. 5 – 13.

trhový podiel dodávateľa na trhu, na ktorom zmluvný tovar alebo služby predáva. Ak poskytovateľ franchisingu nedodáva tovar ani služby na účely ďalšieho predaja tohto tovaru alebo týchto služieb, ale poskytuje súbor tovaru alebo služieb v kombinácii s ustanoveniami o právach duševného vlastníctva, ktoré spolu tvoria obchodnú metódu poskytovanú v rámci franchisingu, poskytovateľ franchisingu musí v záujme poskytovania osobitného tovaru alebo osobitných služieb koncovým používateľom ako poskytovateľ obchodnej metódy zohľadniť svoj trhový podiel. Na tento účel musí poskytovateľ franchisingu vypočítať svoj trhový podiel na trhu, na ktorom nadobúdatelia franchisingu používajú obchodnú metódu na poskytovanie tovaru alebo služieb koncovým používateľom. Poskytovateľ franchisingu preto musí pri výpočte svojho trhového podielu vychádzať z hodnoty tovaru alebo služieb dodávaných na tento trh nadobúdateľmi jeho franchisingu. Na tomto trhu môžu byť konkurentmi poskytovateľa franchisingu poskytovatelia iných obchodných metód v rámci franchisingu, ale aj dodávatelia zastupiteľného tovaru alebo služieb bez uplatnenia franchisingu. Napríklad, bez toho, aby tým bolo dotknuté vymedzenie takéhoto trhu, v prípade trhu so službami rýchleho občerstvenia, poskytovateľ franchisingu pôsobiaci na takomto trhu by musel vypočítať svoj trhový podiel na základe príslušných údajov o tržbách nadobúdateľov jeho franchisingu na tomto trhu.

5.3. Výpočet trhových podielov podľa nariadenia VBER

- (159) Ako sa stanovuje v článku 7 písm. a) nariadenia VBER, trhové podiely dodávateľa a kupujúceho by sa v zásade mali vypočítavať na základe údajov týkajúcich sa hodnoty. Ak údaje týkajúce sa hodnoty nie sú k dispozícii, môžu sa urobiť podložené odhady založené na iných spoľahlivých informáciách o trhu, ako sú napríklad údaje o objeme.
- (160) Interná dodávka tovaru alebo služieb medzis potreby na vlastné použitie dodávateľa môže byť v konkrétnom prípade relevantná pre analýzu hospodárskej súťaže, ale nebude sa zohľadňovať na účely vymedzenia trhu ani na výpočet trhových podielov podľa nariadenia VBER. Naopak, podľa článku 7 písm. c) nariadenia VBER v prípade dvojakej distribúcie konečného tovaru (t. j. keď dodávateľ konečného tovaru koná aj ako distribútor tohto tovaru na trhu) by vymedzenie trhu a výpočet trhového podielu mali zahŕňať dodávateľov predaj vlastného tovaru uskutočňovaný prostredníctvom jeho vertikálne integrovaných distribútorov a obchodných zástupcov. Integrovaní distribútori sú prepojené podniky v zmysle článku 1 ods. 2 nariadenia VBER.⁶⁸

6. UPLATŇOVANIE NARIADENIA VBER

6.1. Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa nariadenia VBER

- (161) Článok 4 nariadenia VBER obsahuje zoznam veľmi závažných obmedzení, ktoré sa považujú za vážne obmedzenia hospodárskej súťaže, ktoré by sa vo väčšine prípadov mali zakázať z dôvodu škody, ktorú spôsobujú spotrebiteľom. Vertikálne dohody, ktoré zahŕňajú jedno alebo viac veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže, sú ako celok vylúčené z rozsahu uplatňovania nariadenia VBER.
- (162) Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže uvedené v článku 4 nariadenia VBER sa vzťahujú na vertikálne dohody týkajúce sa obchodu v rámci Únie. Preto

⁶⁸ Na účely vymedzenia trhu a výpočtu trhového podielu nie je dôležité, či integrovaný distribútor predáva aj tovar alebo služby konkurentov.

pokiaľ ide o vertikálne dohody týkajúce sa vývozu mimo Únie alebo dovozu/opätovného dovozu z krajín mimo Únie, z judikatúry Súdneho dvora Európskej únie vyplýva, že takéto dohody nemožno považovať za dohody, ktorých cieľom je výrazne obmedziť hospodársku súťaž v rámci Únie, ani za dohody, ktoré ako také dokážu ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi.⁶⁹

- (163) Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa článku 4 nariadenia VBER sú vo všeobecnosti obmedzenia hospodárskej súťaže z hľadiska cieľa v zmysle článku 101 ods. 1.⁷⁰ Obmedzenia hospodárskej súťaže z hľadiska cieľa v zmysle článku 101 ods. 1 sú dohody, ktoré majú vzhľadom na svoju povahu potenciál obmedziť hospodársku súťaž.⁷¹ V tejto súvislosti z judikatúry Súdneho dvora vyplýva, že určité druhy koordinácie medzi podnikmi preukazujú dostatočný stupeň narušenia hospodárskej súťaže na to, aby bolo možné konštatovať, že nie je potrebné skúmať ich účinky.⁷² Konštatovanie obmedzenia z hľadiska cieľa si vyžaduje individuálne posúdenie dotknutej vertikálnej dohody. Naopak, veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže zodpovedajú kategórii obmedzení podľa nariadenia VBER, pri ktorých sa predpokladá, že vo všeobecnosti vedú k narušeniu hospodárskej súťaže, takže v prípade vertikálnej dohody obsahujúcej takéto veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže nemožno udeliť skupinovú výnimku podľa článku 2 ods. 1 nariadenia VBER.
- (164) Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže však nemusia nevyhnutne patriť do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Ak je veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže podľa nariadenia VBER objektívne nevyhnutné pre vertikálnu dohodu určitého typu alebo povahy, napríklad na zabezpečenie dodržiavania verejného zákazu predaja nebezpečných látok určitým zákazníkom z dôvodov bezpečnosti alebo zdravia, táto dohoda výnimočne nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Vzhľadom na uvedené skutočnosti, a najmä na to, že veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže sú vo všeobecnosti obmedzenia hospodárskej súťaže z hľadiska cieľa, Komisia pri posudzovaní vertikálnej dohody uplatní tieto zásady:
- a) ak je veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže v zmysle článku 4 nariadenia VBER zahrnuté do vertikálnej dohody, táto dohoda bude pravdepodobne patriť do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1;
 - b) dohoda, ktorá zahŕňa veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže v zmysle článku 4 nariadenia VBER, pravdepodobne nespĺňa podmienky uvedené v článku 101 ods. 3.⁷³
- (165) Podnik však môže v individuálnom prípade preukázať účinky podporujúce hospodársku súťaž podľa článku 101 ods. 3.⁷⁴ Na tento účel musí podnik pri

⁶⁹ Pozri rozsudok vo veci C-306/96, Javico/Yves Saint Laurent, EU:C:1998:173, bod 20.

⁷⁰ Pozri dokument Komisie *Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice* (Usmernenia k obmedzeniam hospodárskej súťaže „z hľadiska cieľa“ na účely vymedzenia toho, na ktoré dohody sa môže vzťahovať oznámenie *de minimis*), SWD(2014) 198 final, s. 4.

⁷¹ Pozri rozsudok vo veci C-8/08, T-Mobile Netherlands, EU:C:2009:343, bod 31.

⁷² Pozri rozsudok vo veci C-67/13, Groupement des Cartes Bancaires, EU:C:2014:2204, bod 49.

⁷³ Pozri rozsudok vo veci C-439/09, Pierre Fabre, EU:C:2011:649, bod 57.

⁷⁴ Pozri najmä bod 14 písm. a) až i) týchto usmernení, v ktorých sa vo všeobecnosti opisujú prípadné účinky zvyšujúce efektívnosť týkajúce sa vertikálnych obmedzení, a oddiel 6.1.1 týchto usmernení o obmedzeniach cien ďalšieho predaja. Súvisiace všeobecné usmernenie sa nachádza v oznámení

preukazovaní splnenia všetkých podmienok uvedených v článku 101 ods. 3 dokázať, že tieto účinky zvyšujúce efektívnosť pravdepodobne vyplnú zo zahrnutia veľmi závažného obmedzenia hospodárskej súťaže do dohody. V takomto prípade Komisia pred konečným posúdením toho, či sú splnené podmienky uvedené v článku 101 ods. 3, posúdi negatívny vplyv na hospodársku súťaž, ktorý pravdepodobne bude výsledkom zahrnutia veľmi závažného obmedzenia hospodárskej súťaže do dohody.⁷⁵

- (166) Príklady v nasledujúcich troch bodoch týchto usmernení sú určené na ilustráciu toho, za akých výnimočných okolností nemusí veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže patriť do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1.
- (167) Príklad skutočného vstupu

Distribútor, ktorý ako prvý predáva novú značku alebo existujúcu značku na novom trhu, čím si zabezpečí skutočný vstup, sa môže zaviazat', že vynaloží značné investície, ak predtým nebol žiadny dopyt po tomto konkrétnom druhu produktu vo všeobecnosti ani po tomto druhu produktu od konkrétneho výrobcu. Ak vezmeme do úvahy, že takéto výdavky môžu často prepadnúť, distribútor nemusí za týchto okolností uzatvoriť dohodu o distribúcii bez ochrany na určité obdobie proti aktívnemu a pasívnemu predaju na svoje územie alebo svojej skupine zákazníkov inými distribútormi.

Takáto situácia môže napríklad nastať, keď výrobca usadený na určitom domacom trhu vstúpi na iný domáci trh a uvedie naň svoje produkty za pomoci výhradného distribútora, ktorý musí investovať do uvedenia a umiestnenia značky na tento nový trh. Keď sú na vytvorenie a/alebo rozvoj nového trhu nevyhnutné značné investície zo strany distribútora, obmedzenia pasívneho predaja inými distribútormi na takéto územie alebo takejto skupine zákazníkov, ktoré sú pre distribútora nevyhnutné na vrátenie týchto investícií, vo všeobecnosti nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 v období prvých dvoch rokov, počas ktorých tento distribútor predáva zmluvný tovar alebo služby na dané územie alebo danej skupine zákazníkov, hoci by sa takéto obmedzenia za normálnych okolností považovali za veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, pri ktorých sa predpokladá, že patria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1.

- (168) Príklad krížových dodávok medzi autorizovanými distribútormi

V prípade selektívneho distribučného systému musia krížové dodávky medzi autorizovanými distribútormi za normálnych okolností zostať voľné (pozri bod 187 týchto usmernení). Pokiaľ sú však autorizovaní veľkoobchodníci pôsobiaci na rôznych územiach povinní investovať do propagačných činností na území, na ktorom distribuujú dotknutý tovar alebo služby, aby tak podporili predaj autorizovaných distribútorov, a špecifikovanie požadovaných propagačných činností v zmluve nie je

Komisie – Oznámenie – Usmernenia o uplatňovaní článku 81 ods. 3 zmluvy (Ú. v. EÚ C 101, 27.4.2004, s. 97).

⁷⁵

Takýmto posúdením nie je dotknutá skutočnosť, že osobitné obmedzenie môže byť napriek tomu automaticky neplatné, ak predstavuje porušenie zákazov týkajúcich sa pasívneho predaja stanovených v nariadení o geografickom blokovani, pozri článok 6 ods. 2 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/302 z 28. februára 2018 o riešení neodôvodneného geografického blokovaní a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu, ktorým sa menia nariadenia (ES) č. 2006/2004 a (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES.

praktické, obmedzenia aktívneho predaja týmito veľkoobchodníkmi zamerané na autorizovaných distribútorov pôsobiacich na územiach iných veľkoobchodníkov, ktorých cieľom je prekonať možné parazitovanie, môžu v jednotlivých prípadoch spĺňať podmienky uvedené v článku 101 ods. 3.

(169) Príklad skutočného testovania

V prípade skutočného testovania nového produktu na obmedzenom území alebo vo vzťahu k obmedzenej skupine zákazníkov, alebo v prípade, že ide o nový produkt uvádzaný na trh postupne, distribútori vymenovaní na predaj nového produktu na testovacím trhu alebo na účasť v prvej etape (prvých etapách) postupného uvádzania produktu na trh môžu byť obmedzení v aktívnom predaji mimo testovacieho trhu alebo trhov v prípade, že sa na produkt pri jeho prvom uvádzaní na trh nevzťahuje článok 101 ods. 1 počas obdobia nevyhnutého na testovanie alebo uvedenie produktu na trh.

6.1.1. Stanovenie ceny na ďalší predaj

- (170) Veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže uvedené v článku 4 písm. a) nariadenia VBER sa týka stanovenia ceny na ďalší predaj, t. j. dohôd alebo zosúladených postupov, ktorých priamym alebo nepriamym cieľom je stanovenie pevnej alebo minimálnej ceny na ďalší predaj alebo pevnej alebo minimálnej cenovej hladiny, ktorú má kupujúci dodržiavať.⁷⁶ Vertikálna dohoda alebo zosúladený postup, ktoré sa týkajú určitého rozsahu, v rámci ktorého musí kupujúci stanoviť cenu, preto nie sú v súlade s článkom 4 písm. a) nariadenia VBER.
- (171) Stanovenie ceny na ďalší predaj možno stanoviť priamymi spôsobmi. Týka sa to zmluvných ustanovení alebo príslušných postupov, ktorými sa priamo stanovuje maloobchodná cena, a preto vedú k jasným obmedzeniam.⁷⁷ Takéto obmedzenia zahŕňajú zmluvné ustanovenia, ktorými sa dodávateľovi umožňuje stanoviť cenu, ktorú musí kupujúci účtovať svojmu zákazníkovi, alebo sa kupujúcemu zakazuje predávať pod určitou cenovou hladinou. Obmedzenie je jasné aj vtedy, keď dodávateľ požiadala o zvýšenie ceny a kupujúci takejto žiadosti vyhovie.
- (172) Stanovenie ceny na ďalší predaj možno dosiahnuť aj nepriamymi spôsobmi vrátane stimulov na dodržiavanie minimálnej ceny alebo demotivačných faktorov, ktoré odrádzajú od odchýlenia sa od minimálnej ceny. Nasledujúce príklady slúžia na poskytnutie neúplného zoznamu takýchto nepriamych spôsobov:
- stanovenie pevnej distribučnej marže,
 - stanovenie pevnej maximálnej úrovne zľavy, ktorú distribútor môže udeliť z predpísanej cenovej hladiny,
 - podmieňovanie poskytovania rabatov alebo náhrady za propagačné náklady zo strany dodávateľa dodržaním danej cenovej hladiny,

⁷⁶ Pokiaľ ide o rozlíšenie medzi vertikálnymi dohodami a zosúladenými postupmi, pozri body 48 až 51 týchto usmernení. Toto rozlíšenie však doteraz v praxi týkajúcej sa presadzovania nezohrávalo dôležitú úlohu, keďže na konštatovanie porušenia článku 101 nie je potrebné medzi nimi rozlišovať. Okrem toho treba poznamenať, že stanovenie ceny na ďalší predaj môže byť spojené s inými obmedzeniami vrátane horizontálnej kolúzie v podobe dohôd o výmene informácií prostredníctvom tretích strán (tzv. *hub-and-spoke* dohody), ktoré sa rozoberajú v bode 55 usmernení o horizontálnej spolupráci.

⁷⁷ Pozri napríklad rozhodnutie Komisie vo veci AT.40182 Guess, body 84, 86 a 137.

- prepojenie predpísanej ceny ďalšieho predaja s cenami ďalšieho predaja konkurentov a
 - hrozby, zastrašovanie, varovania, sankcie, oneskorenie alebo pozastavenie dodávok alebo vypovedania zmlúv v súvislosti s dodržiavaním danej cenovej hladiny.
- (173) Ako sa však stanovuje v článku 4 písm. a) nariadenia VBER, uloženie maximálnej maloobchodnej ceny alebo určenie odporúčania týkajúceho sa ceny ďalšieho predaja dodávateľom samo osebe nepredstavuje stanovenie ceny na ďalší predaj. Ak však dodávateľ kombinuje takúto maximálnu cenu alebo odporúčanie ceny ďalšieho predaja so stimulmi na uplatnenie určitej cenovej hladiny alebo s demotivačnými faktormi, ktoré odrádzajú od zníženia predajnej ceny, môže to predstavovať stanovenie ceny na ďalší predaj. Príkladom stimulov na uplatnenie určitej cenovej hladiny je náhrada za propagačné náklady v prípade dodržania maximálnej ceny ďalšieho predaja alebo odporúčanej ceny ďalšieho predaja. Príkladom demotivačných faktorov, ktoré odrádzajú od zníženia predajnej ceny, je zásah dodávateľa v prípade, že by sa kupujúci odchýlil od maximálnej alebo odporúčanej ceny ďalšieho predaja, napríklad tým, že by hrozil obmedzením ďalších dodávok.
- (174) Politiky minimálnych propagovaných cien, ktorými sa maloobchodníkom zakazuje propagovať ceny pod určitou sumou stanovenou dodávateľom, môžu podobným spôsobom takisto predstavovať stanovenie ceny na ďalší predaj, napríklad v prípadoch, keď dodávateľ ukladá maloobchodníkom sankcie za to, že v konečnom dôsledku predávajú za nižšie ako minimálne propagované ceny, vyžaduje od nich, aby neponúkali zľavy, alebo im bráni informovať o tom, že konečná cena sa môže líšiť od príslušnej minimálnej propagovanej ceny.
- (175) Priame alebo nepriame spôsoby dosiahnutia stanovenia pevných cien môžu byť účinnejšie, ak sa kombinujú s opatreniami zameranými na identifikáciu distribútorov, ktorí znižujú ceny, napríklad zavedenie systému monitorovania cien alebo uloženie povinnosti maloobchodníkom upozorňovať na iných členov distribučnej siete, ktorí nedodržiavajú štandardnú cenovú hladinu. Tieto opatrenia však nie sú samy osebe dostatočné na zistenie stanovenia ceny na ďalší predaj, keďže dodávatelia ich môžu použiť na zvýšenie efektívnosti dodávateľského alebo distribučného reťazca alebo na iné účely, ktoré nesúvisia s priamymi ani nepriamymi spôsobmi dosiahnutia stanovenia ceny na ďalší predaj.
- (176) V elektronickom obchode sa čoraz viac využíva monitorovanie cien, v rámci ktorého výrobcovia i maloobchodníci často používajú osobitný softvér na monitorovanie cien.⁷⁸ Takéto monitorovanie cien samo osebe nepredstavuje stanovenie ceny na ďalší predaj. Zvyšuje sa ním však cenová transparentnosť na trhu, čo výrobcom umožňuje účinne sledovať ceny ďalšieho predaja vo svojej distribučnej sieti a v prípade poklesu cien rýchlo zasiahnuť. Maloobchodníkom takisto umožňuje účinne sledovať ceny svojich konkurentov a oznamovať zníženia cien výrobcovi spolu so žiadosťou o zasiahnutie proti takémuto poklesu cien.⁷⁹

⁷⁸ Pozri pracovný dokument útvarov Komisie, ktorý je sprievodným dokumentom k záverečnej správe o odvetvovom prieskume týkajúcom sa elektronického obchodu, dokument SWD(2017) 154 final z 10.5.2017, body 602 – 603.

⁷⁹ Pozri rozhodnutia Komisie vo veciach AT.40182 Pioneer, body 136 a 155; AT.40182 Denon & Marantz, bod 95; AT.40181 Philips, bod 64; pozri rozhodnutia Komisie vo veciach AT.40182 Pioneer, bod 136; AT.40465 Asus, bod 27.

- (177) V prípade dohôd o zastúpení predajnú cenu zvyčajne stanovuje splnomocniteľ, pretože znáša obchodné a finančné riziká súvisiace s predajom. Ak však takáto dohoda nespĺňa podmienky dohody o zastúpení na účely uplatňovania článku 101 ods. 1 (pozri najmä body 40 až 43 týchto usmernení), povinnosť, ktorou sa obchodnému zástupcovi zabraňuje, aby si rozdelil svoju províziu so zákazníkom, alebo ktorá ho v tom obmedzuje, a to bez ohľadu na to, či je táto provízia pevná alebo variabilná, predstavuje veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže podľa článku 4 písm. a) nariadenia VBER. V snahe predísť využitiu takéhoto veľmi závažného obmedzenia hospodárskej súťaže by obchodnému zástupcovi mala byť ponechaná možnosť znížiť skutočnú cenu zaplatenú zákazníkom bez zníženia príjmu splnomocniteľa.⁸⁰
- (178) Stanovenie pevnej ceny ďalšieho predaja vo vertikálnej dohode medzi dodávateľom a kupujúcim, ktorý vykonáva predtým uzavretú dohodu medzi dodávateľom a konkrétnym koncovým používateľom (ďalej len „zmluva o plnení“), nepredstavuje stanovenie ceny na ďalší predaj, ak sa koncový používateľ vzdal svojho práva vybrať si podnik, ktorý by mal dohodu vykonávať. V takom prípade stanovenie pevnej ceny ďalšieho predaja nevedie k obmedzeniu podľa článku 101 ods. 1, pretože cena ďalšieho predaja už nepodlieha hospodárskej súťaži vo vzťahu k dotknutému koncovému používateľovi. To však platí len v prípade, ak zmluva o plnení nepredstavuje dohodu o zastúpení, ktorá nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, ako sa opisuje najmä v bodoch 40 až 43 týchto usmernení, napríklad preto, že kupujúci nadobúda vlastníctvo zmluvného tovaru určeného na ďalší predaj, alebo preto, že v súvislosti s vykonávaním zmluvy preberá väčšie ako zanedbateľné riziká. Naopak, ak sa koncový používateľ nevzdal svojho práva vybrať si podnik, ktorý by mal dohodu vykonávať, dodávateľ nemôže stanoviť pevnú cenu ďalšieho predaja bez porušenia článku 4 písm. a) nariadenia VBER. Môže však stanoviť maximálnu cenu ďalšieho predaja s cieľom umožniť cenovú súťaž pri vykonávaní dohody.
- (179) Článok 4 písm. a) nariadenia VBER sa v plnej miere uplatňuje v ekonomike online platforiem. Predovšetkým, ak je podnik poskytovateľom online sprostredkovateľských služieb podľa článku 1 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER, je dodávateľom, a preto musí dodržiavať článok 4 písm. a) nariadenia VBER, aby sa vyhol veľmi závažnému obmedzeniu hospodárskej súťaže, pokiaľ ide o sprostredkovaný tovar alebo služby. Hoci to poskytovateľovi online sprostredkovateľských služieb nebráni v tom, aby nabádal používateľov online sprostredkovateľských služieb k predaju ich tovaru alebo služieb na konkurenčnej úrovni, ani v tom, aby znížili svoje ceny, v článku 4 písm. a) nariadenia VBER sa poskytovateľovi online sprostredkovateľských služieb zakazuje uložiť pevnú alebo minimálnu predajnú cenu za transakciu, ktorú sprostredkováva.
- (180) Súdny dvor Európskej únie niekoľkokrát konštatoval, že dohoda, ktorou sa stanovujú minimálne alebo pevné maloobchodné ceny, čo bráni kupujúcemu v tom, aby nezávisle určoval svoje ceny ďalšieho predaja, obmedzuje hospodársku súťaž z hľadiska cieľa v zmysle článku 101 ods. 1.⁸¹ Ako sa však uvádza v bodoch 163 až 165 týchto usmernení, uznanie obmedzenia ako veľmi závažného obmedzenia hospodárskej súťaže a obmedzenia z hľadiska cieľa neznamená, že dohody

⁸⁰ Pozri napríklad rozhodnutie Komisie vo veci č. IV/32.737 Eirpage, najmä bod 6.

⁸¹ Rozsudky vo veciach 243/83, Binon/AMP, EU:C:1985:284, bod 44; C-311/85, VVR/Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten, EU:C:1987:418, bod 17; C-27/87, SPRL Louis Erauw-Jacquery/La Hesbignonne SC, EU:C:1988:183, bod 15.

predstavujúce stanovenie ceny na ďalší predaj samy osebe porušujú článok 101. Ak sa podniky domnievajú, že stanovenie ceny na ďalší predaj v individuálnom prípade zvyšuje efektívnosť, môžu predložiť odôvodnenia na základe zefektívnenia podľa článku 101 ods. 3.

- (181) Stanovenie ceny na ďalší predaj sa vo všeobecnosti považuje za vážne obmedzenie hospodárskej súťaže, pretože môže rôznymi spôsobmi obmedziť hospodársku súťaž v rámci značky a/alebo medzi značkami:
- a) Priamym účinkom stanovenia ceny na ďalší predaj je odstránenie cenovej súťaže v rámci značky tým, že sa všetkým alebo určitým distribútorom zabráni v znížení ich predajných cien dotknutej značky, čo povedie k zvýšeniu jej ceny.
 - b) Stanovenie ceny na ďalší predaj môže uľahčiť kolúziu medzi dodávateľmi, a to najmä na trhoch náchylných na vznik kolúzie, napríklad ak dodávatelia tvoria silný oligopol a na významnú časť trhu sa vzťahujú dohody o stanovení ceny na ďalší predaj. Môže to nastať aj v prípade, že dodávatelia distribuujú svoj tovar alebo služby prostredníctvom tých istých distribútorov, čo im umožňuje využiť ich ako prostriedok na dosiahnutie kolúznej rovnováhy. Stanovenie ceny na ďalší predaj vo všeobecnosti uľahčuje zistenie toho, či sa dodávateľ znížením svojej ceny odchyľuje od kolúznej rovnováhy. To znamená, že ak sa dodávateľ rozhodne nepresadzovať svoju politiku stanovenia ceny na ďalší predaj s cieľom zvýšiť svoj maloobchodný predaj, stanovenie ceny na ďalší predaj by ostatným dodávateľom umožnilo ľahšie zistiť výsledný pokles maloobchodných cien a zodpovedajúcim spôsobom zareagovať.
 - c) Stanovenie ceny na ďalší predaj môže uľahčiť kolúziu medzi kupujúcimi na úrovni distribúcie. Výsledná strata cenovej súťaže sa zdá zvlášť problematická, ak stanovenie ceny na ďalší predaj podnecujú kupujúci. Silní a dobre organizovaní kupujúci môžu byť schopní donútiť alebo presvedčiť jedného alebo viacerých svojich dodávateľov, aby pevne stanovili svoju cenu ďalšieho predaja nad úrovňou konkurencie, čím kupujúcim pomôžu dosiahnuť alebo stabilizovať kolúznú rovnováhu. Stanovenie ceny na ďalší predaj slúži ako nástroj, ktorým sa maloobchodníci zaväzujú, že sa prostredníctvom diskontovania cien nebudú odchyľovať od kolúznej rovnováhy.
 - d) Stanovenie ceny na ďalší predaj môže znížiť tlak na maržu dodávateľa, najmä keď má výrobca problém so záväzkom, t. j. keď má záujem o zníženie ceny účtovanej následným distribútorom. V takej situácii výrobca môže uprednostniť odsúhlasenie stanovenia ceny na ďalší predaj, aby mu to pomohlo zaviazat' sa, že nezníži cenu pre následných distribútorov, a aby znížil tlak na svoju vlastnú maržu.
 - e) Zamedzením cenovej súťaže medzi distribútormi môže stanovenie ceny na ďalší predaj zabrániť vstupu a rozšíreniu efektívnejších alebo nových foriem distribúcie alebo ich sťažiť, čím sa obmedzí inovácia na úrovni distribúcie.
 - f) Stanovenie ceny na ďalší predaj môže vykonávať dodávateľ s trhovou silou, ktorá mu umožní uzavrieť trh pre menších konkurentov. Zvýšená marža, ktorá sa môže na základe stanovenia ceny na ďalší predaj poskytnúť distribútorom, ich môže motivovať k tomu, aby pri poskytovaní poradenstva zákazníkom uprednostňovali značku tohto dodávateľa pred značkami konkurentov, a to aj vtedy, keď takéto poradenstvo nie je v záujme týchto zákazníkov, alebo k tomu, aby tieto značky konkurentov vôbec nepredávali.

