



Az Európai Unió
Tanácsa

Brüsszel, 2024. február 19.
(OR. en)

6731/24

RC 4

FEDŐLAP

Küldi:	az Európai Bizottság főtitkára részéről Martine DEPREZ igazgató
Az átvétel dátuma:	2024. február 8.
Címzett:	Thérèse BLANCHET, az Európai Unió Tanácsának főtitkára
Biz. dok. sz.:	C(2023) 6789 final
Tárgy:	A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE A Bizottság közleménye az uniós versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról

Mellékelten továbbítjuk a delegációknak a következő dokumentumot: C(2023) 6789 final.

Melléklet: C(2023) 6789 final



EURÓPAI
BIZOTTSÁG

Brüsszel, 2024.2.8.
C(2023) 6789 final

A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE

A Bizottság közleménye az uniós versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról

A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE

A Bizottság közleménye az uniós versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról

Tartalomjegyzék

1.	BEVEZETÉS	3
1.1.	E közlemény célja	3
1.2.	A piacmeghatározás szerepe	4
1.3.	A piacmeghatározás általános elvei	7
2.	ÁLTALÁNOS MÓDSZERTAN	14
2.1.	A termékpiacok meghatározásának általános módszertana	15
2.1.1.	Keresleti helyettesíthetőség.....	15
2.1.2.	Kínálati helyettesíthetőség	18
2.2.	A földrajzi piacok meghatározásának általános módszertana.....	20
3.	A PIACOK MEGHATÁROZÁSÁNAK FOLYAMATA	23
3.1.	A piac meghatározásának általános megközelítése a gyakorlatban	23
3.2.	A termékpiacok meghatározásához használt bizonyítékok.....	24
3.2.1.	A keresleti helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok	24
3.2.1.1.	A termék jellemzői, árai, rendeltetése és az általános vevői preferenciák.....	24
3.2.1.2.	A korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok	25
3.2.1.3.	A hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok.....	26
3.2.1.4.	Az ágazat álláspontja szerinti versenykényszerre vonatkozó bizonyítékok	27
3.2.1.5.	A keresletnek a lehetséges helyettesítőkre történő átállításával kapcsolatos akadályok és költségek	27
3.2.1.6.	Az SSNIP-teszt elvégzése	28
3.2.2.	A kínálati helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok.....	29
3.2.2.1.	A korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok	29
3.2.2.2.	A kínálat átállításával kapcsolatos akadályok és költségek	29
3.3.	A földrajzi piacok meghatározásához használt bizonyítékok	29
3.3.1.	Az érintett földrajzi piac meghatározása szempontjából releváns bizonyítékok kategóriái.....	30
3.3.1.1.	Az elérhető szállítók kiléte, piaci részesedések és árak	30
3.3.1.2.	A vevők preferenciái és vásárlási magatartása.....	31

3.3.1.3.	A különböző területeken található vevők ellátásával kapcsolatos akadályok és költségek	32
3.3.1.4.	Távolsággal kapcsolatos tényezők, szállítási költségek és vonzáskörzetek.....	33
3.3.1.5.	A kereskedelmi forgalom és a szállítások mintázata	34
3.4.	Bizonyítékok gyűjtése és értékelése.....	34
4.	A PIAC MEGHATÁROZÁSA KÜLÖNLEGES KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT	37
4.1.	A piac meghatározása jelentős differenciálás esetén	37
4.2.	A piac meghatározása a vevők vagy vevőcsoportok közötti diszkrimináció fennállása esetén.....	39
4.3.	A piac meghatározása jelentős K+F esetén.....	39
4.4.	A piac meghatározása többoldalú platformok jelenléte esetén	41
4.5.	A piac meghatározása utópiacok, termécsomagok és (digitális) ökoszisztémák megléte esetén	43
5.	PIACI RÉSZESEDÉSEK.....	45
6.	KÖVETKEZTETÉSEK	48

1. BEVEZETÉS

1.1. E közlemény célja

1. A Bizottság a piacmeghatározási koncepciót az uniós versenyjog érvényesítése során alkalmazza, nevezetesen:
 - a) az Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSZ) 101. és 102. cikke szerinti antitröszt szabályok 1/2003/EK tanácsi rendeletnek¹ megfelelő érvényesítése során;
 - b) a 139/2004/EK tanácsi rendelet² (a továbbiakban: összefonódás-ellenőrzési rendelet) szerinti összefonódás-ellenőrzés során;
 - c) az Európai Gazdasági Térségről szóló megállapodásban³ (a továbbiakban: EGT-megállapodás) meghatározott egyenértékű rendelkezések érvényesítése során.
2. A Bizottság általában azokban az esetekben határozza meg az érintett piacot⁴, ahol fontos megbecsülni a vállalkozások⁵ viszonylagos versenyerejét.
3. E közlemény célja, hogy iránymutatást adjon arra vonatkozóan, hogy a Bizottság hogyan alkalmazza az érintett piac fogalmát az uniós versenyjog érvényesítése során. A versenypolitika megőrzi a jól működő piacokat és kezeli a piaci hiányosságokat, ezáltal hozzájárul a zöld és digitális kettős átálláshoz és az egységes piac ellenállóképességéhez⁶. Célja annak biztosítása, hogy a piacok versengőek, nyitottak és dinamikusak maradjanak. Ennek megfelelően a versenypolitika hozzájárulhat az uniós gazdaság túlzott függőségének megelőzéséhez és ellenállóképességének növeléséhez erős és diverzifikált ellátási láncok révén⁷, és kiegészítheti az Unió környezeti fenntarthatóságra vonatkozó szabályozási keretét azáltal, hogy figyelembe

¹ A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról (HL L 1., 2003.1.4., 1. o.).

² A Tanács 139/2004/EK rendelete (2004. január 20.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről (HL L 24., 2004.1.29., 1. o.).

³ Ebben a közleményben az EUMSZ 101. és 102. cikkére, valamint az összefonódás-ellenőrzési rendeletre és különösen annak 2. cikkére való hivatkozásokat az EGT-megállapodás megfelelő rendelkezéseire való hivatkozásként kell értelmezni, lásd az EGT-megállapodás 53. és 54. cikkét, valamint XIV. mellékletét.

⁴ A piacmeghatározás általában véve kisebb szerepet játszik az EUMSZ 106. és 107. cikkének Bizottság általi érvényesítésében. Ezekben az esetekben az értékelés a vállalkozásokat érintő versenykényszer azonosítása helyett inkább az érintett iparágra/ágazatra összpontosít. Azonban, amikor az EUMSZ 106. vagy 107. cikke alapján vizsgált bizonyos ügyek esetében piaci erővel, és így az érintett piaccal kapcsolatos megfontolások merülnek fel, az e közleményben körvonalazott módszer elemei alapul szolgálhatnak az értékeléshez. Tekintettel arra, hogy az értékelések e két típusában korlátozottabb a piacmeghatározás alkalmazása, ez a közlemény nem tárgyalja tovább ezek konkrét szempontjait.

⁵ Az uniós versenyjogban vállalkozásnak minősül jogállásától és finanszírozásának módjától függetlenül minden olyan jogalany, amely gazdasági tevékenységet folytat, nevezetesen az olyan tevékenységet, amely áruk vagy szolgáltatások adott piacon történő kínálatából áll. Lásd: a Bíróság 1991. április 23-i ítélete, Höfner és Elser kontra Macrotron, C-41/90, EU:C:1991:161, 21. pont; a Törvényszék 2006. december 12-i ítélete, SELEX Sistemi Integrati kontra Bizottság, T-155/04, EU:T:2006:387, 50. pont.

⁶ Lásd: A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Az új kihívásokra felkészült versenypolitika, 2021. november 18., COM(2021) 713, 6. o.

⁷ Uo., 16. o.

veszi a verseny értékelése, és a piacmeghatározás szempontjából releváns fenntarthatósági tényezőket. Mindezek alapján az e közleményben adott aktualizált iránymutatás figyelembe veszi az elmúlt húsz év jelentős fejleményeit. Ezek közé tartozik a digitalizáció, az áruk és szolgáltatások kínálatának új módjai, valamint a kereskedelmi ügyletek egyre inkább összekapcsolódó és globalizálódó jellege.

4. A Bizottság az általa követett módszertan közzétételével, valamint azon fő kritériumok és bizonyítékok megjelölésével, amelyekre az érintett piacok meghatározásakor támaszkodik, arra törekszik, hogy növelje az uniós versenyjog alkalmazása során folytatott politikájának és döntéshozatalának átláthatóságát. A Bizottság további célja, hogy csökkentse a saját szolgálatai és a külső érdekelt felek erőforrásaira nehezedő terhet, ezáltal hatékonyabbá teszi a verseny értékelését.
5. A Bizottság által az uniós versenyjog alapján végzett értékelések átláthatóbbá tétele és következőképpen azok kiszámíthatóságának növelése nagyobb jogbiztonságot is eredményez a vállalkozások és tanácsadók számára. Képesek lesznek jobban felmérni az érintett piacok kiterjedését és annak valószínűségét, hogy a Bizottság adott esetben versenyjogi aggályokat azonosíthat. Ezeket a tényezőket belső döntéshozataluk során figyelembe vehetik például más vállalkozások felvásárlásának, közös vállalkozások létrehozásának, bizonyos megállapodások megkötésének vagy bizonyos magatartások egyoldalú tanúsításának megfontolása során. Az ebben a közleményben foglalt iránymutatás segítséget nyújt a vállalkozásoknak abban is, hogy számításba vehessék azokat az információkat, amelyeket a Bizottság a piacmeghatározás szempontjából relevánsnak tart.

1.2. A piacmeghatározás szerepe

6. A piacmeghatározás olyan eszköz, amelyet a Bizottság a vállalkozások közötti verseny határainak azonosítására és meghatározására használ. A piacmeghatározás fő célja azon tényleges és közvetlen versenykényszer szisztematikus azonosítása, amellyel az érintett vállalkozások⁸ szembesülnek, amikor bizonyos termékeket⁹ kínálnak egy adott területen. A piacmeghatározás eredményeként azonosíthatók az érintett vállalkozásoknak a szóban forgó termékeket kínáló releváns versenytársai, valamint az érintett vevők. Csak azok a termékek, amelyek tényleges és közvetlen versenykényszer gyakorolnak a releváns időkereten belül, képezik ugyanannak az érintett piacnak a részét, mint amelyen az érintett vállalkozások működnek, míg más, kevésbé hatékony, vagy csupán potenciális versenykényszerek a versenyjogi értékelés részének tekintendők.
7. Ugyanezek a megfontolások érvényesek akkor is, amikor egy adott területen bizonyos termékek beszerzésének érintett piacait (a továbbiakban: beszerzési piacok)

⁸ E közlemény alkalmazásában „érintett vállalkozás” az a vállalkozás, amelynek versenyerejét értékeli. Ezek általában az EUMSZ 101. cikke szerinti vizsgálatokban a megállapodásban részt vevő felek; az EUMSZ 102. cikke szerinti esetekben vizsgált vállalkozás(ok); valamint az összefonódás-ellenőrzési rendelet szerinti vizsgálatokban az összefonódásban részt vevő felek. Az adott ügy tényállásától függően érintett vállalkozás lehet a versenyjogi ügy panaszosa, upstream vagy downstream piacon működő vállalkozás vagy bármely más, a versenyjogi ügy szempontjából releváns vállalkozás is.

⁹ E közlemény alkalmazásában a „termék” kifejezés adott esetben a szolgáltatásokat vagy technológiákat is magában foglalja. Ennek megfelelően a „termelés” fogalma magában foglalja az ilyen szolgáltatások nyújtását vagy technológiák licencelését vagy fejlesztését is.

határozzák meg¹⁰. Ebben az esetben a piacmeghatározás fő célja azon tényleges és közvetlen versenykényszer szisztematikus azonosítása, amellyel az érintett vállalkozás(ok) szembesül(nek), amikor az említett termékeket beszerzik¹¹. Ennek megfelelően a piacmeghatározás eredményeként azonosíthatók az érintett vállalkozás(ok) szóban forgó termékeket beszerző releváns versenytársai, valamint az érintett szállítók. E közlemény a továbbiakban nem tárgyalja részletesebben a beszerzési piacokat, de az e közleményben foglalt iránymutatás a beszerzési piacokra is vonatkozik és figyelembe veszi azok jellegzetességeit¹² és az adott ügy tényállását.

8. A Bizottság általában akkor alkalmaz piacmeghatározást, ha a versenyjogi értékelés¹³ részeként szükséges értékelni a vállalkozások viszonylagos versenyerejét, és különösen azt, hogy egy vállalkozás rendelkezik-e piaci erővel¹⁴. A piacmeghatározás tehát megfelelő esetekben a versenyjogi értékelés tagolásának és megkönnyítésének közbenső eszköze, és nem kötelező lépés az uniós versenyjog szerinti valamennyi értékelésben. A versenyjogi értékelés ezt követő elvégzése és a piaci erő elemzése során a Bizottság átfogóan értékeli minden olyan releváns korlátozó tényezőt, amely érinti az adott termék- és földrajzi piacokon jelen lévő vállalkozás(oka)t, és ez az értékelés kiterjedhet a piacra lépés vagy a piaci terjeszkedés korlátaira, a méretgazdaságosság hatásaira (ideértve adott esetben a piacon kívüli tevékenységekből származókat is) vagy a hálózati hatásokra, az egyes eszközökhöz és inputokhoz való hozzáférésre, valamint a termékdifferenciálásra¹⁵.

¹⁰ Lásd például: M.10201 sz. Ahold Delhaize/Deen Assets ügy (20–25. pont); M.9847. sz. Aldi/FPLPH Assets ügy (19–22. pont), valamint az M.9409. sz. Aurubis/Metallo ügy (7.1. szakasz). Az ebben a közleményben említett bármely ügyben szereplő piacmeghatározásra vonatkozó bizottsági álláspont nem érinti a jövőbeni ügyekben elvégzett piacmeghatározási értékeléseinek eredményét, a 14. pontban ismertetettek értelmében.

¹¹ Az, hogy a Bizottság aláveti-e elemzésnek az olyan vállalkozás(ok) viszonylagos versenyerejét, amely(ek) bizonyos termékeket egy adott területen szerez(nek) be, az adott ügytől és a lehetséges kárelméletektől függ. Az említett kárelméletekről a versenyjogi ügyek érdemi értékeléséről szóló bizottsági iránymutatás nyújt részletesebb tájékoztatást – lásd például az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikkének a horizontális együttműködési megállapodásokra való alkalmazhatóságáról szóló bizottsági iránymutatást (HL C 259., 2023.7.21., 1. o.); A horizontális együttműködési megállapodások értékeléséről szóló iránymutatás), 273–309. pont, és a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerint a horizontális összefonódások értékeléséről szóló bizottsági iránymutatást (HL C 31., 2004.2.5., 5. o.; a továbbiakban: horizontális összefonódásokról szóló iránymutatás), 61–63. pont. Lásd például: M.9409. sz. Aurubis/Metallo ügy (376. és 397–398. pont).

¹² Például, beszerzési piacokon a helyettesíthetőség értékelése nem a vevők számára rendelkezésre álló alternatívákra, hanem a szállítók számára rendelkezésre álló alternatívákra összpontosít.

¹³ E közlemény alkalmazásában a „versenyjogi értékelés” kifejezés egy uniós versenyjogi probléma Bizottság általi érdemi értékelésének azon részeit foglalja magában, amelyek nem a piac meghatározáshoz kapcsolódnak. Ide kell érteni adott esetben különösen az erőfölény meglétének értékelését, valamint az érintett vállalkozás(ok) magatartása vagy az összefonódás versenyre gyakorolt valószínű hatásainak értékelését.

¹⁴ A horizontális együttműködési megállapodások értékeléséről szóló iránymutatás 40. lábjegyzete szerint „[A] piaci erő az a képesség, hogy az árakat bizonyos időszakon keresztül nyereségesen a versenyképes szint felett tartsák, vagy a kibocsátást a termékmennyiség, -minőség, -választék és az innováció területén bizonyos időszakon keresztül nyereségesen a versenyképes szint alatt tartsák.”

¹⁵ A versenyjogi ügyekben végzett érdemi értékelésekről szóló bizottsági iránymutatásban foglalt további magyarázatokkal kapcsolatban lásd többek között a horizontális összefonódásokról szóló iránymutatás III. és IV. szakaszát. Lásd továbbá a horizontális együttműködési megállapodások értékelésére vonatkozó iránymutatást, például a 236. bekezdést.

Az értékelés keretében sor kerülhet az említett korlátozó tényezők kellően előrelátható változásainak értékelésére is, amennyiben az adott ügy előretekintő értékelést tesz szükségessé. Elengedhetetlen, hogy az átfogó értékelési folyamat köztes lépéseként szolgáló piacmeghatározás a releváns magatartás vagy összefonódás idején naprakész legyen és tényeken alapuljon a 14. pontban kifejtettek szerint.

9. A piacmeghatározás Bizottság általi alkalmazása szorosan kapcsolódik a különböző uniós versenyjogi eszközök célkitűzéseéhez:
- a) az EUMSZ 102. cikke szerinti értékelésekben a Bizottság általában az erőfölény fennállásának értékelése során határozza meg az érintett piacot¹⁶;
 - b) az összefonódás-ellenőrzési rendelet szerinti értékelésekben a Bizottság az összefonódás versenyre gyakorolt hatásainak értékelésekor rendszeresen meghatározza az érintett piacot¹⁷.
 - c) az EUMSZ 101. cikke szerinti értékelések során a Bizottság a piacmeghatározást különösen annak megállapításakor alkalmazza, hogy fennáll-e érzékelhető versenykorlátozás, vagy annak megállapításakor, hogy teljesül-e az EUMSZ 101. cikke (3) bekezdésének b) pontja szerinti, az EUMSZ 101. cikke (1) bekezdésének alkalmazása alóli mentességre vonatkozó feltétel¹⁸. A gyakorlatban a Bizottság általában piacmeghatározást alkalmaz az olyan megállapodások¹⁹ értékelésekor, amelyek hatása a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása. Ezzel szemben a Bizottság általában nem határozza meg az érintett piacot azon megállapodások értékelése

¹⁶ A Bíróság 1973. február 21-i ítélete, Europemballage és Continental Can kontra Bizottság, 6/72, EU:C:1973:22, 32. pont.