(182) Stanovenie ceny na ďalší predaj však môže viesť aj k účinkom zvyšujúcim efektívnosť, najmä ak je podnecované dodávateľom. Ak sa podniky odvolávajú na článok 101 ods. 3 a tvrdia, že stanovenie ceny na ďalší predaj môže viesť k účinkom zvyšujúcim efektívnosť, je na nich, aby predložili konkrétne dôkazy na podloženie tohto tvrdenia a preukázali, že podmienky uvedené v článku 101 ods. 3 sú v tomto individuálnom prípade skutočne splnené. Ďalej sú uvedené tri príklady takejto obhajoby na základe zefektívnenia.

- a) Keď výrobca zavedie nový produkt, stanovenie ceny na ďalší predaj môže byť efektívnym spôsobom, ako distribútorov podnietiť k tomu, aby viac zohľadňovali záujem výrobcu propagovať tento produkt, najmä ak ide o úplne nový produkt, a aby zvýšili predajné úsilie. Ak distribútori na príslušnom trhu čelia konkurenčnému tlaku, tento tlak ich môže podnietiť k rozšíreniu celkového dopytu po produkte a zabezpečeniu úspešného uvedenia produktu na trh, a to aj v prospech spotrebiteľov. V článku 101 ods. 3 sa vyžaduje, aby neexistovali menej obmedzujúce prostriedky. Na splnenie tejto požiadavky môžu dodávatelia napríklad preukázať, že uloženie požiadavky na účinnú propagáciu na základe zmluvy všetkým kupujúcim nie je v praxi uskutočniteľné. Za takýchto okolností zavedenie pevných alebo minimálnych maloobchodných cien na obmedzené obdobie s cieľom uľahčiť zavedenie nového produktu možno považovať za opatrenie, ktoré celkovo podporuje hospodársku súťaž.
- b) Na zorganizovanie koordinovanej krátkodobej kampane s nízkou cenou (vo väčšine prípadov od dvoch do šiestich týždňov), z ktorej budú mať prospech aj spotrebiteľia, môžu byť potrebné nielen maximálne ceny ďalšieho predaja, ale aj pevné ceny ďalšieho predaja. Môžu byť potrebné najmä na zorganizovanie takejto kampane v distribučnom systéme, v ktorom dodávateľ uplatňuje jednotnú formu distribúcie, ako napríklad franchisingový systém. Uloženie pevných maloobchodných cien možno vzhľadom na jeho dočasný charakter považovať za opatrenie, ktoré celkovo podporuje hospodársku súťaž.
- c) V niektorých prípadoch môžu maloobchodníci vďaka vyššej marži v dôsledku stanovenia ceny na ďalší predaj poskytovať (dodatočné) predpredajné služby, najmä v prípade produktov založených na skúsenosti alebo zložitých produktov. Pokiaľ takéto služby využije pri rozhodovaní dostatok zákazníkov, ktorí si však tovar následne zakúpia za nižšiu cenu od maloobchodníkov, ktorí takéto služby neposkytujú (a teda neznášajú príslušné náklady), môžu maloobchodníci poskytujúci vysokokvalitné služby obmedziť alebo ukončiť tieto služby, ktoré podporujú dopyt po produkte od dodávateľa. Stanovenie ceny na ďalší predaj môže pomôcť zabrániť takémuto parazitovaniu na úrovni distribúcie. Dodávateľ bude musieť presvedčivo preukázať, že dohoda o stanovení ceny na ďalší predaj je potrebná na prekonanie parazitovania maloobchodníkov na týchto službách. V tomto prípade je pravdepodobnosť, že sa stanovenie ceny na ďalší predaj preukáže ako opatrenie, ktoré podporuje hospodársku súťaž, vyššia, ak je hospodárska súťaž medzi dodávateľmi silná a dodávateľ má obmedzenú trhovú silu.

(183) Pravidlo bezpečného prístavu stanovené nariadením VBER sa vzťahuje na odporúčanie ceny ďalšieho predaja ďalšiemu predávajúcemu alebo na požadovanie od ďalšieho predávajúceho, aby rešpektoval maximálnu cenu ďalšieho predaja, ak trhovú podiel žiadnej zo strán dohody nepresahuje 30 % hraničnú hodnotu, pokiaľ sa táto cena nerovná minimálnej alebo pevnej predajnej cene v dôsledku tlaku

ktorejkoľvek zo strán alebo na základe ich podnetov, ako sa uvádza v bodoch 172 až 173 týchto usmernení. V zvyšnej časti tohto oddielu sa uvádzajú usmernenia na posudzovanie odporúčaných alebo maximálnych cien v prípade prekročenia hraničného trhového podielu.

- (184) Možné riziko odporúčaných a maximálnych cien pre hospodársku súťaž spočíva v tom, že budú východiskom pre ďalších predávajúcich a väčšina z nich alebo všetci majú tendenciu ich dodržiavať. Okrem toho odporúčané a maximálne ceny môžu zmierniť hospodársku súťaž alebo uľahčiť kolúziu medzi dodávateľmi.
- (185) Dôležitým faktorom na posúdenie prípadných protisúťažných účinkov odporúčaných alebo maximálnych cien ďalšieho predaja je postavenie dodávateľa na trhu. Čím silnejšie je postavenie dodávateľa na trhu, tým väčšie je riziko, že odporúčaná alebo maximálna cena ďalšieho predaja povedie k viac alebo menej jednotnému uplatňovaniu danej cenovej hladiny ďalšími predávajúcimi, pretože ju môžu využívať ako východisko. Môžu považovať za zložité odchyliť sa od toho, čo vnímajú ako preferovanú cenu ďalšieho predaja navrhovanú takýmto významným dodávateľom na trhu.
- (186) Keď sa pri odporúčaných alebo maximálnych cenách ďalšieho predaja zistia citeľné protisúťažné účinky, vzniká otázka možnej výnimky podľa článku 101 ods. 3. V prípade maximálnych cien ďalšieho predaja môže mať osobitý význam zabránenie dvojitej marginalizácii. Maximálna cena ďalšieho predaja môže takisto prispieť k zabezpečeniu toho, aby príslušná značka dôraznejšie súťažila s ostatnými značkami vrátane produktov pod svojou vlastnou značkou, ktoré distribuuje ten istý distribútor.

6.1.2. *Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže podľa článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER*

6.1.2.1. Všeobecné zásady podľa článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER

- (187) V článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER sa uvádza zoznam veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže a výnimiek, ktoré sa uplatňujú v závislosti od distribučného systému prevádzkovaného dodávateľom: výhradná distribúcia, selektívna distribúcia alebo voľná distribúcia. Veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže stanovené v článku 4 písm. b), článku 4 písm. c) bode i) a písm. d) nariadenia VBER sa týkajú dohôd alebo zosúladených postupov, ktoré priamo alebo nepriamo, samostatne alebo v kombinácii s inými faktormi pod kontrolou strán majú za cieľ obmedziť predaj zo strany kupujúceho alebo jeho zákazníkov, pokiaľ sa tieto obmedzenia týkajú územia, kam môže kupujúci alebo jeho zákazníci predávať zmluvný tovar alebo služby, alebo skupín zákazníkov, ktorým môže kupujúci alebo jeho zákazníci predávať zmluvný tovar alebo služby. V článku 4 písm. c) bodoch ii) a iii) nariadenia VBER sa stanovuje, že v selektívnom distribučnom systéme obmedzenie krížových dodávok medzi členmi selektívneho distribučného systému, ktorí pôsobia na rovnakej alebo odlišnej úrovni obchodu, ako aj obmedzenie aktívneho alebo pasívneho predaja koncovým používateľom zo strany členov selektívneho distribučného systému, ktorí pôsobia na maloobchodnej úrovni, predstavujú veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže.
- (188) Článok 4 písm. b) až d) nariadenia VBER sa uplatňuje bez ohľadu na použitý predajný kanál. Vertikálne dohody, ktorých cieľom je priamo alebo nepriamo, samostatne alebo v kombinácii s inými faktormi zabrániť kupujúcim alebo ich zákazníkom účinne využívať internet na účely predaja ich tovaru alebo služieb online, obmedzujú územia, kam môže kupujúci alebo jeho zákazníci predávať

zmluvný tovar alebo služby, alebo skupiny zákazníkov, ktorým môže kupujúci alebo jeho zákazníci predávať zmluvný tovar alebo služby, keďže obmedzujú predaj zákazníkom nachádzajúcim sa mimo fyzickej obchodnej oblasti kupujúcich alebo ich zákazníkov.⁸² Zákaz online predaja, ako aj obmedzenia *de facto* zakazujúce alebo obmedzujúce online predaj do tej miery, že *de facto* znemožňujú kupujúcim a ich zákaznikom účinne využívať internet na predaj ich tovaru alebo služieb online, majú za cieľ zabrániť kupujúcim alebo ich zákaznikom účinne využívať internet na predaj ich tovaru alebo služieb online. Obmedzenie, ktoré môže výrazne znížiť celkový objem online predaja na trhu, preto predstavuje veľmi závažné obmedzenie aktívneho alebo pasívneho predaja v zmysle článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER. Posúdenie toho, či je obmedzenie veľmi závažné, nemôže závisieť od okolností špecifických pre trh ani od individuálnych okolností jedného alebo konkrétnych zákazníkov. Cieľom obmedzení, ktoré bránia účinnému využívaniu jedného alebo viacerých online reklamných kanálov kupujúcimi alebo ich zákazníkmi⁸³, je zabrániť kupujúcim alebo ich zákaznikom účinne využívať internet na predaj ich tovaru alebo služieb online, čím obmedzujú predaj zákazníkom, ktorí chcú nakupovať online a ktorí sa nachádzajú mimo fyzickej obchodnej oblasti kupujúcich alebo ich zákazníkov, pretože obmedzujú schopnosť kupujúcich alebo ich zákazníkov zamerať sa na nich, informovať ich o svojej ponuke a prilákať ich do svojho internetového obchodu alebo iných kanálov.

- (189) Tieto veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže môžu byť výsledkom priamych povinností, ako je napríklad povinnosť nepredávať určitým zákazníkom alebo zákazníkom na určitých územiach alebo povinnosť postupovať objednávky od týchto zákazníkov iným distribútorom. Takisto môžu byť výsledkom nepriamych opatrení zameraných na podnecovanie distribútora k tomu, aby nepredával takýmto zákazníkom, ako napríklad:
- a) požiadavka vyžiadať si od dodávateľa predchádzajúci súhlas⁸⁴;
 - b) odmietnutie alebo zníženie bonusov alebo zliav⁸⁵ a kompenzačné platby zo strany dodávateľa, ak distribútor zastaví predaj takýmto zákazníkom;
 - c) ukončenie dodávok;
 - d) obmedzenie alebo zníženie dodávaných objemov, napríklad na úroveň dopytu v rámci prideleného územia alebo pridelenej skupiny zákazníkov;
 - e) hrozba vypovedania zmluvy⁸⁶ alebo neobnovenia zmluvy;
 - f) hrozba alebo vykonanie auditov na overenie dodržiavania žiadosti nepredávať určitým skupinám zákazníkov alebo zákazníkom na určitých územiach;
 - g) vyžadovanie vyššej ceny produktov, ktoré sa majú predávať určitým skupinám zákazníkov alebo zákazníkom na určitých územiach;
 - h) obmedzenie podielu predaja určitým skupinám zákazníkov alebo zákazníkom na určitých územiach;

⁸² Pozri aj rozsudok vo veci C-439/09, Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS/Président de l'Autorité de la concurrence, EU:C:2011:649, bod 54.

⁸³ Pozri rozhodnutia Komisie vo veci AT.40182 Guess, body 118 – 126.

⁸⁴ Pozri napríklad rozsudok vo veci T-77/92, Parker Pen/Komisija, EU:T:1994:85, bod 37.

⁸⁵ Pozri napríklad rozsudok vo veci T-450/05, Peugeot Nederland/Komisija, EU:T:2009:262, bod 47.

⁸⁶ Pozri napríklad rozsudok vo veci T-62/98, Volkswagen/Komisija, EU:T:2000:180, bod 44.

- i) obmedzenie jazykov, ktoré sa majú používať na balení alebo pri propagácii produktov;
 - j) dodávanie iného produktu výmenou za zastavenie takéhoto predaja;
 - k) platby na zastavenie takéhoto predaja;
 - l) povinnosť preniesť na dodávateľa zisky z takéhoto predaja.
- (190) Ďalej môžu byť výsledkom toho, že dodávateľ neposkytuje záručný servis v rámci celej Únie, pričom dodávateľ zvyčajne všetkým distribútorom hradí poskytovanie povinného záručného servisu, a to aj v súvislosti s produktmi predávanými inými distribútormi na ich územie.⁸⁷
- (191) Postupy uvedené v bodoch (187) a (189) týchto usmernení sa budú s väčšou pravdepodobnosťou považovať za obmedzenie predaja kupujúceho, keď ich dodávateľ používa v spojení so systémom monitorovania zameraným na overovanie miesta určenia dodaného tovaru, ako je používanie diferencovaných štítkov, osobitných jazykových klastrov alebo sériových čísel.
- (192) Okrem priamych a nepriamych povinností stanovených v bodoch 187 až 190 týchto usmernení môžu byť veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, ktoré konkrétne súvisia s online predajom, rovnako výsledkom priamych alebo nepriamych povinností. Okrem priameho zákazu využívať internet ako predajný kanál sú ďalšími príkladmi povinností, ktorých cieľom je priamo alebo nepriamo zabrániť distribútorom účinne využívať internet na predaj ich tovaru alebo služieb online kdekoľvek, na určitých územiach alebo určitým skupinám zákazníkov, tieto:
- a) požiadavka, aby distribútor bez ohľadu na distribučný systém, ktorý prevádzkuje, zamedzil zákazníkom nachádzajúcim sa na inom území prezeranie svojho webového sídla alebo aby automaticky presmeroval svojich zákazníkov na webové sídla výrobcu alebo iných distribútorov. Týmto sa nevylučuje povinnosť uložená distribútorovi, aby na svojom webovom sídle uvádzal odkazy na webové sídla iných distribútorov a/alebo dodávateľa;⁸⁸
 - b) požiadavka, aby distribútor bez ohľadu na distribučný systém, ktorý prevádzkuje, ukončil elektronické transakcie spotrebiteľov, keď údaje z ich kreditnej karty odhalia adresu, ktorá sa nenachádza na území distribútora;⁸⁹
 - c) požiadavka, aby distribútor predával len vo fyzickom priestore alebo za fyzickej prítomnosti špecializovaného personálu;⁹⁰

⁸⁷ Ak sa dodávateľ rozhodne neuhrádzať svojim distribútorom služby poskytované v rámci záruky na úrovni celej Únie, môže sa s týmito distribútormi dohodnúť, že distribútor, ktorý uskutoční predaj mimo prideleného územia, bude musieť zaplatiť distribútorovi vymenovanému na cieľovom území poplatok vychádzajúci z nákladov za služby, ktoré sa majú vykonať, vrátane primeranej ziskovej marže. Tento typ režimu nemožno považovať za obmedzenie predaja týchto distribútorov mimo ich územia (pozri rozsudok Súdu prvého stupňa vo veci T-67/01, JCB Service/Komisija, Zb. 2004, s. II-49, body 136 až 145).

⁸⁸ Článok 3 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/302 z 28. februára 2018 o riešení neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu, ktorým sa menia nariadenia (ES) č. 2006/2004 a (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES (Ú. v. EÚ L 60I, 2.3.2018, s. 1 – 15).

⁸⁹ Článok 5 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/302 z 28. februára 2018 o riešení neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie z dôvodu štátnej príslušnosti, miesta bydliska alebo sídla zákazníkov na vnútornom trhu, ktorým sa menia nariadenia (ES) č. 2006/2004 a (EÚ) 2017/2394 a smernica 2009/22/ES (Ú. v. EÚ L 60I, 2.3.2018, s. 1 – 15).

- d) požiadavka, aby si distribútor vyžiadala od dodávateľa predchádzajúce povolenie na online predaj;
- e) požiadavka, aby distribútor na svojom webovom sídle nepoužíval ochranné známky ani názvy značiek dodávateľa;
- f) priamy alebo nepriamy zákaz používania konkrétneho online reklamného kanála, ako sú nástroje na porovnávanie cien alebo reklama na webových vyhľadávačoch, prípadne iné obmedzenia online reklamy, ktorými sa nepriamo zakazuje používanie konkrétneho online reklamného kanála, ako je povinnosť uložená distribútorovi nepoužívať ochranné známky ani názvy značiek dodávateľov pri predkladaní ponúk na uvedenie odkazu vo webových vyhľadávačoch, alebo obmedzenie poskytovania informácií súvisiacich s cenou nástrojom na porovnávanie cien. Kým zákaz používania jedného konkrétneho nástroja na porovnávanie cien alebo webového vyhľadávača by zvyčajne nebránil účinnému využívaniu internetu na účely predaja online, keďže na zvýšenie informovanosti o činnostiach kupujúceho v súvislosti s online predajom by sa mohli použiť iné nástroje na porovnávanie cien alebo webové vyhľadávače, zákaz používania všetkých najpoužívanejších reklamných služieb v príslušnom online reklamnom kanáli by mohol predstavovať takéto zabránenie, ak ostatné nástroje na porovnávanie cien alebo webové vyhľadávače *de facto* nie sú schopné prilákať zákazníkov do internetového obchodu kupujúceho.

(193) Naopak, podľa nariadenia VBER môžu dodávatelia dávať svojim distribútorom určité pokyny, ako sa majú predávať ich produkty. Dodávateľ môže distribútorom uložiť požiadavky na kvalitu bez ohľadu na použitý distribučný model. Dodávatelia sa môžu so svojimi distribútormi dohodnúť na spôsoboch predaja, ktorých cieľom nie je obmedziť územie, kam možno predat produkt a službu, ani skupiny zákazníkov, ktorým možno predat produkt a službu. Napríklad na vertikálne dohody, ktoré obsahujú požiadavky na kvalitu, najmä v súvislosti so selektívnou distribúciou, ako je minimálna veľkosť obchodu, požiadavky na kvalitu v prípade zariadenia obchodu (napr. v súvislosti s inštaláciami, nábytkom, dizajnom, osvetlením a podlahovými krytinami), požiadavky na kvalitu v prípade vzhľadu a dojmu z webového sídla, požiadavky na prezentáciu produktu (napr. minimálny počet farebných možností zobrazených vedľa seba alebo počet vystavených produktov danej značky a požiadavka na minimálny rozstup medzi produktmi, druhmi produktov a značkami v obchode), sa vzťahuje nariadenie VBER.⁹¹

(194) Na vertikálne dohody, ktoré zahŕňajú obmedzenie využívania konkrétneho online predajného kanála, ako sú elektronické trhoviská, alebo v ktorých sa stanovujú normy kvality pre online predaj, sa môže vzťahovať skupinová výnimka bez ohľadu na distribučný systém, ktorý využíva dodávateľ, pokiaľ cieľom takéhoto obmedzenia nie je priamo ani nepriamo, samostatne ani v kombinácii s inými faktormi zabrániť kupujúcim alebo ich zákazníkom účinne využívať internet na účely predaja ich tovaru alebo služieb online alebo účinne využívať jeden alebo viac online reklamných kanálov, ako je vysvetlené v bode 188. Tieto obmedzenia nemajú vplyv

⁹⁰ Vec C-439/09, Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS/Président de l'Autorité de la concurrence, EU:C:2011:649, body 36 – 37.

⁹¹ Ďalšie príklady sú uvedené v pracovnom dokumente útvarov Komisie, ktorý je sprievodným dokumentom k záverečnej správe o odvetvovom prieskume týkajúcom sa elektronického obchodu, dokument SWD(2017) 154 final z 10.5.2017, bod 241.

na skupinu zákazníkov, ktorú je možné vymedziť v rámci všetkých potenciálnych zákazníkov, ani na schopnosť kupujúcich alebo ich zákazníkov prevádzkovať vlastné webové sídla a robiť si reklamu cez internet prostredníctvom nástrojov na porovnávanie cien alebo webových vyhľadávačov, čo kupujúcim alebo ich zákazníkom umožňuje zvyšovať informovanosť o svojich online činnostiach a prilákať potenciálnych zákazníkov. Preto pokiaľ nemajú takéto obmedzenia predaja nepriamy cieľ brániť účinnému využívaniu internetu na účely predaja online, nepredstavujú obmedzenie území, kam môžu distribútori alebo ich zákazníci predávať zmluvný tovar alebo služby, ani zákazníkov, ktorým môžu distribútori alebo ich zákazníci predávať zmluvný tovar alebo služby. Takéto obmedzenia, na ktoré sa vzťahuje skupinová výnimka, v zásade zahŕňajú:

- a) priamy alebo nepriamy zákaz predaja na elektronických trhoviskách⁹²;
- b) požiadavku, aby kupujúci prevádzkoval jeden alebo viac kamenných obchodov alebo výstavných miestností ako podmienku na to, aby sa stal členom distribučného systému dodávateľa;
- c) požiadavku, aby kupujúci predal aspoň určité absolútne množstvo (vyjadrené ako hodnota alebo objem, ale nie v pomere k jeho celkovému predaju) zmluvného tovaru alebo služieb offline, aby sa zabezpečila efektívna prevádzka jeho kamenného obchodu. Toto absolútne množstvo požadovaného offline predaja môže byť rovnaké pre všetkých kupujúcich alebo určené individuálne v prípade každého kupujúceho na základe objektívnych kritérií, ako je napríklad veľkosť kupujúceho v sieti alebo jeho geografická poloha.

(195) Na požiadavku, aby ten istý kupujúci zaplatil za produkty určené na ďalší predaj online inú cenu než za produkty určené na ďalší predaj offline, sa môže vzťahovať pravidlo bezpečného prístavu podľa nariadenia VBER, pokiaľ je jej cieľom stimulovať alebo odmeňovať primeranú úroveň investícií uskutočnených online, respektíve offline. Takýto rozdiel v cenách by mal súvisieť s rozdielmi v nákladoch, ktoré vznikli distribútorom v každom kanáli na maloobchodnej úrovni. Na tento účel by sa pri rozdieli v cenách na veľkoobchodnej úrovni mali zohľadniť rôzne investície a náklady, ktoré vynaložil hybridný distribútor, s cieľom motivovať alebo odmeňovať tohto hybridného distribútora za primeranú úroveň investícií uskutočnených online, respektíve offline, keďže ak rozdiel v cenách na veľkoobchodnej úrovni vôbec nesúvisí s rozdielom v nákladoch, ktoré distribútorovi vznikli v každom kanáli, je nepravdepodobné, že by takýto rozdiel v cenách priniesol účinky zvyšujúce efektívnosť. Preto, ak je cieľom rozdielu v cenách na veľkoobchodnej úrovni zabrániť účinnému využívaniu internetu na účely predaja online, predstavuje to veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže, ako sa uvádza v bode 188 týchto usmernení. Tak by to bolo najmä v prípade, ak by rozdiel v cenách spôsobil, že účinné využívanie internetu na účely predaja online je neziskové alebo finančne neudržateľné.

(196) Na obmedzenia online reklamy vo vertikálnych dohodách sa vzťahuje skupinová výnimka, pokiaľ ich cieľom nie je priamo ani nepriamo brániť kupujúcim alebo ich zákazníkom účinne využívať internet na účely predaja ich tovaru alebo služieb online, t. j. priamo ani nepriamo nebránia účinnému využívaniu jedného alebo viacerých konkrétnych online reklamných kanálov. Medzi príklady obmedzení

⁹² Vec C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, ECLI:EU:C:2017:941, body 64 – 69; pozri aj oddiel 8.2.3 týchto usmernení.

online reklamy, na ktoré sa vzťahuje pravidlo bezpečného prístavu podľa nariadenia VBER, patrí požiadavka, aby online reklama spĺňala určité normy kvality alebo obsahovala konkrétny obsah alebo informácie, alebo požiadavka, aby kupujúci nevyužíval služby jednotlivých poskytovateľov online reklamy, ktorí nesplňajú určité normy kvality.

6.1.2.2. Rozdiel medzi aktívnym a pasívnym predajom

- (197) Obmedzenie územia, kam môže kupujúci alebo jeho zákazníci predávať zmluvný tovar alebo služby, alebo skupiny zákazníkov, ktorým môže kupujúci alebo jeho zákazníci predávať zmluvný tovar alebo služby, sa môže týkať aktívneho alebo pasívneho predaja na toto územie alebo týmto zákazníkom. Vymedzenie pojmov aktívny a pasívny predaj je uvedené v článku 1 písm. l) a m) nariadenia VBER.
- (198) V článku 1 písm. m) nariadenia VBER sa stanovuje, že predaj zákazníkom, ktorí neboli aktívne zacielení zariadením vlastného webového sídla alebo internetového obchodu, a to bez ohľadu na to, či ide o vlastný server alebo server tretej strany, sa považuje za pasívny predaj, keďže ide o spôsob, ako potenciálnym zákazníkom umožniť dostať sa ku konkrétnemu distribútorovi. Využívanie webového sídla môže mať účinky, ktoré presahujú vlastné územie a vlastnú skupinu zákazníkov distribútora, napríklad tým, že umožňuje online nákupy zákazníkmi, ktorí sa nachádzajú mimo fyzickej obchodnej oblasti distribútora. Ak v prípade, že sa distribútor aktívne nezameriava na konkrétne územie ani skupinu zákazníkov, zákazník z tohto územia alebo tejto skupiny zákazníkov navštívi webové sídlo distribútora a kontaktuje ho, a ak takýto kontakt vedie k predaju vrátane dodania, považuje sa to za pasívny predaj, keďže prístup zákazníka na webové sídlo distribútora je výsledkom účinného využitia internetu zo strany zákazníka. To platí aj v prípade, že si zákazník zvolí, aby ho distribútor automaticky informoval, a takéto informácie vedú k predaju. Podobne je formou pasívneho predaja aj využívanie techník optimalizácie vyhľadávača so zameraním na určité webové sídlo, t. j. využívanie nástrojov alebo techník na vylepšenie pozície tohto webového sídla v rámci poradia vo vyhľadávačoch.
- (199) Naopak, ak sú na webovom sídle alebo v internetovom obchode ponúknuté iné jazykové možnosti, než sú tie, ktoré sa bežne používajú na území, na ktorom je distribútor usadený, zvyčajne to naznačuje, že činnosti distribútora sú zamerané na územie, na ktorom sa daný jazyk bežne používa, a teda to predstavuje formu aktívneho predaja.⁹³ Ponúkanie angličtiny na webovom sídle alebo v internetovom obchode neznamena, že činnosti distribútora sú zamerané na anglofónne územia, keďže angličtina sa v členských štátoch EÚ bežne používa. Podobne, zriadenie vlastného webového sídla alebo internetového obchodu s názvom domény, ktorý zodpovedá inému územiu, než je územie, na ktorom je distribútor usadený, je formou aktívneho predaja na toto územie, kým ponúkanie webového sídla alebo internetového obchodu s generickým názvom domény, ktorý nie je špecifický pre žiadnu krajinu, sa považuje za formu pasívneho predaja.
- (200) Cílená online reklama alebo propagácia je formou aktívneho predaja. Online reklama predovšetkým v mnohých prípadoch umožňuje distribútorovi vopred určiť cieľovú skupinu, ktorej sa zobrazí jeho online reklama, a teda vybrať územia alebo skupiny zákazníkov, na ktoré by sa jeho reklama zameriavala. Cílená online

⁹³ Rozsudok v spojených veciach C-585/08 a C-144/09, Peter Pammer/Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH/Oliver Heller, ECLI:EU:C:2010:740, bod 93.

reklama, ktorá sa dostane k zákazníkovi na výhradnom území alebo v rámci výhradnej skupiny zákazníkov, ktoré boli priradené iným distribútorom, môže byť preto obmedzená. To napríklad zahŕňa personalizovanú reklamu zameranú na zákazníkov na výhradnom území alebo vo výhradnej skupine zákazníkov alebo predloženie ponuky na platený odkaz vo webovom vyhľadávачi zameraný na výhradné územie alebo skupinu zákazníkov, alebo akúkoľvek inú formu online reklamy, ktorá umožňuje distribútorovi koncipovať reklamu tak, aby sa zameriavala na zákazníkov na výhradných územiach alebo vo výhradných skupinách zákazníkov alebo aby ich vylúčila. Naopak, online reklama alebo propagácia, ktorá sa má dostať k zákazníkovi na vlastnom území alebo vo vlastnej skupine zákazníkov distribútora, ale ktorú nemožno obmedziť na toto územie alebo na túto skupinu zákazníkov, sa považuje za formu pasívneho predaja, pokiaľ nie je navrhnutá na zacielenie na zákazníkov na konkrétnych územiach alebo v konkrétnych skupinách zákazníkov. Príkladom takejto všeobecnej reklamy je sponzorovaný obsah na webovom sídle miestnych alebo celoštátnych novín, ku ktorému má prístup ktorýkoľvek návštevník tohto webového sídla, alebo používanie nástrojov na porovnávanie cien s generickými názvami domén, ktoré nie sú špecifické pre žiadnu krajinu. Naopak, ak sa takáto všeobecná reklama uskutočňuje v jazykoch, ktoré sa bežne nepoužívajú na území, na ktorom je distribútor usadený, alebo na webových sídlach s názvami domén, ktoré zodpovedajú inému územiu, než je územie, na ktorom je distribútor usadený, ide o formu aktívneho predaja na toto územie, keďže už nie je určená na to, aby sa dostala k zákazníkovi na vlastnom území distribútora. Účasť na verejnom obstarávaní sa kategorizuje ako forma pasívneho predaja bez ohľadu na druh postupu verejného obstarávania (napr. verejná súťaž, užšia súťaž). Táto kvalifikácia je v súlade s právnymi predpismi o verejnom obstarávaní. Ak by sa účasť na verejnom obstarávaní kvalifikovala ako aktívny predaj, hospodárska súťaž v rámci značky by sa na takýchto trhoch výrazne obmedzila, čo by bolo v rozpore s princípom právnych predpisov o verejnom obstarávaní, ktorého súčasťou je podpora hospodárskej súťaže v rámci značky. V dôsledku toho je obmedzenie účasti kupujúceho na verejnom obstarávaní veľmi závažným obmedzením hospodárskej súťaže podľa článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER. Podobne je formou pasívneho predaja aj reakcia na súkromné obstarávanie. Súkromné obstarávanie je formou nevyžiadanej žiadosti o predaj adresovanej viacerým potenciálnym dodávateľom a predloženie ponuky v reakcii na súkromné obstarávanie je preto pasívnym predajom.