¹⁷ A Bíróság 1973. február 21-i ítélete, Europemballage és Continental Can kontra Bizottság, 6/72, EU:C:1973:22, 32. pont; a Bíróság 1998. március 31-i ítélete, Franciaország és társai kontra Bizottság (Kali & Salz), C-68/94 és C-30/95 egyesített ügyek, EU:C:1998:148, 143. pont; a Törvényszék 2002. június 6-i ítélete, Airtours kontra Bizottság, T-342/99, EU:T:2002:146, 19. pont; a Törvényszék 2009. május 7-i ítélete, NVV és társai kontra Bizottság, T-151/05, EU:T:2009:144, 51. pont. Adott esetben az összefonódás hatásainak értékelése kiterjedhet a potenciális hatékonyságjavulások – például a méretnagyságból adódó költségmegtakarításokból eredő hatékonyságjavulások – értékelésére, és különösen annak értékelésére, hogy a hatékonyságjavulások a fogyasztók hasznára válnának-e azokon az érintett piacokon, ahol egyébként valószínűleg versenyjogi aggályok merülnének fel (a horizontális összefonódásokról szóló iránymutatás 79. pontja, melyet a nem horizontális összefonódásokról szóló iránymutatás 53. és 115. pontja említ).

¹⁸ Az uniós bíróságok ezzel összefüggésben úgy ítélték meg, hogy a Bizottság köteles határozatban meghatározni a piacot az EUMSZ 101. cikkének alkalmazásában, ha „e meghatározás nélkül nem lehet megállapítani, hogy a kérdéses magatartás célja vagy hatása-e a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása”, a Törvényszék 2000. július 6-i ítélete, Volkswagen kontra Bizottság, T-62/98, EU:T:2000:180, 230. pont; a Törvényszék 2004. július 8-i ítélete, Mannesmannröhren-Werke kontra Bizottság, T-44/00, EU:T:2004:218, 132. pont. Lásd még a 10. pontot további olyan példákkal kapcsolatban, amelyekben az EUMSZ 101. cikke szerinti piacmeghatározás releváns lenne.

¹⁹ Amennyiben e közlemény másként nem jelzi, az ebben a közleményben említett, az EUMSZ 101. cikkével összefüggő megállapodások összehangolt magatartásokra és vállalkozások társulásai által hozott döntésekre vonatkoznak.

során, amelyeknek a célja a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása, mint például a kartellmegállapodások, és erre nem is köteles²⁰.

10. A piacmeghatározás lehetővé teszi a piaci részesedések kiszámítását, amelyet a Bizottság a versenyjogi értékelés céljából egyéb elemek mellett felhasználhat a vállalkozás versenyerejének értékeléséhez. A piaci erő elemzése során a Bizottság megvizsgálhatja a valószínűleg folytatódó tendenciákat, az említett piaci részesedésekkel kapcsolatos előre látható változásokat, valamint azokat a korlátokat is, amelyek kizárólag a piaci részesedések vizsgálata nyomán nem mutatkoznak meg egyértelműen, amint azt a 106. és a 113. pont részletesebben ismerteti. A Bizottság a piaci részesedéseket alapul veheti első átvilágítási eszközként is annak értékelésére, hogy felmerülhetnek-e versenyjogi aggályok. A piaci részesedési küszöbértékek azon paraméterek közé tartoznak, amelyeket a csoportmentességi rendeletek hatályának meghatározásához használnak az EUMSZ 101. cikke (3) bekezdésének megállapodások egyes csoportjaira való alkalmazásához²¹; annak értékeléséhez, hogy fennállhat-e az EUMSZ 101. és 102. cikke értelmében kereskedelemre gyakorolt hatás²², és az olyan összefonódások azonosításához, amelyek kezdettől fogva nem vetnek fel versenyjogi aggályokat az összefonódás-ellenőrzési rendelet értelmében egyetlen piac tekintetében sem vagy bizonyos piacok tekintetében²³.

1.3. A piacmeghatározás általános elvei

11. A Bizottság számos elvet alkalmaz az érintett piacok meghatározásához az uniós versenyjog érvényesítése céljából. Ezeket az elveket a 12–21. pontok ismertetik.

²⁰ A Törvényszék 2004. július 8-i ítélete, Mannesmannröhren-Werke kontra Bizottság, T-44/00, EU:T:2004:218, 132. pont; a Törvényszék 2016. június 28-i ítélete, Telefonica kontra Bizottság, T-216/13, EU:T:2016:369, 214. pont.

²¹ A piaci részesedési küszöbértékek az érintett piac(ok)on olyan részesedéssel rendelkező vállalkozások közötti megállapodásokra korlátozzák a csoportmentesség által biztosított mentesítési szabály alkalmazhatóságát, amely nem haladja meg a rendeletekben meghatározott küszöbértékeket. Lásd például az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2022. május 10-i (EU) 2022/720 bizottsági rendelet C/2022/3015 (HL L 134., 2022.5.11., 4. o.) 3. cikkét, az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének a kutatás-fejlesztési megállapodások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2023. június 1-jei (EU) 2023/1066 bizottsági rendelet (HL L 143., 2023.6.2., 9. o.) 6. cikkét, az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének a szakosítási megállapodások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2023. június 1-jei (EU) 2023/1067 bizottsági rendelet (HL L 143., 2023.6.2., 20. o.) 3. cikkét.

²² A Bizottság közleménye: Iránymutatás a kereskedelemre gyakorolt hatásnak a Szerződés 81. és 82. cikkében foglalt fogalmáról (a továbbiakban: a kereskedelemre gyakorolt hatásról szóló iránymutatás) (HL C 101., 2004.4.27., 81. o.), 2.4. szakasz. A Bizottság alapul veheti a piaci részesedéseket annak értékelésekor, hogy fennáll-e a kereskedelemre gyakorolt hatás, de ez az értékelés nem feltétlenül követeli meg az érintett piacok meghatározását és a piaci részesedések kiszámítását (lásd a kereskedelemre gyakorolt hatásról szóló iránymutatás 48. pontját), és a Bizottság nem köteles ezt megtenni.

²³ E tekintetben lásd az „összefonódás által érintett piacok” és azon piacok fogalommeghatározását, „amelyekre a bejelentett összefonódás jelentős hatással lehet”, a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló, 2023. április 20-i (EU) 2023/914 bizottsági végrehajtási rendelet (a továbbiakban: összefonódás-ellenőrzési végrehajtási rendelet) (HL L 119., 2023.5.5., 22. o.) I. mellékletének 25. pontjának g) alpontját és 6.3. szakaszát, és az egyes összefonódások kezelésére vonatkozó egyszerűsített eljárásról szóló bizottsági közlemény (HL C 160., 2023.5.5., 1. o.) 5. és 8. pontját.

12. Először, az Európai Unió Bíróságának és a Törvényszék (a továbbiakban: az uniós bíróságok) ítélkezési gyakorlatával és a Bizottság határozathozatali gyakorlatával összhangban az érintett piacnak, amelyen belül a Bizottság felméri a verseny dinamikáját, jellemzően egy termék- és egy földrajzi dimenziója van²⁴.
- a) Az érintett termékpiac magában foglalja mindazokat a termékeket, amelyeket a vevők a termékek jellemzői, árai és rendeltetése alapján az érintett vállalkozás(ok) termékével (termékeivel) felcserélhetőnek vagy helyettesíthetőnek tekintenek, figyelembe véve a versenyfeltételeket, valamint a piaci kereslet és kínálat szerkezetét²⁵.
- b) Az érintett földrajzi piac arra a földrajzi területre terjed ki, ahol az érintett vállalkozások keresletet támasztanak az érintett termékek iránt, vagy kínálatot biztosítanak ezekben, továbbá ahol a versenyfeltételek elég egyöntetűek ahhoz, hogy értékelni lehessen a vizsgált magatartás vagy összefonódás hatásait, és amely megkülönböztethető más földrajzi területektől, különösen mivel a versenyfeltételek érzékelhetően eltérőek ezeken a területeken²⁶.
13. Bizonyos esetekben időbeli megfontolások is relevánsak lehetnek az érintett piac meghatározásakor, például akkor, ha olyan tényezők, mint a szezonális vagy a csúcsidővel/völgyidőszakkal kapcsolatos megfontolások jelentősen befolyásolják a vevők preferenciáit vagy a kínálat szerkezetét²⁷.
14. Másodszor, a piacmeghatározás az ügy tényállásán alapul²⁸. Az uniós versenyjog értelmében vett érintett piacok eltérnek ágazatonként, az ellátási lánc különböző szintjein, és néha földrajzi területenként. Amennyiben egy adott piacra vonatkozóan léteznek korábbi bizottsági határozatok, a Bizottság megkezdheti elemzését e korábbi határozatokból kiindulva, és meggyőződhet arról, hogy az érintett piac e korábbi határozatokban használt meghatározása alkalmazható-e az adott ügyre. A Bizottság azonban nem köteles a korábbi határozataiból származó érintettpiac-meghatározást alkalmazni a jövőbeli ügyekben²⁹, és mindig figyelmet fog fordítani az olyan

²⁴ A Bíróság 1978. február 14-i ítélete, United Brands kontra Bizottság, 27/76, EU:C:1978:22, 10. és 11. pont.

²⁵ Lásd: a Bíróság 2020. január 30-i ítélete, Generics (UK) és társai, C-307/18, EU:C:2020:52, 129. pont; a Bíróság 1979. február 13-i ítélete, Hoffmann-La Roche kontra Bizottság, 85/76, EU:C:1979:36, 51. pont. Lásd még az összefonódás-ellenőrzési végrehajtási rendelet I. melléklete 25. pontjának b) alpontját.

²⁶ A Törvényszék 2003. szeptember 30-i ítélete, Cableuropa és társai kontra Bizottság, T-346/02 és T-347/02, EU:T:2003:256, 115. pont; a Törvényszék 2009. május 7-i ítélete, NVV és társai kontra Bizottság, T-151/05, EU:T:2009:144, 52. pont; valamint a Bíróság 1978. február 14-i ítélete, United Brands kontra Bizottság, 27/76, EU:C:1978:22, 11. pont. Lásd még az összefonódás-ellenőrzési rendelet 9. cikkének (7) bekezdését és az összefonódás-ellenőrzési végrehajtási rendelet I. melléklete 25. pontjának c) alpontját is.

²⁷ Időbeli megfontolások voltak relevánsak a piacmeghatározás szempontjából például az M.5467. sz. RWE/Essent ügyben (32. pont), amelyben a Bizottság különbséget tett a csúcsidő és a völgyidőszak órái között a villamos energia előállítása és nagykereskedelmi értékesítése tekintetében, valamint az M.8869. sz. Ryanair/LaudaMotion ügyben (96–97. pont), amelyben a Bizottság különbséget tett a légi személyszállítás nyári és téli időszaka között.

²⁸ Az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 173. pont. „a piacmeghatározást eseti alapon kell elvégezni”.

²⁹ A Törvényszék a 2009. május 7-i NVV és társai kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-151/05, EU:T:2009:144, 136. pont) e tekintetben pontosította: „A felperesek nem hivatkozhatnak a jogos

általánosabb tendenciák által vezérelt lehetséges változásokra, amelyek oka a digitalizáció, az értékláncok és a vevők beszerzéseinek változásai, vagy a globalizáció mértékének alakulása a kereskedelmi kapcsolatokban.

15. Harmadszor, az érintett piac meghatározásakor a Bizottság figyelembe veszi a vevők által az értékelt területen és időszakban relevánsnak ítélt különböző versenyparamétereket. Ezek a paraméterek magukban foglalhatják a termék árát, de innovációs szintjét is, a minőségének különböző szempontjait (például a fenntarthatóság, az erőforráshatékonyság, a tartósság, a termék által kínált felhasználási lehetőségek értéke és sokfélesége, a termék más termékekkel való integrálhatósága, a közvetített arculat vagy a biztonság és a magánélet védelme), továbbá a termék rendelkezésre állását, többek között az átfutási idő, az ellátási láncok ellenállóképessége, az ellátás megbízhatósága és a szállítási költségek tekintetében. Idővel változhat az, hogy a fogyasztók mekkora viszonylagos fontosságot tulajdonítanak e paramétereknek.
16. Negyedszer, a piacmeghatározás, amennyiben szükséges, csak egy lépés az uniós versenyjog szerinti bizottsági értékelésben. A Bizottság csak azt követően dönti el, hogy fennállnak-e versenyjogi aggályok, miután elvégezte a versenyjogi értékelést³⁰. A piac meghatározása ezért az értékelésnek csupán egy közbenső lépése, és nem dönti el eleve a Bizottság általi, uniós versenyjog szerinti értékelés eredményét.
17. Ötödször, a piacmeghatározás lehetővé teszi a piacon belülről és kívülről érkező versenykényszerek közötti különbségtételt azáltal, hogy csak az érintett piacon fennálló tényleges és közvetlen versenykényszert veszi figyelembe. Ugyanakkor a Bizottság a versenyjogi értékelésében figyelembe veszi az összes versenykényszert (akár tényleges és közvetlen, akár nem), szem előtt tartva, hogy az érintett vállalkozás(ok)ra kifejtett, a piacon kívülről érkező versenykényszerek enyhébbek. A versenyjogi értékeléssel való kapcsolatra vonatkozóan a fenti 8. pont további részleteket tartalmaz.
18. Hatodszor, a meghatározott piacok gyakran azonosak az egyes ügyekben és értékelésekben, amikor ugyanazon gazdasági tevékenységről van szó termék- és földrajzi szempontból³¹. Azonban, mivel a piacmeghatározás célja az adott

bizalomra azon az alapon, hogy a Bizottság a korábbi határozatában sajátosan határozott meg egyes piacokat, mivel ezen intézményt, és különösen az Elsőfokú Bíróságot nem kötik az ilyen határozatban tett megállapítások”; lásd még: a Törvényszék 2005. december 14-i ítélete, General Electric kontra Bizottság, T-210/01, EU:T:2005:456, 120. pont; a Törvényszék 2022. május 18-i ítélete, Wieland-Werke kontra Bizottság, T-251/19, EU:T:2022:296, 79. pont; a Törvényszék 2015. május 13-i ítélete, Niki Luftfahrt kontra Bizottság, T-162/10, EU:T:2015:283, 144. pont; a Törvényszék 2015. március 25-i ítélete, Slovenská pošta kontra Bizottság, T-556/08, EU:T:2015:189, 197. pont; a Törvényszék 2019. május 23-i ítélete, KPN kontra Bizottság, T-370/17, EU:T:2019:354, 79. pont. Lásd még: az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 97. pont.

³⁰ Lásd a 13. lábjegyzetet.

³¹ A légi közlekedési ágazatban például a légi személyszállítási szolgáltatások érintett termékpiacát a kiindulási pont/érkezési pont (O&D) páros megközelítés alapján határozták meg. Ezt a megközelítést számos ügyben alkalmazták az idők során. Lásd például a következő összefonódási ügyeket: M.3280. sz. Air France/KLM ügy (9. és 16. pont); M.3770. sz. Lufthansa/Swiss ügy (12. és az azt követő pontok); M.6447. sz. IAG/bmi ügy (31. pont); M.7333. sz. Alitalia/Etihad ügy (63. pont); M.7541. sz. IAG/Aer Lingus ügy (14. pont); a következő antitröszt ügyeket: AT.36201. sz.

magatartás vagy összefonódás versenyjogi értékelése szempontjából releváns tényleges és közvetlen versenykényszerek azonosítása, a piacmeghatározás eltérő eredményekhez vezethet az alábbiaktól függően:

- a) *az érintett vállalkozás(ok)*. Mivel az érintett vállalkozás(ok) tevékenysége adja meg a helyettesítési elemzés kiindulópontját, a piacokat az érintett vállalkozás(ok)tól függően adott esetben eltérően határozzák meg. Ilyen helyzet állhat elő például akkor, amikor a versenykényszerek, amelyeket a vállalkozások egymásra kifejtenek, aszimmetrikusak, vagyis az egyik vállalkozás versenykényszert fejt ki a másikra, de ez a másik irányban nem igaz³². Ebben az esetben különböző vállalkozások termékeinek a helyettesítési elemzés kiindulópontjaként való figyelembevétele – például azért, mert az összefonódásban részt vevő felek különbözőek, vagy mert egy másik vállalkozás magatartása áll vizsgálat alatt – eltérő eredményekhez vezethet a piacmeghatározás tekintetében.
- b) *a figyelembe vett időszak*. A Bizottság figyelembe veszi az értékelés tárgyát képező magatartás vagy összefonódás időpontjában fennálló versenyfeltételeket (és az értékelés kiterjedhet ezek kellően előre látható változásaira is, amennyiben a 21. pontban foglaltak szerint az adott ügy előrettekintő értékelést tesz szükségessé). Ennek megfelelően a piacmeghatározás eredményei idővel módosulhatnak, ha a verseny dinamikája megváltozik. Ez lehet a helyzet például akkor, ha a versenyfeltételek különböző földrajzi területeken idővel közelednek egymáshoz, és elég egyöntetűvé válnak ahhoz, hogy az eredetileg különálló földrajzi piacok részeinek minősülő területek később ugyanazon földrajzi piacot alkossák³³,

PO/Lufthansa+SAS+United ügy (85. cikk); AT.39596. sz. British Airways/American Airlines/Iberia ügy; valamint a Bíróság 1989. április 11-i ítéletét, Ahmed Saeed Flugreisen és társai kontra Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, 66/86, EU:C:1989:140, 40. pont; a Törvényszék 1994. május 19-i ítéletét, Air France kontra Bizottság, T-2/93, EU:T:1994:55, 84. pont; a Törvényszék 2006. július 4-i ítéletét, easyJet kontra Bizottság, T-177/04, EU:T:2006:187, 56. pont. Egy másik példa az online hirdetési szolgáltatások, ahol az érintett termékpiacot számos ügyben az offline hirdetőfelülettől elkülönülő online hirdetőfelület biztosításának piacaként határozták meg, az érintett földrajzi piacot pedig több ügyben nemzetiként vagy az EGT-n belüli nyelvi határok mentén – lásd például: M.4731. sz. Google/DoubleClick ügy (56. és 83–84. pont); M.5727. sz. Microsoft/Yahoo! Search Business ügy (61. és 91–93. pont); M.7217. sz. Facebook/Whatsapp ügy (79. és 81–83. pont).