- (201) Ako sa v súvislosti s obmedzeniami predstavujúcimi „obmedzenie aktívneho alebo pasívneho predaja“ podľa článku 4 nariadenia VBER stanovuje v článku 1 ods. 1 písm. n) nariadenia VBER, všetky formy predaja iné ako tie, ktoré sú vymedzené ako pasívny predaj v nariadení VBER a ďalej vysvetlené v týchto usmerneniach, sa považujú za aktívny predaj.

6.1.2.3. Uplatňovanie všeobecných zásad

- (202) V článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER sa uvádza zoznam veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže a výnimiek, ktoré sa uplatňujú v závislosti od distribučného systému prevádzkovaného dodávateľom: výhradná distribúcia, selektívna distribúcia alebo voľná distribúcia.

6.1.2.4. Ak dodávateľ prevádzkuje výhradný distribučný systém

- (203) Veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže uvedené v článku 4 písm. b) nariadenia VBER sa týka dohôd alebo zosúladených postupov, ktoré majú za cieľ priamo alebo nepriamo obmedziť územie, kam môže kupujúci, ktorému bolo

pridelené výhradné územie alebo skupina zákazníkov, aktívne alebo pasívne predávať zmluvný tovar alebo služby, alebo obmedziť skupinu zákazníkov, ktorým môže takýto kupujúci aktívne alebo pasívne predávať zmluvný tovar alebo služby.

- (204) V článku 4 písm. b) nariadenia VBER sa uvádza päť výnimiek týkajúcich sa veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže.
- (205) Prvá výnimka v zmysle článku 4 písm. b) bodu. i) nariadenia VBER umožňuje dodávateľovi obmedziť aktívny predaj zo strany výhradného distribútora na územie alebo skupine zákazníkov, ktoré sú pridelené výhradne iným kupujúcim alebo ktoré sú vyhradené pre dodávateľa. S cieľom zachovať ich investičné stimuly by mali byť výhradne vymenovaní distribútori primerane chránení pred tým, aby iní kupujúci dodávateľa v rámci Únie vrátane kupujúcich, ktorým dodávateľ výhradne pridelil iné územia alebo skupiny zákazníkov, aktívne predávali na územie alebo skupine zákazníkov, ktoré boli týmto distribútorom výhradne pridelené, a to vrátane online reklamy. Ak sa obmedzeniami aktívneho predaja uloženými ostatným kupujúcim dodávateľa neposkytuje primeraná úroveň ochrany na zabezpečenie motivácie vymenovaného distribútora investovať na výhradnom území, a tým aj odôvodniť vytvorenie výhradného distribučného systému, výhoda vyplývajúca z nariadenia VBER sa pravdepodobne zruší.
- (206) Predaj zo strany zákazníkov výhradného distribútora na územie alebo skupine zákazníkov, ktoré dodávateľ výhradne pridelil iným distribútorom, môže takisto ohroziť motiváciu týchto iných distribútorov investovať do kvalitných služieb alebo do služieb zvyšujúcich dopyt. Dodávateľ môže v záujme ochrany investičných stimulov výhradne vymenovaných distribútorov požadovať, aby mali títo iní distribútori a ich zákazníci, ktorí uzavreli dohodu o distribúcii s dodávateľom alebo so stranou, ktorej dodávateľ udelil distribučné práva, obmedzený prístup k aktívnemu predaju na výhradne pridelené územie alebo výhradne pridelenej skupine zákazníkov (t. j. prenášať obmedzenie aktívneho predaja na zákazníkov kupujúceho).⁹⁴
- (207) Dodávateľ môže kombinovať pridelovanie výhradného územia a výhradnej skupiny zákazníkov napríklad vymenovaním výhradného distribútora pre osobitnú skupinu zákazníkov na konkrétnom území.
- (208) Ochrana výhradne pridelených území alebo skupín zákazníkov nie je absolútna. Aby sa predišlo rozdeleniu trhu, pasívny predaj na tieto územia alebo týmito skupinám zákazníkov sa nemôže zakázať. Článok 4 písm. b) nariadenia VBER sa však týka len obmedzení predaja zo strany kupujúceho alebo jeho zákazníkov, čo znamená, že dodávateľovi nie je znemožnené prijať úplné alebo čiastočné obmedzenie, online aj offline, aktívneho aj pasívneho predaja na výhradné územie alebo (všetkým alebo niektorým) zákazníkom, ktorí tvoria výhradnú skupinu zákazníkov.
- (209) Druhá výnimka v zmysle článku 4 písm. b) bodu ii) nariadenia VBER umožňuje dodávateľovi, ktorý spája uplatňovanie výhradného distribučného systému a selektívneho distribučného systému na rôznych územiach, aby obmedzil výhradného kupujúceho v aktívnom alebo pasívnom predaji neautorizovaným distribútorom na území, na ktorom dodávateľ prevádzkuje selektívny distribučný systém, čo znamená, že dodávateľ buď vymenoval vybraných distribútorov, alebo

⁹⁴ Prenos je podľa nariadenia VBER povolený, ak podiel zmluvnej strany dodávateľa na trhu, na ktorom predáva tovar alebo služby kupujúcemu, nepresahuje 30 % a ak podiel kupujúceho na trhu, na ktorom kupuje zmluvný tovar alebo služby, nepresahuje 30 %.

vyhradil územie na uplatňovanie takéhoto selektívneho distribučného systému. Ochrana selektívneho distribučného systému sa rozširuje na aktívny a pasívny predaj zo strany zákazníkov výhradného kupujúceho, ktorým možno zabrániť aj v predaji neautorizovaným distribútorom nachádzajúcim sa v rámci selektívneho distribučného systému.

- (210) Tretia výnimka v zmysle článku 4 písm. b) bodu iii) nariadenia VBER umožňuje dodávateľovi obmedziť miesto usadenia kupujúceho, ktorému je pridelené výhradné územie alebo skupina zákazníkov („doložka o mieste pôsobenia“). To znamená, že výhoda vyplývajúca z nariadenia VBER sa aj naďalej zachová v prípade, ak dôjde k dohode, že kupujúci obmedzí svoje distribučné predajne a sklady na určitú adresu, miesto alebo územie. Pokiaľ ide o mobilné distribučné predajne, môže sa vymedziť oblasť, mimo ktorej sa nemôžu prevádzkovať. Používanie vlastného webového sídla distribútorom sa nemôže považovať za porovnateľné s otvorením novej predajne na inom mieste, a preto sa nemôže obmedziť.⁹⁵
- (211) Štvrtá výnimka v zmysle článku 4 písm. b) bodu vi) umožňuje dodávateľovi obmedziť aktívny a pasívny predaj zo strany výhradného veľkoobchodníka koncovým používateľom, keďže dodávateľ môže udržiavať veľkoobchodnú a maloobchodnú úroveň obchodu oddelene. Táto výnimka však nevylučuje možnosť, že veľkoobchodník môže predávať určitým koncovým používateľom (napr. niekoľkým väčším koncovým používateľom), nie však (všetkým) ďalším koncovým používateľom.
- (212) Piata výnimka v zmysle článku 4 písm. b) bodu v) nariadenia VBER umožňuje dodávateľovi, aby kupujúceho komponentov, ktorému sa komponenty dodávajú na účely zabudovania, obmedzil v ich ďalšom predaji konkurentom dodávateľa, ktorí by ich použili na výrobu rovnakého druhu tovaru, ako je tovar vyrábaný dodávateľom. Pojem „komponent“ zahŕňa akýkoľvek medziprodukt a pojem „zabudovanie“ sa týka akéhokoľvek použitia akéhokoľvek vstupu na účely výroby tovaru.

6.1.2.5. Ak dodávateľ prevádzkuje selektívny distribučný systém

- (213) Veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže uvedené v článku 4 písm. c) bode i) nariadenia VBER sa týka dohôd alebo zosúladených postupov, ktoré majú za cieľ priamo alebo nepriamo obmedziť územie, kam môže selektívny distribútor aktívne alebo pasívne predávať zmluvný tovar alebo služby, alebo obmedziť skupiny zákazníkov, ktorým môže selektívny distribútor aktívne alebo pasívne predávať zmluvný tovar alebo služby.
- (214) V článku 4 písm. c) bode i) nariadenia VBER sa uvádza päť výnimiek týkajúcich sa veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže.
- (215) Prvá výnimka sa týka obmedzenia aktívneho predaja zo strany autorizovaných distribútorov mimo selektívneho distribučného systému. Dodávateľovi umožňuje obmedziť aktívny predaj zo strany autorizovaných distribútorov na iné územia alebo iným skupinám zákazníkov výhradne prideleným jednému alebo viacerým distribútorom alebo vyhradeným výlučne pre dodávateľa, a to vrátane online reklamy. Dodávateľ môže požadovať, aby sa obmedzenie aktívneho predaja na výhradné územie alebo výhradnej skupine zákazníkov prenášalo zo strany

⁹⁵

Pozri rozsudok vo veci C-439/09, Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS/Président de l'Autorité de la concurrence, EU:C:2011:649, body 56 a 57.

kupujúceho na jeho zákazníkov, ktorí uzavreli dohodu o distribúcii s dodávateľom alebo so stranou, ktorej dodávateľ udelil distribučné práva.

- (216) Druhá výnimka umožňuje dodávateľovi obmedziť predaj zo strany autorizovaných distribútorov a ich zákazníkov neautorizovaným distribútorom na každom území, na ktorom dodávateľ prevádzkuje selektívny distribučný systém, čo znamená, že dodávateľ buď vymenoval vybraných distribútorov, alebo vyhradil územie na uplatňovanie takéhoto selektívneho distribučného systému. Obmedzenie sa môže vzťahovať na aktívny alebo pasívny predaj na akejkolvek úrovni obchodu.
- (217) Tretia výnimka umožňuje dodávateľovi zabrániť autorizovaným distribútorom, aby vykonávali svoju podnikateľskú činnosť v rôznych prevádzkach alebo aby si otvorili novú predajňu na inom mieste („doložka o mieste pôsobenia“). To znamená, že výhoda vyplývajúca z nariadenia VBER sa aj naďalej zachová v prípade, ak dôjde k dohode, že kupujúci obmedzí svoje distribučné predajne a sklady na určitú adresu, miesto alebo územie. Pokiaľ ide o mobilné distribučné predajne, môže sa vymedziť oblasť, mimo ktorej sa nemôžu prevádzkovať. Používanie vlastného webového sídla distribútorom sa nemôže považovať za porovnateľné s otvorením novej predajne na inom mieste, a preto sa nemôže obmedziť.
- (218) Štvrtá výnimka umožňuje dodávateľovi obmedziť aktívny a pasívny predaj zo strany autorizovaného veľkoobchodníka koncovým používateľom, keďže dodávateľ môže udržiavať veľkoobchodnú a maloobchodnú úroveň obchodu oddelene. Táto výnimka však nevylučuje možnosť, že veľkoobchodník môže predávať určitým koncovým používateľom (napr. niekoľkým väčším koncovým používateľom), nie však (všetkým) ďalším koncovým používateľom.
- (219) Piata výnimka umožňuje dodávateľovi, aby autorizovaného kupujúceho komponentov, ktorému sa komponenty dodávajú na účely zabudovania, obmedzil v ďalšom predaji konkurentom dodávateľa, ktorí by ich použili na výrobu rovnakého druhu tovaru, ako je tovar vyrábaný dodávateľom. Pojem „komponent“ zahŕňa akýkoľvek medziprodukt a pojem „zabudovanie“ sa týka akéhokoľvek použitia akéhokoľvek vstupu na účely výroby tovaru.
- (220) Veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže uvedené v článku 4 písm. c) bode iii) nariadenia VBER vylučuje obmedzenie aktívneho alebo pasívneho predaja zo strany členov selektívnej distribučnej siete koncovým používateľom, či už ide o profesionálnych koncových používateľov alebo spotrebiteľov, bez toho, aby tým bola dotknutá možnosť zakázať členovi siete, aby pôsobil z nepovoleného miesta podnikania [pozri tretiu výnimku uvedenú v článku 4 písm. c) bode i) a bode 217 týchto usmernení]. To znamená, že autorizovaní distribútori nemôžu byť obmedzovaní vo výbere používateľov, ktorým môžu predávať, alebo nakupujúcich obchodných zástupcov konajúcich v mene týchto používateľov, ktorým môžu predávať, s výnimkou prípadu, ak by išlo o ochranu výhradného distribučného systému prevádzkovaného na inom území [pozri prvú výnimku uvedenú v článku 4 písm. c) bode i) a bode 215 týchto usmernení]. V rámci selektívneho distribučného systému by mali mať autorizovaní distribútori možnosť slobodne predávať všetkým koncovým používateľom, a to aktívne aj pasívne.
- (221) Vzhľadom na rozdielne vlastnosti online a offline kanálov dodávateľ prevádzkujúci selektívny distribučný systém môže svojim autorizovaným distribútorom uložiť kritériá online predaja, ktoré sa nezhodujú s uloženými kritériami pre kamenné obchody, pokiaľ kritériá uložené pre online predaj priamo alebo nepriamo, samostatne, ako aj v kombinácii s ďalšími faktormi, nemajú za cieľ zabrániť

kupujúcim alebo ich zákazníkom účinne využívať internet na účely predaja ich tovaru alebo služieb na internete. Dodávateľ môže napríklad stanoviť osobitné požiadavky na zabezpečenie určitých noriem kvality služieb pre používateľov, ktorí nakupujú cez internet, ako je zriadenie a prevádzka poradenského centra po online predaji, požiadavka na pokrytie nákladov zákazníkov spojených s reklamáciou výrobkov alebo používanie zabezpečených platobných systémov. Tieto obmedzenia nemajú vplyv na skupinu zákazníkov, ktorú je možné vymedziť v rámci všetkých potenciálnych zákazníkov, ani na schopnosť kupujúcich alebo ich zákazníkov prevádzkovať vlastné webové sídla a robiť si reklamu prostredníctvom internetu na platformách tretích strán alebo internetových vyhľadávačoch, čo kupujúcim alebo ich zákazníkom umožňuje zvyšovať informovanosť o ich online činnostiach a prilákať potenciálnych zákazníkov.

- (222) Selektívny distribučný systém sa nemôže na rovnakom území kombinovať s výhradným distribučným systémom podľa vymedzenia v článku 1 ods. 1 písm. g) nariadenia VBER, keďže by to viedlo k veľmi závažnému obmedzeniu hospodárskej súťaže v oblasti aktívneho alebo pasívneho predaja zo strany autorizovaných distribútorov koncovým používateľom v zmysle článku 4 písm. c) bodu i) nariadenia VBER. Dodávateľ sa však môže zaviazat', že bude dodávať len jednému alebo obmedzenému počtu autorizovaných distribútorov na určitej časti územia, na ktorej sa prevádzkuje selektívny distribučný systém. Dodávateľ sa zároveň môže zaviazat', že na toto územie nebude uskutočňovať žiadny priamy predaj. Navyše dodávateľ môže svojim autorizovaným distribútorom uložiť doložku o mieste pôsobenia, ako to umožňuje druhá výnimka uvedená v článku 4 písm. c) bode i) nariadenia VBER.
- (223) Veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže uvedené v článku 4 písm. c) bode ii) nariadenia VBER sa týka obmedzenia krížových dodávok medzi autorizovanými distribútormi v rámci selektívneho distribučného systému. To znamená, že dodávateľ nemôže brániť aktívnemu ani pasívnemu predaju medzi svojimi autorizovanými distribútormi, ktorým musí byť ponechaná možnosť voľného nákupu zmluvných produktov od iných autorizovaných distribútorov v rámci siete, ktorí pôsobia na rovnakej alebo inej úrovni obchodu.⁹⁶ Selektívna distribúcia sa preto nemôže kombinovať s vertikálnymi obmedzeniami, ktorých cieľom je prinútiť distribútorov nakupovať zmluvné produkty výhradne z daného zdroja. To tiež znamená, že v rámci selektívnej distribučnej siete nie je možné ukladať autorizovaným veľkoobchodníkom žiadne obmedzenia týkajúce sa predaja produktov autorizovaným distribútorom.

6.1.2.6. Ak dodávateľ prevádzkuje voľný distribučný systém

- (224) Veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže stanovené v článku 4 písm. d) nariadenia VBER sa týka dohôd alebo zosúladených postupov, ktoré majú za cieľ priamo alebo nepriamo obmedziť územie, kam môže kupujúci aktívne alebo pasívne predávať zmluvný tovar alebo služby, alebo obmedziť skupiny zákazníkov, ktorým môže kupujúci aktívne alebo pasívne predávať zmluvný tovar alebo služby.
- (225) V článku 4 písm. d) nariadenia VBER sa stanovuje päť výnimiek týkajúcich sa veľmi závažných obmedzení hospodárskej súťaže.
- (226) Prvá výnimka v zmysle článku 4 písm. d) bodu i) umožňuje dodávateľovi obmedziť aktívny predaj zo strany kupujúceho na územie alebo skupine zákazníkov, ktoré sú

⁹⁶

Pozri napríklad rozhodnutie Komisie vo veci AT.40182 – Guess, body 65 až 78.

vyhradené výlučne pre dodávateľa alebo ktoré sú pridelené výhradne iným kupujúcim, a to vrátane online reklamy. Dodávateľ môže požadovať, aby sa obmedzenie aktívneho predaja na výhradné územie alebo výhradnej skupine zákazníkov prenášalo zo strany kupujúceho na jeho zákazníkov, ktorí uzavreli dohodu o distribúcii s dodávateľom alebo so stranou, ktorej dodávateľ udelil distribučné práva. Ochrana výhradne pridelených území alebo skupín zákazníkov však nie je absolútna, keďže pasívny predaj na takého územia alebo takýmto skupinám užívateľom sa nemôže zakázať.

- (227) Druhá výnimka v zmysle článku 4 písm. d) bodu ii) umožňuje dodávateľovi obmedziť aktívny alebo pasívny predaj zo strany kupujúceho a jeho zákazníkov neautorizovaným distribútorom nachádzajúcim sa na území, na ktorom dodávateľ prevádzkuje selektívny distribučný systém alebo ktoré dodávateľ vyhradil na prevádzku takéhoto selektívneho distribučného systému. Obmedzenie sa môže vzťahovať na aktívny alebo pasívny predaj na akejkol'vek úrovni obchodu.
- (228) Tretia výnimka v zmysle článku 4 písm. d) bodu iii) nariadenia VBER umožňuje dodávateľovi obmedziť miesto usadenia kupujúceho („doložka o mieste pôsobenia“). To znamená, že výhoda vyplývajúca z nariadenia VBER sa aj naďalej zachová v prípade, ak dôjde k dohode, že kupujúci obmedzí svoje distribučné predajne a sklady na určitú adresu, miesto alebo územie. Pokiaľ ide o mobilné distribučné predajne, môže sa vymedziť oblasť, mimo ktorej sa nemôžu prevádzkovať. Používanie vlastného webového sídla distribútorom sa nemôže považovať za porovnateľné s otvorením novej predajne na inom mieste, a preto sa nemôže obmedziť.⁹⁷
- (229) Štvrtá výnimka v zmysle článku 4 písm. d) bodu vi) nariadenia VBER umožňuje dodávateľovi obmedziť aktívny a pasívny predaj zo strany veľkoobchodníka koncovým používateľom, keďže dodávateľ môže udržiavať veľkoobchodnú a maloobchodnú úroveň obchodu oddelene. Táto výnimka však nevylučuje možnosť, že veľkoobchodník môže predávať určitým koncovým používateľom (napr. väčším koncovým používateľom) a zároveň sa mu zakazuje predaj iným koncovým používateľom.
- (230) Piata výnimka v zmysle článku 4 písm. d) bodu v) nariadenia VBER umožňuje dodávateľovi, aby kupujúceho komponentov, ktorému sa súčiastky dodávajú na účely zabudovania, obmedzil v ich ďalšom predaji konkurentom dodávateľa, ktorí by ich použili na výrobu rovnakého druhu tovaru, ako je tovar vyrábaný dodávateľom. Pojem „komponent“ zahŕňa akýkoľvek medziprodukt a pojem „zabudovanie“ sa týka akéhokoľvek použitia akéhokoľvek vstupu na účely výroby tovaru.

6.1.3. Obmedzenia predaja náhradných dielov

- (231) Veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže uvedené v článku 4 písm. e) nariadenia VBER sa týka dohôd, ktoré zabraňujú koncovým používateľom, samostatným servisným pracovníkom, veľkoobchodníkom a poskytovateľom servisných služieb získať náhradné diely priamo od ich výrobcu alebo ich v tom obmedzujú. Dohoda medzi výrobcou náhradných dielov a kupujúcim, ktorý tieto náhradné diely zabudováva do svojich vlastných výrobkov, ako sú napríklad výrobcovia pôvodného zariadenia (VPZ), nesmie priamo ani nepriamo brániť predaju

⁹⁷

Pozri rozsudok vo veci C-439/09, Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS/Président de l'Autorité de la concurrence, EU:C:2011:649, body 56 a 57.

týchto náhradných dielov zo strany VPZ koncovým používateľom, samostatným servisným pracovníkom, veľkoobchodníkom alebo poskytovateľom servisných služieb alebo ich v tom obmedzovať. Nepriame obmedzenia môžu vzniknúť najmä vtedy, keď je dodávateľ náhradných dielov obmedzovaný v poskytovaní technických informácií a špeciálneho zariadenia, ktoré používatelia, samostatní servisní pracovníci alebo poskytovatelia servisných služieb potrebujú na účely použitia náhradných dielov. V dohode sa však môžu uložiť obmedzenia na dodávku náhradných dielov servisným pracovníkom alebo poskytovateľom servisných služieb, ktorých VPZ poveril opravami alebo vykonávaním servisných služieb pre vlastný tovar. To znamená, že VPZ môže požadovať, aby jeho opravárenská a servisná sieť nakupovala náhradné diely od neho alebo od iných členov jeho selektívneho distribučného systému, pokiaľ takýto systém prevádzkuje.

6.2. Obmedzenia vylúčené z pôsobnosti nariadenia VBER

- (232) V článku 5 nariadenia VBER sa z pôsobnosti nariadenia VBER vylučujú určité povinnosti uvedené vo vertikálnych dohodách bez ohľadu na to, či je alebo nie je prekročený hraničný trhový podiel stanovený v článku 3 ods. 1 nariadenia VBER. V článku 5 nariadenia VBER sa vymedzujú povinnosti, pri ktorých nemožno s dostatočnou istotou predpokladať, že spĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Nepredpokladá sa, že povinnosti uvedené v článku 5 nariadenia VBER patria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 alebo že nespĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Vylúčenie týchto povinností z rozsahu pôsobnosti nariadenia VBER znamená len to, že sú predmetom individuálneho posúdenia podľa článku 101. Okrem toho, na rozdiel od článku 4 nariadenia VBER sa vylúčenie skupinovej výnimky podľa článku 5 obmedzuje na konkrétnu povinnosť, ak táto povinnosť môže byť oddelená od zvyšku vertikálnej dohody. To znamená, že zvyšok vertikálnej dohody naďalej využíva výhody vyplývajúce zo skupinovej výnimky.

6.2.1. Povinnosti nekonkurovať si presahujúce päť rokov

- (233) Povinnosti nekonkurovať si presahujúce päť rokov sa v zmysle článku 5 ods. 1 písm. a) vylučujú z výhod vyplývajúcich z nariadenia VBER. Povinnosti nekonkurovať si sú ustanovenia, na základe ktorých kupujúci nakupuje od dodávateľa alebo od iného podniku určeného dodávateľom viac ako 80 % svojho celkového objemu nákupov zmluvného tovaru a služieb a ich náhrad počas predchádzajúceho kalendárneho roka, ako sa stanovuje v článku 1 ods. 1 písm. e) nariadenia VBER. To znamená, že kupujúcemu sa zabraňuje v nákupe konkurenčného tovaru alebo služieb alebo je tento nákup obmedzený na menej ako 20 % celkových nákupov. Ak nie sú k dispozícii príslušné údaje o nákupoch kupujúceho za kalendárny rok predchádzajúci uzavretiu vertikálnej dohody, môže sa použiť najlepší odhad kupujúceho týkajúci sa jeho celkových ročných požiadaviek. Skutočné údaje o nákupoch by sa mali použiť hneď, ako sú k dispozícii.
- (234) Na povinnosti nekonkurovať si sa nevzťahuje skupinová výnimka, ak je obdobie ich trvania neobmedzené alebo presahuje päť rokov. Na povinnosti nekonkurovať si, ktoré sú automaticky obnoviteľné po uplynutí obdobia piatich rokov, sa skupinová výnimka vzťahuje, pokiaľ je kupujúci schopný vertikálnu dohodu obsahujúcu túto povinnosť účinne prerokovať alebo ju v primeranej výpovednej lehote a za primerané náklady vypovedať, čo mu umožňuje, aby po uplynutí päťročného obdobia mohol účinne zmeniť svojho dodávateľa. Ak sa napríklad vo vertikálnej dohode stanovuje povinnosť nekonkurovať si na obdobie piatich rokov a dodávateľ poskytne kupujúcemu úver, splácanie tohto úveru by nemalo kupujúcemu brániť skutočne

ukončiť povinnosť nekonkurovať si na konci tohto päťročného obdobia. Podobne, keď dodávateľ poskytne kupujúcemu zariadenie, ktoré nie je viazané na určitý vzťah, po skončení povinnosti nekonkurovať si by mal mať kupujúci možnosť odkúpiť toto zariadenie za jeho trhovú hodnotu.