³² Lásd például: M.6497. sz. Hutchison 3G Austria/Orange Austria ügy és M.8808. sz. T-Mobile Austria/UPC Austria ügy. Az előbbi ügyben a Bizottság a mobil adatszolgáltatásokból álló szóba jöhető piacból indult ki, és megállapította, hogy a mobil adatszolgáltatások csak korlátozott mértékben helyettesíthetők a helyhez kötött internet-hozzáférési szolgáltatásokkal (57. pont). Az utóbbi ügyben a Bizottság megvizsgálta, hogy a mobil internet-hozzáférési szolgáltatások ugyanúgy használhatók-e otthoni internet-hozzáférésre, mint a helyhez kötött kapcsolatok, és arra a következtetésre jutott, hogy az érintett termékpiac a lakossági ügyfelek tekintetében egyaránt magában foglalta a helyhez kötött és a mobiltechnológiákat is (39. pont). Lásd még: a Törvényszék 2007. január 30-i ítélete, France Télécom kontra Bizottság, T-340/03, EU:T:2007:22, 88–89. pont; a Törvényszék 2010. július 1-jei ítélete, AstraZeneca kontra Bizottság, T-321/05, EU:T:2010:266, 97. pont; és az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 117. pont.

³³ Lásd például a 2001. évi M.2033. sz. Metso/Svedala ügyet (114. pont), amelyben a Bizottság EGT-szintűként határozta meg az aprítógépek – egy bányászati eszköz – földrajzi piacát. Az ezt követő, 2020. évi M.9585. sz. Outotec/Metso (ásványipari üzletág) ügyben (258–261. pont) a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a bányászati eszközök – azaz az őrlő-, flotáló-, szűrő-, vasércpelletáló berendezések – szállításának érintett földrajzi piaca globális kiterjedésű. Hasonlóképpen az 1995. évi

vagy ha olyan előrejelzett piaci fejlemények következnek be, amelyeket korábban távolinak vagy bizonytalanoknak tekintettek.

- c) *a vizsgálandó versenyjogi aggályok.* Egy adott ügyben a releváns tényleges és közvetlen versenykényszer a vizsgálandó versenyjogi aggályoktól függhet. Például, a versenykényszer függhet attól, hogy a vizsgált aggály arra vonatkozik-e, hogy az összefonódás áremelkedéshez vezet-e a létező termékek esetében, vagy ugyanaz az összefonódás csökkentené-e a termékfejlesztésbe történő befektetéseket³⁴. Továbbá előfordulhat, hogy a piacmeghatározáshoz használt általános megközelítést ki kell igazítani azokban az esetekben, amikor a meglévő piaci erő torzítja az elemzést (például az EUMSZ 102. cikke szerinti kárelmélet összefüggésében)³⁵.

19. Hetedszer, az „érintett piac” uniós versenyjogban használt fogalma eltér a más összefüggésekben, különösen az üzleti szöveggörnyezetben alkalmazott „piac” kifejezéstől. A vállalkozások gyakran használják a „piac” kifejezést arra a területre vagy helyre, ahol termékeiket értékesítik, vagy tágabb értelemben arra az iparágra vagy ágazatra, amelyikhez a vállalkozások tartoznak. A vállalkozások például mondhatják, hogy globális piacon tevékenykednek, amely esetben úgy vélik, hogy globális szinten versenyeznek a bevételekért a világ bármely kontinensén lévő vállalkozásokkal. Ez azonban nem jelenti azt, hogy az összes globálisan aktív vállalkozás termékei helyettesíthetők az EGT-ben található vevők számára, vagy hogy a vevők globálisan elég egyöntetű versenyfeltételekkel szembesülnek, amelyek a releváns kritériumok a Bizottság uniós versenyjog szerinti piacmeghatározása szempontjából, amint azt a 2. szakasz részletesebben kifejti. A versenyjogi célokból meghatározott érintett piacokon kívüli tágabb dinamikák, például a differenciált méretgazdaságosságok, amelyeket a különböző vállalkozások a több termék és földrajzi piacokon végzett globális tevékenységeiknek köszönhetően élvezhetnek, nem relevánsak abból a szempontból, hogy az értékelés közbeni lépéseként miként határozzák meg a piacokat versenyjogi célokból, de relevánsak lehetnek a versenyjogi értékelés szempontjából, és ilyen esetben azokat abban a kontextusban megfelelően figyelembe veszik. Továbbá, a „piacnak” a versenyjogon kívüli más

M.580. sz. ABB/Daimler-Benz ügyben (22–41. pont) a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a vasúti technológia piacán vannak olyan nemzeti vagy regionális előírások, amelyek akadályozták a hazai régió kívüli kivitelt belépését, és hogy a vevők az ugyanabban a régióban vagy ugyanabban a tagállamban letelepedett szállítókat részesítették előnyben. Később azonban a 2010. évi M.5754. sz. Alstom Holdings/Areva T&D ügyben (35. pont) a Bizottság azt állapította meg, hogy az érintett piac legalább EGT-szintű.

- ³⁴ Az M.7932. sz. Dow/DuPont ügyben a Bizottság először is meghatározta a növényvédőszer-készítmények nemzeti piacait a termék- és árverseny értékelése céljából (319. és 332. pont). Ebben az értékelésben a Bizottság a növény/kártevő-kombináció vonatkozásában nemzeti szinten kiszámított piaci részesedésekre támaszkodott, de a növény/kártevő-kombinációcsoportok EGT-szintű piaci részesedéseit is felhasználta, mivel az információt nyújt a piaci szereplők hatóanyag-portfóliójuk szintjén fennálló erejéről, valamint a K+F-szállítók globális piaci részesedését, mivel azok az új hatóanyagokat forgalomba hozó szállítók relatív erejéről adnak információt (362. pont). Másodszer, a Bizottság elemezte az innovációs versenyt az egész iparágban, valamint a növény/károsító-kombinációcsoportokból álló innovációs terekben, globális vagy legalább EGT-szinten, annak értékelése céljából, hogy az agrokémiai vállalatok hogyan versenyeznek az új hatóanyagok felfedezése és fejlesztése terén (352. és 361. pont).

- ³⁵ Lásd még az 55. lábjegyzetet, amely részletesebben kifejti a mögöttes érvelést az ún. celofán hiba összefüggésében.

jogterületeken – például az elektronikus hírközlés területén³⁶ – használt fogalma vagy meghatározása sem döntő az uniós versenyjog szempontjából.

20. Nyolcadszor, a Bizottság nem köteles végleges következtetést levonni a piac pontos kiterjedéséről, amennyiben a Bizottság értékelésének eredménye nem változna különböző elfogadható piacmeghatározások alapján sem. A Bizottság nyitva hagyhatja a piac meghatározását³⁷ mind azokban az esetekben, amikor az alkalmazott piacmeghatározástól függetlenül versenyjogi aggályok merülnek fel³⁸, mind azokban az esetekben, amikor az alkalmazott piacmeghatározástól függetlenül nem merülnek fel versenyjogi aggályok³⁹. A Bizottság, amikor nyitva hagyja a piac meghatározását, általában minden lehetséges alternatív piacmeghatározásra vonatkozóan elvégzi a versenyjogi értékelést, de a versenyelemzésének részletessége az értékelt alternatív piacok szerint változhat⁴⁰.

³⁶ Lásd különösen: a Bizottság (EU) 2020/2245 ajánlása (2020. december 18.) az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv alapján előzetes szabályozás alá vonható érintett elektronikus hírközlési ágazatbeli termék- és szolgáltatási piacokról (az értesítés a C(2020) 8750. számú dokumentummal történt, HL L 439., 2020.12.29., 23. o.).

³⁷ A differenciált termékpiacon összefüggésében egy átfogó érintett piac meghatározása nem zárja ki annak lehetőségét, hogy egyes piaci szegmensekben különböző versenydinamikákat azonosítsanak, miközben a szegmensek pontos körülhatárolása nyitva marad. Az összefonódás versenyelemzése annak megállapításához vezethet, hogy az összefonódás nem egyenlő mértékben akadályozza a versenyt az érintett piac minden részén, anélkül, hogy ez érintené vagy megkérdőjelezné e piac meghatározását – lásd: a Törvényszék 2022. május 18-i ítélete, Wieland-Werke kontra Bizottság, T-251/19, EU:T:2022:296, 40–41., 64. és az azt követő pontok.

³⁸ Lásd például az M.10078. sz. Cargotec/Konecranes ügyet (126. és 376. pont), amelyben a Bizottság a terpeszdaruk és alacsony terpeszdaruk tekintetében nyitva hagyta mind az érintett termékpiacon (amely meghatározható átfogóan, vagy a terpeszdaruk és alacsony terpeszdaruk között szegmentálható), mind az érintett földrajzi piac meghatározását (EGT-szintű vagy globális piac), mivel a tranzakció aggályokat vetett fel e valószínű piacmeghatározások mindegyike szerint.

Ezenkívül az összefonódás-ellenőrzési rendelet szerinti értékelések során a Bizottság nyitva hagyhatja a piac meghatározását azokban az esetekben, amikor az első vizsgálatot követően csak a több lehetséges érintett piac egyikét tekintve merülnek fel komoly kétségek, de az érintett vállalkozások olyan kötelezettségvállalásokat ajánlanak fel, amelyek alkalmasak arra, hogy az összefonódást a belső piaccal összeegyeztethetővé tegyék. Lásd például: M.8785. sz. The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox ügy (85. pont).

Az 1/2003/EK rendelet 9. cikke szerinti kötelezettségvállalásról szóló határozatokban a Bizottság abban az esetben is nyitva hagyhatja a piac meghatározását, ha az első vizsgálatot követően az érintett vállalkozások olyan kötelezettségvállalásokat ajánlanak fel, amelyek elegendőek a kezdeti aggályok eloszlatásához. Lásd például: AT.37966. sz. Distrigaz ügy (11. pont); AT.40153. sz. Elektronikus könyvekre vonatkozó MFN-záradékok és kapcsolódó kérdések (Amazon) ügy (48. pont).

³⁹ Lásd például: a Törvényszék 2017. október 26-i ítélete, KPN kontra Bizottság, T-394/15, EU:T:2017:756, 60. pont. a Törvényszék 2003. július 8-i ítélete, Verband der freien Rohrwerke és társai kontra Bizottság, T-374/00, EU:T:2003:188, 107. és 110. pont. Lásd még például az M.9695 sz. LVMH/Tiffany ügyet (25., 31., 46., 52., 57., 58. és 72. pont), amelyben a Bizottság nyitva hagyta a termék- és földrajzi piac pontos meghatározását a luxuscikkek különböző kategóriái tekintetében, mivel az érintett termék- és földrajzi piac pontos kiterjedésétől függetlenül nem merültek fel versenyjogi aggályok.

⁴⁰ A Bizottság például a horizontális átfedésekkel járó összefonódásokra vonatkozó versenyjogi értékelését azokra az érintett piacokra összpontosíthatja, ahol az érintett vállalkozások közötti átfedések a legjelentősebbek, és ahol a piacon belülről kevesebb tényleges és közvetlen versenykénszer származik. A Bizottság ezt követően megállapíthatja, hogy ha az átfedések nem vetnek fel versenyjogi aggályokat az érintett piacokon, nem vetnek fel versenyjogi aggályokat az alternatív érintett piacokon

21. Kilencedszer, ha az ügy előretekinő értékelést tesz szükségessé, a Bizottság adott esetben figyelembe veszi a várható piaci szerkezetváltásokat. A piaci szerkezetváltások annyiban különböznek a potenciális versenytársak piacra lépésével (potenciális verseny) kapcsolatos megfontolásoktól⁴¹, hogy a piaci kínálat és kereslet általános dinamikáját, és ezáltal a relatív kínálati feltételek változásaira adott általános reakciókat érintik. Az ilyen piaci szerkezetváltásokat meg kell különböztetni azoktól a változásoktól, amelyek csak azokat az egyedi vállalkozásokat vagy egyedi vevőket érintik, amelyek az érintett piacokon termékeket kínálnak, illetve termékek iránt keresletet támasztanak. A piaci szerkezetváltások befolyásolhatják az érintett termékpiac meghatározását, például akkor, ha elégséges szintet ér el annak a valószínűsége, hogy új terméktípusok jelennek meg a piacon⁴², vagy az érintett földrajzi piac meghatározását, például küszöbön álló technológiai változások vagy a szabályozási keret hamarosan bekövetkező változásai esetén⁴³. A Bizottság a várható rövid vagy középtávú piaci szerkezetváltásokat annyiban veszi figyelembe, amennyiben azok a Bizottság értékelése szempontjából releváns időszakon belül a kínálat és a kereslet általános dinamikájának tényleges változásaihoz vezetnek⁴⁴. Ahhoz, hogy a Bizottság így járasson el, hiteles bizonyítéknak⁴⁵ kell lennie arra vonatkozóan, hogy a tervezett szerkezetváltások kellő valószínűséggel végbe fognak menni. Az említett bizonyítéknak túl kell mutatnia azon a pusztán feltételezésen, hogy a megfigyelt

sem. Lásd például az M.10339. sz. KKR/Landal ügyet (23. és az azt követő pontok), amelyben a Bizottság értékelése a legszűkebb alternatív termékpiacra összpontosított, amelyet azon üdülőkörök piacaként határozott meg, ahol a felek tevékenységei közötti átfedések a legjelentősebbek voltak.

⁴¹ Lásd a 23. pontot.

⁴² Például a gyógyszerek értékelésével összefüggésben az érintett termékpiac kiszélesíthető olyan piacra lépés előtt álló termékekre is, amelyek jelenleg klinikai vizsgálatok alatt állnak, amint azt a 91. pont részletesebben kifejti; vagy leszűkíthető csak egy meghatározott molekulára az originális termék generikus változatának közelgő piacra lépése fényében, lásd: a Bíróság 2020. január 30-i ítélete, Generics (UK) és társai, C-307/18, EU:C:2020:52, 131. pont.

⁴³ Lásd például az M.2478. sz. IBM/Italia/Business Solutions/JV ügyet (25. pont), amelyben a Bizottság megjegyezte, hogy a múltban úgy ítélte meg, hogy az informatikai szolgáltatásokat nemzeti szinten nyújtották, mint például az M.2195. sz. Cap Gemini/Vodafone ügyben. Ugyanakkor azt az észrevételt tette, hogy az informatikai szolgáltatások a kereslet és a kínálat nemzetközivé válására utaló tendenciát mutattak, amelyet részben a távoli működést lehetővé tevő internet használata váltott ki. A nemzetközivé válás irányába mutató e tendenciát erősítette meg a későbbi, M.6237. sz. Computer Sciences Corporation/iSOFT Group ügy (17. és 18. pont), amelyben a Bizottság megjegyezte, hogy a főbb informatikai szolgáltatók globális szinten működnek, az ügyfelek pedig gyakran globális/EGT-szintű pályázatokat írnak ki. Ezekben az esetekben a földrajzi piac meghatározása nyitva maradt.

⁴⁴ Lásd: a Bíróság 2020. január 30-i ítélete, Generics (UK) és társai, C-307/18, EU:C:2020:52, 134–135. pont, amelyben a Bíróság megállapította, hogy a piac az originális gyógyszer generikus változatának közelgő piacra lépésre tekintettel leszűkíthető csak egy meghatározott molekulára, mivel „az említett generikusgyógyszer- gyártóknak módjukban áll[t] azonnal vagy rövid időn belül belépni a piacra, különösen akkor, ha a piacra lépésre irányuló előzetes és hatékony stratégiát alakítottak ki, továbbá megtették az e piacra lépéshez szükséges intézkedéseket, vagyis például [forgalombahozatali engedély] iránti kérelmet nyújtottak be, sőt szereztek is ilyen [forgalombahozatali engedélyt], vagy akár szállítási szerződéseket kötöttek harmadik személy forgalmazókkal”, és vannak bizonyítékok, „amelyek arra utalnak, hogy az originálisgyógyszer- gyártó azonnaliként fogja fel a generikusgyógyszer- gyártók piacra lépésében megnyilvánuló fenyegetettségét”.

⁴⁵ További részletek tekintetében lásd a 3.4. szakaszt arról, hogy a Bizottság hogyan gyűjti és értékeli a piacmeghatározáshoz használt bizonyítékokat.

tendenciák folytatódni fognak, vagy hogy egyes vállalkozások meg fogják változtatni magatartásukat.

2. ÁLTALÁNOS MÓDSZERTAN

22. Az 1.2. szakaszban kifejtettek szerint a piacmeghatározás fő célja, hogy egy közbenső lépés formájában olyan keretet biztosítson, amely tagolja és megkönnyíti a versenyjogi értékelést azon tényleges és közvetlen versenykényszer szisztematikus azonosításával, amellyel az érintett vállalkozás(ok) szembesül(nek), amikor bizonyos termékeket kínálnak a vevőknek egy adott területen.
23. A vállalkozások a versenykényszer három fő forrásának vannak kitéve, nevezetesen a keresleti helyettesíthetőségnek, a kínálati helyettesíthetőségnek és a potenciális versenynek.
- a) A keresleti helyettesíthetőség jelenti a leghatékonyabb és legközvetlenebb fegyelmező erőt az adott termék szállítóira nézve⁴⁶. A vállalkozásnak az uralkodó értékesítési feltételekre – például az árakra, az innováció szintjére, vagy a kínált minőségre – gyakorolt befolyása attól függ, hogy vevői mennyire könnyen tudnak áttérni olyan, rendelkezésre álló termékekre, amelyeket helyettesítőnek tekintenek⁴⁷. Ezért az érintett termékpiac meghatározásához a legfontosabb szempont a keresleti helyettesíthetőség.
 - b) Bizonyos esetekben a kínálati helyettesíthetőség is releváns lehet az érintett piac meghatározása szempontjából, nevezetesen akkor, ha az ugyanolyan tényleges és közvetlen befolyásoló erővel bír, mint a keresleti helyettesíthetőség, és hasonló versenyfeltételeket eredményez az érintett termékek között. A Bizottság tapasztalata alapján a kínálati helyettesíthetőség csak bizonyos esetekben releváns a piacmeghatározás szempontjából.

⁴⁶ A Törvényszék 2006. július 4-i ítélete, easyJet kontra Bizottság, T-177/04, EU:T:2006:187, 99. pont.