- (235) Podľa článku 5 ods. 2 nariadenia VBER sa päťročné obmedzenie neuplatňuje, keď sa zmluvný tovar alebo služby ďalej predávajú kupujúcim „z priestorov a pozemkov vo vlastníctve dodávateľa alebo ním prenajatých od tretích strán neprepojených s kupujúcim“. V takýchto prípadoch môže byť obdobie trvania povinnosti nekonkurovať si zhodné s časom trvania využívania predajného miesta kupujúcim. Dôvodom tejto výnimky je, že zvyčajne nie je odôvodnené predpokladať, že dodávateľ povolí predaj konkurenčných výrobkov z priestorov a pozemkov, ktoré sú vo vlastníctve dodávateľa bez jeho súhlasu. Z toho analogicky vyplýva, že rovnaké zásady platia v prípade, že kupujúci pôsobí z mobilnej predajne, ktorú dodávateľ vlastní alebo si ju prenajíma od tretej strany, ktorá nie je prepojená na kupujúceho. Táto výnimka sa nevzťahuje na umelo vytvorené interpretácie vlastníctva, napríklad prevod vlastníckych práv na pozemok a priestory z distribútora na dodávateľa iba na obmedzené obdobie, ktorých cieľom je vyhnúť sa tomuto päťročnému obdobiu.

6.2.2. *Povinnosti nekonkurovať si po skončení platnosti dohody*

- (236) Podľa článku 5 ods. 1 písm. b) v spojení s článkom 5 ods. 3 nariadenia VBER sú povinnosti kupujúceho nekonkurovať po skončení platnosti dohody vyňaté z nariadenia VBER, pokiaľ táto povinnosť nie je nevyhnutná na ochranu know-how, ktoré prevádza dodávateľ na kupujúceho, obmedzuje sa na miesto predaja, z ktorého kupujúci prevádzkoval činnosť počas zmluvného obdobia, a obmedzuje sa na maximálne obdobie jedného roka. Toto platí iba v prípade, ak je know-how podstatné v zmysle článku 1 ods. 1 písm. h) nariadenia VBER. To znamená, že know-how musí obsahovať informácie, ktoré sú pre kupujúceho dôležité a užitočné z hľadiska používania, predaja alebo ďalšieho predaja zmluvného tovaru alebo služieb.

6.2.3. *Povinnosti nekonkurovať si uložené členom selektívneho distribučného systému*

- (237) Článok 5 ods. 1 písm. c) nariadenia VBER sa týka predaja konkurenčného tovaru alebo služieb v rámci selektívneho distribučného systému. Nariadenie VBER sa vzťahuje na kombináciu selektívnej distribúcie a povinnosti nekonkurovať si, ktorou sa od autorizovaných distribútorov požaduje, aby ďalej nepredávali tovar konkurenčných značiek. Ak však dodávateľ priamo alebo nepriamo bráni svojim autorizovaným distribútorom nakupovať výrobky na ďalší predaj od jedného alebo viacerých konkrétnych konkurenčných dodávateľov, potom sa na takúto povinnosť nevzťahuje skupinová výnimka. Cieľom vyňatia tohto druhu povinnosti je zabrániť situácii, keď by určité množstvo dodávateľov využívajúcich v rámci selektívnej distribúcie rovnaké predajne bránili jednému alebo viacerým konkrétnym konkurentom využívať tieto predajne na distribúciu vlastných produktov. V takomto scenári by došlo k uzavretiu trhu pre konkurenčného dodávateľa prostredníctvom formy kolektívneho bojkotu.

6.2.4. *Paritné záväzky*

- (238) Štvrté vylúčenie skupinovej výnimky, ktoré sa uvádza v článku 5 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER, sa týka paritných záväzkov v maloobchode, ktoré uložili dodávateľia online sprostredkovateľských služieb a ktoré spôsobujú, že kupujúci týchto služieb nemôžu ponúkať, predávať ani ďalej predávať tovar alebo služby

koncovým používateľom za výhodnejších podmienok s využitím konkurenčných online sprostredkovateľských služieb. Koncovými používateľmi môžu byť podniky alebo koneční spotrebitelia. Podmienky sa môžu týkať cien, inventára, dostupnosti alebo akýchkoľvek iných podmienok ponuky alebo predaja. Paritný záväzok sa môže vyjadriť alebo uplatniť prostredníctvom iných priamych alebo nepriamych prostriedkov, a to vrátane použitia diferencovaných cien alebo iných stimulov či opatrení, ktorých uplatňovanie závisí od podmienok, za ktorých kupujúci online sprostredkovateľských služieb ponúka tovar alebo služby koncovým používateľom s použitím konkurenčných dodávateľov týchto služieb. Napríklad, dodávateľ online sprostredkovateľských služieb môže kupujúcich motivovať, aby mu poskytl paritu v pomere ku konkurenčným dodávateľom týchto služieb prostredníctvom ponuky lepšej viditeľnosti tovaru alebo služieb kupujúceho na webovom sídle tohto dodávateľa alebo účtovaním nižšej provízie.

- (239) Na všetky ostatné druhy paritných záväzkov sa vzťahuje skupinová výnimka nariadenia VBER. Patria sem napríklad paritné záväzky v maloobchode týkajúce sa priameho predaja alebo marketingových kanálov dodávateľov tovaru alebo služieb (tzv. úzka parita); paritné záväzky súvisiace s podmienkami, za ktorých sa tovar alebo služby ponúkajú podnikom, ktoré nie sú koncovými používateľmi, ako aj paritné záväzky týkajúce sa podmienok, za ktorých výrobcovia, veľkoobchodníci alebo maloobchodníci nakupujú tovar alebo služby ako vstupný materiál (na posúdenie paritných záväzkov v individuálnych prípadoch, v ktorých sa nariadenie VBER neuplatňuje, pozri oddiel 8.2.5 týchto usmernení).

7. ODŇATIE A NEUPLATŇOVANIE

7.1. Odňatie výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER [článok 29 nariadenia (ES) č. 1/2003]

- (240) Komisia môže odňať výhodu vyplývajúcu z nariadenia VBER v zmysle článku 29 ods. 1 nariadenia (ES) č. 1/2003 vtedy, keď v konkrétnom prípade zistí, že vertikálna dohoda, na ktorú sa uplatňujú ustanovenia nariadenia VBER, má určité účinky nezlučiteľné s ustanoveniami článku 101 ods. 3. Okrem toho, ak má takáto dohoda v konkrétnom prípade účinky nezlučiteľné s článkom 101 ods. 3 na území členského štátu alebo jeho časti, ktorá má všetky charakteristiky osobitného geografického trhu, podľa článku 29 ods. 2 nariadenia (ES) č. 1/2003 môže výhody vyplývajúce z nariadenia VBER odňať aj vnútroštátny orgán na ochranu hospodárskej súťaže dotknutého členského štátu. V článku 29 nariadenia (ES) č. 1/2003 sa neuvádzajú súdne orgány členských štátov, ktoré preto nemajú právomoc odňať výhody vyplývajúce z nariadenia VBER⁹⁸, okrem prípadu, keby bol dotknutý súdny orgán menovaný za orgán členského štátu na ochranu hospodárskej súťaže v zmysle článku 35 nariadenia (ES) č. 1/2003.
- (241) Komisia a vnútroštátne orgány na ochranu hospodárskej súťaže môžu odňať výhody vyplývajúce z nariadenia VBER v dvoch scenároch. Po prvé, výhody vyplývajúce z nariadenia VBER môžu odňať vtedy, ak vertikálna dohoda, na ktorú sa vzťahuje rozsah pôsobnosti článku 101 ods. 1, má *samostatne* účinky na príslušný trh, ktoré

⁹⁸ Súdne orgány členských štátov nemôžu ani upraviť rozsah pôsobnosti nariadenia VBER rozšírením jeho oblasti uplatňovania na dohody, na ktoré sa nevzťahuje nariadenie VBER. Akékoľvek takéto rozšírenie by bez ohľadu na jeho rozsah ovplyvnilo spôsob, akým Komisia vykonáva svoju legislatívnu právomoc (rozsudok vo veci C-234/89, Stergios Delimitis/Henninger Bräu AG, EU:C:1991:91, bod 46).

nie sú zlučiteľné s ustanoveniami článku 101 ods. 3. Po druhé, ako je uvedené v odôvodnení 18 nariadenia VBER, výhody vyplývajúce z nariadenia VBER môžu odňať vtedy, ak vertikálna dohoda má tieto účinky *spolu s* podobnými dohodami, ktoré uzavreli konkurenční dodávatelia alebo kupujúci. Je to preto, lebo paralelné siete podobných vertikálnych dohôd môžu vytvoriť kumulatívne účinky, ktoré nie sú zlučiteľné s ustanoveniami článku 101 ods. 3. Obmedzenie prístupu na príslušný trh a obmedzenie hospodárskej súťaže na tomto trhu predstavujú príklady takýchto kumulatívnych účinkov, ktorými je možné odôvodniť odňatie výhod vyplývajúcich z nariadenia VBER.⁹⁹

- (242) Paralelné siete vertikálnych dohôd sa majú považovať za podobné, ak obsahujú rovnaký druh obmedzení, ktoré majú podobné účinky na trh. Takéto kumulatívne účinky môžu napríklad vyplývať v prípade zdieľanej exkluzivity alebo selektívnej distribúcie z paritných záväzkov alebo povinností nekonzurovať si. Pokiaľ ide o selektívnu distribúciu, situácia dostatočne podobných paralelných sietí môže nastať, ak určití dodávatelia na danom trhu uplatňujú čisto kvalitatívnu selektívnu distribúciu, zatiaľ čo iní dodávatelia uplatňujú kvantitatívnu selektívnu distribúciu, a to s podobnými účinkami na trh. Takéto kumulatívne účinky môžu nastať aj vtedy, ak paralelné siete selektívnej distribúcie na danom trhu používajú kvalitatívne kritériá, ktoré distribútorom uzatvárajú prístup na trh. Za takýchto okolností sa musia v posúdení zohľadniť protisúťažné účinky, ktoré možno pripísať každej jednotlivkej sieti dohôd. Odňatie výhod vyplývajúcich z nariadenia VBER môže byť v primeraných prípadoch obmedzené na konkrétne kvalitatívne kritériá alebo konkrétne kvantitatívne kritériá, ktorými sa obmedzuje počet autorizovaných distribútorov.
- (243) Zodpovednosť za protisúťažný kumulatívny účinok sa môže pripísať iba tým podnikom, ktoré k nemu citeľne prispievajú. Na dohody uzavreté podnikmi, ktorých podiel na tomto kumulatívnom účinku je zanedbateľný, sa nevzťahuje zákaz stanovený v článku 101 ods. 1.¹⁰⁰ Nepodliehajú preto mechanizmu odňatia.¹⁰¹
- (244) Komisia môže podľa článku 29 ods. 1 nariadenia (ES) č. 1/2003 výhody vyplývajúce z nariadenia VBER odňať z vlastnej iniciatívy alebo na základe sťažnosti. Zahŕňa to aj možnosť vnútroštátnych orgánov na ochranu hospodárskej súťaže požiadať Komisiu, aby v konkrétnom prípade odňala výhody vyplývajúce z nariadenia VBER, a to bez toho, aby bolo dotknuté uplatňovanie pravidiel o pridelovaní prípadov a pomoci v rámci Európskej siete pre hospodársku súťaž¹⁰², a bez toho, aby bola ovplyvnená ich vlastná právomoc na odňatie v zmysle článku 29 ods. 2 nariadenia (ES) č. 1/2003. Ak v konkrétnom prípade požiadajú Komisiu o uplatnenie článku 29 ods. 1 nariadenia (ES) č. 1/2003 aspoň tri vnútroštátne orgány na ochranu hospodárskej súťaže, Komisia prípad prediskutuje v rámci Európskej siete pre hospodársku súťaž s cieľom rozhodnúť o odňatí výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER. Komisia v tejto súvislosti v rámci včasného prijatia záveru o tom, či sú

⁹⁹ Kumulatívny účinok uzavretia príslušného trhu je však nepravdepodobný, ak sa paralelné siete vertikálnych dohôd vzťahujú na menej ako 30 % príslušného trhu, pozri oznámenie *de minimis*, bod 10.

¹⁰⁰ Jednotliví dodávatelia alebo distribútori s trhovým podielom nepresahujúcim 5 % sa spravidla nepovažujú za významne prispievajúcich ku kumulatívnomu účinku uzavretia trhu, pozri oznámenie *de minimis*, bod 10, a rozhodnutie vo veci C-234/89, Stergios Delimitis/Henninger Bräu AG, EU:C:1991:91, body 24 až 27.

¹⁰¹ Posúdenie takéhoto príspevku sa vykoná v súlade s kritériami stanovenými v politike presadzovania v jednotlivých prípadoch, ako sa stanovuje v oddiele 8 týchto usmernení.

¹⁰² Pozri kapitolu IV nariadenia (ES) č. 1/2003.

splnené podmienky na odňatie v konkrétnom prípade, riadne zohľadní stanoviská vnútroštátnych orgánov na ochranu hospodárskej súťaže, ktoré Komisiu požiadali o odňatie výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER.

- (245) Z článku 29 ods. 1 a 2 nariadenia (ES) č. 1/2003 vyplýva, že Komisia má výlučnú právomoc na odňatie na úrovni Únie v tom zmysle, že môže v súvislosti s vertikálnymi dohodami odňať výhody vyplývajúce z nariadenia VBER, ktorými sa obmedzuje hospodárska súťaž na relevantnom geografickom trhu širšom ako územie jedného členského štátu, na ktorom môžu vnútroštátne orgány na ochranu hospodárskej súťaže odňať len výhody vo vzťahu k územiu ich príslušného členského štátu.
- (246) Právomoc na odňatie zo strany jednotlivých vnútroštátnych orgánov na ochranu hospodárskej súťaže sa preto týka prípadov, v ktorých príslušný trh pokrýva územie jedného členského štátu alebo územie, ktoré sa nachádza výlučne v danom členskom štáte. Vnútroštátny orgán na ochranu hospodárskej súťaže tohto členského štátu má v takom prípade právomoc odňať výhodu vyplývajúcu z nariadenia VBER v súvislosti s vertikálnou dohodou, ktorá má na tomto vnútroštátnom alebo regionálnom trhu účinky nezlučiteľné s článkom 101 ods. 3. Ide o súbežnú právomoc v tom zmysle, že na základe článku 29 ods. 1 sa Komisia zároveň splnomocňuje, aby v súvislosti s vnútroštátnym alebo regionálnym trhom odňala výhodu vyplývajúcu z nariadenia VBER za predpokladu, že konkrétna vertikálna dohoda môže mať vplyv na obchod medzi členskými štátmi.
- (247) Ak sa to týka viacerých samostatných vnútroštátnych alebo regionálnych trhov, viacero príslušných vnútroštátnych orgánov na ochranu hospodárskej súťaže môže súbežne odňať výhodu vyplývajúcu z nariadenia VBER.
- (248) Z formulácie článku 29 ods. 1 nariadenia (ES) č. 1/2003 vyplýva, že ak Komisia odníme výhody vyplývajúce z nariadenia VBER, má povinnosť preukázať v prvom rade, že na príslušnú vertikálnu dohodu sa vzťahujú ustanovenia nariadenia VBER, čo znamená, že musí patriť do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1¹⁰³, ako aj preukázať, že táto dohoda má účinky nezlučiteľné s článkom 101 ods. 3, čo znamená, že nespĺňa ani len jednu zo štyroch podmienok uvedených v článku 101 ods. 3.¹⁰⁴ Rovnaké podmienky v zmysle článku 29 ods. 2 nariadenia (ES) č. 1/2003 sa uplatňujú, ak vnútroštátny orgán na ochranu hospodárskej súťaže odníme výhody vyplývajúce z nariadenia VBER vo vzťahu k jeho členskému štátu. Najmä pokiaľ ide o povinnosť preukázať splnenie druhej podmienky, od príslušného orgánu na ochranu hospodárskej súťaže sa podľa článku 29 vyžaduje, aby dokázal, že aspoň jedna zo štyroch podmienok uvedených v článku 101 ods. 3 nie je splnená.¹⁰⁵

¹⁰³ Ak vertikálna dohoda nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, ako sa stanovuje v oddiele 3 týchto usmernení, otázka uplatňovania nariadenia VBER nevzniká, pretože cieľom nariadenia VBER je vymedzenie kategórií vertikálnych dohôd, ktoré zvyčajne spĺňajú podmienky stanovené v článku 101 ods. 3, čo predpokladá, že vertikálna dohoda patrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Pozri výslovný odkaz v článku 101 ods. 3 na dohody, rozhodnutia a zosúladené postupy, ako aj v článku 101 ods. 1.

¹⁰⁴ Stačí, aby Komisia preukázala, že jedna zo štyroch podmienok uvedených v článku 101 ods. 3 nie je splnená. Dôvodom je to, že na uplatnenie výnimky podľa článku 101 ods. 3 musia byť splnené všetky štyri podmienky.

¹⁰⁵ Podmienka podľa článku 29 nariadenia (ES) č. 1/2003, pokiaľ ide o dôkazné bremeno príslušného orgánu na ochranu hospodárskej súťaže, vyplýva zo situácie, v ktorej sa nariadenie VBER neuplatňuje a podnik sa v konkrétnom prípade odvolá na článok 101 ods. 3. V takejto situácii podnik nesie dôkazné bremeno v zmysle článku 2 nariadenia (ES) č. 1/2003, aby preukázal, že sú splnené všetky štyri

- (249) Ak sú splnené požiadavky uvedené v článku 29 ods. 1 nariadenia (ES) č. 1/2003, Komisia môže v konkrétnom prípade odňať výhody vyplývajúce z nariadenia VBER. Takého odňatie a jeho podmienky, ako sa uvádza v predchádzajúcich bodoch, sa musia odlišovať od zistení v rozhodnutí Komisie podľa kapitoly III nariadenia (ES) č. 1/2003. Odňatie však možno skombinovať, a to napríklad so zistením porušovania a uložením opravného prostriedku, a dokonca aj s dočasnými opatreniami, ako sa to uskutočnilo v predchádzajúcich rozhodnutiach Komisie.¹⁰⁶
- (250) Ak Komisia v zmysle článku 29 ods. 1 nariadenia (ES) č. 1/2003 odníme výhody vyplývajúce z nariadenia VBER, musí zohľadniť, že odňatie môže mať iba účinok *ex nunc*, t. j. status výnimky príslušných dohôd ostane bez zmeny až do dátumu nadobudnutia účinnosti odňatia výnimky. Príslušné vnútroštátne orgány na ochranu hospodárskej súťaže musia v prípade odňatia podľa článku 29 ods. 2 nariadenia (ES) č. 1/2003 zohľadniť aj svoje povinnosti podľa článku 11 ods. 4 nariadenia (ES) č. 1/2003, najmä predložiť Komisii akékoľvek príslušné pripravované rozhodnutie.

7.2. Nariadenie, ktorým sa vyhlasuje neuplatňovanie nariadenia VBER (článok 6 nariadenia VBER)

- (251) V súlade s článkom 1a nariadenia o splnomocnení umožňuje článok 6 nariadenia VBER Komisii vylúčiť prostredníctvom nariadenia z pôsobnosti nariadenia VBER paralelné siete podobných vertikálnych obmedzení, ak tieto siete pokrývajú viac ako 50 % príslušného trhu. Toto opatrenie nie je určené jednotlivým podnikom, ale týka sa všetkých podnikov, ktorých dohody spĺňajú podmienky stanovené v nariadení uvedenom v článku 6 nariadenia VBER. Pri posudzovaní potreby prijať takéto nariadenie Komisia posúdi, či by individuálne odňatie výnimky nebolo vhodnejším opravným prostriedkom. V rámci tohto posúdenia majú osobitný význam dva aspekty, a to počet konkurenčných podnikov prispievajúcich ku kumulatívne účinku na trh a počet ovplyvnených geografických trhov v rámci Únie.
- (252) Komisia zváži prijatie nariadenia podľa článku 6 nariadenia VBER, ak je pravdepodobné, že podobné obmedzenia, ktoré pokrývajú viac ako 50 % príslušného trhu, výrazne obmedzujú prístup na tento trh alebo hospodársku súťaž na tomto trhu. To môže nastať najmä vtedy, ak paralelné selektívne distribučné siete pokrývajúce viac ako 50 % trhu sú zodpovedné za uzavretie trhu z dôvodu, že využívajú selektívne kritéria, ktoré si nevyžaduje povaha príslušného tovaru alebo služieb alebo ktoré vedú k diskriminácii určitých foriem distribúcie takéhoto tovaru alebo služieb. Pri výpočte 50 % podielu pokrytia trhu treba zohľadniť každú jednotlivú sieť vertikálnych dohôd obsahujúcich obmedzenia alebo kombinácie obmedzení, ktoré majú podobné účinky na trh. Ustanovenia článku 6 nariadenia VBER však nevyžadujú, aby Komisia zasiahla v prípade, keď je prekročený 50 % podiel pokrytia trhu.

podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Na tento účel musí preukázať svoje tvrdenia, pozri napr. rozhodnutie Komisie vo veci AT.39226 Lundbeck, potvrdené rozsudkom vo veci T-472/13, Lundbeck/Komisia, EU:T:2016:449, a vo veci C-591/16 P, Lundbeck/Komisia.

¹⁰⁶ Komisia využila svoju právomoc na odňatie výhod vyplývajúcich z jedného z predchádzajúcich nariadení o skupinovej výnimke v rozhodnutiach Komisie z 25. marca 1992 (dočasné opatrenia) a z 23. decembra 1992 týkajúcich sa konania podľa článku 85 zmluvy o EHS vo veci IV/34.072 – Mars/Langnese a Schöller a potvrdených rozsudkom vo veci C-279/95 P, Langnese-Iglo/Komisia, EU:C:1998:447, ako aj v rozhodnutiach Komisie zo 4. decembra 1991 (dočasné opatrenia) a zo 4. decembra 1991 týkajúcich sa konania podľa článku 85 zmluvy o EHS vo veci IV/33.157 – Eco System/Peugeot.

- (253) Účinkom nariadenia prijatého v zmysle článku 6 nariadenia VBER je to, že sa nariadenie VBER stáva v súvislosti s príslušnými obmedzeniami a príslušnými trhmi neuplatniteľné a že sa v plnom rozsahu uplatňuje článok 101 ods. 1 a 3.
- (254) V akomkoľvek nariadení prijatom podľa článku 6 nariadenia VBER musí byť jasne vymedzený jeho rozsah pôsobnosti. Komisia preto musí najskôr vymedziť príslušný produktový trh a príslušný geografický trh (alebo trhy) a následne určiť druh vertikálneho obmedzenia, v súvislosti s ktorým sa nariadenie VBER prestane uplatňovať. Pokiaľ ide o druhý uvedený aspekt, Komisia môže upraviť rozsah pôsobnosti nariadenia podľa toho, aký problém s hospodárskou súťažou má v úmysle riešiť. Napríklad, aj keď sa pri stanovovaní 50 % podielu pokrytia trhu môžu zohľadniť všetky paralelné siete dohôd typu nákup jednej značky, Komisia môže aj napriek tomu obmedziť rozsah nariadenia prijatého v zmysle článku 6 nariadenia VBER iba na povinnosti nekonkurovať si presahujúce určité obdobie trvania. Dohody s kratším obdobím trvania alebo menej obmedzujúcou povahou teda nemusia byť dotknuté vzhľadom na nižší stupeň účinkov uzavretia trhu, ktoré možno pripísať týmto obmedzeniam. Podobne, keď podniky na určitom trhu používajú selektívnu distribúciu v kombinácii s ďalšími obmedzeniami, ako sú povinnosti nekonkurovať si alebo presadzovanie množstevnej povinnosti, nariadenie prijaté v zmysle článku 6 nariadenia VBER sa môže týkať len týchto ďalších obmedzení. Ak to prichádza do úvahy, môže Komisia uviesť hraničný trhový podiel, ktorý sa v súvislosti s konkrétnym trhom môže považovať za nedostatočný na to, aby viedol k značnému prínosu jedného podniku ku kumulatívne účinku.
- (255) V článku 1a nariadenia o splnomocnení sa vyžaduje, aby nariadenie prijaté v zmysle článku 6 nariadenia VBER obsahovalo prechodné obdobie v trvaní aspoň šiestich mesiacov predtým, ako vstúpi do platnosti. Cieľom tohto obdobia je umožniť dotknutým podnikom, aby náležite prispôbili svoje vertikálne dohody.
- (256) Nariadenie prijaté v zmysle článku 6 nariadenia VBER nebude mať vplyv na stav vyňatia príslušných dohôd počas obdobia pred začatím jeho uplatňovania.

8. POLITIKA PRESADZOVANIA V JEDNOTLIVÝCH PRÍPADOCH

8.1. Rámec analýzy

- (257) V prípade, ak sa pravidlo bezpečného prístavu na základe nariadenia VBER neuplatňuje na vertikálnu dohodu, je dôležité preskúmať, či v konkrétnom prípade vertikálna dohoda patrí do pôsobnosti článku 101 ods. 1, a ak áno, či sú splnené podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Za predpokladu, že dohoda nemá za cieľ obmedzenia hospodárskej súťaže, a najmä veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, nie je dôvod predpokladať, že vertikálne dohody, ktoré nepatria do pôsobnosti nariadenia VBER z dôvodu prekročenia hraničných trhových podielov, patria do pôsobnosti článku 101 ods. 1 alebo nespĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Takéto dohody si vyžadujú individuálne posúdenie. Dohody, ktoré buď neobmedzujú hospodársku súťaž v zmysle článku 101 ods. 1, alebo spĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3, sú platné a vymáhateľné.
- (258) Podľa článku 1 ods. 2 nariadenia (ES) č. 1/2003 podniky nemusia oznámiť vertikálnu dohodu, ktorá má využívať výhody vyplývajúce z individuálnej výnimky podľa článku 101 ods. 3. Ak individuálne preskúmanie vykonáva Komisia, práve ona musí preukázať, že daná vertikálna dohoda porušuje článok 101 ods. 1. Podniky, ktoré si uplatňujú nárok na výhody vyplývajúce z článku 101 ods. 3, sú povinné preukázať, že spĺňajú podmienky uvedeného ustanovenia. Keď sa preukáže pravdepodobné

protisúťažné účinky, podniky môžu zdôvodniť opodstatnenosť nárokov na zefektívnenie a vysvetliť, prečo je určitý distribučný systém nevyhnutný na to, aby mohol prinášať výhody spotrebiteľom bez vylúčenia hospodárskej súťaže ešte predtým, ako Komisia rozhodne, či dohoda spĺňa podmienky uvedené v článku 101 ods. 3.

- (259) Posúdenie, či vertikálna dohoda má účinok obmedzujúci hospodársku súťaž, sa vykoná na základe porovnania situácie na príslušnom trhu s existujúcimi vertikálnymi obmedzeniami so situáciou, ktorá by na príslušnom trhu bola v prípade neexistencie vertikálnych obmedzení vo vertikálnej dohode. Pri posúdení jednotlivých prípadov Komisia podľa potreby zohľadní skutočné, ako aj pravdepodobné účinky. Aby vertikálne dohody mali obmedzujúci účinok na hospodársku súťaž, musia mať taký vplyv na skutočnú alebo prípadnú hospodársku súťaž, že na príslušnom trhu možno s primeraným stupňom pravdepodobnosti očakávať negatívne účinky na ceny, produkciu, inovácie alebo rozmanitosť a kvalitu tovaru alebo služieb. Pravdepodobné negatívne účinky na hospodársku súťaž musia byť citeľné.¹⁰⁷ Je pravdepodobné, že citeľné protisúťažné účinky sa vyskytnú skôr vtedy, keď aspoň jedna zo strán dohody má alebo získa určitý stupeň trhovej sily a dohoda prispieva k vytvoreniu, udržaniu alebo posilňovaniu tejto trhovej sily, alebo umožňuje stranám dohody túto silu využívať. Trhová sila je schopnosť udržiavať ceny nad konkurenčnými úrovňami alebo udržiavať produkciu z hľadiska množstva výrobkov, ich kvality a rozmanitosti alebo inovácie pod konkurenčnými úrovňami počas nezanedbateľného obdobia. Stupeň trhovej sily, ktorý sa zvyčajne vyžaduje na preukázanie porušenia článku 101 ods. 1, je nižší ako stupeň trhovej sily, ktorý je potrebný na preukázanie dominantného postavenia podľa článku 102.