⁴⁷ Bizonyos piacokon a keresletet nem – vagy nem kizárólag – a termék végső fogyasztója határozza meg, hanem más érdekelt felek is alakíthatják, akiknek az érdekei nem feltétlenül állnak összhangban a végső fogyasztó érdekeivel. Például a gyógyszerpiacokon a betegek a gyógyszerek végső fogyasztói; az orvosok választják ki a vényköteles gyógyszert, vagy tanácsot adhatnak a betegeknek, hogy melyik orvosi rendelvény nélkül is kiadható gyógyszert használják, és a biztosítási rendszerek jellemzően a beadott gyógyszer költségeinek egészét vagy egy részét fedezik. A Bizottság az érintett piac meghatározásakor figyelembe veszi ezeket a sajátosságokat.

- c) A potenciális verseny esetében ezzel szemben enyhébb és véletlen versenykényszerek érvényesülnek, melyek nem teljesítik a helyettesíthetőség hatékonyságára és közvetlenségére vonatkozó kritériumokat⁴⁸. Ezért a potenciális verseny nem releváns az érintett piac meghatározása szempontjából, és nem helyénvaló belefoglalni az érintett termékpiacba az olyan termékeknek a potenciális versenytárs általi aktuális értékesítéseit, amelyek a vevők szempontjából nem helyettesíthetők az érintett vállalkozás(ok) termékével vagy termékeivel⁴⁹, vagy kiterjeszteni a földrajzi piacot azokkal a területekkel, amelyeken a potenciális versenytárs a termékeivel már jelen van⁵⁰. A potenciális verseny meglétének elemzéséhez további tényezők szükségesek, például a piacra lépés valószínűsége, időkerete és nagyságrendje. A potenciális verseny hatásának értékeléséhez elemezni kell, hogy az hogyan befolyásolja vagy befolyásolhatja az érintett vállalkozás(ok) magatartását. Ezt a versenyjogi értékelés elemzi.

24. A keresleti és a kínálati helyettesíthetőség értékelése segítséget nyújt az érintett piacon található termékek, és ezáltal a piacon aktív szállítók azonosításában. A piacmeghatározásnak – annak érdekében, hogy hasznos keretet biztosítson a versenyjogi értékeléshez – fontos eleme azoknak a vevőknek az azonosítása is, akikre a szóban forgó magatartás vagy összefonódás hasonló hatást gyakorolhat. E célból a Bizottság arra összpontosít, hogy a vevők milyen mértékben szembesülnek hasonló vagy eltérő versenyfeltételekkel. Az ilyen értékelés gyakran lényeges az érintett termékpiac és földrajzi piac meghatározása szempontjából azokban az esetekben, amikor a szállítók egyes vevőkkel tárgyalnak, vagy amikor diszkriminálhatnak a vevők vagy a vevőcsoportok között⁵¹.

2.1. A termékpiacok meghatározásának általános módszertana

2.1.1. Keresleti helyettesíthetőség

25. A 23. pontban ismertetettek szerint a Bizottság az érintett termékpiac meghatározásához fő megközelítésként a termékek vevő szempontjából vett helyettesíthetőségének értékelését (keresleti helyettesíthetőség) alkalmazza. Kellően erős keresleti helyettesíthetőség akkor áll elő, ha a vevők könnyen át tudnak térni az érintett vállalkozás(ok) termékeiről azonnal rendelkezésre álló alternatív termékekre.

⁴⁸ A Törvényszék kimondta: „Noha a potenciális verseny és a kínálatoldali helyettesíthetőség fogalmilag eltérő kérdések, [...] ezek a kérdések részben átfedik egymást, mivel a különbségtétel elsősorban abban áll, hogy a versenykorlátozás azonnali-e vagy sem”; a Törvényszék 2003. szeptember 30-i ítélete, Atlantic Container Line és társai kontra Bizottság, T-191/98, T-212/98–T-214/98 egyesített ügyek, EU:T:2003:245, 834. pont.

⁴⁹ Lásd például az M.7555 sz. Staples/Office Depot ügyet (372–374. pont), amelyben a Bizottság azt értékelte, hogy az Amazon potenciális piacra lépő-e az irodai termékek B2B szerződéses csatornájában, és a piaci részesedések kiszámításához nem vette figyelembe az Amazon más termékpiacokon, például az irodai termékek kiskereskedelmi csatornáján keresztül realizált értékesítéseit.

⁵⁰ Lásd például az M.8677. sz. Siemens/Alstom ügyet (485–533. pont), amelyben a Bizottság a nagy sebességű és a nagyon nagy sebességű vonatokat szállító ázsiai vállalkozások EGT-piacra való potenciális belépéséből eredő kényszert vizsgálta a versenyjogi értékelésében, és a piacirészesedés-számításhoz nem vette figyelembe az ázsiai szállítók az érintett földrajzi piacon kívüli értékesítéseit a nagy sebességű és a nagyon nagy sebességű vonatokból.

⁵¹ További részletek tekintetében lásd a 4.2. szakaszt arról, hogy a Bizottság hogyan közelíti meg a piacmeghatározást vevők vagy vevőcsoportok közötti diszkrimináció fennállása esetén.

A Bizottság ezeket a termékeket ugyanazon érintett termékpiac részének tekinti, mivel tényleges és közvetlen versenykényszert jelentenek.

26. A Bizottság különféle bizonyítékok vizsgálatával határozza meg azon termékek körét, amelyeket az érintett vállalkozás(ok) vevői tényleges és közvetlen helyettesítőnek tekintenek, valamint azt, hogy e termékek milyen mértékben helyettesíthető(k) az érintett vállalkozás(ok) termékeivel. E bizonyítékok közé tartoznak – az egyes esetek követelményeitől és sajátosságaitól függően – az arra vonatkozó mutatók, hogy a vevők miért vagy miért nem helyettesítenék az egyik terméket egy másikkal; ilyenek például a termék jellemzőivel, árával, funkcionalitásaival, rendeltetésszerű használatával kapcsolatos vevői preferenciák, valamint az áttérés akadályai és költségei. E bizonyítékok közvetlen helyettesítési mutatókat is magukban foglalnak, mint például a korábbi vagy hipotetikus helyettesítés bizonyítékait. A Bizottság által a keresleti helyettesíthetőség értékelése során figyelembe vett bizonyítékokra vonatkozó további részleteket a 3.2. szakasz tartalmazza.
27. Az e bizonyítékok vizsgálata során megválaszolandó fő kérdés az, hogy az érintett vállalkozás(ok) vevői milyen mértékben és milyen azonnal rendelkezésre álló helyettesítő termékekre (ha vannak ilyenek) térnének át az érintett vállalkozás(ok) termékei kínálati feltételeinek más termékekhez viszonyított romlása miatt⁵². Operatív és gyakorlati célokból ez az értékelés általában az áremelkedésekre adott reakciókra összpontosít, de figyelembe veheti más versenyparaméterek – például a termék minősége vagy innovációs szintje – változásait is, a 15. pontban meghatározottak szerint.
28. Fogalmilag ez a megközelítés azt jelenti, hogy abból a szóba jöhető piacból kiindulva, amely eredetileg az érintett vállalkozás(ok) azon termékét (termékeit) vagy terméktípusait foglalja magában, amely(ek) a versenyjogi értékelés középpontjában áll(nak), azonnal rendelkezésre álló helyettesítő termékeket (ha vannak ilyenek) adnak hozzá a szóba jöhető piachoz addig, amíg az azonosított termékek érintett termékpiacot képeznek.
29. Az annak meghatározásához gyakran használt elméleti kritérium, hogy a szóba jöhető piac érintett termékpiacot képez-e, az, hogy egy hipotetikus monopolista a szóba jöhető piacon fejthet-e ki piaci erőt. Ez a kérdés annak megválaszolásával értékelhető, hogy egy hipotetikus monopolista a szóba jöhető piacon nyereségesnek találna-e egy kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelést (a továbbiakban: SSNIP-teszt)⁵³.

⁵² A beszerzési piacokkal kapcsolatos ügyekben az áttérési reakciók elemzésének kiindulópontja a szállító, és a vizsgálat annak azonosítását szolgálja, hogy a szállító milyen alternatív értékesítési csatornákat vagy értékesítési helyeket használhat a termékei forgalmazására.

⁵³ A figyelembe vett kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés általában 5–10 %-os áremelést jelent, amelyet a szóba jöhető piacon egy vagy több termékre alkalmaznak, beleértve az érintett vállalkozás(ok) legalább egy termékét. Az áremelés mértéke és alkalmazásának módja azonban az adott esettől függhet. Például, ha az érintett vállalkozások az ellátási lánc szempontjából viszonylag kevés hozzáadott értéket nyújtanak (mivel a nyersanyagok vagy a beszerzett alkatrészek a teljes ár nagy százalékát teszik ki), az a kérdés, hogy egy hipotetikus monopolista fejthet-e ki piaci erőt, jobban értékelhető a monopolista e hozzáadott értékre gyakorolt hatásához viszonyítva. Ezért a Bizottság ilyen esetekben az eladási ár helyett a hozzáadott értékre alkalmazhatja az SSNIP-tesztet. A Bizottság ezt a

30. Amikor a vállalkozások az ártól eltérő paraméterek – mint például a minőség vagy az innováció szintje – tekintetében versenyeznek, az SSNIP-teszt alkalmazása bonyolult, különösen, ahol a termékek pénzben kifejezett ára nulla⁵⁴, valamint a rendkívül innovatív iparágakkal összefüggésben. További nehézségek merülnek fel a vizsgálatban használt kárelmélettől függően. Ha az értékelés az érintett vállalkozás(ok) piaci erejének változására összpontosít, például annak elemzésére, hogy a horizontális összefonódás nem koordinatív hatásokat eredményezne-e, az SSNIP-teszt általában az uralkodó piaci árra alkalmazható. Előfordulhat azonban, hogy nem ez az eset áll fenn, ha a hangsúly az érintett vállalkozás(ok) meglévő piaci erejének értékelésén van, például amikor a piacokat az EUMSZ 102. cikke szerinti erőfölény fennállásának értékelése céljából határozzák meg⁵⁵. Ezenkívül gyakorlati

konceptiót alkalmazta, és a hozzáadott értékre (vagy „regionális felárakra”) összpontosított az M.6541. sz. Glencore/Xstrata ügyben (135–140. és 144. pont) a behozatalra vonatkozó bizonyítékoknak, valamint a cink ára és árérése régiók közötti alakulásának értékelésekor.

54. Az AT.40099. sz. Google Android ügyben (284–305. pont) a Bizottság megvizsgálta, hogy a gyártók, a felhasználók és az alkalmazásfejlesztők áttérnének-e az Android alkalmazás-áruházakról más licencelhető intelligens mobil operációs rendszerek alkalmazás-áruházaira az előbbi minőségének kismértékű, de jelentős, nem átmeneti jellegű csökkenése (SSNDQ) esetén. Az SSNDQ-tesztet általában koncepcionális keretként alkalmazzák a keresleti helyettesíthetőség kvalitatív értékeléséhez. A Bizottság általában nem értékeli, hogy az ilyen SSNDQ-teszt nyereséges lenne-e a hipotetikus monopolista számára. Ezenfelül az SSNDQ-teszt mennyiségi alkalmazása számos nehézségbe ütközik, többek között a minőség számszerűsítésével kapcsolatban. A Törvényszék a Google és Alphabet kontra Bizottság ügyben 2022. szeptember 14-én hozott ítéletének (T-604/18, EU:T:2022:541) 177. és 180. pontjában megerősítette, hogy „az SSNDQ-teszt [...] *releváns bizonyítéknak minősült az érintett piac meghatározása szempontjából*”, ugyanakkor megállapította, hogy „a céltermék minőségromlására vonatkozó pontos mennyiségi szabvány meghatározása nem lehet előfeltétele az SSNDQ-teszt alkalmazásának. [...] Kizárólag az számít, hogy a minőségromlás továbbra is kismértékű, de jelentős és nem átmeneti maradjon”.

55. Általában, ha a szóba jöhető piac (lényegében) egyetlen vállalkozás termékéből (termékeiből) áll, az uralkodó piaci ár alkalmazott SSNIP-teszt mindig arra enged majd következtetni, hogy az érintett piac mindenképpen szélesebb, mint a szóba jöhető piac, mivel egy nyereségmaximalizálásra törekvő vállalkozás természeténél fogva nem találja majd nyereségesnek, hogy az árat az uralkodó (nyereségmaximalizálási) ár fölé emelje.

Ez az Egyesült Államok Legfelsőbb Bíróságának a celofánra és más csomagolótermékekre vonatkozó piacmeghatározásáról elnevezett úgynevezett „celofán hibát” eredményezhet (Egyesült Államok kontra E. I. du Pont de Nemours & Co., 351 U.S. 377 (1956)). Ennek alapján az uralkodó ár alkalmazott SSNIP-tesztből tévesen az a következtetés adódik, hogy az érintett piac mindenképpen szélesebb az erőfölényben lévő vállalkozás termékénél/termékeinél (lásd az erre a koncepcióra vonatkozó magyarázatokat az AT.39523.sz. Slovak Telekom ügyben (158–171. pont)). A celofán hiba akkor is bekövetkezhethet, ha az árakat a vállalkozások egy csoportjának közös nyereségmaximalizálása miatt a versenyszint felett határozzák meg.

Ezért, ha a piacmeghatározást olyan esettel összefüggésben végzik el, amelyben a meglévő piaci erő mértékét kell értékelni, mint például egy, az EUMSZ 102. cikke szerinti ügyben az erőfölény értékelésével összefüggésben, figyelembe kell venni azt, hogy az uralkodó ár esetleg már a versenyszint felett van. Ilyen esetekben a Bizottság az SSNIP-tesztet egy olyan kontrafaktuális árból kiindulva alkalmazhatja, amely (fokozottabb) tényleges verseny esetén érvényesülne; vagy más bizonyítékokra is támaszkodhat az érintett piac meghatározása során.

Ezzel szemben azokban az esetekben, amikor a hangsúly a piaci erő változásának értékelésén van, különösen a piaci erőnek a horizontális átfedésekkel járó összefonódásban részt vevő felek közötti verseny megszűnéséből eredő változásának értékelésén, a szóba jöhető piac legalább az összefonódásban részt vevő felek érintett termékeit vagy terméktípusait magában foglalja, és az SSNIP-teszt jellemzően az uralkodó árra alkalmazható. Ezért előfordulhat, hogy a piacmeghatározás nem

korlátok megnehezíthetik az SSNIP-teszt empirikus alkalmazását az érintett termékpiac valós körülmények közötti meghatározásakor. Előfordulhat például, hogy nem lehet megbízható információkat gyűjteni azon veszteségek összegéről, amelyek egy kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés végrehajtása során egy hipotetikus monopolistánál felmerülnének.

31. Ezért, bár a Bizottság az érintett piac értékelése során támaszkodhat az SSNIP-teszt elveire, nem köteles empirikusan alkalmazni az SSNIP-tesztet, és más típusú bizonyítékok is egyaránt hitelesek lehetnek a piacmeghatározás alátámasztása szempontjából, amint azt a 3. szakasz részletesebben kifejti⁵⁶. Az SSNIP-teszt ugyanis a legtöbb esetben csak fogalmi keretként szolgál a rendelkezésre álló bizonyítékok értelmezéséhez.

2.1.2. Kínálati helyettesíthetőség

32. A termékek szállítók szempontjából való helyettesíthetősége (kínálati helyettesíthetőség) ott lehet releváns a piacmeghatározáshoz, ahol a szállítók ugyanazokat az eszközöket és eljárásokat használják a vevők számára nem helyettesíthető kapcsolódó termékek előállítására, és ha ez hasonló versenyfeltételekhez vezet az ilyen kapcsolódó termékek köre tekintetében. Ilyen esetekben helyénvaló lehet az ilyen kapcsolódó termékeket belefoglalni az érintett termékpiacba, feltéve, hogy a kínálati helyettesíthetőség kényszerítő hatása a termékek teljes körében egyenértékű a keresleti helyettesíthetőség kényszerítő hatásával a hatékonyság és a közvetlenség szempontjából.
33. A piac kínálati helyettesíthetőségen alapuló kiterjesztéséhez szükséges feltételek a következők: a legtöbb, ha nem az összes szállító át tudja állítani termelését a kapcsolódó termékek körébe tartozó termékek között⁵⁷; a szállítók csak jelentéktelen további meg nem térülő költségekkel vagy kockázatokkal szembesülnek a termelés átállításakor; a szállítók a relatív árak vagy a keresleti viszonyok változása esetén erre ösztönözve vannak és így járnának el; a termékkörbe tartozó összes terméket rövid időn belül valóban kínálni tudják⁵⁸.

mindig vezet ugyanazokhoz az eredményekhez azokban az esetekben, amikor piaci erő változását kell értékelni, mint azokban az esetekben, amikor meglévő piaci erőt kell értékelni.

⁵⁶ A Törvényszék a 2017. január 11-i Topps Europe kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-699/14, EU:T:2017:2, 82. pont) a következőket mondta ki: „A Bizottság [...] nem követett el nyilvánvaló értékelési hibát, amikor az érintett piacra vonatkozó következtetéseit az összegyűjtött bizonyítékok értékelésére alapozta anélkül, hogy SSNIP-tesztet folytatott volna le”. Hasonlóképpen, a földrajzi piac meghatározását illetően a Törvényszék a 2020. október 5-i HeidelbergCement és Schwenk Zement kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-380/17, EU:T:2020:471, 331. pont) a következőket mondta ki: „Amint azt a Bizottság az ellenkérelem 143. pontjában helyesen jegyzi meg, az »SSNIP-teszt« nem az egyetlen rendelkezésre álló módszer az érintett földrajzi piacok meghatározása során”. Lásd még: a Törvényszék 2022. június 22-i ítélete, thyssenkrupp kontra Bizottság, T-584/19, EU:T:2022:386, 76. és 155. pont; az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 95. pont.

⁵⁷ Az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 160. pont.

⁵⁸ Ez azt jelenti, hogy a gyártónak képesnek kell lennie arra, hogy a terméket olyan időkereten belül értékesítse a vevőnek, amely nem haladja meg jelentősen azt az időkeretet, amelyre a vevőnek szüksége van ahhoz, hogy a szóba jöhető piacon jelen lévő más helyettesíthető termék(ek)re térjen át. Ez az értékelés az adott értékelt termékektől függ.