8.1.1. *Faktory relevantné pre posúdenie podľa článku 101 ods. 1*

- (260) Pri posudzovaní vertikálnych dohôd medzi podnikmi, ktorých trhové podiely sú vyššie ako prahová hodnota 30 %, Komisia urobí úplnú analýzu hospodárskej súťaže. Pri zisťovaní, či vertikálna dohoda spôsobuje citeľné obmedzenie hospodárskej súťaže podľa článku 101 ods. 1, sa považujú za najdôležitejšie tieto faktory:
- a) povaha dohody;
 - b) postavenie strán dohody na trhu;
 - c) postavenie konkurentov na trhu (dodávatelia a odberatelia);
 - d) postavenie kupujúcich zmluvného tovaru alebo služieb na trhu;
 - e) dotknutá úroveň obchodu;
 - f) povaha produktu a
 - g) dynamika trhu.
- (261) Môžu sa zohľadniť aj ďalšie faktory v závislosti od ich relevantnosti pre posúdenie dotknutej vertikálnej dohody.
- (262) Význam jednotlivých faktorov sa môže líšiť v závislosti od okolností prípadu. Napríklad vysoký trhový podiel zmluvných strán je zvyčajne dobrým ukazovateľom trhovej sily, ale v prípade nepatrných prekážok vstupu môže byť trhová sila

¹⁰⁷ Pozri oddiel 3.1 týchto usmernení.

dostatočne obmedzená skutočným alebo prípadným vstupom. Preto nie je možné stanoviť striktné pravidlá, ktoré by sa dali všeobecne uplatniť na stanovenie dôležitosti jednotlivých faktorov.

- (263) Vertikálne dohody môžu mať veľa rôznych podôb. Preto je dôležité analyzovať povahu dohody, pokiaľ ide o obmedzenia, ktoré obsahuje, trvanie týchto obmedzení a percentuálny podiel celkového predaja na trhu (odberateľov) ovplyvnenom týmito obmedzeniami. Môže byť nevyhnutné ísť nad rámec výslovných podmienok dohody. Existencia implicitných obmedzení môže vyplývať zo spôsobu, akým strany dohodu vykonávajú, a z pohnútok, ktoré sledujú.
- (264) Postavenie strán dohody na trhu je ukazovateľom stupňa trhovej sily, ktorú má dodávateľ, kupujúci alebo obidva subjekty. Čím vyšší je ich trhový podiel, tým väčšia je zvyčajne aj ich trhovú sila. To platí najmä v prípadoch, keď trhovú silu odráža nákladové výhody alebo iné konkurenčné výhody v porovnaní s konkurentmi. Takéto konkurenčné výhody môžu byť napríklad výsledkom toho, že spoločnosť bola na trhu prvá (má najlepšie miesto atď.), má vlastné dôležité patenty alebo má vynikajúcu technológiu, predstavuje vedúcu značku na trhu alebo má najdokonalejší sortiment. Stupeň diferenciácie v oblasti výrobkov môže takisto predstavovať relevantný ukazovateľ existencie trhovej sily.
- (265) Dôležité je aj postavenie konkurentov na trhu. Čím silnejšie je konkurenčné postavenie konkurentov a čím väčší je ich počet, tým menšie je riziko, že strany budú môcť individuálne uplatňovať trhovú silu a uzavrieť trh pre iných alebo zmierniť hospodársku súťaž. Je preto dôležité zvážiť aj to, či existujú účinné a včasné protistratégie, ktoré by mohli konkurenti zaviesť. Ak je však počet konkurenčných podnikov na trhu pomerne nízky a ich postavenie na trhu (napr. pokiaľ ide o veľkosť, náklady a potenciál v oblasti výskumu a vývoja) je približne rovnaké, vertikálne obmedzenia môžu zvyšovať riziko kolúzie. Kolísajúce alebo rýchlo sa meniace trhové podiely sú zvyčajne ukazovateľom silnej hospodárskej súťaže.
- (266) Trhové postavenie zákazníkov strán dohody na odberateľskom trhu je ukazovateľom, či jeden alebo viacerí z týchto zákazníkov majú silu kupujúceho. Prvým ukazovateľom sily kupujúceho je podiel zákazníka na trhu, na ktorom nakupuje. Tento podiel odráža význam jeho dopytu pre prípadných dodávateľov. Ostatné ukazovatele sa zameriavajú na postavenie zákazníka na trhu ďalšieho predaja, na ktorom pôsobí, vrátane takých charakteristík, ako je rozsah geografického pokrytia jeho predajní, vlastné značky vrátane súkromných značiek a imidž jeho značiek medzi koncovými zákazníkmi. Za určitých okolností môže sila kupujúceho zabrániť poškodeniu spotrebiteľa, ktoré by vyplývalo z inak problematickej vertikálnej dohody. Platí to najmä vtedy, keď silní zákazníci sú schopní a motivovaní priniesť nové zdroje dodávok na trh v prípade malého, ale nepretržitého zvyšovania relatívnych cien.
- (267) Prekážky vstupu sa merajú rozsahom, v akom pôvodné podniky môžu zvyšovať svoje ceny nad konkurenčnú úroveň bez toho, aby na trh prilákali nové konkurenčné podniky. Spravidla je možné konštatovať, že prekážky vstupu sú malé vtedy, ak možno očakávať, že uplatňovanie trhovej sily pôvodnými podnikmi možno prostredníctvom účinného a pravdepodobného vstupu na trh do jedného alebo dvoch rokov narušiť alebo mu zabrániť. Prekážky vstupu môžu vyplývať zo širokej škály faktorov, ako sú napríklad úspory z rozsahu a úspory zo sortimentu (vrátane sieťových účinkov viacstranných podnikov), právne predpisy vlády (najmä ak sa nimi stanovujú výhradné práva), štátna pomoc, dovozný clá, práva duševného

vlastníctva, vlastníctvo zdrojov v prípadoch obmedzenej ponuky (napr. z dôvodu prírodných obmedzení), nevyhnutné vybavenie, výhoda z prvenstva a vernosť spotrebiteľov značke vybudovaná časom pomocou intenzívnej reklamy. Otázka, či sa niektoré z týchto faktorov dajú opísať ako prekážky vstupu, závisí najmä od toho, či sú s nimi spojené utopené náklady. Utopené náklady sú náklady, ktoré sú nevyhnutné na vstup na trh alebo na aktívne pôsobenie na trhu, ktoré však nemožno po odchode z trhu získať späť. Náklady na reklamu zameranú na vybudovanie vernosti spotrebiteľov sa zvyčajne považujú za utopené náklady, pokiaľ odchádzajúca spoločnosť nepredá svoju obchodnú značku alebo ju nevyužije bez straty niekde inde. Ak si vstup na trh vyžaduje vysoké utopené náklady, hrozba silnej konkurencie zo strany podnikov, ktoré už na trhu pôsobia, môže potenciálnych záujemcov o vstup na trh odradiť od takéhoto vstupu, keďže nedokážu odôvodniť riziko straty svojich utopených investícií. Prekážky vstupu sa môžu vyskytnúť len na úrovni dodávateľa alebo len na úrovni kupujúceho, alebo na oboch úrovniach.

- (268) Keďže sú na vstup na trh spravidla nevyhnutné aspoň čiastočné utopené náklady, pri posúdení prípadu sa existujúca hospodárska súťaž zvyčajne považuje za účinnejšiu než potenciálna hospodárska súťaž a kladie sa na ňu väčší dôraz.
- (269) Vertikálne obmedzenia a vertikálna integrácia takisto môžu fungovať aj ako prekážky vstupu, pretože sťažujú prístup a vylučujú vstup (prípadných) konkurentov na trh. Napríklad, povinnosť nekonkurovať si, ktorou sa distribútori viažu na dodávateľa, môže mať závažný účinok uzavretia trhu, ak potenciálny záujemca o vstup na trh musí vynaložiť určité utopené náklady na získanie vlastných distribútorov.
- (270) Úroveň obchodu súvisí s rozdielom medzi tovarom alebo službami medzispotreby alebo konečnej spotreby. Tovar a služby medzispotreby sa predávajú podnikom na použitie ako vstup na výrobu iného tovaru alebo služieb a sú spravidla nerozoznatelné v konečnom tovare alebo službách. Kupujúci tovaru alebo služieb medzispotreby sú zvyčajne veľmi dobre informovanými zákazníkmi, ktorí sú schopní posúdiť kvalitu, a preto sa menej spoliehajú na značku a imidž. Konečný tovar alebo služby sa priamo alebo nepriamo predávajú konečným zákazníkom, ktorí sa často viac spoliehajú na značku alebo imidž.
- (271) Povaha produktu zohráva úlohu najmä pri posúdení prípadných negatívnych aj pozitívnych účinkov predovšetkým v súvislosti s konečným tovarom alebo službami. Pri posudzovaní prípadných negatívnych účinkov je dôležité vedieť, či sú tovar alebo služby predávané na príslušnom trhu homogénne alebo skôr diferencované, či je produkt drahý a výrazne zasahuje do rozpočtu spotrebiteľa, alebo je skôr lacný, a či ide o produkt nakupovaný jednorazovo alebo opakovaním.
- (272) Dynamika trhu sa musí starostlivo posudzovať podľa jednotlivých prípadov. Hoci na niektorých dynamických trhoch môžu byť možné negatívne účinky určitých vertikálnych obmedzení bezproblémové, keďže hospodárska súťaž medzi značkami od dynamických a inovatívnych konkurentov slúži ako dostatočné obmedzenie, v iných prípadoch môžu vertikálne obmedzenia poskytnúť pôvodnému podniku nepretržitú konkurenčnú výhodu na dynamickom trhu, čoho výsledkom sú dlhodobé účinky na hospodársku súťaž. Môže tomu tak byť v prípade, ak vertikálne obmedzenie pripravuje konkurentov o výhody sieťových účinkov alebo ak má trh tendenciu k preklopeniu rovnováhy.
- (273) Pri posudzovaní konkrétneho vertikálneho obmedzenia podľa článku 101 sa môžu zohľadniť aj ďalšie faktory. Medzi tieto faktory patrí napríklad kumulatívny účinok

vyplývajúci z pokrytia trhu podobnými dohodami iných dodávateľov, či je dohoda „nanútená“ (iba jedna strana dohody prijíma obmedzenia alebo povinnosti) alebo „dohodnutá“ (obidve strany dohody prijímajú obmedzenia alebo povinnosti), regulačné prostredie a správanie sa, ktoré môže naznačovať kolúziu alebo ju uľahčovať, napríklad vedúce postavenie pri tvorbe cien, vopred oznamované zmeny cien a diskusie o cenách, nepružnosť cien ako reakcia na nadbytočnú kapacitu, cenová diskriminácia a kolúzne správanie v minulosti.

8.1.2. *Faktory relevantné pre posúdenie podľa článku 101 ods. 3*

- (274) Obmedzujúce vertikálne dohody môžu mať aj účinky podporujúce hospodársku súťaž v podobe účinkov zvyšujúcich efektívnosť, ktoré môžu vyvážiť ich protisúťažné účinky. Takéto posúdenie sa robí v rámci stanovenom v článku 101 ods. 3, ktorý obsahuje individuálnu výnimku zo zákazu zakotveného v článku 101 ods. 1. Aby sa táto výnimka mohla uplatniť, vertikálna dohoda musí spĺňať tieto štyri podmienky: i) musí prinášať objektívne ekonomické výhody, ii) obmedzenia hospodárskej súťaže musia byť nevyhnutné na dosiahnutie účinkov zvyšujúcich efektívnosť, iii) spotrebitelia musia získať spravodlivý podiel na zvýšení efektívnosti a iv) dohoda nesmie umožňovať stranám, aby vylučovali hospodársku súťaž v súvislosti so značnou časťou príslušného tovaru alebo služieb.¹⁰⁸
- (275) Posudzovanie vertikálnych dohôd podľa článku 101 ods. 3 sa uskutočňuje v aktuálnom kontexte, v ktorom sa dohody vyskytujú¹⁰⁹, a na základe skutočností existujúcich v ktoromkoľvek danom momente. Posudzovanie je citlivé na podstatné zmeny faktov. Individuálna výnimka zakotvená v článku 101 ods. 3 sa uplatňuje tak dlho, kým sú splnené štyri podmienky, a prestane sa uplatňovať, keď to už neplatí.¹¹⁰ Pri uplatňovaní článku 101 ods. 3 podľa týchto zásad je nevyhnutné brať do úvahy investície vynaložené stranami dohody, ako aj čas a obmedzenia potrebné na vynaloženie a zabezpečenie návratnosti investícií na zvýšenie efektívnosti.
- (276) Prvá podmienka článku 101 ods. 3 vyžaduje posúdenie objektívnych výhod z hľadiska účinkov zvyšujúcich efektívnosť, ktoré sa dosiahnu vertikálnou dohodou. V tejto súvislosti majú vertikálne dohody často potenciál pomôcť dosiahnuť účinky zvyšujúce efektívnosť, ako je vysvetlené v oddiele 2.1 týchto usmernení, a to zlepšovaním spôsobu, ako strany dohody vykonávajú svoje doplnkové činnosti.
- (277) Pri posudzovaní testu nevyhnutnosti, ktorý je uvedený v druhej podmienke článku 101 ods. 3, Komisia preskúma najmä to, či jednotlivé obmedzenia umožňujú uskutočňovanie výroby, nákupu a/alebo (ďalšieho) predaja zmluvných produktov efektívnejšie ako v prípade neexistencie príslušného obmedzenia. Pri vykonávaní takéhoto posúdenia sa musia zohľadniť podmienky a skutočnosť, ktorej strany dohody čelia. Od podnikov, ktoré si uplatňujú výhody vyplývajúce z článku 101 ods. 3, sa nevyžaduje, aby zvažovali hypotetické a teoretické alternatívy. Musia však vysvetliť a preukázať, prečo by zdanlivo realistické a podstatne menej obmedzujúce alternatívy nevytvorili rovnaké účinky zvyšujúce efektívnosť. Ak by uplatnenie na prvý pohľad komerčne realistickej a menej obmedzujúcej alternatívy viedlo

¹⁰⁸ Pozri oznámenie Komisie – Oznámenie – Usmernenia o uplatňovaní článku 81 ods. 3 zmluvy (Ú. v. EÚ C 101, 27.4.2004, s. 97).

¹⁰⁹ Pozri rozsudok v spojených veciach 25/84 a 26/84, Ford, EU:C:1985:340, body 24 a 25.

¹¹⁰ V tejto súvislosti pozri rozhodnutie Komisie 1999/242/ES (vec č. IV/36.237 – TPS) (Ú. v. ES L 90, 2.4.1999, s. 6). Podobne sa zákaz zakotvený v článku 101 ods. 1 uplatňuje len tak dlho, kým má dohoda obmedzujúci cieľ alebo obmedzujúce účinky.

k značnej strate účinkov zvyšujúcich efektívnosť, príslušné opatrenie sa považuje za nevyhnutné.

- (278) Podľa tretej podmienky článku 101 ods. 3 musia spotrebitelia získať spravodlivý podiel výhod. Z toho vyplýva, že spotrebitelia tovaru alebo služieb kupovaných a/alebo (ďalej) predávaných podľa vertikálnej dohody musia získať aspoň kompenzáciu za negatívne účinky tejto dohody.¹¹¹ Inými slovami, zefektívnenie musí v plnom rozsahu vyvážiť prípadný negatívny vplyv na ceny, produkciu a ostatné relevantné faktory spôsobené touto vertikálnou dohodou.
- (279) Podľa štvrtej podmienky článku 101 ods. 3 vertikálna dohoda stranám dohody nesmie umožňovať, aby vylučovali hospodársku súťaž v súvislosti so značnou časťou príslušného tovaru alebo služieb. To predpokladá analýzu zostávajúcich konkurenčných tlakov na trh a vplyvu dohody na tieto zdroje hospodárskej súťaže. Pri posudzovaní tejto podmienky sa musí zohľadniť vzťah medzi článkom 101 ods. 3 a článkom 102. Podľa ustálenej judikatúry uplatňovanie článku 101 ods. 3 nemôže brániť uplatňovaniu článku 102.¹¹² Okrem toho, keďže aj článok 101 aj článok 102 majú za cieľ zachovanie efektívnej hospodárskej súťaže na trhu, dôslednosť si vyžaduje, aby sa článok 101 ods. 3 interpretoval ako ustanovenie vopred vylučujúce akékoľvek uplatnenie tejto výnimky na obmedzujúce vertikálne dohody, ktorých výsledkom je zneužitie dominantného postavenia.¹¹³ Na základe tejto podmienky vertikálna dohoda nesmie vylučovať efektívnu hospodársku súťaž odstránením všetkých alebo väčšiny existujúcich zdrojov skutočnej alebo potenciálnej hospodárskej súťaže. Súperenie medzi podnikmi je základnou hnacou silou ekonomickej efektívnosti vrátane dynamických účinkov zvyšujúcich efektívnosť vo forme inovácií. Pri jeho absencii budú dominantnému podniku chýbať adekvátne stimuly, aby pokračoval vo vytváraní a prenášaní zefektívnenia. Obmedzujúca dohoda, ktorá zachováva, vytvára alebo posilňuje postavenie na trhu blížiacie sa k monopolnému postaveniu zvyčajne nemôže byť zdôvodnená tým, že zároveň zvyšuje efektívnosť.

8.2. Analýza špecifických vertikálnych obmedzení

- (280) Zatiaľ čo predchádzajúce časti týchto usmernení, najmä šiesta časť, obsahujú usmernenia k posudzovaniu vertikálnych obmedzení, ktoré v zmysle článku 4 nariadenia VBER predstavujú veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, vylúčených obmedzení podľa článku 5 nariadenia VBER a súvisiacich obmedzení, nasledujúce body obsahujú usmernenie k iným špecifickým vertikálnym obmedzeniam. Pokiaľ ide o vertikálne obmedzenia, ktoré sa v týchto usmerneniach osobitne neriešia, Komisia bude k týmto vertikálnym obmedzeniam pristupovať podľa rovnakých zásad a so zreteľom na relevantné faktory, ako sa stanovuje v tejto ôsmej časti usmernení.

¹¹¹ Pozri bod 85 oznámenia Komisie – Oznámenie – Usmernenia o uplatňovaní článku 81 ods. 3 zmluvy (Ú. v. EÚ C 101, 27.4.2004, s. 97).

¹¹² Pozri rozsudok v spojených veciach C-395/96 P a C-396/96 P, *Compagnie Maritime Belge*, EU:C:2000:132, bod 130. Podobne platí, že uplatnenie článku 101 ods. 3 nebráni uplatneniu pravidiel zmluvy o voľnom pohybe tovaru, služieb, osôb a kapitálu. Tieto ustanovenia sú za určitých okolností uplatniteľné na dohody, rozhodnutia a zosúladené postupy v zmysle článku 101 ods. 1, v tejto súvislosti pozri rozsudok vo veci C-309/99, *Wouters*, EU:C:2002:98, bod 120.

¹¹³ V tejto súvislosti pozri rozsudok vo veci T-51/89, *Tetra Pak (I)*, EU:T:1990:41. Pozri aj bod 106 oznámenia Komisie – Oznámenie – Usmernenia o uplatňovaní článku 81 ods. 3 zmluvy (Ú. v. EÚ C 101, 27.4.2004, s. 97).

8.2.1. *Nákup jednej značky*

- (281) Pod označenie „nákup jednej značky“ patria tie dohody, ktorých hlavným prvkom je, že kupujúcemu sa ukladá povinnosť alebo sa nabáda k tomu, aby svoje objednávky sústredil na určitý druh produktu od jedného dodávateľa. Túto požiadavku možno okrem iného nájsť pri doložke o povinnosti nekonkurovať si a doložke o množstevnej povinnosti kupujúceho. Dohoda o povinnosti nekonkurovať si vychádza zo systému povinností alebo stimulov, ktorého výsledkom je, že kupujúci kupuje viac ako 80 % svojich požiadaviek na jednom konkrétnom trhu a len od jedného dodávateľa. To neznamena, že kupujúci môže nakupovať len priamo od dodávateľa, ale že nebude *de facto* nakupovať a ďalej predávať alebo zabudovávať konkurenčný tovar alebo služby. Množstevná povinnosť uložená kupujúcemu je miernejšou formou povinnosti nekonkurovať si, ak stimuly alebo povinnosti dohodnuté medzi dodávateľom a kupujúcim vedú k tomu, že kupujúci väčšinu nákupov uskutočňuje u jedného dodávateľa. Množstevná povinnosť môže mať napríklad podobu požiadaviek minimálneho nákupu, požiadaviek na tvorbu zásob alebo nelineárneho stanovovania cien, ako sú systémy množstevných zliav alebo dvojstupňová tarifa (pevne stanovený poplatok plus jednotková cena). Možno predpokladať, že takzvaná anglická doložka, podľa ktorej kupujúci musí oznámiť každú lepšiu ponuku, ktorú dostane, a môže ju prijať len vtedy, ak mu dodávateľ nie je schopný dať porovnateľnú ponuku, má rovnaký účinok ako povinnosť nákupu jednej značky, a to najmä v prípade, keď kupujúci musí oznámiť, kto mu túto lepšiu ponuku dal.
- (282) Prípadné riziká nákupu jednej značky pre hospodársku súťaž sú uzavretie trhu konkurenčným dodávateľom a potenciálnym dodávateľom, zmierňovanie hospodárskej súťaže a uľahčovanie kolúzie medzi dodávateľmi v prípade kumulatívneho využívania a potlačenie hospodárskej súťaže medzi značkami v rámci obchodu, keď je kupujúci zároveň maloobchodným predajcom, ktorý predáva koncovým spotrebiteľom. Takéto obmedzujúce účinky majú priamy vplyv na súťaž medzi značkami.
- (283) Nákup jednej značky je podľa nariadenia VBER predmetom výnimky v prípade, keď ani dodávateľov trhový podiel, ani kupujúceho trhový podiel nepresahuje 30 %, a pod podmienkou obmedzenia povinnosti nekonkurovať si na obdobie piatich rokov. Ak je uvedený hraničný trhový podiel vyšší alebo ak lehota presahuje obdobie piatich rokov, skupinová výnimka sa na dohody o nákupe jednej značky nevzťahuje, a preto sa musia posudzovať individuálne. Zvyšok tohto oddielu obsahuje usmernenia k posúdeniu jednotlivých prípadov, ak je hraničný trhový podiel vyšší alebo ak lehota presahuje obdobie piatich rokov.
- (284) Možnosť, že povinnosť nákupu jednej značky od konkrétneho dodávateľa vyústi do protisúťažného uzavretia trhu, vzniká najmä vtedy, keď by v prípade absencie tejto povinnosti dochádzalo k významnému konkurenčnému obmedzeniu zo strany konkurentov, ktorí v čase uzavretia dohody obsahujúcej túto povinnosť buď ešte nie sú na trhu prítomní, alebo nie sú v pozícii, aby dokázali v plnej miere pokryť dopyt zákazníkov. Konkurenti nemusia byť schopní pokryť celý dopyt určitého zákazníka, pretože príslušný dodávateľ je nevyhnutným obchodným partnerom aspoň pre časť dopytu na trhu, napríklad preto, lebo jeho značka je „položkou, ktorá musí byť na sklade“ a ktorú uprednostňujú mnohí koneční spotrebiteľia, alebo preto, lebo kapacitné obmedzenia ostatných dodávateľov sú také, že časť dopytu môže pokryť

jedine príslušný dodávateľ.¹¹⁴ Postavenie dodávateľa na trhu má preto zásadný význam pri posudzovaní prípadných protisúťažných účinkov vyplývajúcich z povinnosti nákupu jednej značky.

- (285) Ak môžu konkurenti súperiť za rovnakých podmienok o celý dopyt každého jedného zákazníka, je vo všeobecnosti nepravdepodobné, že by povinnosť nákupu jednej značky od konkrétneho dodávateľa bránila efektívnej hospodárskej súťaži, pokiaľ prechod zákazníkov k inému dodávateľovi nie je problematický z dôvodu trvania a pokrytia trhu v súvislosti s povinnosťou nákupu jednej značky. Čím väčšia časť jeho trhového podielu týkajúceho sa predaja sa uskutočňuje na základe povinnosti nákupu jednej značky a/alebo čím dlhšie trvá povinnosť nákupu jednej značky, tým výraznejšie je uzavretie trhu pre nové konkurenčné podniky. Povinnosť nákupu jednej značky trvajúca kratšie ako jeden rok, ku ktorej sa zaviazali nedominantné spoločnosti, sa zvyčajne nepovažuje za príčinu vzniku citelných protisúťažných účinkov alebo čisto negatívnych účinkov. Povinnosť nákupu jednej značky dohodnutá s nedominantnými spoločnosťami na obdobie od jedného do piatich rokov si zvyčajne vyžaduje riadne vyváženie účinkov podporujúcich hospodársku súťaž a protisúťažných účinkov, zatiaľ čo povinnosť nákupu jednej značky trvajúca viac ako päť rokov sa pri väčšine typov investícií nepovažuje za nevyhnutnú na dosiahnutie požadovaných účinkov zvyšujúcich efektívnosť alebo tieto účinky zvyšujúce efektívnosť nie sú natoľko významné, aby prevýšili ich účinok uzavretia trhu. Povinnosť nákupu jednej značky bude s väčšou pravdepodobnosťou viesť k protisúťažnému uzavretiu trhu, keď sa na nej dohodnú dominantné spoločnosti.
- (286) Pri posudzovaní trhovej sily dodávateľa je dôležité zohľadniť aj postavenie konkurentov na trhu. Pokiaľ je týchto konkurentov dostatočne veľa a sú silní, nepredpokladajú sa žiadne citelné protisúťažné účinky. Je veľmi nepravdepodobné, že by došlo k uzavretiu trhu pre konkurentov, ak majú podobné postavenie na trhu ako dodávateľ a môžu ponúkať rovnako príťažlivé produkty. V takom prípade však k uzavretiu trhu pre potenciálnych záujemcov o vstup na trh môže dôjsť vtedy, keď určitý počet významných dodávateľov uzavrie s veľkým počtom kupujúcich na príslušnom trhu zmluvy o nákupe jednej značky (prípady kumulatívnych účinkov). V tejto situácii dohody o nákupe jednej značky môžu uľahčovať kolúziu medzi konkurenčnými dodávateľmi. Ak sa na týchto jednotlivých dodávateľov vzťahuje nariadenie VBER, môže byť v niektorých prípadoch potrebné riešiť problém negatívneho kumulatívneho účinku odňatím skupinovej výnimky. Ak je viazaný trhový podiel menší ako 5 %, zvyčajne sa nepredpokladá, že by výraznejšie prispieval ku kumulatívne účinku uzavretia trhu.
- (287) V prípadoch, keď je trhový podiel najväčšieho dodávateľa nižší ako 30 % a trhový podiel piatich najväčších dodávateľov nepresahuje 50 %, je nepravdepodobné, že nastane situácia s jedným alebo kumulatívnym protisúťažným účinkom. Ak potenciálny záujemca o vstup na trh nedokáže preniknúť na trh so ziskom, nie je to pravdepodobne spôsobené povinnosťou nákupu jednej značky, ale inými faktormi, ako sú napríklad spotrebiteľské preferencie.
- (288) Prekážky vstupu sú dôležité na zistenie, či dochádza k protisúťažnému uzavretiu trhu. Kdekoľvek, kde je pre konkurenčných dodávateľov relatívne jednoduché vytvoriť pre svoj výrobok vlastnú integrovanú distribučnú sieť alebo nájsť

¹¹⁴

Rozsudok vo veci T-65/98, Van den Bergh Foods/Komisia, EU:T:2003:281, body 104 a 156.

alternatívnych distribútorov, uzavretie trhu nie je skutočný problém. Často však existujú prekážky vstupu na výrobnú, ako aj na distribučnú úroveň.