34. Kellően erős kínálati helyettesíthetőség jellemzően akkor fordulhat elő, ha a vállalkozások egy bizonyos terméket többféle minőségben vagy minőségi osztályban forgalmaznak. Például a rozsdamentes acél gyártásával kapcsolatos egyik ügyben⁵⁹ a Bizottság megállapította, hogy a kereslet szempontjából a vevők nem tudtak ugyanarra a célra különböző minőségi osztályba vagy minőségi osztályok különböző kategóriáiba tartozó rozsdamentes acélt használni. A gyártók azonban rövid időn belül, ugyanazon berendezések használatával, korlátozott többletköltségek mellett át tudtak állni az egyik minőségi osztályú termék gyártásáról egy másik minőségi osztályú termék gyártására. Különösebb forgalmazási nehézségek hiányában a rozsdamentesacél-gyártók tehát képesek voltak arra, hogy versenyezzenek a különböző minőségi osztályú termékekre irányuló megrendelésekért. A Bizottság ezért ugyanabba az érintett piacba sorolta a különböző minőségi osztályba tartozó rozsdamentes acélokat.
35. A kínálati helyettesíthetőség a piacmeghatározás szempontjából releváns lehet akkor is, amikor a vevők megrendelésre készített termékeket vásárolnak, például amikor a vevők építési projektekre, vagy vonatok, illetve gázturbinák beszerzésére írnak ki pályázati felhívásokat. Ilyen esetekben előfordulhat, hogy a különböző vevőknek szánt, megrendelésre készített termékek között nincs vagy csak korlátozott a keresleti helyettesíthetőség. A keresleti helyettesíthetőség szempontjából minden egyes megrendelésre készült termék saját érintett piacot alkothat. Azonban, ha az ilyen esetekben az érintett vállalkozás(ok)ra gyakorolt versenykényszer abból ered, hogy más szállítók képesek legyártani a megrendelt terméket, a versenyfeltételek mégis hasonlóak lehetnek a különböző vevők között. Ezért, ha ugyanazok a szállítók tudnak ajánlattal válaszolni és általában válaszolnak is a különböző vevők előírásaira, például különböző pályázati felhívásokban, a megrendelésre készített különböző termékek ugyanahhoz az érintett termékpiachoz tartozhatnak.
36. Abban az esetben, amikor csak néhány szállító képes és ösztönzött arra, hogy átállítsa a termelést, és a termékeket rövid időn belül valóban kínálni tudja, nem helyénvaló a termékkört ugyanazon érintett piac részének tekinteni⁶⁰. A Bizottság mindazonáltal figyelembe veszi a feltételeket teljesítő szállítók által gyakorolt versenykényszert a versenyjogi értékelés során, beleértve azt is – amikor az ügyben előretekintő értékelésre van szükség –, hogy a jövőben várhatóan bővítik-e az érintett termékek értékesítését. E megközelítés egyik példája a fémbevonatú acél piacának bizottsági értékelése⁶¹. A Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy az ónozott lemez és az elektrolitikus úton bevont krómacél tekintetében a kínálati helyettesíthetőség feltételei nem teljesültek az említett ügyben, mivel csak egyetlen versenytárs szállító tudta ezeket a termékeket ugyanazon gyártósoron gyártani, és a két terméknek az átállásra képes „mobil gyártósorokon” történő gyártása nem játszott jelentős szerepet a piacon. A Bizottság azonban a versenyjogi értékelése során

⁵⁹ Lásd: M.6471. sz. Outokumpu/INOXUM ügy (120–121. pont).

⁶⁰ A Törvényszék 2010. április 28-i ítélete, Amann & Söhne és Cousin Filtrerie kontra Bizottság, T-446/05, EU:T:2010:165, 79. pont; és az EFTA-Bíróság 2022. május 5-i ítélete, Telenor és Telenor Norge kontra EFTA Felügyeleti Hatóság, E-12/20, 160. pont. Lásd még például: M.5046. sz. Friesland Foods/Campina ügy (159. pont).

⁶¹ Az ónozott acél értékelése tekintetében lásd: M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügy (276–278. és 1287–1293. pont).

figyelembe vette az ónozott lemezt és az elektrolitikus úton bevont krómacélt „mobil gyártósorokon” gyártani képes szállító által gyakorolt nyomást.

37. Hasonlóképpen, ha a kínálati helyettesíthetőséghez a meglévő tárgyi eszközöknek és immateriális javaknak a szokásos üzletmeneten kívüli jelentős kiigazítására; a jelentéktelennél nagyobb többletberuházások, meg nem térülő költségek vagy kockázatok vállalására; tartós stratégiai döntések meghozatalára, vagy késedelem vállalására lenne szükség, a Bizottság nem szélesíti ki az érintett piacot a kínálati helyettesíthetőség alapján. A Bizottság nem szélesítheti ki az érintett piacot a kínálati helyettesíthetőség alapján, még akkor sem, ha a gyártók már elkezdtek a kapcsolódó termékek körének gyártását. Például, bár egyes sajtgyártók képesek lehetnek különböző sajtfélét előállítani, azonban jelentős költségekkel és átfutási idővel járhat, mire az egyik sajtféle gyártója átállhat egy másik sajtféle gyártására és megkezdheti annak értékesítését⁶². Ezekben az esetekben a Bizottság a versenyjogi értékelésben az ilyen átállás hatásait mint potenciális versenyből eredő kényszert vizsgálja.

2.2. A földrajzi piacok meghatározásának általános módszertana

38. A földrajzi piacok a helyi léptékűtől a globális léptékűig terjedhetnek, az adott ügy tényállásától függően. A 12. pont 0 alpontjában ismertetettek szerint a Bizottság az érintett földrajzi piac meghatározásához fő megközelítésként a versenyfeltételek értékelését alkalmazza. Közös kiindulási pont azoknak a területeknek az azonosítása, amelyeken a szóban forgó magatartásnak vagy összefonódásnak valószínűleg hatásai lehetnek. Ez az érintett vállalkozás(ok) és vevők helyének azonosításával történik. A Bizottság ezt követően elemzi, hogy a versenyfeltételek egy adott területen elég egyöntetűek-e⁶³ ahhoz, hogy értékelni lehessen a magatartás vagy az összefonódás hatásait, és hogy az adott terület megkülönböztethető-e más területektől, mivel a versenyfeltételek érzékelhetően eltérőek azokon a területeken.
39. A Bizottság különféle bizonyítékok vizsgálatával végzi el a versenyfeltételek értékelését. Az ilyen bizonyítékok az egyes ügyek követelményeitől és sajátosságaitól függően a következőket foglalják magukban: ugyanazon vagy különböző szállítók jelenléte földrajzi területeken; piaci részesedéseik és áraik hasonlóságai vagy különbözőségei; hasonlóságok vagy különbségek a vevők preferenciáiban és vásárlási magatartásában; a más területen található vevők ellátásával kapcsolatos akadályok és költségek; a távolsággal kapcsolatos tényezők, amelyek befolyásolják a költségeket, a rendelkezésre álló mennyiségeket vagy az

⁶² Lásd például az M.9413. sz. Lactalis/Nuova Castelli ügyet (47–48. pont), amelyben a piaci vizsgálat azt mutatta, hogy a mozzarellát gyártó szállítók nem kezdhették meg a ricotta gyártását jelentős költségek nélkül és rövid időn belül, és hasonlóképpen a ricotta gyártói sem kezdhették meg jelentős költségek és késedelem nélkül a mascarpone gyártását és értékesítését.

⁶³ Az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlata következetesen – az azonossal szemben – az „elég egyöntetű” versenyfeltételeket említi az érintett földrajzi piac meghatározásának kritériumaként. Lásd: a Bíróság 1978. február 14-i ítélete, United Brands kontra Bizottság, 27/76, EU:C:1978:22, 11. és 44. pont; a Törvényszék 2003. július 8-i ítélete, Verband der freien Rohrwerke és társai kontra Bizottság, T-374/00, EU:T:2003:188, 141. pont; a Törvényszék 2003. szeptember 30-i ítélete, Cableuropa és társai kontra Bizottság, T-346/02 és T-347/02 egyesített ügyek, EU:T:2003:256, 115. pont; a Törvényszék 2009. május 7-i ítélete, NVV és társai kontra Bizottság, T-151/05, EU:T:2009:144, 52. pont; a Törvényszék 2020. október 5-i ítélete, HeidelbergCement és Schwenk Zement kontra Bizottság, T-380/17, EU:T:2020:471, 294. pont.

ellátás megbízhatóságát, a kereskedelmi forgalmat és a szállítások mintázatát. A Bizottság által a földrajzi piacok értékelése során figyelembe vett bizonyítékokra vonatkozó további részleteket a 3.3. szakasz tartalmazza.

40. A Bizottság rendszerint a különböző földrajzi helyeken vagy területeken található szállítók közötti keresleti helyettesíthetőséget is elemzi. Ez különösen fontos azokban az esetekben, amikor a vevő földrajzi elhelyezkedése önmagában nem érinti azokat a feltételeket, amelyek mellett a termékeket kínálják, vagyis amikor a szállítók nem tárgyalnak az egyes vevőkkel, vagy nem alkalmaznak diszkriminációt a vevő földrajzi helye vagy a földrajzi terület alapján. Ebben az esetben az érintett földrajzi piacot rendszerint a szállító helye alapján határozzák meg⁶⁴, és a Bizottság külön hangsúlyt helyezhet annak meghatározására, hogy mely szállítók mely területeken jelentenek közeli helyettesítőket az érintett vállalkozás(ok) számára, a 2.1.1. szakaszban ismertetett módszertan alapján. Erre példa a légi személyszállítási szolgáltatások érintett piacainak bizottsági meghatározása a légi közlekedési ágazattal kapcsolatos korábbi ügyekben alkalmazott ún. repülőterenkénti (airport-by-airport) megközelítés alapján. A Bizottság elemzése annak megállapítására összpontosított, hogy az utasok szempontjából helyettesíthető volt-e más repülőterekkel az érintett repülőterek közül néhány repülőtér⁶⁵.
41. Azokban az esetekben, amikor a szállítók tárgyalnak az egyes vevőkkel, vagy diszkriminálhatnak a vevő helye vagy a földrajzi terület alapján, a Bizottság az érintett földrajzi piacot rendszerint a vevő helye alapján határozza meg⁶⁶. Az ilyen esetekben releváns lehet a különböző földrajzi területek közötti keresleti helyettesíthetőség is – például a további behozatalra való áttérés. Ha két területen található vevők többnyire ugyanazokat a szállítókat tekintik alternatívának, és azonnal tudnak váltani köztük a beszerzési mennyiségek tekintetében, ez más tényezőkkel együtt arra utalhat, hogy a két terület közötti verseny feltételei elég egyöntetűek, továbbá a magatartás vagy az összefonódás hatásai kellő mértékben hasonlóak lennének mindkét területen ahhoz, hogy azok ugyanazon érintett földrajzi piac részét képezzék. Ezzel szemben, ha a két területen található vevők különböző

⁶⁴ Az érintett földrajzi piac azon területként kerülne meghatározásra, ahol azok a szállítók találhatók, amelyek a vevők számára a helyettesíthető termékeket szállítják. Lásd például az M.1628. sz. TotalFina/Elf ügyet (222. pont és az azt követő pontok), amelyben a Bizottság az érintett piacot a sugárhajtómű-üzemanyagok bizonyos repülőtereken repülőgépbe töltésének piacaként határozta meg, és különösen a 228. pontot, amely az egy másik repülőtéren működő alternatív szolgáltatókra való váltás korlátaival foglalkozik. Lásd még például: M.9014. sz. PKN Orlen/Grupa Lotos ügy (1045–1052. pont). Hasonlóképpen, a napi fogyasztási cikkek kiskereskedelmi forgalmazásával kapcsolatos ügyekben a Bizottság az érintett földrajzi piacot helyi területként határozta meg a vevők maximális vezetési ideje alapján a keresleti helyettesíthetőség szempontjainak figyelembevételével – lásd pl. az M.8468. sz. Norgesgruppen/Axfood/Eurocash ügyet (24. és az azt követő pontok) –, és ebbe az érintett piacba belefoglalta az említett területen található összes kiskereskedelmi egységet.

⁶⁵ Lásd például a következő ügyeket: M.8633. sz. Lufthansa/Certain Air Berlin Assets ügy (59. és az azt követő pontok); M.8672. sz. Easyjet/Certain Air Berlin Assets ügy (53. és az azt követő pontok); és M.8869. sz. Ryanair/Laudamotion ügy (223. és az azt követő pontok). A piacmeghatározás során a Bizottság mérlegelte, hogy az érintett piac egy vagy több repülőteret tartalmaz-e. Az érintett piac ezért nem a vevők helye, hanem a szállítók helye körül került meghatározásra.

⁶⁶ Ezt a megközelítést gyakran az ipari termékeket érintő ügyekben alkalmazzák. Lásd például az acéltérmekeket érintő különböző ügyekben alkalmazott megközelítést, például az M.6471. sz. Outokumpu/Inoxum ügyet (244–260. pont), az M.8444. sz. ArcelorMittal/Ilva ügyet, vagy az M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügyet.

szállítókat tekintenek alternatívának, vagy ha korlátozottak azok a mennyiségek, amelyeket át lehet állítani és átállítottak, például a vevők preferenciái vagy a rendelkezésre álló importvolumen korlátai miatt, ez azt jelzi, hogy a két területen a versenyfeltételek nem elég egyöntetűek⁶⁷.

42. Ennek eredményeként a behozatal pusztá létezése vagy annak lehetősége, hogy egy adott földrajzi területen behozatalra térjenek át, nem vezet szükségszerűen a földrajzi piac olyan kiszélesítéséhez, hogy az tartalmazza azt a területet, ahonnan az árukat kivitték vagy ahonnan azok kivihetők. Azok a vevők, amelyek azon a területen találhatók, ahonnan az árukat kivitték vagy ahonnan azok kivihetők, eltérő versenyfeltételekkel szembesülhetnek, mint a behozatal rendeltetési helyén található vevők. Ilyen körülmények között, ha a földrajzi piacokat annyira tágan határoznák meg, hogy azok a kivitelterületeit és a behozatal rendeltetési területeit is magukban foglalják, ez tévedésből az érintett piac területeibe belefoglalhatja azokat a vevőket is, akiket az adott magatartás vagy összefonódás valószínűleg másként érintene. Ez inkább akadályozná, semmint megkönnyítené a versenyjogi értékelést.
43. Ezért azokban az esetekben, amikor jelentős a behozatal, de a bizonyos földrajzi területek közötti kereskedelem vagy más keresleti és kínálati megfontolások nem elégségesek ahhoz, hogy azok alapján elég egyöntetű versenyfeltételekre lehessen következtetni, a Bizottság nem terjeszti ki az érintett földrajzi piacot arra a területre, ahonnan az árukat kivitték. Azonban a Bizottság a versenyjogi értékelés részeként, és amikor a földrajzi piacokat a vevő helye alapján határozza meg, a piaci részesedéseket az érintett földrajzi piacon található vevőknek történt összes értékesítés – beleértve mind a helyi szállítók, mind az importőrök értékesítéseit – alapján számítja ki. A Bizottság más módokon teljes mértékben figyelembe veszi az érintett piacra irányuló behozatal jelentette versenykényszert is a versenyjogi értékelés során, például annak vizsgálatával, hogy azokban az ügyekben, amelyek előretekintő értékelést tesznek szükségessé, a behozatal a jövőben várhatóan bővülni fog-e⁶⁸.

⁶⁷ Lásd például az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) ügyet (162–191. pont), amelyben a Bizottság az 50 Hz-es nehéz gázturbinák piacát úgy határozta meg, mint Kínát és Iránt nem tartalmazó globális piacot, mivel egyes globális szállítók e két területen akadályokba ütköztek a vevők ellátásában. Lásd még az AT.40099. sz. Google Android ügyet (406–410. pont), amelyben a Bizottság úgy határozta meg az intelligens mobil operációs rendszerek és Android alkalmazás-áruházak engedélyezésének piacát, mint Kínára ki nem terjedő globális piacot, mivel a vállalkozás Kínában folytatott tevékenységét rendelet korlátozta.

⁶⁸ Lásd például az M.9592. sz. Freudenberg/L&B ügyet (50–53. pont), amelyben a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a nem szőtt textíliák és egyéb szövetek piaca legalább EGT-szintű, és engedélyezte az összefonódást, mivel az ázsiai versenytársak továbbra is elegendő versenynyomást gyakorolnának az érintett vállalkozásokra (lásd a 98–137. pontot az építkezési alkalmazásokhoz használt, nem szőtt elsődleges szőnyegalátétekre vonatkozóan, valamint a 152–180. pontot a gépjárműipari alkalmazásokhoz használt nem szőtt elsődleges szőnyegalátétekre vonatkozóan).

44. Arra, hogy a Bizottság hogyan veszi figyelembe a kereskedelmi forgalmat az érintett földrajzi piac meghatározásakor és a versenyjogi értékelés elvégzésekor, példa a síkhengerelt szénacél késztermékek piacának bizottsági értékelése⁶⁹. A Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a síkhengerelt szénacél késztermékek különböző típusainak érintett földrajzi piaci nem voltak szélesebbek az EGT-nél, mivel a világ különböző régióiban eltérő volt a piaci szerkezet; a beszerzés igen nagy mértékben regionális szinten történt, a termékek árazása pedig jelentősen eltért a világ különböző régióiban. Mindazonáltal a Bizottság a versenyjogi értékelés részeként részletesen értékelte a behozatal jelentette versenykényszert.

3. A PIACOK MEGHATÁROZÁSÁNAK FOLYAMATA

3.1. A piac meghatározásának általános megközelítése a gyakorlatban

45. A gyakorlatban a Bizottság általában olyan helyzetben van, hogy előzetesen azonosítani tudja a legvalószínűbb érintett termék- és földrajzi piacokat, amelyeken belül egy adott magatartást vagy összefonódást értékelni kell. Ez történhet azonnal rendelkezésre álló információk, az azonos vagy hasonló iparágakra vonatkozó korábbi bizottsági határozatokban meghatározott érintett piacok, illetve az érintett vállalkozás(ok) által benyújtott információk alapján. Gyakran csak korlátozott számban lesznek ilyen valószínűsíthető alternatív érintett piacok. A Bizottság ezt követően a vizsgálata során összegyűjtött bizonyítékok fényében szükség esetén kiigazítja az érintett termék- és földrajzi piacokra vonatkozó kezdeti munkahipotéziseit. Sok esetben a valószínűsíthető alternatív piacmeghatározások rövid vizsgálata elegendő a Bizottság határozatában szereplő versenyjogi értékelés tagolásához és megkönnyítéséhez, és nincs szükség részletes elemzésre, hogy döntést lehessen hozni minden egyes érintett piac meghatározásáról. Határozataiban a Bizottság alternatív piacmeghatározásokat vethet fel és vehet figyelembe, az ügy sajátosságaitól függően potenciálisan szélesebb vagy szűkebb piacokból kiindulva.
46. A következő 3.2. és 3.3. szakasz különböző tényezőket mutat be, amelyek lényegesek lehetnek az érintett termék- és földrajzi piacok meghatározása szempontjából. A 3.4. szakasz ismerteti, hogy a Bizottság hogyan gyűjti össze és értékeli az e különböző tényezőkkel kapcsolatos bizonyítékokat. Ez nem jelenti azt, hogy a Bizottságnak minden egyedi esetben bizonyítékot kell szereznie az összes említett tényezőről és értékelnie kell minden ilyen tényezőt. A gyakorlatban az e tényezők egy csoportjára vonatkozó bizonyíték gyakran elegendő ahhoz, hogy a Bizottság következtetést vonhasson le az érintett piacról.