- (289) Vyrovňavacia sila je tiež dôležitá, pretože silných kupujúcich nie je jednoduché izolovať od ponuky konkurenčného tovaru alebo služieb. Všeobecnejšie povedané, ak chce dodávateľ presvedčiť zákazníkov, aby akceptovali nákup jednej značky, musí im úplne alebo čiastočne vykompenzovať stratu hospodárskej súťaže vyplývajúcu z exkluzivity. Ak sa takáto kompenzácia poskytuje, môže byť prijatie povinnosti nákupu jednej značky od dodávateľa v osobnom záujme zákazníka. Bolo by však nesprávne vyvodit' z toho záver, že všetky povinnosti nákupu jednej značky sú pre zákazníkov na danom trhu a pre konečných spotrebiteľov celkovo prínosné. Predovšetkým je nepravdepodobné, že z nich budú mať prospech spotrebiteľia ako celok, ak je zákazníkov veľa a súhrn povinností nákupu jednej značky bráni vstupu konkurenčných podnikov na trh alebo ich expanzii.
- (290) Napokon, dôležitá je aj „úroveň obchodu“. V prípade medziproduktov je uzavretie trhu menej pravdepodobné. Keď dodávateľ medziproduktu nie je dominantný, konkurenční dodávateľia majú stále voľnú značnú časť dopytu. Účinok protisúťažného uzavretia trhu však môže vzniknúť aj pod úrovňou dominantného postavenia na trhu, a to v situácii kumulatívnych účinkov. Kumulatívny protisúťažný účinok je málo pravdepodobný, pokiaľ je viazaný trhový podiel nižší ako 50 %.
- (291) Keď sa dohoda týka dodávky konečného výrobku na veľkoobchodnej úrovni, otázka, či je pravdepodobné, že vznikne problém týkajúci sa hospodárskej súťaže, závisí prevažne od typu predaja a prekážok vstupu na trh na veľkoobchodnej úrovni. Žiadne reálne riziko uzavretia trhu neexistuje, ak konkurenční výrobcovia môžu ľahko vytvoriť vlastný veľkoobchodný systém. Druh veľkoobchodného systému, ktorý môže dodávateľ účinne vytvoriť, čiastočne určuje, či sú prekážky vstupu na trh nízke. Na trhu, kde môže veľkoobchodný predaj účinne fungovať len s výrobkom, ktorého sa dohoda týka (napríklad zmrzlina), má výrobca záujem vytvoriť svoj vlastný veľkoobchodný systém a je nepravdepodobné, že mu bude daný trh uzavretý. Naopak, na trhu, kde je efektívnejšie predávať na veľkoobchodnej úrovni celú škálu výrobkov (napríklad mrazené potraviny), nie je pre výrobcu, ktorý predáva len jeden výrobok, efektívne zriaďovať si vlastnú veľkoobchodnú činnosť. Bez prístupu k etablovaným veľkoobchodníkom je pravdepodobné, že výrobca bude z tohto trhu vylúčený. V takom prípade by mohli vzniknúť protisúťažné účinky. Navyše, problémy spojené s kumulatívnym účinkom môžu vzniknúť, ak niekoľko dodávateľov viaže väčšinu dostupných veľkoobchodníkov.
- (292) Pri konečných výrobkoch sa uzavretie trhu zvyčajne prejaví skôr na maloobchodnej úrovni, pretože existujú veľké prekážky vstupu na trh pre väčšinu výrobcov, ktorí si chcú otvoriť maloobchodné predajne len pre vlastné výrobky. Okrem toho práve na maloobchodnej úrovni môžu dohody o nákupe jednej značky viesť k obmedzeniu hospodárskej súťaže medzi značkami v rámci obchodu. Z týchto dôvodov a vzhľadom na všetky ďalšie relevantné faktory sa v súvislosti s konečnými výrobkami na maloobchodnej úrovni môžu prejavovať výrazné protisúťažné účinky, ak na seba nedominantný dodávateľ viaže 30 % príslušného trhu alebo viac. Pri dominantnej spoločnosti môže mať aj menší viazaný trhový podiel výrazné protisúťažné účinky.
- (293) Na maloobchodnej úrovni môže vzniknúť aj kumulatívny účinok uzavretia trhu. Keď majú všetci dodávateľia trhové podiely nižšie ako 30 % a ak je celkový viazaný trhový podiel nižší ako 40 %, kumulatívny účinok protisúťažného uzavretia trhu je

nepravdepodobný, a preto je nepravdepodobné aj odňatie skupinovej výnimky. Táto hranica môže byť vyššia, keď sa zohľadnia ďalšie faktory, ako je počet konkurentov, prekážky vstupu atď. Keď podiel všetkých spoločností na trhu nie je pod prahovou hodnotou stanovenou v nariadení VBER, ale žiadna z týchto spoločností nie je dominantná, kumulatívny účinok protisúťažného uzavretia trhu je nepravdepodobný, ak je celkový viazaný trhový podiel nižší ako 30 %.

- (294) Ak kupujúci využíva na obchodovanie priestory a pozemky, ktoré vlastní dodávateľ alebo ktoré má dodávateľ prenajaté od tretej strany, ktorá nie je spojená s kupujúcim, možnosť uloženia účinných nápravných opatrení v prípade možného účinku uzavretia trhu je obmedzená. Pokiaľ nejde o dominantného dodávateľa, zásah Komisie je nepravdepodobný.
- (295) V niektorých odvetviach môže byť predaj viac ako jednej značky na jednom predajnom mieste problematický, pričom v takom prípade sa problém uzavretia trhu lepšie vyrieši obmedzením obdobia platnosti zmlúv.
- (296) Keď sa zistia citeľné protisúťažné účinky, vyvstáva otázka možného udelenia výnimky podľa článku 101 ods. 3. Pre povinnosti nekonkurovať si môžu byť dôležité najmä účinky zvyšujúce efektívnosť opísané v bode 14 písm. b) (parazitovanie medzi dodávateľmi), e), f) (problémy finančnej podpory) a i) (nedostatky kapitálového trhu) týchto usmernení.
- (297) V prípade zefektívnenia opísaného v bode 14 písm. b), e) a i) týchto usmernení môže uplatnenie množstvej povinnosti voči kupujúcemu predstavovať menej obmedzujúcu alternatívu. Jediným možným spôsobom na dosiahnutie zefektívnenia opísaného v bode 14 písm. f) týchto usmernení (problém finančnej podpory v súvislosti s prevodom know-how) môže byť povinnosť nekonkurovať si.
- (298) V prípade investícií dodávateľa viazaných na konkrétny vzťah [pozri bod 14 písm. e) týchto usmernení], dohoda o povinnosti nekonkurovať si alebo dohoda o množstvej povinnosti na obdobie odpísania investície spravidla spĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. V prípade rozsiahlych investícií viazaných na určitý vzťah môže byť opodstatnené uplatnenie povinnosti nekonkurovať si s obdobím platnosti presahujúcim päť rokov. Investícia viazaná na určitý vzťah je napríklad inštalácia alebo úprava zariadenia dodávateľom, pričom toto zariadenie sa môže potom používať len na výrobu komponentov pre určitého kupujúceho. Všeobecné investície alebo investície do (rozšírenia) kapacity spojené s určitým trhom sa spravidla nepovažujú za investície viazané na určitý vzťah. V prípadoch, keď dodávateľ vytvorí novú kapacitu, ktorá sa konkrétne viaže na prevádzky určitého kupujúceho, napríklad, ak spoločnosť vyrábajúca kovové konzervy vybuduje novú kapacitu na výrobu konzerv v priestoroch, kde potravinárska spoločnosť konzervuje potraviny, alebo v ich susedstve, je však táto nová kapacita z ekonomického hľadiska životaschopná iba vtedy, ak je výroba zameraná na tohto konkrétneho zákazníka. V takom prípade sa môže táto investícia považovať za investíciu viazanú na určitý vzťah.
- (299) Ak dodávateľ poskytne kupujúcemu úver alebo mu poskytne zariadenie, ktoré nie je viazané na určitý vzťah, táto skutočnosť zvyčajne nepostačuje na odôvodnenie udelenia výnimky týkajúcej sa účinku protisúťažného uzavretia trhu. V prípade nedostatkov kapitálového trhu môže byť výhodnejšie, aby úver poskytol dodávateľ produktu, a nie banka [pozri bod 14 písm. i) týchto usmernení]. V takom prípade by sa však úver mal poskytnúť čo najmenej obmedzujúcim spôsobom a kupujúcemu by

vo všeobecnosti nemalo nič brániť v tom, aby od záväzku odstúpil a kedykoľvek splatil zostávajúcu časť úveru bez toho, aby musel zaplatiť akúkoľvek pokutu.

(300) Prevod podstatného know-how [bod 14 písm. f) týchto usmernení] je zvyčajne dôvodom na uplatnenie povinnosti nekonkurovať si počas celého obdobia trvania dohody o dodávke, napríklad v prípade franchisingu.

(301) Príklad povinnosti nekonkurovať si

Vedúca spoločnosť na vnútroštátnom trhu s náhodne nakupovaným spotrebným produktom, ktorá má trhovú podiel 40 %, predáva väčšinu svojich produktov (90 %) prostredníctvom viazaných maloobchodníkov (viazaný trhovú podiel dosahuje 36 %). Dohody zaväzujú maloobchodníkov k tomu, aby nakupovali výhradne len od tejto vedúcej spoločnosti najmenej počas štyroch rokov. Táto vedúca spoločnosť na trhu je silno zastúpená najmä v hustejšie osídlených oblastiach, ako je napríklad hlavné mesto. Jej konkurenti, celkom desať spoločností, z ktorých niektoré majú iba lokálny charakter, majú podstatne menšie trhové podiely, pričom najväčší z nich má 12 %. Týchto desať konkurentov spolu zásobuje ďalších 10 % trhu prostredníctvom viazaných predajní. Trh je z hľadiska značiek a produktov výrazne diferencovaný. Vedúca spoločnosť na trhu vlastní najvýznamnejšie značky. Je jedinou spoločnosťou, ktorá pravidelne organizuje celoštátne reklamné kampane. Svojim viazaným maloobchodníkom poskytuje osobitné skladovacie skrine na svoje výrobky.

Výsledkom je, že trh je celkovo zo 46 % (36 % + 10 %) uzavretý pre potenciálnych záujemcov o vstup, ako aj pre tie pôvodné spoločnosti na trhu, ktoré nemajú viazané predajne. Ešte zložitejšia je situácia potenciálnych záujemcov o vstup na trh v husto osídlených oblastiach, kde je toto uzavretie trhu ešte výraznejšie, hoci práve v týchto oblastiach by spoločnosti radi vstúpili na trh. Okrem toho z dôvodu silnej diferenciácie v oblasti značiek a výrobkov a nákladov na prieskum trhu, ktoré sú v porovnaní s cenou výrobkov dosť vysoké, chýbajúca hospodárska súťaž medzi značkami v rámci obchodu vedie k strate ďalších výhod pre spotrebiteľov. Prípadné účinky zvyšujúce efektívnosť vyplývajúce z exkluzivity predajne, ktoré podľa vedúcej spoločnosti vyplýva zo zníženia nákladov na dopravu a prípadného problému finančnej podpory v súvislosti so skladovacími skriňami, sú obmedzené a nevyvažujú negatívne účinky na hospodársku súťaž. Účinky zvyšujúce efektívnosť sú obmedzené, pretože náklady na dopravu závisia od množstva, a nie od exkluzivity, a skladovacie skrine nesúvisia so žiadnym know-how a nevzťahujú sa na konkrétnu značku. Z toho vyplýva, že pravdepodobne nie sú splnené podmienky uvedené v článku 101 ods. 3.

(302) Príklad množstevnej povinnosti

Výrobca X so 40 % trhovým podielom predáva 80 % svojich produktov na základe zmlúv, v ktorých sa stanovuje, že ďalší predajca je povinný nakúpiť od X aspoň 75 % z požadovaného množstva tohto druhu produktu. V dôsledku toho výrobca X ponúka financovanie a zariadenie za výhodné ceny. Zmluvy sa uzatvárajú na päť rokov, počas ktorých sa má splácať úver prostredníctvom rovnako vysokých splátok. Po prvých dvoch rokoch však majú kupujúci možnosť zmluvu vypovedať so šesťmesačnou výpovednou lehotou, ak splatia nesplatenú časť úveru a odkúpia zariadenie za jeho trhovú cenu. Na konci päťročného obdobia sa zariadenie stáva majetkom kupujúceho. Väčšina konkurenčných výrobcov z celkového počtu 12 sú malé spoločnosti, z ktorých najväčšia má trhovú podiel 20 %, pričom majú uzatvorené podobné zmluvy s rôznym trvaním. Výrobcovia s trhovým podielom

nižším ako 10 % majú často zmluvy s dlhším trvaním a menej veľkorysými ustanoveniami o vypovedaní zmluvy. Zmluvy s výrobcou X ponechávajú kupujúcemu možnosť kúpiť 25 % požadovaného tovaru od konkurentov. Počas posledných troch rokov vstúpili na trh dvaja noví výrobcovia a získali kombinovaný trhovú podiel približne 8 % čiastočne vďaka tomu, že prevzali úvery určitého počtu ďalších predajcov, s ktorými náhradou za to uzatvorili zmluvy.

Viazaný trhovú podiel výrobcu X dosahuje 24 % ($0,75 \times 0,80 \times 40 \%$). Viazaný trhovú podiel ďalších výrobcov predstavuje približne 25 %. Trh je teda celkovo z približne 49 % uzavretý pre potenciálnych záujemcov o vstup a pre pôvodné spoločnosti, ktoré nemajú viazané predajne aspoň počas prvých dvoch rokov po uzavretí zmlúv o dodaní tovaru. Stav na trhu je taký, že ďalší predajcovia majú často problémy získať úvery od bánk a spravidla sú príliš malí na to, aby kapitál získali iným spôsobom, ako napríklad vydaním akcií. Výrobca X je okrem toho schopný preukázať, že zameranie jeho predaja na obmedzený počet ďalších predajcov mu umožňuje lepšie plánovať predaj a znížiť náklady na dopravu. Vzhľadom na účinky zvyšujúce efektívnosť na jednej strane a na 25 % neviazaných častí zmlúv výrobcu X, reálnu možnosť predčasného vypovedania zmluvy, nedávny vstup nových výrobcov na trh a skutočnosť, že približne polovica ďalších predajcov nie je viazaná, na strane druhej je pravdepodobné, že množstevná povinnosť 75 % uplatňovaná výrobcou X spĺňa podmienky uvedené v článku 101 ods. 3.

8.2.2. *Výhradné dodávky*

- (303) Výhradné dodávky sa týkajú dispozícii, ktoré zaväzujú alebo nútia dodávateľa predávať zmluvné produkty výlučne alebo hlavne jednému kupujúcemu na všeobecné alebo konkrétne použitie. Takéto obmedzenia môžu mať podobu povinnosti výhradných dodávok, ktorá dodávateľa zaväzuje, aby predával len jednému kupujúcemu na účely ďalšieho predaja alebo konkrétneho použitia. Môže však mať aj podobu množstevnej povinnosti dodávateľa, kde sú dohodnuté stimuly medzi dodávateľom a kupujúcim, ktoré stimulujú dodávateľa, aby svoj predaj sústredil najmä na daného kupujúceho. Pri tovare alebo službách medzispotreby sa výhradné dodávky často označujú ako priemyselné dodávky.
- (304) Výhradné dodávky sú predmetom výnimky podľa nariadenia VBER, ak trhovú podiel dodávateľa ani kupujúceho nepresahujú 30 %, a to dokonca ani v kombinácii s inými vertikálnymi obmedzeniami, ktoré sa nepovažujú za závažné, ako je napríklad povinnosť nekonkurovať si. Zvyšok tohto oddielu obsahuje usmernenia týkajúce sa hodnotenia výhradných dodávok v jednotlivých prípadoch pri prekročení hraničného trhového podielu.
- (305) Hlavné riziko, ktoré výhradné dodávky predstavujú pre hospodársku súťaž, je protisúťažné uzavretie trhu ostatným kupujúcim. Je tu podobnosť s možnými účinkami výhradnej distribúcie, najmä keď sa výhradný distribútor stane výhradným kupujúcim na celom trhu (pozri najmä bod 113 týchto usmernení). Trhovú podiel kupujúceho na dodávateľskom trhu je, samozrejme, dôležitý pre posúdenie schopnosti kupujúceho uložiť povinnosť výhradných dodávok, ktorá vylučuje prístup ďalších kupujúcich k dodávkam. Význam kupujúceho na odberateľskom trhu je však najdôležitejším faktorom, ktorý rozhoduje o tom, či môže vzniknúť problém týkajúci sa hospodárskej súťaže. Ak kupujúci nemá žiadnu trhovú silu v odberateľskom sektore, potom nemožno očakávať žiadne citeľné negatívne účinky na spotrebiteľov. Negatívne účinky môžu vzniknúť, keď trhovú podiel kupujúceho na odberateľskom trhu, ako aj dodávateľskom trhu presahuje 30 %. Ak aj trhovú podiel kupujúceho na

dodávateľskom trhu nepresahuje 30 %, stále vznikajú významné účinky uzavretia trhu, najmä ak trhový podiel kupujúceho na jeho odberateľskom trhu presahuje 30 % a výhradné dodávky sa týkajú konkrétneho použitia zmluvných produktov. Ak je spoločnosť dominantná na odberateľskom trhu, akákoľvek povinnosť dodávať výrobky výlučne alebo hlavne dominantnému kupujúcemu bude mať pravdepodobne značné protisúťažné účinky.

- (306) Dôležité nie je iba postavenie kupujúceho na dodávateľskom a odberateľskom trhu, ale aj rozsah a dĺžka trvania povinnosti výhradných dodávok. Čím je viazaný podiel dodávok vyšší a čím je obdobie trvania povinnosti výhradných dodávok dlhšie, tým výraznejší môže byť účinok uzavretia trhu. Pri dohodách o výhradných dodávkach, ktoré uzatvárajú nedominantné spoločnosti na menej ako päť rokov, sa zvyčajne požaduje, aby boli účinky podporujúce hospodársku súťaž a protisúťažné účinky vyvážené, pričom dohody presahujúce obdobie piatich rokov sa v prípade väčšiny typov investícií nepovažujú za potrebné na dosiahnutie požadovaných účinkov zvyšujúcich efektívnosť alebo tieto účinky nie sú dostatočné na to, aby vyvážili negatívny účinok uzavretia trhu, ktorý je výsledkom takýchto dlhodobých dohôd o výhradných dodávkach.
- (307) Dôležité je aj postavenie konkurenčných kupujúcich na dodávateľskom trhu, pretože je pravdepodobné, že dohoda o výhradných dodávkach uzavrie trh pre konkurenčných kupujúcich z protisúťažných dôvodov, ako je napríklad zvýšenie ich nákladov, najmä ak sú výrazne menší ako kupujúci, ktorý trh uzatvára. Uzavretie trhu konkurenčným kupujúcim nie je veľmi pravdepodobné, ak títo konkurenti majú podobnú kúpnu silu ako kupujúca strana dohody a môžu ponúkať dodávateľom podobné predajné možnosti. V takom prípade sa uzavretie trhu môže vyskytnúť iba pre potenciálnych záujemcov o vstup na trh, ktorí nie sú schopní zabezpečiť dodávky, ak určité množstvo hlavných kupujúcich uzavrie zmluvy o výhradných dodávkach s väčšinou dodávateľov na trhu. Takýto kumulatívny účinok môže viesť k odňatiu výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER.
- (308) Existencia prekážok vstupu na trh na úrovni dodávateľa, ako aj ich veľkosť sú dôležité pri posudzovaní, či ide o skutočné uzavretie trhu. Pokiaľ je pre konkurenčných kupujúcich efektívne zabezpečovať tovar alebo služby prostredníctvom vertikálnej integrácie na dodávateľskej úrovni, je nepravdepodobné, že by uzavretie trhu predstavovalo skutočný problém. Často však existujú závažné prekážky vstupu na trh.
- (309) Zohľadniť by sa mala aj vyrovnávací sila dodávateľov, pretože dôležití dodávatelia neumožnia jednému kupujúcemu odrezať ich od prístupu k alternatívnym kupujúcim. Preto uzavretie trhu predstavuje riziko najmä v prípade slabších dodávateľov a silných kupujúcich. V prípade silných dodávateľov sa výhradné dodávky môžu vyskytovať v kombinácii s povinnosťou nekonkurovať si. Na takúto kombináciu sa vzťahujú pravidlá vypracované pre nákup jednej značky. Ak sú na oboch stranách investície viazané na určitý vzťah (problém finančnej podpory), kombinácia výhradných dodávok a povinnosti nekonkurovať si, t.j. recipročná exkluzivita v dohodách o priemyselných dodávkach, môže byť často opodstatnená, najmä pod úrovňou dominantného postavenia.
- (310) Nakoniec, pre hodnotenie prípadného účinku uzavretia trhu je dôležitá úroveň obchodu a povaha produktu. Protisúťažné uzavretie trhu je menej pravdepodobné v prípade medziproduktu alebo ak je produkt homogénny. Po prvé, výrobca, pre ktorého je trh uzavretý a ktorý využíva určitý vstup, môže zvyčajne reagovať na

dopyt zo strany svojich zákazníkov pružnejšie než veľkoobchodník alebo maloobchodník, ktorí musia reagovať na dopyt konečného spotrebiteľa, pre ktorého môžu značky zohrávať významnú úlohu. Po druhé, strata prípadného zdroja dodávok má pre kupujúcich, pre ktorých je trh uzavretý, menší význam v prípade homogénnych produktov než v prípade heterogénneho produktu rôznych tried a rôznej kvality. Ak v prípade konečných značkových produktov alebo diferencovaných medziproduktov existujú prekážky pre vstup na trh, výhradné dodávky môžu mať citelné protisúťažné účinky, ak sú konkurenční kupujúci pomerne malí v porovnaní s kupujúcim uzatvárajúcim trh, aj keď tento kupujúci nemá na odberateľskom trhu dominantné postavenie.

- (311) Účinky zvyšujúce efektívnosť sa môžu očakávať v prípade problému finančnej podpory [bod 14 písm. e) a f) týchto usmernení] a sú pravdepodobnejšie pre medziprodukty než pre produkty konečnej spotreby. Iné účinky zvyšujúce efektívnosť sú menej pravdepodobné. Nezdá sa, že by prípadné úspory z rozsahu v oblasti distribúcie [bod 14 písm. g) týchto usmernení] mohli stačiť na odôvodnenie výhradných dodávok.
- (312) V prípade problému finančnej podpory a ešte výraznejšie v prípade úspor z rozsahu v oblasti distribúcie môže byť množstevná povinnosť uložená dodávateľovi, napríklad požiadavka minimálnych dodávok, menej obmedzujúcou alternatívou.

Príklad výhradných dodávok

Na trhu s určitým typom komponentov (trh medziproduktov) sa dodávateľ A dohodne s kupujúcim B, že na základe vlastného know-how a značných investícií do nových strojov a s pomocou špecifikácií predložených kupujúcim B vyvinie novú verziu komponentu. Kupujúci B musí vykonať značné investície na zabudovanie nového komponentu. Dohodlo sa, že dodávateľ A bude dodávať nový produkt len kupujúcemu B, a to počas obdobia piatich rokov od dátumu jeho prvého vstupu na trh. Kupujúci B je povinný kupovať tento nový produkt počas rovnakého obdobia piatich rokov iba od dodávateľa A. Dodávateľ A aj kupujúci B budú môcť ďalej predávať a prípadne nakupovať iné verzie komponentov inde. Trhový podiel kupujúceho B na dodávateľskom trhu komponentov a odberateľskom trhu pre tovar konečnej spotreby je 40 %. Trhový podiel dodávateľa komponentov je 35 %. Na trhu sú ešte dvaja dodávatelia komponentov s trhovým podielom približne 20 – 25 % a celý rad malých dodávateľov.

Vzhľadom na značné investície je pravdepodobné, že dohoda spĺňa podmienky uvedené v článku 101 ods. 3 z hľadiska účinkov zvyšujúcich efektívnosť a obmedzeného účinku uzavretia trhu. Ostatní kupujúci sú vylúčení z nákupu určitej verzie produktu dodávateľa s 35 % trhovým podielom, ale existujú iní dodávatelia komponentov, ktorí by mohli vyvinúť podobné nové produkty. Vylúčenie iných dodávateľov z časti dopytu kupujúceho B je obmedzené na maximálne 40 % trhu.

8.2.3. *Obmedzenia používania elektronických trhovísk*

- (313) Elektronické trhoviská sú elektronické platformy, ktoré spájajú obchodníkov a potenciálnych zákazníkov s cieľom umožniť priame nákupy. Elektronické platformy, ktoré neponúkajú funkciu priameho nákupu, ale presmerovávajú zákazníkov na iné webové sídla, na ktorých je možné zakúpiť tovar a služby, sa na účely týchto usmernení nepovažujú za elektronické trhoviská, ale za reklamné platformy.

- (314) Elektronické trhoviská sa stali dôležitým predajným kanálom pre dodávateľov a maloobchodníkov, pretože im poskytujú prístup k veľkému počtu zákazníkov, ako aj pre koncových používateľov. Elektronické trhoviská umožňujú maloobchodníkom začať predávať na internete s nižšími počiatočnými investíciami. Môžu uľahčovať aj cezhraničný predaj a zvyšovať viditeľnosť najmä malých a stredných maloobchodníkov, ktorí neprevádzkujú svoj vlastný online obchod alebo nie sú koncovým používateľom dobre známi.
- (315) Dodávatelia môžu chcieť obmedziť použitie elektronických trhovísk kupujúcimi,¹¹⁵ napríklad z dôvodu ochrany imidžu a postavenia svojej značky, odradenia od predaja falšovaných výrobkov, zabezpečenia dostatočných služieb pred predajom a po ňom alebo z dôvodu zabezpečenia udržania priameho vzťahu maloobchodníka so zákazníkmi. Obmedzenia môžu siahť od úplného zákazu používania elektronických trhovísk až po zavedenie určitých kvalitatívnych požiadaviek, ktoré musia trhoviská spĺňať. Dodávatelia môžu napríklad zakázať používanie trhovísk, na ktorých sa výrobky predávajú prostredníctvom aukcií, alebo môžu od kupujúcich vyžadovať používanie špecializovaných trhovísk na zabezpečenie určitých noriem kvality životného prostredia a parametrov predaja ich tovaru alebo služieb. Na základe niektorých kvalitatívnych požiadaviek sa môže *de facto* zakázať používanie elektronických trhovísk, pretože žiadne elektronické trhovisko nie je schopné dané požiadavky splniť. Napríklad, ak dodávateľ požaduje, aby sa nezobrazovalo logo elektronického trhoviska, alebo aby názov domény akéhokoľvek webového sídla používaný maloobchodníkom obsahoval názov firmy maloobchodníka.
- (316) Obmedzenie predaja na elektronických trhoviskách v rámci vertikálnej dohody je vyňaté nariadením VBER, ak trhové podiely každého dodávateľa a kupujúceho nepresahujú 30 % a vertikálna dohoda neobsahuje žiadne veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže podľa nariadenia VBER ani vylúčené obmedzenie podľa nariadenia VBER, ktoré nemožno oddeliť od zvyšku vertikálnej dohody. Podľa článku 1 nariadenia VBER a oddielu 6.1.2 týchto usmernení, sa obmedzenie alebo zákaz predaja na elektronických trhoviskách týka spôsobov online predaja kupujúceho a neobmedzuje predaj na konkrétne územie alebo konkrétnej skupine zákazníkov. Aj keď sa obmedzuje použitie konkrétneho online kanála, kupujúci má naďalej k dispozícii ďalšie online kanály.¹¹⁶ Napríklad, napriek obmedzeniu alebo zákazu predaja na elektronických trhoviskách môže kupujúci naďalej predávať zmluvný tovar alebo služby prostredníctvom svojho vlastného webového sídla a pomocou online reklamných kanálov lákať zákazníkov na svoje webové sídlo.¹¹⁷
- (317) Aj keď akékoľvek obmedzenie online predaja, ktorého cieľom je priamo alebo nepriamo zabrániť kupujúcemu alebo jeho zákazníkovi v účinnom používaní internetu na účely predaja ich tovaru alebo služieb online, je závažným obmedzením hospodárskej súťaže v zmysle článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER a cieľným obmedzením podľa článku 101 ods. 1, obmedzenie používania elektronických trhovísk môže využívať výhody pravidla bezpečného prístavu v rámci nariadenia VBER. Ako sa uvádza v bode 194, obmedzenie všeobecného používania

¹¹⁵ Záverečná správa o odvetvovom prieskume týkajúcom sa elektronického obchodu, COM(2017) 229 final, 10. mája 2017; oddiel 4.4.