⁶⁹ Lásd az M.8444. sz. ArcelorMittal/Ilva ügy 7.2.4. szakaszának 320–326. pontját a földrajzi piac meghatározása, továbbá a 9.4.5.2–9.4.5.9. szakaszának 637–750. pontját a behozatal által kifejtett kényszerek versenyjogi értékelése tekintetében. A Bizottság a versenyjogi értékelésben részletesen elemezte a behozatal által támasztott versenykényszert, és megállapította többek között, hogy a jelentős importvolumen önmagában nem jelez elegendő árnyomást, hogy a behozatal kevésbé megbízható beszerzési forrás az EGT-beli vevők számára a belföldi termékekhez képest, és hogy az empirikus bizonyítékok szerint az áremelésekre adott importreakciók valószínűleg nem elegendők az áremelkedések leküzdésére.

3.2. A termékpiacok meghatározásához használt bizonyítékok

47. A 2. szakaszban meghatározott elvekkel összhangban a Bizottság az érintett termékpiac meghatározásakor elsősorban a keresleti helyettesíthetőséggel kapcsolatos bizonyítékokra összpontosít, de figyelembe veheti a kínálati helyettesíthetőségre vonatkozó bizonyítékokat is, amennyiben teljesülnek a 2.1.2. szakaszban meghatározott vonatkozó feltételek. A 3.2.1 és a 3.2.2 szakaszban ismertetett bizonyítékkategóriák lehetnek relevánsak a kereslet- és kínálatoldali helyettesíthetőségnek az érintett termékpiac meghatározása céljából történő értékelése szempontjából.

3.2.1. A keresleti helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok

3.2.1.1. A termék jellemzői, árai, rendeltetése és az általános vevői preferenciák

48. Az olyan tényezőkre vonatkozó bizonyítékok, mint a termék jellemzői (ideértve a termékminőséget vagy az innováció szintjét is), az árak, a funkcionalitás és a rendeltetés, amelyek gyakran azonnal hozzáférhetők, általában hasznosak az érintett vállalkozás(ok) vevői számára rendelkezésre álló lehetséges helyettesítők körének meghatározásához.

49. Annak értékelése azonban, hogy a termékek a megfigyelhető jellemzők alapján hasonlóak-e, hogy árai és ármintázataik összehasonlíthatóak-e⁷⁰, vagy hogy a termékek rendeltetése ugyanaz-e⁷¹, nem feltétlenül elegendő annak megállapításához, hogy két termék a kereslet szintjén helyettesíti-e egymást. Ezzel szemben a termék jellemzőinek, árának és rendeltetésének különbségei önmagukban nem feltétlenül elegendők mindig annak megállapításához, hogy két termék különböző termékpiacokhoz tartozik⁷². Ennek az az oka, hogy ezek a megfontolások nem feltétlenül tükrözik pontosan, hogy a vevők miként értékelik a termék különböző tulajdonságait, és hogy hogyan reagálnának a relatív kínálati feltételek változásaira, például az áremelkedésre.

50. Ezért a Bizottság annak érdekében, hogy azonosíthassa a vevők választása szempontjából legrelevánsabb paramétereket, azokat a mögöttes okokat vizsgálja, amelyek miatt a vevők egy adott terméket egy másikkal helyettesítenének vagy nem helyettesítenének. A termék árán kívül különböző paraméterek – mint az innováció

⁷⁰ Ami az árak időbeli alakulására vonatkozó bizonyítékokat illeti, a keresleti helyettesíthetőséghez nem kapcsolódó számos különböző tényező okozhatja az árak együttlmozgását. Másrészt az árak együttlmozgásának hiánya vagy az eltérő árak jellemzően arra utalnak, hogy a termékek valószínűleg a kereslet szintjén nem helyettesítik egymást. Ezért az ár-együttlmozgások elemzése, beleértve az olyan mennyiségi módszereket, mint az árösszefüggés- vagy az árállandóság-elemzések, elvben jobb tájékoztatást nyújtanak, ha azt jelzik, hogy két termék nem ugyanannak a piacnak a része.

⁷¹ Például a Bizottság korábban bizonyos élelmiszerek tekintetében külön piacokat határozott meg annak ellenére, hogy azok rendeltetése ugyanaz, mégpedig az emberi fogyasztás. Lásd például az M.7220. sz. Chiquita Brands International/Fyffes ügyet (29–34. pont), amelyben a Bizottság a banánt a többi friss gyümölcstől elkülönülő termékpiacként határozta meg.

⁷² Lásd például az AT.38477. sz. British Airways/SN Brussels ügyet (18–21. és 23. pont), amelyben a Brüsszel és London közötti útvonalon a vasúti közlekedés és a légi szolgáltatások között a termékjellemzők tekintetében fennálló különbségek ellenére a rendelkezésre álló bizonyítékok azt mutatták, hogy közöttük intermodális verseny áll fenn, ami alapján a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy az érintett piac szélesebb a közvetlen légi szolgáltatásoknál, és magában foglalja a vasúti szállítást is.

szintje vagy a minőség – különböző módokon alakíthatják a vevők választásait, amint az a 15. pontban is szerepel. Például, a vevők figyelembe vehetik, hogy egy adott termék előállításához lényegében fenntartható technológiát használtak-e⁷³. A forgalmazási láncok közötti különbségek – ideértve az online és offline csatornákat is⁷⁴ – vagy a szabályozási keret⁷⁵ szintén relevánsak lehetnek. Továbbá, a vevők választásait viselkedési torzítások is befolyásolhatják, például megfigyelhető az a tendencia, hogy a felkínált alapértelmezett opciót választják. A vevők választása szempontjából legrelevánsabb paraméterek azonosítása lehetővé teszi a Bizottság számára, hogy a termékeket e paraméterek mentén összehasonlítsa, ami információval szolgál a közöttük lévő helyettesíthetőség mértékének értékeléséhez.

3.2.1.2. A korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok

51. Egyes esetekben létezhet arra utaló bizonyíték, hogy a piacon bekövetkezett múltbeli szerkezeti változásokat, eseményeket vagy sokkokat követően a különböző termékek helyettesíthetők lesznek egymással. Az ilyen bizonyíték részletes információt nyújthat a keresleti helyettesíthetőségről, különösen akkor, ha a helyettesítés oka az érintett vállalkozás(ok) termékei relatív kínálati feltételeinek kívülről származó⁷⁶ megváltozása, például váratlan költségsokk vagy más hasonló esemény. Új termékek bevezetése is szolgálhat hasznos információkkal, amikor pontosan meg lehet határozni, hogy az új termékkel szemben mely termékek vesztek a forgalmukból⁷⁷. Hasonlóképpen, egy szállító piacról való kilépésére adott válaszul bekövetkező vagy bizonyos termékek (például a termelés kiesése vagy az ellátási lánc zavarai miatti) (ideiglenes) hiányából eredő mennyiségi változások tájékoztathatnak a helyettesítési mintázatokról⁷⁸. Azonban a jelentős változásra, mint például a termék teljes hiányára, vagy egy új termék bevezetésére adott reakciók nem minden esetben engednek

⁷³ Lásd például az M.10702. sz. KPS Capital Partners/Real Alloy Europe ügyet (59–61. pont), amelyben a Bizottság a sósalak újrafeldolgozásának piacát értékelte, melynek során a gyártáshoz használt technológiát – nevezetesen a hulladékmentes és a nem hulladékmentes újrafeldolgozási technológiát – vette figyelembe. Lásd még az M. 10658. sz. Norsk Hydro/Alumetal ügyet (132–137. pont), amelyben a Bizottság azt értékelte, hogy a karbonszegény technológiával előállított korszerű alumínium öntészeti ötvözetek termékpiaça a többi korszerű alumínium öntészeti ötvözetektől különálló termékpiacon alkot-e, és e tekintetben végül nyitva hagyta a termékpiaç meghatározását.

⁷⁴ Annak megállapítása érdekében, hogy az online és offline értékesítési csatornák ugyanahhoz a termékpiaçhoz tartoznak-e, a Bizottság értékelheti, hogy a vevők úgy vélik-e, hogy ezek a csatornák eltérő jellemzőkkel rendelkeznek például az árszintek, a vevőszolgálat minősége, a kiszállítási idő és a logisztikai költségek, a nyitvatartási idők, a termék vásárlás előtti kipróbálásának szükségessége, valamint a két csatorna által kínált termékkörök közötti különbségek tekintetében. Lásd például az M.8394. sz. Essilor/Luxottica ügyet (83–89. és 139. pont), amelyben a Bizottság azt vizsgálta, hogy az optikai kiskereskedelem piacát fel kell-e osztani online és offline csatornák szerinti szegmensekre.

⁷⁵ Például szabályozás előírhatja, hogy a gyógyszerészek a gyógyszerek kiadásakor bizonyos feltételek mellett automatikusan helyettesítsék a gyógyszer originális változatát egy olcsóbb generikus változattal.

⁷⁶ A kínálati feltételekben bekövetkező kívülről származó eltolódás vagy sokk olyan váratlan eseményeknek tudható be, amelyek nem gyakorolnak közvetlen hatást a keresletre.

⁷⁷ Lásd például az M.5335. sz. Lufthansa/SN Airholding ügyet (96., 100. és 101. pont), amelyben a Bizottság azt vizsgálta, hogy az antwerpeni repülőtér helyettesítette-e a brüsszeli repülőtérét. Ebben az összefüggésben a Bizottság figyelembe vette a VLM Airlines belépését az Antwerpen–Manchester útvonalra, ahol versengett az SN légitársaság Brüsszel–Manchester útvonalon közlekedő járataival.

⁷⁸ Lásd például az M.6576. sz. Munksjö/Ahlstrom ügyet (189. pont), amelyben az előimpregnált papír érintett termékpiaçának értékelése során a Bizottság figyelembe vette, hogy egy versenytárs felhagyott az előimpregnált papír gyártásával, és felmérte, hogy mely versenytársak szereztek meg a gyártással felhagyó versenytárs ügyfeleit.

következtetni arra, hogy a vevők hogyan reagálnának a relatív kínálati feltételek mérsékeltebb változásaira.

52. Egyes esetekben a vállalkozások a szokásos üzletmenet során is gyűjthetnek releváns információt a kereslet szintjén egymást helyettesítő termékekről. Adott vállalkozás például rendelkezhet az általa megnyert és elveszített vevőkre vonatkozó adatokkal, valamint ismerheti azon versenytársak kilétét, akik vevőket nyertek meg vagy veszítettek el. Ezzel szemben az arra vonatkozó bizonyítékok, hogy a vevők a relatív kínálati feltételek változásaitól független tényezők – például preferenciák és a fogyasztási mintázatok időbeli változásai – miatt távolodtak el a terméktől, kevésbé informatívak a keresleti helyettesíthetőség szempontjából⁷⁹.
53. Ha elegendő adat áll rendelkezésre a korábbi helyettesítésre vonatkozóan, mennyiségi mérőszámok vezethetők le a különböző termékek helyettesíthetőségére vonatkozóan. Például le lehet vezetni a szóba jöhető helyettesítő termékek közötti áttérési rátákat. Az áttérési rátákkal megbecsülhető a vizsgált termék által elveszített értékesítési volumenek azon részaránya, amely a relatív kínálati feltételek változásaira adott reakcióként minden egyes szóba jöhető helyettesítő termékre tevődik át. Továbbá meg lehet becsülni a termék iránti keresletre vonatkozó saját-árrugalmasságot és kereszt-árrugalmasságot⁸⁰ ökonometria i technikák alkalmazásával^{81, 82}. Az ilyen mennyiségi bizonyítékoknak ahhoz, hogy hitelesek legyenek, kellően megalapozottnak kell lenniük.

3.2.1.3. A hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok

54. A Bizottság támaszkodhat az arra vonatkozó információkra is, hogy a vevők valószínűleg hogyan reagálnak a relatív kínálati feltételek feltételezett változásaira (a továbbiakban: hipotetikus helyettesítés). A vevők és a versenytársak által az ilyen hipotetikus helyettesítéssel kapcsolatban adott, indoklással ellátott válaszok információval szolgálhatnak a helyettesítő termékek azonosításához. Egyes

⁷⁹ Lásd például az M.6576. sz. Munksjö/Ahlstrom ügyet (248. pont), amelyben a Bizottság megállapította, hogy a szabványos dekorpapírról az előimpregnált papírra való áttérést a bútoriparban nagyrészt egy, az értéklánc távolabbi, alsó szakaszán elhelyezkedő nagy vevő stratégiai beruházási döntései vezérelték, ezért azt nem az előimpregnált papír relatív árának rövid távú változásai határozták meg vagy erősítették fel.

⁸⁰ Az „A” termék iránti kereslet sajátár-rugalmassága az „A” iránti keresletnek az „A” termék árában bekövetkezett egy százalékos változásra való reagálóképességét (azaz a keresett mennyiség várható százalékos változását) méri. Az „A” és „B” termék közötti kereszt-árrugalmasság annak a mércéje, hogy hogyan változik az „A” termék iránti kereslet „B” termék ára egy százalékos változásának függvényében.

⁸¹ Lásd például az M.5658. sz. Unilever/Sara Lee ügyet, amelyben a Bizottság szkenneredatekből származtatott keresletrugalmasságra vonatkozó ökonometria i becsléseket használt az annak meghatározására irányuló SSNIP-teszt elvégzéséhez, hogy a férfi és a nem férfi dezodorok ugyanahhoz az érintett termékpiachoz tartoznak-e.

A Bizottság a korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékokat nemcsak a piacok meghatározásához használhatja fel, hanem a versenyjogi értékelés elvégzéséhez is, különösen annak meghatározásához, hogy az érintett vállalkozás(ok) közeli versenytársai-e egymásnak, vagy a valószínű hatások mennyiségi értékeléséhez. Lásd például: M.8792. sz. T-Mobile NL/Tele2 NL ügy (704–720. és 798–823. pont).

⁸² Az áttérési rátákra vagy a kereslet (kereszt-)árrugalmasságára vonatkozó bizonyítékok lényegesek lehetnek azon helyettesítők azonosítása szempontjából, amelyek tekintetében mérlegelik, hogy hozzáadják a szóba jöhető piachoz, valamint az SSNIP-teszt alkalmazása szempontjából.

esetekben a hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyíték a vevők reprezentatív mintáján végzett felmérésekből is rendelkezésre állhat. A hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyíték lehet a keresleti helyettesíthetőség egyetlen rendelkezésre álló közvetlen (mennyiségi) bizonyítéka és hasznos információkkal szolgálhat az értékeléshez. Mindazonáltal előfordulhat, hogy a hipotetikus helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok kevésbé hitelesek a tényleges helyettesítésre vonatkozó bizonyítékokhoz képest, mivel a hipotetikus keresleti helyettesíthetőségnek nincsenek tényleges következményei a vevőkre nézve, vagy más viselkedési torzítások miatt. Különösen az alternatív termékre való hipotetikus áttérés valószínűségére vagy nagyságrendjére vonatkozóan a piaci szereplők által kifejtett vélemények nem biztos, hogy kellően megbízhatóak, teljesek vagy pontosak ahhoz, hogy a Bizottság meg tudja becsülni a kereslet rugalmasságát. Ez azonban eseti értékelés, és a rendelkezésre álló bizonyítékok erejétől függ.

55. A gyorsan fejlődő iparágakban – különösen a gyors technológiai fejlődéssel jellemezhető iparágakban (pl. a digitális ágazatban) – az új vagy újonnan fejlesztett termékek vagy eljárások bevezetése, valamint a technológiai vagy szabályozási változások piaci szerkezetváltáshoz vezethetnek, amely befolyásolja a meglévő versenydinamikát és a relatív kínálati feltételekre adott általános reakciókat. Ilyen esetekben a Bizottság figyelembe veheti a helyettesítési lehetőségeknek a verseny dinamikájának változásából eredő várható változásait, a 21. pontban meghatározott feltételekre is figyelemmel.

3.2.1.4. Az ágazat álláspontja szerinti versenykényszerre vonatkozó bizonyítékok

56. A vállalkozások jellemzően a szokásos üzletmenet részeként figyelemmel kísérik a versenyt. Lehetnek olyan ágazati szövetségek vagy szakértők is, amelyek figyelemmel kísérik a versenyt. Míg a piac határaival kapcsolatos ilyen ágazati álláspontok nem feltétlenül felelnek meg az érintett piac fogalmának az uniós versenyjog értelmében, azon információk, amelyek alapján a vállalkozások egymást (közeli) versenytársaknak tekintik, valamint más piaci szereplők és ágazati szakértők versenykényszerrel kapcsolatos nézetei hasznos információkkal szolgálhatnak a keresleti helyettesíthetőség értékeléséhez. Ez különösen akkor igaz, ha bizonyos vállalkozások (közelebbi) versenytársakként való minősítésének alapjául szolgáló indokok megfelelnek a Bizottság piacmeghatározási keretrendszerének, vagyis ha a vállalkozások termékeit a vevők egymással helyettesítőnek tekintik.

3.2.1.5. A keresletnek a lehetséges helyettesítőkre történő átállításával kapcsolatos akadályok és költségek

57. A helyettesíthetőségnek különféle potenciális akadályai vannak, és áttérési költségekkel is számolni kell. Ezeknek az akadályoknak és költségeknek sokféle forrása lehet, mint például szerződéses kötelezettségek, az alternatív termékek felkutatásának költségei, az alternatív termékek minőségével és hírnevével kapcsolatos bizonytalanság, az egyéb termékek használata elsajátításának vagy a saját termelési folyamatok kiigazításának a költségei, a márka elismerése, a szabályozási akadályok vagy az állami beavatkozás egyéb formái, hálózati hatások

megléte⁸³, az adathordozhatóság költségei vagy az egyéb termékekkel való interoperabilitás⁸⁴ mértéke, illetve egyéb függőségek az adatokkal, a termékintegrációval kapcsolatban, vagy a használati komplementaritások.