¹¹⁶ Rozsudok vo veci C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, ECLI:EU:C:2017:941, body 64 – 69.

¹¹⁷ Rozsudok vo veci C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, ECLI:EU:C:2017:941, body 52 – 54.

elektronických trhovísk nemá vplyv na skupinu používateľov online, ktorú je možné vymedziť v rámci skupiny kupujúcich online, a neobmedzuje kupujúceho v predaji zmluvného tovaru alebo služieb prostredníctvom vlastného webového sídla alebo za určitých okolností v používaní reklamy prostredníctvom internetu na platformách tretích strán a v používaní internetových vyhľadávačov na prilákanie zákazníkov na jeho webové sídlo, a preto nepredstavuje závažné obmedzenie hospodárskej súťaže podľa článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER, pokiaľ to fakticky nebráni účinnému používaniu internetu kupujúcimi alebo ich zákazníkmi na predaj cez internet.

- (318) V zvyšku tohto oddielu sa uvádzajú usmernenia na posúdenie obmedzení používania elektronických trhovísk v jednotlivých prípadoch, keď sa prekročí hraničný trhový podiel na úrovni 30 %. Príslušným rámcom pre toto posúdenie sú všeobecné zásady uvedené v oddiele 8.1. Obmedzenia používania elektronických trhovísk týkajúce sa predaja na územia alebo skupinám zákazníkov, ktoré sú vyhradené výlučne pre dodávateľa alebo sú pridelené výlučne iným distribútorom, sú súčasťou výhradného distribučného systému a mali by sa posudzovať spolu s týmto systémom.
- (319) Obmedzenia používania elektronických trhovísk sa často ukladajú v selektívnych distribučných systémoch. V oddiele 4.6.2 sú uvedené kritériá, podľa ktorých selektívny distribučný systém nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, a to najmä vtedy, keď i) sa predajcovia vyberajú na základe objektívnych kritérií kvalitatívnej povahy, ktoré sú jednotne stanovené pre všetkých potenciálnych predajcov a neuplatňujú sa diskriminačným spôsobom, ii) vlastnosti zmluvného tovaru alebo služieb si vyžadujú selektívnu distribučnú sieť na zachovanie ich kvality a zabezpečenie ich správneho použitia a iii) stanovené kritériá neprekračujú rámec toho, čo je nevyhnutné.¹¹⁸ Najmä v prípadoch, keď dodávateľ neuzavrie dohodu s elektronickým trhoviskom, a teda nie je schopný zabezpečiť, aby trhovisko spĺňalo jeho kritériá výberu, môže obmedzenie alebo zákaz používania elektronických trhovísk spĺňať predtým uvedené podmienky, pomôcť zachovať primeranosť a neprekračovať rámec toho, čo je nevyhnutné na zachovanie kvality a zabezpečenie správneho používania zmluvného tovaru alebo služieb. V prípadoch, keď dodávateľ zahrnie do svojho selektívneho distribučného systému prevádzkovateľa elektronického trhoviska ako autorizovaného distribútora alebo keď obmedzí použitie elektronických trhovísk niektorými autorizovanými distribútormi, nie však inými, prípadne keď obmedzí použitie elektronického trhoviska, ale sám ho používa na distribúciu zmluvného tovaru alebo služieb, je však nepravdepodobné, aby obmedzenia týkajúce sa používania týchto elektronických trhovísk spĺňali požiadavky vhodnosti a nevyhnutnosti.
- (320) Možnými rizikami pre hospodársku súťaž vyplývajúcimi z obmedzení používania elektronických trhovísk je obmedzenie súťaže v rámci značky na distribučnej úrovni a uzavretie trhu najmä pre malých a stredných distribútorov spôsobené obmedzením ich prístupu k potenciálne dôležitému predajnému kanálu.
- (321) Na posúdenie protisúťažných účinkov obmedzení používania elektronických trhovísk je najskôr potrebné posúdiť mieru hospodárskej súťaže medzi značkami. Ako sa uvádza v oddiele 8.1.1 týchto usmernení, dostatočná hospodárska súťaž medzi značkami môže v zásade zmierniť prípadnú stratu hospodárskej súťaže v rámci značky. Na tento účel by sa malo zohľadňovať postavenie dodávateľa a jeho

¹¹⁸ Rozsudok vo veci C-230/16, Coty Germany GmbH/Parfümerie Akzente GmbH, ECLI:EU:C:2017:941, body 24 – 36.

konkurentov na trhu. Po druhé, je potrebné zohľadniť druh a rozsah obmedzení používania elektronických trhovísk. Napríklad zákaz všetkého predaja prostredníctvom elektronických trhovísk je obmedzujúcejší než obmedzenie používania konkrétnych elektronických trhovísk alebo požiadavka používať iba tie trhoviská, ktoré spĺňajú určité kvalitatívne kritériá. Po tretie, treba brať do úvahy relatívny význam obmedzených elektronických trhovísk ako predajného kanála na príslušných produktových a geografických trhoch. Nakoniec je potrebné zohľadniť kumulatívny účinok akýchkoľvek iných obmedzení týkajúcich sa online predaja alebo reklamy, ktoré ukladá dodávateľ.

- (322) Ako sa uvádza v bode 314 týchto usmernení, obmedzenia používania elektronických trhovísk môžu viesť k účinkom zvyšujúcim efektívnosť, najmä v súvislosti so zabezpečením ochrany značky alebo surčitou úrovňou kvality služieb, či so znížením príležitostí na falšovanie. Pokiaľ obmedzenia už nepatria do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1, musí sa pri posúdení zvážiť, či je možné tieto účinky zvyšujúce efektívnosť dosiahnuť menej obmedzujúcimi prostriedkami v súlade s podmienkami uvedenými v článku 101 ods. 3. Môže to byť napríklad vtedy, keď majú maloobchodníci povolené vytvárať na elektronickom trhovisku vlastné značkové obchody. Je nepravdepodobné, že by akékoľvek odôvodnenia týkajúce sa kvality predložené dodávateľom splnili podmienky uvedené v článku 101 ods. 3, ak samotný dodávateľ používa elektronické trhovisko, na ktoré sa vzťahujú obmedzenia, alebo ak dodávateľ ukladá obmedzenie iba niektorým distribútorom, a iným nie, či ak je prevádzkovateľ elektronického trhoviska sám autorizovaným členom selektívneho distribučného systému.

8.2.4. *Obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien*

- (323) Nástroje na porovnávanie cien, napríklad webové sídla alebo aplikácie na porovnávanie cien, umožňujú maloobchodníkom zvyšovať ich viditeľnosť a návštevnosť ich webových sídiel a zároveň umožňujú potenciálnym zákazníkom nájsť maloobchodníkov, porovnávať rôzne produkty a ponuky rovnakého produktu. Nástroje na porovnávanie cien zvyšujú transparentnosť cien a zintenzívňujú cenovú konkurenciu medzi značkami a potenciálne aj v rámci značky medzi maloobchodníkmi.
- (324) Na rozdiel od elektronických trhovísk nástroje na porovnávanie cien zvyčajne neponúkajú funkcie predaja a nákupu, ale presmerúvajú zákazníkov na webové sídlo maloobchodníka, čo umožňuje priamu transakciu medzi zákazníkom a maloobchodníkom.¹¹⁹ Nástroje na porovnávanie cien preto nie sú samostatným kanálom online predaja, ale skôr internetovým reklamným kanálom.
- (325) Dodávatelia môžu chcieť obmedziť používanie nástrojov na porovnávanie cien¹²⁰, napríklad na ochranu imidžu svojej značky, pretože nástroje na porovnávanie cien sa zvyčajne zameriavajú na cenu a nemusia maloobchodníkom umožniť odlišiť sa prostredníctvom iných funkcií, ako napríklad sortimentom alebo kvalitou zmluvného tovaru alebo služby. Ďalšími dôvodmi na obmedzenie používania nástrojov na

¹¹⁹ Na účely týchto usmernení sa nástroje na porovnávanie cien vzťahujú na elektronické platformy, ktoré neumožňujú používateľom uzatvárať nákupné transakcie na platforme. Platformy, ktoré používateľom umožňujú uzatvárať nákupné transakcie na platforme, sa na účely týchto usmernení považujú za elektronické trhoviská. Obmedzeniam používania elektronických trhovísk je venovaný oddiel 8.2.3 týchto usmernení.

¹²⁰ Záverečná správa o odvetvovom prieskume týkajúcom sa elektronického obchodu, COM(2017) 229 final, 10. mája 2017; oddiel B.4.5.

porovnávanie cien môže byť zníženie príležitostí na falšovanie alebo ochrana obchodných modelov, ktoré sú postavené napríklad na špecializácii alebo kvalite, a nie na cene.

- (326) Obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien sa môžu pohybovať od priameho alebo nepriameho zákazu až po obmedzenia založené na kvalitatívnych požiadavkách alebo požiadavkách na zahrnutie konkrétneho obsahu do ponúk inzerovaných v nástroji na porovnávanie cien. Napríklad obmedzenie poskytovania informácií o cenách v nástrojoch na porovnávanie cien alebo požiadavka získať povolenie dodávateľa pred použitím nástrojov na porovnávanie cien, či obmedzenie používania značky dodávateľa v nástrojoch na porovnávanie cien môžu predstavovať nepriame bránenie v používaní nástrojov na porovnávanie cien.
- (327) Obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien môžu zvýšiť náklady spotrebiteľov na vyhľadávanie, a tým zmierniť konkurenciu maloobchodných cien. Rovnako ako v prípade iných obmedzení reklamy na internete aj obmedzenia týkajúce sa schopnosti kupujúceho používať nástroje na porovnávanie cien môžu brániť kupujúcemu v predaji zákaznikom, ktorí sa nachádzajú mimo jeho fyzického obchodného dosahu a chcú nakupovať na internete. Bránenie v použití nástrojov na porovnávanie cien v rámci vertikálnej dohody obmedzuje schopnosť kupujúceho zamerať sa na potenciálnych zákazníkov, informovať ich o svojej ponuke a nasmerovať ich na svoje webové sídlo. Pokiaľ použitie nástrojov na porovnávanie cien nie je samo osebe cieľnou formou reklamy, ako sa uvádza v bode 200 týchto usmernení, môže bránenie v použití nástrojov na porovnávanie cien ako reklamného kanála na internete obmedziť pasívny predaj zákaznikom, ktorí chcú nakupovať na internete a nachádzajú sa mimo fyzického obchodného dosahu distribútora, a preto predstavuje veľmi závažné obmedzenie hospodárskej súťaže podľa článku 4 písm. b) až d) nariadenia VBER. Hlavným možným rizikom pre hospodársku súťaž je v takom prípade rozdelenie trhu, ktoré môže napomáhať cenovú diskrimináciu, a obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky. Naopak, ak sa obmedzenie týka iba použitia nástrojov na porovnávanie cien na zameranie sa na zákazníkov na území alebo na skupinu zákazníkov, ktoré sú vyhradené výlučne pre dodávateľa alebo sú pridelené výlučne iným distribútorom (výhradná distribúcia), napríklad preto, lebo nástroj na porovnávanie cien je v jazyku, ktorý sa bežne nepoužíva na území, na ktorom kupujúci pôsobi, alebo preto, lebo názov domény kupujúceho sa nepoužíva na území, na ktorom kupujúci pôsobi, na toto obmedzenie sa vzťahuje výnimka podľa článku 4 písm. b) bodu i) nariadenia VBER.
- (328) Obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien, ktoré priamo ani nepriamo nebránia ich použitiu, ako napríklad požiadavky, aby nástroje na porovnávanie cien spĺňali určité normy kvality, neobmedzujú predaj zákaznikom na konkrétnom území alebo skupine zákazníkov, ale určujú skôr spôsoby predaja, a preto sa na ne vzťahuje skupinová výnimka stanovená nariadením VBER. Nasledujúce usmernenie sa poskytuje na posúdenie obmedzení, na ktoré sa nariadenie VBER nevzťahuje.
- (329) Obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien sa často ukladajú v selektívnych distribučných systémoch. V oddiele 4.6.2 týchto usmernení sa uvádzajú kritériá, podľa ktorých selektívny distribučný systém nepatrí do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1. Je však nepravdepodobné, že by bránenie v použití nástrojov na porovnávanie cien bolo primerané alebo nevyhnutné na zachovanie kvality alebo na zabezpečenie správneho používania zmluvného tovaru alebo služieb, pretože tieto nástroje zvyčajne presmerujú potenciálnych zákazníkov na webové sídlo autorizovaného distribútora, na ktorom sa nákup uskutoční. Dodávateľ je

schopný kontrolovať webové sídlo distribútora prostredníctvom svojich kritérií výberu a uložením požiadaviek vo vertikálnej dohode s distribútorom.

- (330) Obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien, ktoré priamo ani nepriamo nebránia ich použitiu, ako napríklad požiadavka na používanie iba takých nástrojov na porovnávanie cien, ktoré spĺňajú určité normy kvality, môžu v prípade, že sa na ne nevzťahuje nariadenie VBER, výrazne obmedziť schopnosť kupujúceho používať nástroje na porovnávanie cien. V týchto prípadoch bude možno potrebné posúdiť, či obmedzenie vedie k podobným účinkom, ktoré bránia v použití nástrojov na porovnávanie cien, a to k poškodeniu spotrebiteľa spočívajúcemu v náraste nákladov spotrebiteľov na vyhľadávanie a k zmierneniu cenovej súťaže, alebo k rozdeleniu trhu, ktoré môže uľahčovať cenovú diskrimináciu, čo v konečnom dôsledku môže ovplyvniť hospodársku súťaž medzi značkami a pravdepodobne aj hospodársku súťaž v rámci značky. Takéto obmedzenia môžu obmedziť hospodársku súťaž v rámci značky aj v prípadoch, ak napríklad dodávateľ neuloží obmedzenia všetkým svojim distribútorom, alebo ak samotný dodávateľ používa nástroje na porovnávanie cien, na ktoré sa obmedzenie vzťahuje. Pokiaľ sa distribútorom znemožní spoliehať sa na potenciálne významný reklamný kanál na internete, budú schopní vyvinúť iba obmedzený konkurenčný tlak na dodávateľa alebo akýchkoľvek iných distribútorov, na ktorých sa toto obmedzenie nevzťahuje.
- (331) Významné faktory na posúdenie podľa článku 101 ods. 1 zahŕňajú postavenie dodávateľa a jeho konkurentov na trhu; význam nástrojov na porovnávanie cien ako reklamného kanála na produktových a geografických trhoch týkajúcich sa zmluvného tovaru alebo služieb; druh a rozsah obmedzení a relatívny význam akýchkoľvek konkrétnych nástrojov na porovnávanie cien, ktorých použitie je obmedzené alebo zakázané, ako aj to, či aj dodávateľ obmedzuje schopnosť distribútora používať iné formy reklamy na internete. Do úvahy by sa mal vziať kumulatívny účinok akýchkoľvek ďalších obmedzení s obmedzením používania nástrojov na porovnávanie cien.
- (332) Ako sa uvádza v bode 323 týchto usmernení, obmedzenia používania nástrojov na porovnávanie cien môžu viesť k účinkom zvyšujúcim efektívnosť, a to najmä v súvislosti so zabezpečením ochrany značky alebo s určitou úrovňou kvality služieb, či so znížením príležitostí na falšovanie. V súlade s podmienkami uvedenými článku 101 ods. 3 sa pri posúdení musí zväžiť, či je možné tieto účinky zvyšujúce efektívnosť dosiahnuť aj menej obmedzujúcimi prostriedkami. To by bolo možné dosiahnuť, ak by nástroj na porovnávanie cien umožňoval aj porovnania alebo recenzie v súvislosti s kvalitou príslušného tovaru alebo služby, so službami zákazníkom, s dôveryhodnosťou distribútora alebo s inými vlastnosťami ponúk distribútorov. Pri akomkoľvek posúdení odôvodnení týkajúcich sa kvality podľa článku 101 ods. 3 by sa malo zohľadniť, že predaj sa neuskutoční na samotnom nástroji na porovnávanie cien, ale na webovom sídle distribútora, ktorý by na základe dohody o distribúcii uzavretej s dodávateľom mal spĺňať kvalitatívne požiadavky dodávateľa.

8.2.5. *Paritné záväzky*

- (333) Paritné záväzky, ktoré sa nazývajú aj doložky najvyšších výhod (DNV) alebo dohody APPA (Across Platform Parity Agreements – dohody o medziplatformovej parite), si vyžadujú, aby ich dodávateľ tovaru alebo služieb ponúkal druhej strane za podmienok, ktoré nie sú menej priaznivé než podmienky, ktoré ponúka dodávateľ niektorým iným stranám alebo na niektorých iných kanáloch. Podmienky sa môžu

týkať cien, inventára, dostupnosti alebo akýchkoľvek iných podmienok ponuky alebo predaja. Povinnosť môže byť výslovná alebo ju možno uplatniť inými priamymi alebo nepriamymi prostriedkami, ako napríklad rozdielnymi cenami alebo inými stimulmi či opatreniami, ktorých uplatňovanie závisí od podmienok, za ktorých dodávateľ ponúka svoj tovar alebo služby konkrétnym stranám alebo na konkrétnych kanáloch.

- (334) Paritné záväzky uložené dodávateľmi online sprostredkovateľských služieb (napríklad trhoviskami alebo nástrojmi na porovnávanie cien) týkajúce sa podmienok, za ktorých sa tovar alebo služby ponúkajú koncovým používateľom (koneční spotrebitelia alebo iné podniky), sa všeobecne označujú ako paritné záväzky v maloobchode. Aby bol tento druh záväzku účinný, dodávateľ tovaru alebo služieb, ktorý tento záväzok prijme, musí byť vo všeobecnosti schopný ovládať cenu a ďalšie podmienky, za ktorých sa jeho tovar alebo služby ponúkajú v rámci maloobchodných kanálov, na ktoré sa záväzok vzťahuje. Podobné paritné záväzky môžu používať aj dodávatelia online sprostredkovateľských služieb, ktoré sa týkajú podmienok, za ktorých sa tovar alebo služby ponúkajú podnikom, ktoré nie sú koncovými používateľmi (napríklad maloobchodníkom). Pokiaľ ide o paritné záväzky používané kupujúcimi, patria sem záväzky uložené výrobcami, veľkoobchodníkmi alebo maloobchodníkmi týkajúce sa podmienok, za ktorých nakupujú vstupy od dodávateľov.
- (335) Ďalšie rozlišovanie sa týka kanálov, na ktoré sa vzťahuje paritný záväzok. Záväzok sa môže vzťahovať na predajné kanály prevádzkované dodávateľom tovaru alebo služieb (priame kanály), na kanály prevádzkované tretími stranami (nepriame kanály) alebo na všetky kanály. Paritné záväzky, ktoré sa vzťahujú iba na priame kanály, sa často nazývajú „úzke“, kým tie, ktoré sa vzťahujú na všetky kanály, sa často nazývajú „široké“.
- (336) S výnimkou paritných záväzkov platných pre medziplatformový maloobchod definovaných v článku 5 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER sa skupinová výnimka uplatňuje na všetky druhy paritných záväzkov vo vertikálnych dohodách za predpokladu, že trhové podiely dodávateľa a kupujúceho nepresiahnu 30 %. Nasledujúce usmernenie sa poskytuje na posúdenie paritných záväzkov platných pre medziplatformový maloobchod definovaných v článku 5 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER a ďalších druhov paritných záväzkov v jednotlivých prípadoch prekročenia hraničného trhového podielu.

8.2.5.1. Paritné záväzky platné pre medziplatformový maloobchod

- (337) Pri paritných záväzkoch v maloobchode, ktoré spôsobujú, že kupujúci online sprostredkovateľských služieb neponúka, nepredáva ani ďalej nepredáva tovar alebo služby koncovým používateľom za priaznivejších podmienok s využitím konkurenčných online sprostredkovateľských služieb, ako sú definované v článku 5 ods. 1 písm. d) nariadenia VBER, je vyššia pravdepodobnosť, že budú častejšie ako iné druhy paritných záväzkov vytvárať čisté protisúťažné účinky. Paritné záväzky platné pre medziplatformový maloobchod môžu obmedzovať hospodársku súťaž týmto spôsobom:
- a) Môžu zmierniť hospodársku súťaž a uľahčiť kolúziu medzi dodávateľmi online sprostredkovateľských služieb. Pravdepodobnejšie je, že dodávateľ, ktorý ukladá tento druh paritného záväzku, bude schopný zvýšiť cenu alebo znížiť kvalitu svojich sprostredkovateľských služieb bez straty podielu na trhu. Bez ohľadu na cenu alebo kvalitu jeho služieb sú predajcovia tovaru alebo služieb,

ktorí sa rozhodnú využívať jeho platformu, povinní ponúknuť na platforme podmienky, ktoré sú minimálne rovnako dobré ako podmienky, ktoré ponúkajú na konkurenčných platformách.

- b) Obmedzením schopnosti nových alebo malých dodávateľov online sprostredkovateľských služieb ponúkať kupujúcim a koncovým používateľom rôzne kombinácie cien a služieb môžu brániť ich vstupu alebo expanzii.
- (338) Pri posudzovaní tohto typu paritného záväzku sú kľúčovými faktormi podiel kupujúcich online sprostredkovateľských služieb, na ktorých sa tieto povinnosti vzťahujú; počet platforiem používaných kupujúcimi online sprostredkovateľských služieb a koncovými používateľmi (koľko sprostredkovateľských platforiem používajú); trhové postavenie dodávateľa, ktorý ukladá povinnosť, a jeho konkurentov; existencia prekážok vstupu na príslušný trh online sprostredkovateľských služieb a vplyv priameho predaja kupujúcimi služieb.
- (339) Podiel kupujúcich online sprostredkovateľských služieb, na ktorých sa vzťahujú paritné záväzky, a počet platforiem, ktoré títo kupujúci používajú, sú dôležité, pretože môžu naznačovať, že paritné záväzky dodávateľa obmedzujú hospodársku súťaž v súvislosti s podielom dopytu, ktorý presahuje trhový podiel dodávateľa. Napríklad dodávateľ online sprostredkovateľských služieb môže mať podiel 20 % na celkovom počte transakcií uskutočňovaných pomocou týchto služieb, ale kupujúci, ktorým ukladá medziplatformové paritné záväzky, môžu z dôvodu používania viacerých platforiem predstavovať viac ako 50 % celkového počtu transakcií na platforme. V takom prípade paritné záväzky dodávateľa obmedzujú hospodársku súťaž, pokiaľ ide o viac ako polovicu celkového relevantného dopytu.
- (340) Kupujúci online sprostredkovateľských služieb často používajú viac platforiem, aby oslovili zákazníkov, ktorí používajú iba jednu platformu a neprechádzajú medzi nimi. Používanie viacerých platforiem kupujúcimi je stimulované obchodnými modelmi platforiem, podľa ktorých musí kupujúci platiť za použitie sprostredkovateľskej služby iba vtedy, keď vygeneruje transakciu. Ako je vysvetlené v predchádzajúcom texte, používanie viacerých platforiem kupujúcimi online sprostredkovateľských služieb môže zvýšiť podiel na celkovom dopyte po týchto službách, ktorý je ovplyvnený paritnými záväzkami dodávateľa. Po druhé, používanie jednej platformy koncovými používateľmi môže znamenať, že každý poskytovateľ sprostredkovateľských služieb by kontroloval prístup k odlišnej skupine koncových používateľov. To môže posilniť vyjednávaciu pozíciu dodávateľa a jeho schopnosť ukladať paritné záväzky.
- (341) Obmedzujúce účinky paritných záväzkov platných pre medziplatformový maloobchod budú všeobecne najprísnejšie, ak ich použije jeden alebo viacerí vedúci poskytovatelia online sprostredkovateľských služieb. Ak majú títo dodávatelia podobný obchodný model, je pravdepodobné, že paritné záväzky znížia priestor pre narušenie modelu. Tento druh záväzku môže takisto umožniť vedúcej spoločnosti na trhu udržať si pozíciu voči menším dodávateľom.
- (342) Trhy s poskytovaním online sprostredkovateľských služieb často obsahujú významné prekážky vstupu na trh a expanzie, ktoré môžu zhoršiť negatívne účinky paritných záväzkov. Tieto trhy často obsahujú pozitívne nepriame sieťové účinky: pre nových alebo menších dodávateľov takýchto služieb je ťažké prilákať kupujúcich, pretože ich platformy poskytujú prístup k nedostatočnému počtu koncových používateľov. Pokiaľ sú koncoví používatelia aj koncovými spotrebiteľmi, prekážky môže vytvárať

aj lojalita k značke, používanie jednej platformy a stratégie pôvodných dodávateľov sprostredkovateľských služieb vytvárajúce odkázanosť na určitého dodávateľa.

- (343) Aj kupujúci online sprostredkovateľských služieb môžu predávať svoj tovar alebo služby priamo koncovým používateľom. Takýto priamy predaj môže obmedziť schopnosť dodávateľov online sprostredkovateľských služieb zvyšovať cenu svojich služieb. Je preto potrebné posúdiť podiel predaja sprostredkovaného tovaru alebo služieb, ktorý sa uskutočňuje priamymi a nepriamymi kanálmi, a nahraditeľnosť týchto kanálov z hľadiska dodávateľov tovaru alebo služieb a koncových používateľov.
- (344) Paritné záväzky platné pre medziplatformový maloobchod môžu mať citelné obmedzujúce účinky, ak sa ukladajú kupujúcim, ktorí predstavujú značný podiel na celkovom dopyte po príslušných online sprostredkovateľských službách. V prípade kumulatívneho účinku sa obmedzujúce účinky vo všeobecnosti pripíšu iba paritným záväzkom dodávateľov, ktorých trhový podiel presahuje 5 %.
- (345) Maloobchodníci môžu v zásade ukladať paritné záväzky v maloobchode aj v súvislosti s podmienkami, za ktorých tovar alebo služby dodávateľa ponúkajú koncovým používateľom konkurenční maloobchodníci. Ak sa však tento druh paritného záväzku týka ceny, vo všeobecnosti sa vyžaduje, aby dodávateľ tovaru alebo služieb, ktorý prijíma záväzok, stanovil minimálnu cenu na ďalší predaj konkurenčným maloobchodníkom, na ktorých sa tento záväzok vzťahuje. Stanovenie ceny na ďalší predaj je závažným obmedzením hospodárskej súťaže podľa nariadenia VBER a cieľným obmedzením podľa článku 101 ods. 1. V prípadoch, keď sú podniky schopné vykonať tieto paritné záväzky v maloobchode v súlade s pravidlami týkajúcimi sa stanovenia minimálnej ceny na ďalší predaj, sa na tieto povinnosti vzťahuje skupinová výnimka. Po prekročení hraničného trhového podielu platného pre skupinovú výnimku sa primerane uplatňujú usmernenia uvedené v bodoch 337 až 344 týchto usmernení.

8.2.5.2. Paritné záväzky v maloobchode týkajúce sa priamych predajných kanálov

- (346) Paritné záväzky v maloobchode uložené poskytovateľmi online sprostredkovateľských služieb v súvislosti s podmienkami, za ktorých môžu kupujúci služieb ponúkať tovar alebo služby koncovým používateľom na svojich priamych predajných kanáloch („úzka“ parita), bránia takýmto kupujúcim v tom, aby motivovali koncových používateľov prejsť na priamy kanál ponúkaním výhodnejších podmienok (podhodnotenie). Za určitých podmienok, najmä ak je konkurencia v oblasti poskytovania online sprostredkovateľských služieb obmedzená, môžu záväzky úzkej parity umožniť dodávateľom online sprostredkovateľských služieb udržiavať vyššiu cenu za svoje služby, čo vedie k vyšším maloobchodným cenám za sprostredkovaný tovar alebo služby na všetkých predajných kanáloch. Pri posudzovaní tohto typu obmedzenia sú relevantnými faktormi trhové postavenie dodávateľa, ktorý ukladá paritný záväzok, relatívna veľkosť priamych predajných kanálov, na ktoré sa záväzok vzťahuje, zastupiteľnosť priamych a nepriamych kanálov z hľadiska dodávateľov tovaru alebo služieb a koncových používateľov a to, či obmedzenia ukladajú viacerí dodávatelia sprostredkovateľských služieb (kumulatívne účinky).
- (347) Za určitých podmienok môžu navyše paritné záväzky v maloobchode týkajúce sa priamych predajných kanálov nepriamo vyvolať obmedzujúce účinky rovnocenné s tými, ktoré vyplývajú z paritných záväzkov platných pre medziplatformový maloobchod. Kupujúci online sprostredkovateľských služieb, na ktorého sa vzťahuje

záväzok úzkej parity v maloobchode, môže v zásade rozlišovať svoje ponuky na všetkých sprostredkovateľských platformách, ktoré používa (používanie viacerých platforiem). Aby to však mohol urobiť, musí na svojich priamych kanáloch ponúkať podmienky, ktoré nie sú priaznivejšie ako podmienky, ktoré ponúka na „najdrahšej“ sprostredkovateľskej platforme, s ktorou má uzatvorenú dohodu o parite priamych kanálov. V závislosti od faktorov, ako je napríklad podiel predaja uskutočneného prostredníctvom každého kanálu, náklady na využitie každého kanála a elasticita dopytu po sprostredkovanom tovare alebo službách vo všetkých predajných kanáloch, nemusí existovať dostatočná motivácia pre kupujúcich a dodávateľov online sprostredkovateľských služieb, aby robili kompromisy týkajúce sa ceny týchto služieb a podmienok, za ktorých sa tovar alebo služby sprostredkujú prostredníctvom predmetnej služby. Tento výsledok je vo všeobecnosti pravdepodobnejší, keď sa podstatná časť predaja uskutočňuje priamym kanálom a keď viacerí dodávatelia ukladajú paritné záväzky v maloobchode týkajúce sa priamych kanálov.

- (348) Paritné záväzky v maloobchode uložené dodávateľmi online sprostredkovateľských služieb týkajúcich sa priamych predajných kanálov môžu mať citelné obmedzujúce účinky, keď sa na kupujúcich predstavujúcich významný podiel celkového dopytu po online sprostredkovateľských službách vzťahujú tieto záväzky alebo paritné záväzky platné pre medziplatformový maloobchod. Ak sú trhové podiely príslušných dodávateľov nižšie ako 30 %, Komisia alebo vnútroštátny orgán na ochranu hospodárskej súťaže bude možno musieť vykonať podobné posúdenie po posúdení odňatia výhody vyplývajúcej z nariadenia VBER.

8.2.5.3. Paritné záväzky týkajúce sa podmienok mimo maloobchodnej úrovne

- (349) Na skupinovú výnimku sa vzťahujú paritné záväzky uložené dodávateľmi online sprostredkovateľských služieb v súvislosti s podmienkami, za ktorých sa tovar alebo služby ponúkajú podnikom, ktoré nie sú koncovými používateľmi. Tento druh záväzku môže oslabiť hospodársku súťaž medzi poskytovateľmi online sprostredkovateľských služieb rovnakým spôsobom ako paritné záväzky v maloobchode, a preto ostávajú relevantné usmernenia uvedené v bodoch 337 až 348 týchto usmernení. Platí to najmä vtedy, ak nie je podstatný rozdiel medzi cenami alebo inými podmienkami, za ktorých sa sprostredkovaný tovar alebo služby ponúkajú na dodávateľskej a maloobchodnej úrovni, ako to môže byť v prípade, keď sa sprostredkovanie týka tovaru alebo služieb konečnej spotreby.¹²¹ Pri posudzovaní tohto druhu paritného záväzku je však potrebné zohľadniť aj podmienky hospodárskej súťaže v odberateľskom sektore, teda medzi podnikmi, ktoré nakupujú sprostredkovaný tovar alebo služby.
- (350) Naproti tomu paritné záväzky týkajúce sa podmienok, za ktorých tovar alebo služby nakupujú ako vstupy výrobcovia, veľkoobchodníci alebo maloobchodníci, priamo neovplyvňujú podmienky, za ktorých tieto podniky súťažia v odberateľskom sektore. Je nepravdepodobné, že by usmernenia poskytnuté na posúdenie paritných záväzkov v maloobchode boli relevantné. Hlavnou obavou spojenou s paritnými záväzkami v súvislosti s podmienkami, za ktorých sa tovar alebo služby nakupujú ako vstupy, je to, že môžu znížiť motiváciu dodávateľov vstupov konkurovať si, a tým zvýšiť ceny vstupov. Relevantné faktory na posúdenie zahŕňajú relatívnu veľkosť a trhovú silu

¹²¹ V niektorých prípadoch sa paritný záväzok môže vzťahovať na podmienky ponúkané v dodávateľskom sektore, ako aj na maloobchodnej úrovni.

dodávateľa a kupujúceho, ktorí sa dohodli na paritnom záväzku, podiel na príslušnom trhu, na ktorý sa vzťahujú podobné záväzky, a náklady na príslušný vstup vo vzťahu k celkovým nákladom kupujúceho.

8.2.5.4. Posúdenie podľa článku 101 ods. 3

- (351) Ak paritné záväzky majú za následok citelné obmedzujúce účinky, podľa článku 101 ods. 3 je potrebné posúdiť možné odôvodnenia zefektívnenia. Najbežnejším odôvodnením používania týchto záväzkov poskytovateľmi online sprostredkovateľských služieb je riešenie problému parazitovania. Napríklad dodávatelia nemusia byť motivovaní investovať do rozvoja svojej platformy, do predpredajných služieb alebo do propagácie zvyšujúcej dopyt, ak výhody takýchto investícií v podobe zvýšeného predaja smerujú na konkurenčné platformy alebo do priamych predajných kanálov, ktoré môžu ponúkať rovnaký tovar alebo služby za výhodnejších podmienok.
- (352) Medzi relevantné faktory patrí, či investície poskytovateľa online sprostredkovateľských služieb prinášajú objektívne výhody, to znamená, či poskytujú spotrebiteľom pridanú hodnotu, či je riziko parazitovania skutočné a značné a či je konkrétny druh a rozsah paritného záväzku nevyhnutný na dosiahnutie objektívnych výhod. Pravdepodobná úroveň parazitovania musí byť dostatočná na to, aby mala významný vplyv na stimuly investovať do online sprostredkovateľskej služby. Dôkazy o tom, do akej miery používatelia sprostredkovateľských služieb používajú viaceré platformy, sú mimoriadne dôležité, no treba zvážiť aj to, či je ich správanie ovplyvnené účinkami paritných záväzkov. Ak poskytovateľ online sprostredkovateľských služieb alebo jeho konkurenti pôsobia na iných porovnateľných trhoch využívajúcich menej obmedzujúce alebo žiadne paritné záväzky, môže to znamenať, že tieto povinnosti nie sú nevyhnutné. Ak je ponuka online sprostredkovateľských služieb vysoko koncentrovaná a obsahuje významné prekážky vstupu na trh, potreba ochrany zostávajúcej hospodárskej súťaže môže prevážiť nad prípadným zefektívnením. Ďalšie odôvodnenia týkajúce sa všeobecných výhod poskytovaných transakčnými platformami, ako napríklad združovanie propagačných výdavkov dodávateľov, vyššia transparentnosť cien alebo nižšie transakčné náklady, spĺnia podmienky uvedené v článku 101 ods. 3, iba ak poskytovateľ online sprostredkovateľských služieb môže preukázať priamu príčinnú súvislosť medzi údajnou výhodou a použitím konkrétneho druhu paritného záväzku.
- (353) Vo všeobecnosti je pravdepodobné, že paritné záväzky v maloobchode týkajúce sa priamych predajných kanálov spĺňajú podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Je to tak predovšetkým preto, lebo ich obmedzujúce účinky sú vo všeobecnosti menej závažné ako účinky medziplatformových paritných záväzkov, a preto je pravdepodobnejšie, že budú vyvážené účinkami zvyšujúcimi efektívnosť. Navyše riziko parazitovania dodávateľov tovaru alebo služieb prostredníctvom ich priamych predajných kanálov môže byť vyššie, keďže títo dodávatelia zvyčajne dosahujú vyššiu jednotkovú maržu z predaja prostredníctvom ich priameho kanála než z nepriameho predaja.

8.2.6. *Platby vopred za prístup*

- (354) Platby vopred za prístup sú pevne stanovené poplatky, ktoré dodávatelia platia distribútorom v rámci vertikálneho vzťahu na začiatku príslušného obdobia, aby získali prístup do ich distribučnej siete a uhradili služby, ktoré poskytujú

maloobchodníci dodávateľom. Táto kategória zahŕňa rozličné praktiky, ako sú poplatky za umiestnenie tovaru¹²², takzvané poplatky za zotrvanie¹²³, platby za prístup na propagačné kampane distribútora atď. Tento oddiel obsahuje usmernenia na posúdenie platieb vopred za prístup v jednotlivých prípadoch nad hraničným trhovým podielom stanoveným v článku 3 nariadenia VBER.

- (355) Platby vopred za prístup môžu niekedy viesť aj k protisúťažnému uzavretiu trhu ďalším distribútorom. Vysoký poplatok môže napríklad motivovať dodávateľa k tomu, aby nasmeroval významný objem svojho predaja cez jedného distribútora alebo cez obmedzený počet distribútorov s cieľom pokryť náklady na tento poplatok. V takom prípade môžu mať platby za prístup vopred rovnaký účinok uzavretia odberateľského trhu, ako typ záväzku výhradných dodávok. Na posúdenie pravdepodobnosti tohto typu negatívnych účinkov možno analogicky použiť usmernenia týkajúce sa povinností výhradných dodávok (najmä body 305 – 310).
- (356) Výnimočne môžu mať platby vopred za prístup za následok protisúťažné uzavretie dodávateľského trhu. Napríklad, ak má distribútor silnú vyjednávaciu pozíciu alebo je rozšírené používanie platieb vopred za prístup, môžu tieto platby zvýšiť prekážky vstupu na trh pre malých dodávateľov. Na posúdenie pravdepodobnosti tohto typu negatívnych účinkov možno analogicky použiť usmernenia týkajúce sa povinností nákupu jednej značky (najmä body 284 – 293 týchto usmernení). Pri posudzovaní sa musí zohľadniť aj to, či daný distribútor predáva konkurenčné výrobky pod svojou vlastnou značkou. V takom prípade môžu vzniknúť aj obavy z horizontálnej hospodárskej súťaže, v dôsledku čoho sa neuplatní skupinovú výnimku podľa článku 2 ods. 4 nariadenia VBER (pozri oddiel 4.4.3 týchto usmernení).
- (357) Okrem možných účinkov uzavretia trhu môžu platby vopred za prístup na trh zmierniť hospodársku súťaž a uľahčiť kolúziu medzi distribútormi. Platby vopred za prístup pravdepodobne zvýšia cenu, ktorú si dodávateľ účtuje za zmluvné produkty, pretože dodávateľ musí pokryť výdavky na tieto platby. Vyššie ceny dodávok môžu znížiť motiváciu maloobchodníkov súťažiť prostredníctvom ceny na odberateľskom trhu, zatiaľ čo zisky distribútorov sa v dôsledku platieb za prístup zvýšia. Takéto obmedzenie hospodárskej súťaže medzi distribútormi prostredníctvom kumulovaného využívania platieb za prístup vopred si zvyčajne vyžaduje, aby bol distribučný trh vysoko koncentrovaný.
- (358) Využitie platieb vopred za prístup však môže v mnohých prípadoch prispieť k efektívnemu rozdeľovaniu priestoru v regáloch pre nové produkty. Keď dodávatelia uvádzajú na trh nové produkty, distribútori majú často o tom, či nový produkt môže byť úspešný, menej informácií ako dodávateľ, a preto môžu mať na sklade suboptimálne množstvo výrobkov. Platby vopred za prístup sa môžu využívať na zmiernenie tejto informačnej asymetrie medzi dodávateľmi a distribútormi tým, že dodávateľom výslovne umožňujú, aby o priestor v regáloch súťažili. Distribútor tak môže byť vopred upozornený na to, ktoré výrobky budú s najväčšou pravdepodobnosťou úspešné, pretože dodávateľ bude zvyčajne súhlasiť, že vopred zaplatí za prístup len vtedy, ak sa domnieva, že pravdepodobnosť neúspešného uvedenia produktu na trh je nízka.
- (359) Navyše v dôsledku informačnej asymetrie uvedenej v predchádzajúcom bode dodávatelia môžu byť motivovaní, aby parazitovali na propagačnej činnosti

¹²²

Pevne stanové poplatky, ktoré výrobcovia platia maloobchodníkom za umiestnenie tovaru v regáli.

¹²³

Paušálne platby za zabezpečenie zotrvania existujúceho výrobku v regáli počas ďalšieho obdobia.

distribútorov s cieľom uviesť na trh suboptimálne produkty. Ak produkt nie je úspešný, distribútori zaplatia časť nákladov vyplývajúcich zo zlyhania produktu. Použitie platieb vopred za prístup môže predchádzať takémuto parazitovaniu prenosom rizika za zlyhanie výrobku späť na dodávateľa, čím sa prispeje k optimálnej miere uvedenia produktov na trh.

8.2.7. *Dohody o správe určitej kategórie*

- (360) Dohody o správe určitej kategórie sú dohody, prostredníctvom ktorých v rámci distribučnej dohody distribútor poveruje dodávateľa (tzv. kapitána kategórie) uvedením na trh určitej kategórie produktov, a to zvyčajne nielen vrátane produktov dodávateľa, ale aj produktov jeho konkurentov. Kapitán kategórie tak môže napríklad ovplyvňovať umiestnenie produktov v obchode, reklamu na produkty v obchode a ich výber pre obchod. Na dohody o správe určitej kategórie sa vzťahuje skupinová výnimka, keď trhové podiely kapitána kategórie ani distribútora nepresahujú 30 %, a za predpokladu, že takáto dohoda neobsahuje veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, napríklad obmedzenia schopnosti distribútora určovať predajnú cenu v zmysle článku 4 písm. a) nariadenia VBER.
- (361) Dohody o správe určitej kategórie vo väčšine prípadov nevyvolávajú obavy podľa článku 101. Dohody o správe určitej kategórie však môžu niekedy narušiť hospodársku súťaž medzi dodávateľmi a napokon môžu v dôsledku toho viesť k protisúťažnému uzavretiu trhu ostatným dodávateľom, najmä keď kapitán kategórie môže na základe svojho vplyvu na rozhodnutia týkajúce sa uvedenia na trh obmedziť alebo znevýhodniť distribúciu produktov konkurenčných dodávateľov.
- (362) Vo všeobecnosti platí, že distribútori nebudú mať záujem na obmedzení svojho výberu produktov. Môžu však mať motiváciu vylúčiť určitých dodávateľov, najmä ak aj distribútor predáva konkurenčné produkty pod svojou vlastnou značkou. Na posúdenie pravdepodobnosti takéhoto účinku uzavretia dodávateľského trhu možno analogicky použiť usmernenia týkajúce sa povinností nákupu jednej značky (najmä body 284 – 293 týchto usmernení). Toto posúdenie musí predovšetkým zohľadniť na jednej strane pokrytie trhu dohôd o správe určitej kategórie a možné kumulatívne využívanie týchto dohôd na trhu a na druhej strane postavenie, ktoré majú na trhu konkurenční dodávatelia a distribútor.
- (363) Okrem toho môžu dohody o správe určitej značky uľahčovať kolúziu medzi distribútormi, keď ten istý dodávateľ slúži ako kapitán kategórie pre všetkých alebo takmer všetkých konkurenčných distribútorov na trhu a poskytuje distribútorom spoločný referenčný bod pre ich rozhodnutia týkajúce sa uvedenia na trh.
- (364) Správa určitej kategórie môže takisto uľahčovať kolúziu medzi dodávateľmi prostredníctvom väčších možností vymieňať si prostredníctvom maloobchodníkov citlivé informácie o trhu, ako sú napríklad informácie týkajúce sa budúcej tvorby cien, plánov propagácie alebo reklamných kampaní. Nariadenie VBER sa na takéto priame výmeny informácií medzi konkurentmi nevzťahuje; pozri bod 83 týchto usmernení.
- (365) Použitie dohôd o správe určitej kategórie však môže viesť aj k účinkom zvyšujúcim efektívnosť. Dohody o správe určitej kategórie môžu umožňovať distribútorom prístup k marketingovému posudku dodávateľa v súvislosti s istou skupinou produktov a dosiahnuť úspory z rozsahu, keďže zabezpečujú, aby sa optimálne množstvo produktov dostalo včas a priamo do regálov. Všeobecne povedané, čím väčšia je súťaž medzi značkami a čím nižšie sú náklady spotrebiteľov súvisiace so

zmenou dodávateľa, tým väčšie sú ekonomické prínosy dosiahnuté pomocou správy určitej kategórie.

8.2.8. *Viazanie*

- (366) Viazanie zvyčajne odkazuje na situácie, keď zákazníci, ktorí kupujú jeden produkt (viažuci produkt), sú povinní kúpiť od toho istého dodávateľa alebo od niekoho iného, koho tento dodávateľ určí, aj iný odlišný produkt (viazaný produkt). Viazanie môže predstavovať zneužitie postavenia v zmysle článku 102.¹²⁴ Viazanie môže takisto predstavovať vertikálne obmedzenie v zmysle článku 101, keď vedie k povinnosti typu nákup jednej značky pre viazaný produkt (pozri body 281 až 302 týchto usmernení). Tieto usmernenia sa zaoberajú len druhou uvedenou situáciou.
- (367) To, či sa budú produkty považovať za rozdielne, závisí od dopytu zákazníkov. Dva produkty sú rozdielne vtedy, keď si značný počet zákazníkov pri absencii viazania kúpi viažuci produkt bez toho, aby od toho istého dodávateľa kúpil aj viazaný produkt, čo znamená, že viažuci produkt aj viazaný produkt možno vyrábať samostatne.¹²⁵ Dôkaz, že dva produkty sú rozdielne, by mohol zahŕňať priamy dôkaz toho, že zákazníci, ak majú možnosť vybrať si, kupujú viažuce a viazané produkty osobitne z rôznych zdrojov, alebo nepriamy dôkaz, ako je prítomnosť podnikov na trhu, ktoré sa špecializujú na výrobu alebo predaj viazaného produktu bez viažuceho produktu¹²⁶, alebo dôkaz naznačujúci, že podniky s malou trhovou silou, najmä na trhoch s fungujúcou hospodárskou súťažou, majú tendenciu neviazať takéto produkty ani nevytvárať balíky produktov. Napríklad, keďže zákazníci si chcú kúpiť topánky so šnúrkami a pre distribútorov nie je praktické dávať do nových topánok šnúrkou podľa ich výberu, stalo sa obchodnou zvyklosťou, že výrobcovia topánok dodávajú topánky so šnúrkami. Preto sa predaj obuvi so šnúrkami nepovažuje za viazanie.
- (368) Viazanie môže viesť k protisúťažným účinkom uzavretia trhu s viazaným produktom, trhu s viažucim produktom alebo obidvoch trhov súčasne. Účinok uzavretia trhu závisí od viazaného percenta celkového predaja na trhu s viazaným produktom. Na otázku, čo sa môže považovať za citelné uzavretie trhu podľa článku 101 ods. 1, sa môže uplatniť analýza vykonaná pre nákup jednej značky. Viazanie znamená, že existuje aspoň nejaká forma množstevnej povinnosti uloženej kupujúcemu v súvislosti s viazaným produktom. Ak je v súvislosti s viazaným produktom dohodnutá povinnosť nekonkurovať si, zvyšuje sa prípadný účinok uzavretia trhu s týmto viazaným produktom. Viazanie môže viesť k menšej súťaži o získanie zákazníkov, ktorí majú záujem o zakúpenie viazaného produktu, nie však viažuceho produktu. Ak neexistuje dostatočný počet zákazníkov, ktorý by si kúpili len viazaný produkt osobitne, aby sa konkurenti dodávateľa udržali na trhu s viazaným produktom, viazanie môže mať za následok vyššie ceny pre týchto zákazníkov. Ak je viazaný produkt dôležitým doplňujúcim produktom pre zákazníkov viažuceho produktu, zníženie počtu alternatívnych dodávateľov viazaného produktu, a teda obmedzená dostupnosť tohto produktu, môže sťažiť samotný vstup na trh s viazaným produktom.

¹²⁴ Rozhodnutie vo veci C-333/94 P, Tetrapak/Komisia, EU:C:1996:436, bod 37. Pozri aj oznámenie Komisie – Usmernenie o prioritách Komisie v oblasti presadzovania práva pri uplatňovaní článku 82 Zmluvy o ES na prípady zneužívania dominantného postavenia podnikov na vylúčenie konkurentov z trhu (Ú. v. EÚ C 45, 24.2.2009, s. 7).

¹²⁵ Rozsudok vo veci T-201/04, Microsoft/Komisia, EU:T:2007:289, body 917, 921 a 922.

¹²⁶ Rozsudok vo veci T-30/89, Hilti/Komisia, EU:T:1991:70, bod 67.

- (369) Viazanie môže takisto priamo viesť k stanoveniu vyšších cien, než sú konkurenčné ceny, a to najmä v troch situáciách. Po prvé, ak možno viažuci a viazaný produkt použiť vo variabilných množstvách ako vstupy do výrobného procesu, zákazníci môžu reagovať na zvýšenie ceny viažuceho produktu zvýšením dopytu po viazanom produkte a súčasným znížením dopytu po viažucom produkte. Viazaním týchto dvoch produktov sa dodávateľ môže snažiť vyhnúť tomuto nahrádzaniu a v dôsledku toho môže byť schopný zvýšiť svoje ceny. Po druhé, ak viazanie umožňuje cenovú diskrimináciu na základe použitia viažuceho produktu zákazníkom, napríklad viazanie predaja atramentových náplní na predaj kopírovacích strojov (regulovanie). Po tretie, keď v prípade dlhodobých zmlúv alebo v prípade následných trhov s originálnym zariadením s dlhou životnosťou je pre zákazníka ťažké vyčíslieť následky viazania.
- (370) Na viazanie sa vzťahuje výnimka podľa nariadenia o skupinovej výnimke, keď ani podiel dodávateľa na trhu s viazaným produktom, ako aj na trhu s viažucim produktom, ani podiel kupujúceho na príslušných dodávateľských trhoch neprekročí 30 %. Môže byť skombinovaný s inými vertikálnymi obmedzeniami, ktoré sa podľa daného nariadenia nepovažujú za veľmi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže, ako je napríklad povinnosť nekonkurovať si alebo množstevná povinnosť v súvislosti s viažucim produktom alebo výhradný nákup. Zvyšok tohto oddielu obsahuje usmernenia na posúdenie viazania v jednotlivých prípadoch, keď dôjde k prekročeniu hraničného trhového podielu.
- (371) Samozrejme, na posúdenie prípadných protisúťažných účinkov je najdôležitejšie trhové postavenie dodávateľa na trhu s viažucim produktom. Spravidla je tento typ dohody uložený dodávateľom. Ak má dodávateľ na trhu s viažucim produktom významné postavenie, je to hlavný dôvod, prečo môže byť pre kupujúceho ťažké odmietnuť povinnosť viazania.
- (372) Na posúdenie trhovej sily dodávateľa je dôležité poznať postavenie jeho konkurentov na trhu s viažucim produktom. Pokiaľ sú jeho konkurenti dostatočne početní a silní, nemusia sa očakávať žiadne protisúťažné účinky, pretože kupujúci majú dostatočné alternatívy nákupu viažuceho produktu bez viazaného produktu, pokiaľ podobné viazanie neuplatňujú ostatní dodávatelia. Okrem toho, prekážky vstupu na trh viažuceho produktu sú dôležité na určenie postavenia dodávateľa na trhu. Ak je viazanie skombinované s povinnosťou nekonkurovať si, pokiaľ ide o viažuci produkt, výrazne to posilňuje postavenie dodávateľa.
- (373) Dôležitá je kúpna sila, pretože významných kupujúcich nie je jednoduché prinútiť, aby súhlasili s viazaním bez dosiahnutia aspoň časti možných účinkov zvyšujúcich efektívnosť. Viazanie, ktoré sa neopiera o zefektívnenie, preto predstavuje riziko najmä vtedy, keď kupujúci nemajú značnú kúpnu silu.
- (374) Keď sa zistia citeľné protisúťažné účinky, vzniká otázka, či sú splnené podmienky uvedené v článku 101 ods. 3. Povinnosti viazania môžu pomáhať vytvárať účinky zvyšujúce efektívnosť, ktoré vyplávajú zo spoločnej výroby alebo spoločnej distribúcie. Keď viazaný produkt nevyrába dodávateľ, zefektívnenie môže vyplývať z nákupu veľkého množstva viazaného produktu dodávateľom. Aby viazanie spĺňalo podmienky uvedené v článku 101 ods. 3, musí sa preukázať, že aspoň časť tohto zníženia nákladov prejde na spotrebiteľa, čo sa zvyčajne deje, keď je maloobchodný predajca schopný získať pravidelné dodávky tých istých alebo podobných produktov za rovnakých alebo lepších podmienok, ako sú tie, ktoré ponúka dodávateľ, ktorý uplatňuje viazaný obchod. K ďalšiemu zefektívneniu môže dôjsť, ak viazanie

pomáha zabezpečiť určitú jednotnosť a normalizáciu kvality [pozri bod 14 písm. h)]. Je však potrebné preukázať, že pozitívne účinky sa nemôžu rovnako efektívne dosiahnuť požadovaním od kupujúceho, aby používal alebo ďalej predával výrobky spĺňajúce normy minimálnej kvality, bez toho, aby sa od kupujúceho požadoval ich nákup od dodávateľa alebo niekoho určeného dodávateľom. Požiadavky týkajúce sa noriem minimálnej kvality zvyčajne nepatria do pôsobnosti článku 101 ods. 1. V prípadoch, keď dodávateľ viažuceho produktu stanoví kupujúcemu dodávateľov, od ktorých musí nakupovať viazaný produkt, napríklad preto, lebo nie je možné vypracovať normy minimálnej kvality, môže to patriť mimo pôsobnosť článku 101 ods. 1, a to najmä vtedy, keď dodávateľ viažuceho produktu nezískava priamy (finančný) prospech z určenia dodávateľov viazaného produktu.