58. Az áttérés akkor is akadályokba ütközhet, ha a vevők nem tudnak különböző értékesítési csatornák között váltani. Például az eredeti alkatrészek piacán az autóalkatrészek kínálatában jelentkező versenykényszer eltérhet a tartalék alkatrészek tekintetében az autóalkatrészek kínálatában jelentkező versenykényszerszertől, mivel a tartalék alkatrészek vásárlói nem tudják az alkatrészeket az eredetiberendezés-gyártóknak kínált feltételek mellett beszerezni. Ez két különálló érintett termékpiac meghatározását eredményezheti.

3.2.1.6. Az SSNIP-teszt elvégzése

59. Egyes esetekben az érintett piac határait úgy is meg lehet határozni, hogy mennyiségileg értékelik, hogy egy kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés nyereséges lenne-e egy hipotetikus monopolista számára⁸⁵. Az SSNIP-teszt elvégzésére példa a „kritikusveszteség-elemzés”⁸⁶. A kritikusveszteség-elemzés általában magában foglalja az értékesítési volumen azon maximális veszteségének meghatározását, amelyet kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelést követően vállalni lehet ahhoz, hogy az nyereséges legyen egy hipotetikus monopolista számára. Ezt a „kritikus veszteséget” ezután összevetik az értékesítési volumennek a kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelésből eredően várható tényleges veszteségére vonatkozó becsléssel. Ha a kritikus veszteség nagyobb, mint a valószínűsíthető tényleges veszteség, a kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés nyereséges lenne, ami azt jelzi, hogy a szóba jöhető piacon lévő termékek érintett termékpiacot alkotnak. Ellenkező esetben előfordulhat, hogy a szóba jöhető piacot ki kell szélesíteni. Az elvégzendő elemzés sajátosságai az egyes ügyek sajátos körülményeitől függenek. A kritikus veszteség elemzése során a Bizottság azt is figyelembe veszi, hogy a megfigyelt magas százalékos haszonkulcs nemcsak alacsony kritikus veszteséget jelent, hanem azt is jelezheti, hogy a kereslet tényleges rugalmassága – és így a tényleges veszteség – valószínűleg alacsony, és fordítva⁸⁷.

⁸³ Hálózati hatások akkor állnak fenn, ha az „A” termék értéke a termék vevői számának változásával (egyenes vagy fordított arányban) változik.

⁸⁴ Ez lenne a helyzet például akkor, ha a termékek egy alcsoportja nem funkcionál együtt egy másik termékkel, így az áttérés többletköltséget jelent a vevők számára.

⁸⁵ A Bizottság az SSNIP-tesztet például az M.5658. sz. Unilever/Sara Lee ügyben alkalmazta (92–94. pont és a technikai melléklet 5.3. szakasza).

⁸⁶ Lásd például az M.9076. sz. Novelis/Aleris ügy I. mellékletének 2.1.2. pontját. A Bizottság kritikusveszteség-elemzést alkalmazott az M.4734. sz. Ineos/Kerling ügyben (95–105. pont) is, de végül azt állapította meg, hogy az eredmények nem voltak meggyőzőek.

⁸⁷ Ha a megfigyelt százalékos haszonkulcsok magasak, a csökkenő volumen viszonylag magas nyereségkiesést eredményez a kiesett mennyiségek után. Ez azt jelenti, hogy a mennyiség alacsony „kritikus vesztesége” mellett a hipotetikus monopolista áremelése már nem nyereséges. Másrészt a megfigyelt magas haszonkulcsok utalhatnak arra is, hogy a valószínűsíthető tényleges veszteség is viszonylag alacsony, mivel máskülönben a vállalkozások nem emelték volna az árakat a megfigyelt szintre, és nyereségesnek tartanák az árcsökkentést.

3.2.2. *A kínálati helyettesíthetőség szempontjából releváns bizonyítékok*

3.2.2.1. A korábbi helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok

60. A kínálati helyettesíthetőség értékelésekor a Bizottság figyelembe veheti a vállalkozásoktól származó, a kapacitásfelesleg fennállására vonatkozó bizonyítékokat, valamint a termelés és a kínálat rövid távú átcsoportosítására való képességüket és ösztönzöttségüket. Különösen fontosak az arra vonatkozó bizonyítékok, hogy a termelést vagy a kínálatot a kínálati vagy keresleti viszonyok kívülről származó változásaira válaszul a szóban forgó termékekre állították át (például a termelés átállítása különböző minőségek vagy minőségi osztályok között a rendes üzletmenetben). Ezzel szemben a korábbi kínálati helyettesíthetőségre vonatkozó bizonyítékok hiányában a Bizottság úgy ítélheti meg, hogy kevésbé valószínű, hogy az ilyen helyettesítés hatása azonos lenne a keresleti helyettesíthetőség hatásával a hatékonyságot és a közvetlenséget tekintve.

3.2.2.2. A kínálat átállításával kapcsolatos akadályok és költségek

61. A Bizottság számos akadályt és költséget figyelembe vesz annak értékelése során, hogy a piac kiszélesíthető-e a kínálati helyettesíthetőség alapján. Például figyelembe veszi, hogy a vállalkozásoknak a termelés vagy a kínálat átállításához vállalniuk kell-e konkrét tőkebefektetéseket vagy a termelési folyamatokra, a tanulásra és a humán tőkére, a márka alapítására vagy a név elismertetésére, az adatokhoz való hozzáférésre, az átállítási költségekre irányuló konkrét beruházásokat, vagy más beruházásokat. Relevánsak lehetnek az olyan jogi vagy adminisztratív akadályok fennállására vonatkozó információk is, mint például egy adott engedély megszerzésének szükségessége, vagy az olyan stratégiai jellegű akadályok, amelyek befolyásolhatják a termelés vagy a kínálat átállítását, mint például a szerződéses kapcsolatok vagy a kizárólagossági megállapodások. A Bizottság elemzi továbbá a vállalkozások arra irányuló ösztönzöttségét, hogy termelésüket vagy kínálatukat átállítsák, ideértve azt is, hogy egy ilyen átállítás más termékek értékesítésének visszaeséséhez vezetne-e, valamint azt is, hogy a vállalkozások készek-e váltani. Amint azt a 37. pont kifejtette, ha az ilyen akadályok vagy költségek nem jelentéktelenek, a Bizottság az ilyen vállalkozások által gyakorolt versenykényszert (ha van ilyen) a versenyjogi értékelés részeként veszi figyelembe, és nem az érintett piac kiszélesítésével.

3.3. **A földrajzi piacok meghatározásához használt bizonyítékok**

62. A Bizottság az érintett termékek vevőinek vásárlási magatartására és preferenciáira vonatkozó előzetes információk alapján általában előzetes véleményt tud alkotni arról, hogy a szóba jöhető földrajzi piac helyi, nemzeti, regionális, EGT-szintű⁸⁸, az EGT-nél szélesebb vagy globális-e. A Bizottság ezt követően megvizsgálja, hogy a verseny feltételei a szóba jöhető piac egészében elég egyöntetűek-e ahhoz, hogy értékelni lehessen a magatartás vagy az összefonódás hatásait, és hogy a szóba jöhető piac megkülönböztethető-e más területektől amiatt, hogy a verseny feltételei érzékelhetően eltérőek e területeken.

⁸⁸ Gyakorlati okokból a Bizottság munkafeltevésként jellemzően EGT-szinten értékeli a piacokat, ha határozott jelek utalnak arra, hogy a piacok a nemzetinél szélesebbek, de a globálisnál szűkebbek.

3.3.1. *Az érintett földrajzi piac meghatározása szempontjából releváns bizonyítékok kategóriái*

63. A bizonyítékok ebben a szakaszban ismertetett kategóriái relevánsak lehetnek az érintett földrajzi piac meghatározása szempontjából.

3.3.1.1. Az elérhető szállítók kiléte, piaci részesedések és árak

64. Ha a különböző földrajzi területeken lévő vevők ugyanazokat a tényleges és potenciális szállítókat érik el, és ha azok a szállítók hasonló piaci részesedésekkel rendelkeznek a különböző területeken, ez általában az első jele annak, hogy a versenyfeltételek elég egyöntetűek ahhoz, hogy azokat a területeket egyazon érintett földrajzi piacba foglalják bele. Ezzel szemben, ha a szállítók piaci részesedései jelentősen eltérnek az egyes földrajzi területeken, ez rendszerint arra utal, hogy azokon a területeken a versenyfeltételek nem elég egyöntetűek.

65. Az árak és az árkülönbségek előzetes elemzése szintén hasznos bizonyítékkal szolgálhat. A különböző területeken érvényesülő egyöntetű versenyfeltételek általában várhatóan hasonló árszintekhez vezetnek ugyanazon termékek esetében. Ez a hasonlóság a különböző területek közötti működő arbitrázs eredménye is lehet, vagyis azon folyamaté, amelynek révén az egyik területen meglévő magasabb árak arra késztethetik az arbitrázsöröket, hogy az alacsony árral jellemzett területen vásároljanak, és a magas árral jellemzett területen értékesítsenek tovább mindaddig, amíg az árak kellően közelednek ahhoz, hogy az ilyen arbitrázs ne legyen nyereséges. A Bizottság azt is értékelheti, hogy a szállítók különböző szállítási feltételeket kínálnak-e a vevőknek azok helye alapján, mivel ez hatással lehet arra, hogy meg lehet-e határozni a piacot a szállítók helye körül⁸⁹.

66. Azonban a piaci részesedések és az árak elemzése önmagában véve nem lehet döntő a földrajzi piac meghatározása szempontjából⁹⁰. A Bizottság ezért rendszerint feltárja a piaci részesedések vagy árak bármely adott konfigurációja mögött meghúzódó okokat, és más mutatókat is értékel.

⁸⁹ Lásd a 40. és a 41. pontot. Lásd még a 73. pontot.

⁹⁰ Hasonlóképpen, az ár-együttmozgások értékeléséhez használt mennyiségi technikák – mint például az árkorreláció- vagy stacionaritás-elemzések – önmagukban véve általában nem döntőek a földrajzi piac meghatározása szempontjából. Amint az a 70. lábjegyzetben szerepel, a működő arbitrázsön kívül számos más tényező is okozhatja az árak együttmozgását. Az ilyen ár-együttmozgások tehát adott esetben tévesen arra engednek következtetni, hogy két terület ugyanahhoz az érintett földrajzi piachoz tartozik, jóllehet a versenyfeltételek e területeken nem elég egyöntetűek. Másrészt az árak együttmozgásának hiánya jellemzően arra utal, hogy a versenyfeltételek nem elég egyöntetűek. Ezért az árak együttmozgásának elemzése elvben informatívabb, ha azt jelzi, hogy a különböző területek nem ugyanahhoz a piachoz tartoznak.

3.3.1.2. A vevők preferenciái és vásárlási magatartása

67. A kultúra, a nyelv, az életmód, a demográfia vagy a társadalmi-gazdasági háttér közötti különbségek nyomán helyi, nemzeti vagy regionális preferenciák alakulhatnak ki bizonyos termékek vagy márkák tekintetében⁹¹. Ez hatással lehet a különböző vállalkozások versenyhelyzetére a különböző területeken. A különböző területek vevőinek preferenciái közötti különbségek valószínűleg eltérő vásárlási magatartást eredményeznek, és így nagymértékben képesek korlátozni a piac földrajzi kiterjedését.
68. Különösen, ha azon termékek köre, amelyeket a vevők az érintett vállalkozás(ok) termékeit helyettesítő termékeknek tekintenek, földrajzi területenként eltér, ez általában határozottan azt jelzi, hogy a versenyfeltételek nem elég egyöntetűek ahhoz, hogy e területek ugyanahhoz a földrajzi piachoz tartozzanak.
69. A vevők vásárlásai aktuális földrajzi mintázatának vizsgálata hasznos mutatókkal szolgálhat a vevők preferenciái és a versenyfeltételek közötti hasonlóságokat vagy különbségeket illetően. Ha például az EGT-n belül a vevők hasonló feltételek mellett érik el ugyanazokat a szállítókat, függetlenül a vevők helyétől, például ha hasonló feltételek mellett vásárolnak az EGT-n belül bárhol található vállalkozásoktól, vagy készleteiket olyan pályázati eljárások keretében szerzik be, amelyekbe a vállalkozások ugyanazon körét hívják meg, és amelyekben ugyanezen kör tesz ajánlatot, a földrajzi piac valószínűleg EGT-szintű⁹², amennyiben más tényezők ennek nem mondanak ellent. Hasonlóképpen, ha a vevők világszerte hasonló feltételek mellett érik el ugyanazokat a szállítókat, függetlenül a vevők helyétől, például hasonló feltételek mellett vásárolnak a világ bármely részén levő vállalkozásoktól, az érintett földrajzi piac valószínűleg globális lesz⁹³. Olyan piac is meghatározható globális piacként, amelyről csak bizonyos területeket zárnak ki a

⁹¹ Lásd például az AT.39740. sz. Google search (Shopping) ügyet (253–254. pont), amelyben a Bizottság a nyelvi preferenciák miatt az általános keresés piacát nemzetiként határozta meg annak ellenére, hogy a felhasználók a világ bármely pontján hozzáférhetnek e szolgáltatásokhoz. Lásd még például az M.7220. sz. Chiquita/Fyffes ügyet (119–131. pont), amelyben a Bizottság – bár elismerte, hogy a banánkínálat főként az EGT-n kívülről érkezett – nemzeti szintűként határozta meg a piacot a nemzeti preferenciák alapján. Ez is azt szemlélteti, hogy egyetlen szállító vagy ugyanazon szállítók EGT-beli vagy világszintű jelenléte összhangban állhat nemzeti szinten meghatározott földrajzi piacokkal.

⁹² A fémipari alapanyagok, mint az alumínium vagy az acél gyártásának és szállításának piacairól hozhatók erre példák. Lásd például az M.9076. sz. Novelis/Aleris ügyet, amelyben a Bizottság vizsgálata megerősítette, hogy a vevők általában előnyben részesítik az alumínium gépjárműkarosszéria-lemezek EGT-ben letelepedett szállítóktól történő beszerzését, és az érintett földrajzi piacot EGT-szintűként határozta meg. Hasonló okokból a rozsdamentes acélból készült síkhengerelt termékek piacán a hidegen hengerelt rozsdamentes acél és a melegen hengerelt rozsdamentes acélból készült pácolt szalagtekercs érintett földrajzi piacát legfeljebb EGT-szintűként határozták meg az M.6471. sz. Outokumpu/Inoxum ügyben (241–243. pont és 244–260. pont). A piacot EGT-szintűként határozták meg a tűzálló termékek tekintetében is, több tényező alapján, melyek egyike szerint a vevők általában határozottan előnyben részesítik az EGT-n belüli szállítóktól való beszerzést – lásd: az M.8286. sz. RHI/Magnesita Refratarios ügy (55., 56., 57. és 61. pont).

⁹³ Például a polgári repülési termékek piacain a vevők világszerte ugyanazoktól a szállítóktól szerzik be az eredeti légijármű-berendezéseket, valamint a repülési rendszereket és alkatrészeket, és a Bizottság megállapította, hogy e termékek érintett földrajzi piaca globális. Lásd például a következő ügyeket: M.8658. sz. UTC/Rockwell Collins ügy (204., 205. és 207. pont); M.8425. sz. Safran/Zodiac Aerospace ügy (298. pont); az M.8948. sz. Spirit/Asco ügy (37–38. pont).

magas belépési korlátok vagy a vevők globális beszerzéseit gátló egyéb akadályok miatt⁹⁴. Ilyen esetekben, valamint amikor a földrajzi piacokat a vevők elhelyezkedése alapján határozzák meg, a piaci részesedés kiszámításakor figyelembe kell venni a kizárt területekről a meghatározott földrajzi piacra irányuló behozatalt⁹⁵, és a versenyjogi értékelés során elemezni kell annak lehetőségét, hogy az ilyen behozatal korlátozó tényezőt jelenthet az érintett piacon tevékenykedő vállalkozás(ok) számára.

3.3.1.3. A különböző területeken található vevők ellátásával kapcsolatos akadályok és költségek

70. A Bizottság értékeli, hogy a szállítók képesek-e és hajlandók-e versenyképes feltételek mellett kínálni termékeiket a szóba jöhető piac egészén, vagy vannak-e olyan akadályok vagy költségek, amelyek miatt a szállító számára lehetetlen vagy nem vonzó, hogy olyan területeken is vevőket szolgáljon ki versenypiaci feltételek mellett, amelyeken jelenleg ezt nem teszi. Ez az értékelés magában foglalja annak vizsgálatát, hogy a vevők preferenciái miatt a szállítóknak jelen kell-e lenniük helyben, vagy hozzáféréssel kell-e rendelkezniük egy forgalmazási hálózathoz vagy releváns értékesítési csatornákhöz, hogy a szóba jöhető piacon mindenütt értékesíthessenek. Az értékelés kiterjed a szabályozási keret vizsgálatára is, nevezetesen minden olyan, állami fellépéssel létrehozott akadály vizsgálatára, amely más területek szállítóit érintheti. Ilyen akadályok lehetnek a közbeszerzési szabályok, az állami támogatások, az árszabályozás, a kereskedelmet vagy a termelést korlátozó kontingensek és vámok, a műszaki szabványok, a nyelvi követelmények, a jogi monopóliumok, a letelepedés szabadságának korlátozása, az adminisztratív engedélyezési követelmények (például engedélyek), vagy más ágazatspecifikus szabályozás. Az ilyen akadályok ugyanis ténylegesen korlátozhatják azt, hogy egy adott területen a szállítók milyen mértékben vannak kitéve az e területen kívüli szállítók versenynyomásának, és ezáltal a versenyfeltételek közötti különbségekhez vezethetnek. Ugyanezek az akadályok gátolhatják a vevőket abban, hogy különböző területeken lévő szállítóktól vásároljanak.
71. Ezzel szemben a szabályozási keret, különösen a szabályozási harmonizáció – például uniós vagy globális szinten – csökkentheti a kereskedelmi akadályokat, és arra utalhat, hogy a földrajzi piacok szélesebbek, vagy a jövőben valószínűleg szélesebbé válnak. A Bizottság a földrajzi piacok meghatározásakor figyelembe

⁹⁴ Ennek megfelelően a Bizottság meghatározhat olyan globális piacot is, amelyből csak az eltérő versenyfeltételekkel jellemezhető konkrét területeket zárja ki, mint például az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) ügyben (162–191. pont) – lásd e közlemény 67. lábjegyzetét. Hasonlóképpen, például az M. 8677. sz. Siemens/Alstom ügyben (133. pont) a Bizottság megállapította, hogy mind a nagy sebességű, mind a nagyon nagy sebességű vonatok érintett földrajzi piaca olyan globális piac lehet, amely nem foglalja magában Kínát, Dél-Koreát és Japánt, mivel e három országban leküzdhetetlen belépési korlátok állnak a külföldi szállítók előtt. Lásd még például az M.6541. sz. Glencore/Xstrata ügyet (43., 44. és 45. pont), amelyben a Bizottság globálisként meghatározott potenciális földrajzi piacokat értékelt, amelyek nem foglalták magukba Kínát, mivel a Kínából származó kivitel korlátozott volt, mivel az ágazati elemzők Kínára és a világ többi részére vonatkozó adatokat egymástól elkülönítve közölték, és mivel számos piaci szereplő támogatta ezt a földrajzi felosztást.

⁹⁵ Lásd a lenti 109. pontot.

veszi a piaci integráció folyamatát. Ahol a szabályozási akadályokat felszámolták, a Bizottság értékeli a piaci szerkezetváltásra utaló releváns bizonyítékokat, például az árakat, a piaci részesedéseket vagy a kereskedelmi szerkezetet illetően.

3.3.1.4. Távolsággal kapcsolatos tényezők, szállítási költségek és vonzaskörzetek

72. Egyes piacokon a szállítók versenyhelyezete függhet az egyes szállítók és a vevő közötti távolságtól. Például a szállítási költségek bizonyos termékek esetében a költségek jelentős hányadát tehetik ki, ami a vevőtől nagyobb távolságra lévő szállítókat jelentős versenyhátrányba hozhatja a vevőhöz közelebb működő szállítókhoz képest. Más tényezők, mint például az ellátás biztonságával kapcsolatos megfontolások, fenntarthatósági megfontolások⁹⁶, a termékek romlandósága vagy hozzáférhetősége hasonló hatást fejthetnek ki. Ezenkívül a fogyasztói piacokon fontos szempont lehet a szállítóhoz való utazás távolsága vagy időtartama. Jellemzően ez a helyzet például a repülőterek, szupermarketek vagy benzinkutak esetében.
73. Ilyen helyzetekben a piacok valószínűleg földrajzilag differenciáltak abban az értelemben, hogy a versenyfeltételek az egyes szállítók és a vevők közötti távolság függvényében változnak⁹⁷. Ilyen esetekben a Bizottság vonzaskörzetek alapján határozhatja meg a földrajzi piacokat. Vonzaskörzetek a vevők vagy a szállítók körül is kialakíthatók az ügy sajátosságaitól függően és az alapján, hogy a szolgáltatók a termékeiket különböző feltételek mellett kínálják-e a vevő helye vagy a vevő helyének földrajzi területe alapján. Ilyen diszkrimináció hiányában a Bizottság a vonzaskörzeteket gyakran a szállító helye körül alakítja ki. Ezzel szemben azokon a piacokon, ahol vevőspecifikus árakat alkalmaznak, általában ajánlott a versenyfeltételeket a vevők különböző helyei mentén értékelni és a vonzaskörzeteket a vevők helye körül kialakítani⁹⁸. Amennyiben ez nem lehetséges, például azért, mert sok vevő szétszórtan helyezkedik el, vagy mert nincs információ a versenytársak vevőinek helyéről, a Bizottság a vonzaskörzeteket a szállítók helyei körül alakíthatja ki.
74. A vonzaskörzeteket általában a vevő utazási távolsága vagy utazási ideje alapján mérik ki (amely esetben izokronnak hívják őket), vagy azon helyszín körüli szállítási távolság vagy idő alapján, amelyen belül az értékesítés egy adott hányadára sor kerül. A Bizottság rendszerint azokra a vonzaskörzetekre támaszkodik, amelyek a legtöbb vevő vásárlási mintázataira nézve reprezentatívak⁹⁹. Ezek a szállítási vagy utazási távolságok vagy idő tényleges eloszlásából határozhatók meg, és/vagy

⁹⁶ Lásd például az M.10047. sz. Schwarz Group/Suez Waste management companies ügyet (56–58. pont), amelyben a Bizottság a környezetvédelmi költségeket a könnyűcsomagolóanyag-válogatás földrajzi piacának meghatározásához használt releváns tényezők egyikének tekintette.

⁹⁷ Lásd még „A piac meghatározása jelentős differenciálás esetén” című 4.1. szakaszt.

⁹⁸ Lásd például az M.7408. sz. Cargill/ADM Chocolate Business ügyet (99–102. és 113–114. pont), amelyben az ipari csokoládé piaccal kapcsolatban a Bizottság az egyes vevők körül kialakított vonzaskörzetekben elemezte az aggregált piaci részesedéseket. Lásd még például az italos dobozok piacához kapcsolódó M.7567. sz. Ball/Rexam ügyet (642–644. pont és 663–670. pont), amelyben a Bizottság minden egyes vevőközpontú vonzaskörzet esetében külön vizsgálta a kapacitás- és a volumenértékesítés-részesedést.

⁹⁹ Az olyan vonzaskörzetek alkalmazása, amelyek az összes vevő vásárlási mintázatait tükrözik, gyakran valószerűtlenül nagy vonzaskörzeteket eredményeznek a megfigyelt kiugró értékek miatt.

alapulhatnak a piaci szereplők nézetein. Ennek alapján a Bizottság jellemzően az értékesítések vagy a vevők 80 %-át lefedő vonzáskörzetekre támaszkodik¹⁰⁰. Piacspecifikus megfontolásoktól függően a Bizottság más tartományokat is alapul vehet. A Bizottság például az értékesítés 70 %-át és/vagy 90 %-át lefedő vonzáskörzet alapján is határozott már meg földrajzi piacokat¹⁰¹.

3.3.1.5. A kereskedelmi forgalom és a szállítások mintázata

75. A szállítások és a kereskedelmi forgalom mintázatának és alakulásának, valamint az ilyen forgalom mozgatórugóinak elemzése jelezheti akadályok hiányát vagy meglétét. Az ilyen forgalomnak a relatív kínálati feltételek változásaira való reagálási képessége szintén megmutathatja a szóba jöhető földrajzi piacon kívüli szállítók által az érintett vállalkozás(ok)ra gyakorolt versenynyomás mértékét. Egyes esetekben ezt a kényszert számszerűsíteni lehet, például az importrugalmasság ökonometriaival becslésével vagy olyan eseménytanulmányokkal, amelyek bemutatják, hogy a behozatal hogyan reagál az árváltozásokra¹⁰². A kereskedelmi forgalom pusztán megléte vagy a relatív kínálati feltételek változásaira való reagálási képessége azonban nem feltétlenül jelenti azt, hogy a kereskedelmi forgalom kiindulási területén a versenyfeltételek elég egyöntetűek a szóba jöhető földrajzi piac feltételeivel ahhoz, hogy indokoltá tegyék az érintett földrajzi piac kiterjesztését. Ha nem ez a helyzet, és amint azt a 43. pont kifejti, a Bizottság a versenyjogi értékelés során veszi figyelembe az importőrök által az érintett vállalkozás(ok)ra gyakorolt versenykényszert (ha van ilyen; többek között a piaci részesedésekre és az esetleges jövőbeli terjeszkedésre tekintettel), és nem az érintett földrajzi piac kiszélesítésével.

3.4. Bizonyítékok gyűjtése és értékelése

76. A Bizottság különböző információforrásokat és a bizonyítékok különböző kategóriáit használja fel az érintett piac meghatározásához, és ennek során minőségi és mennyiségi információkra egyaránt támaszkodhat. Bizonyos típusú bizonyítékok döntőek lehetnek egy ügyben, de csekély mértékben lényegesek vagy irrelevánsak lehetnek más iparágat, más terméket érintő vagy eltérő körülményekkel jellemzett ügyekben. A legtöbb esetben, és különösen, amikor részletes értékelésre van szükség, a Bizottság a 3.2. és 3.3. szakaszban ismertetett számos tényező és különböző források mérlegelésére alapozza határozatát. A Bizottság kötetlen megközelítést alkalmaz az empirikus bizonyítékokkal kapcsolatban, amelynek célja az egyes esetekben esetlegesen releváns, valamennyi rendelkezésre álló információ hatékony felhasználása, és e bizonyítékok alapján készíti átfogó értékelést¹⁰³. A

¹⁰⁰ Lásd például az M.7408. sz. Cargill/ADM Chocolate Business ügyet (63–78. pont) az ipari csokoládé piacával kapcsolatban, vagy az M.7567. sz. Ball/Rexam ügyet (248. pont) az italos dobozok piacával kapcsolatban.

¹⁰¹ Lásd például az M.7878. sz. Heidelberg Cement/Schwenk/Cemex Hungary/Cemex Croatia ügyet (182., 189. és 190. pont), amelyben a Bizottság megfelelőbbnek találta a felek üzemei körüli szállítások 90 %-át képviselő körkörös vonzáskörzeteket, mint a szállítások 70 %-át képviselő vonzáskörzeteket, de a közúti távolságok és a szállítási mintázatok alapján módosított vonzáskörzeteket is figyelembe vett. A Bizottság a versenyjogi értékelése részeként minden esetben értékelheti a piaci részesedéseknek a vonzáskörzetek lehatárolására való érzékenységet is.

¹⁰² Lásd például az M.6541. sz. Glencore/Xstrata ügyet (141–148. pont), amelyben a Bizottság a behozatalnak a cinkfém relatív árváltozásaira való reagálási képességét értékelte az EGT-ben.

¹⁰³ A Törvényszék a 2010. július 6-i Ryanair kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-342/07, EU:T:2010:280, 136. pont) a következőket mondta ki: „A Bizottságnak összességükben kell mérlegelnie

Bizottság nem alkalmaz merev hierarchiát a különböző információforrásokra vagy bizonyítéktípusokra¹⁰⁴.

77. A Bizottság által a piacok meghatározásához felhasznált bizonyítékoknak hitelesnek kell lenniük¹⁰⁵. Valószínűleg ez a helyzet áll fenn például akkor, ha a bizonyítékok hatóságoktól származnak, vagy ha több forrás alátámasztja őket, többek között az ellentétes érdekű piaci szereplők, mint például szállítók és azok közvetlen vevői. Emellett a Bizottság a lehető legnagyobb mértékben felhasználja a vizsgált időszakhoz viszonyított legújabb bizonyítékokat, különösen a változáson átmenő iparág piacainak értékelésekor. Amennyiben az ügy előretekintő értékelést tesz szükségessé, és ha a piac meghatározása a verseny dinamikájának a figyelembe vett időszakban bekövetkezett változásain alapul, ezeket a változásokat hiteles bizonyítékokkal kell alátámasztani, amelyek kellő valószínűséggel igazolják, hogy a várt változások valóban bekövetkeznek majd. Az ilyen előretekintő értékelések elvégzésekor előfordulhat, hogy a bizonyítékok egyes kategóriái vagy forrásai kevésbé megbízhatók, vagy akár hozzáférhetetlenek. Például előfordulhat, hogy a múltbeli helyettesítésre vonatkozó bizonyítékok nem állnak rendelkezésre a fejlesztés alatt álló új termékek értékelésekor. Ezzel szemben a piaci szereplők belső dokumentumai, amelyek a rendes üzletmenet során készültek, vagy a megalapozott előrejelzéseket tartalmazó független iparági jelentések különösen fontosak lehetnek az előretekintő értékelések elvégzéséhez.
78. A bizonyítékok nagyobb bizonyító erővel bírnak, ha megállapítható, hogy a bizonyítékokat nem befolyásolhatta a Bizottság vizsgálata, mint például az összefonódásról vagy magatartásról folytatott megbeszéléseket megelőző és a bizottsági vizsgálat előttre tehető bizonyítékok. Egymásnak ellentmondó bizonyítékok esetében a Bizottság szükség esetén ellenőrzi az érintett nyilatkozatokat vagy adatokat, például annak ellenőrzésével, hogy rendelkezésre állnak-e független és megbízható források. Ha nem állnak rendelkezésre független és megbízható források, a Bizottság megvizsgálja, hogy melyik bizonyítéknak van nagyobb bizonyító ereje, figyelembe véve az információforrásokat és azt is, hogy az információk hogyan és mikor keletkeztek vagy nyújtották be a Bizottságnak.

a versenyhelyzet értékeléséhez felhasznált bizonyítékcsoportok eredményét. Ezzel kapcsolatban előfordulhat, hogy egyes bizonyítékoknak nagyobb jelentőséget tulajdonít, míg másokat mellőz". Ugyanezt az érvelést értelemszerűen alkalmazni kell a piacmeghatározásra is.

¹⁰⁴ A Törvényszék a 2017. január 11-i Topps Europe kontra Bizottság ügyben hozott ítéletében (T-699/14, EU:T:2017:2, 82. pont) a következőket mondta ki: „*az érintett piac meghatározása nem követeli meg a Bizottságtól, hogy különböző információforrások vagy bizonyítéktípusok merev hierarchiáját kövesse*”. Ezt megerősítette a Törvényszék 2022. június 22-i, thyssenkrupp kontra Bizottság ügyben hozott ítélete is (T-584/19, EU:T:2022:386, 78. és 156. pont).

¹⁰⁵ A különböző bizonyítékok bizonyító erejét illetően az egyetlen tényező, amelyet meg kell vizsgálni, a benyújtott bizonyítékok hitelessége (lásd például: a Törvényszék 2013. szeptember 13-i ítélete, Total Raffinage Marketing kontra Bizottság, T-566/08, EU:T:2013:423, 43. pont). A szóban forgó eljárás jellege szerepet játszik e tekintetben. Különösen az összefonódások ellenőrzését illetően az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlata megállapítja, hogy figyelemmel a Bizottság számára kötelező gyorsaság követelményére és a szigorú határidőkre, ezen intézmény a szolgáltatott információk pontatlanságára utaló valószínűsítő körülmények hiánya esetén nem köteles vizsgálatot végezni valamennyi, hozzá érkező információ tekintetében. Lásd: a Törvényszék 2021. október 20-i ítélete, Polskie Linie Lotnicze „LOT” kontra Bizottság, T-240/18, EU:T:2021:723, 87. és 88. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat.

79. Adott esetben, valamint az érintett vállalkozás(ok) beadványaira támaszkodva a Bizottság a piaci szereplőkhöz – többek között az érintett vállalkozásokhoz – intézett írásbeli információkérések, vagy e szereplők kikérdezése útján gyűjt bizonyítékokat. Ebben az összefüggésben a Bizottság elsősorban az ágazatban működő fő versenytársaktól és vevőktől törekszik tényszerű bizonyítékokat beszerezni, valamint a termék- és földrajzi piacok határaitól alkotott véleményüket megismerni. Az információkérések pénzbírságot vonhatnak maguk után, ha a benyújtott információk félrevezetőek vagy helytelenek, így a pénzbírság hozzájárul annak biztosításához, hogy a valóságnak megfelelő információkat nyújtsanak be. A Bizottság kapcsolatba léphet továbbá az érintett kereskedelmi vagy fogyasztói szövetségekkel, az upstream vagy a kapcsolódó piacokon tevékenykedő vállalkozásokkal, valamint más kulcsfontosságú érdekelt felekkel, beleértve a helyi, a nemzeti vagy nemzetközi hatóságokat és ügynökségeket, vagy a nem kormányzati szervezeteket.
80. Az érintett piac meghatározása érdekében a Bizottság belső dokumentumokat is bekérhet az érintett jogalanyoktól, köztük különösen az érintett vállalkozás(ok)tól. A belső dokumentumok különösen akkor relevánsak, ha azokat a szokásos üzletmenet során készítették el, szemben a bizottsági vizsgálat céljából vagy alatt készített dokumentumokkal, mivel az előbbiek jobban tükrözhetik, hogy ezek a vállalkozások hogyan látják a piacot. Ez magában foglalhatja azokat a marketingtanulmányokat is, amelyeket a vállalkozások a múltban azzal a céllal rendeltek meg, hogy megalapozottan hozhassanak döntést például termékeik árazásával vagy marketingtevékenységeikkel kapcsolatban. Annak megállapításához, hogy a vevők gazdaságilag jelentős hányada két terméket egymással helyettesíthetőnek tekint-e, figyelembe lehet venni a használati mintázatokra és magatartásokra vonatkozó fogyasztói felméréseket, a fogyasztói vásárlási mintázatokra vonatkozó adatokat, a szállítók által kifejtett álláspontokat, valamint az érintett vállalkozás(ok) és versenytársaik által benyújtott piackutatási tanulmányokat. Azok a bizonyítékok, amelyek azt mutatják, hogy egy vállalkozás nyomon követi bizonyos versenytársak magatartását, vagy olyan stratégiai dokumentumok, amelyekre a vállalkozás támaszkodott, hogy megalapozott üzleti döntéseket tudjon hozni, mint például az üzleti tervek vagy az erősségek, gyengeségek, lehetőségek vagy fenyegetések értékelése, szintén jelezhetik a különböző versenytárs vállalkozások által gyakorolt versenykényszer erejét¹⁰⁶. Figyelembe kell venni az egyes dokumentumok szövegkörnyezetével összefüggő tényezőket, hogy értékelni lehessen azok relevanciáját. E tényezők közé tartozik a dokumentumok kelte, a szerzők és a lehetséges címzettek kiléte (ideértve azok funkcióját, szaktudását és/vagy rangidősségét), és a dokumentumok rendeltetése.

¹⁰⁶ Lásd például az M.7902. sz. Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide ügyet (28. pont), amelyben a Bizottság annak megállapításához, hogy ezek a szállítók ugyanahhoz a piachoz tartoznak, arra a tényre támaszkodott, hogy az összefonódásban részt vevő felek összehasonlító teljesítményértékelésnek vetették alá magukat mind a szállodaláncba tartozó, mind a független szállodákkal. Lásd még például az M.6663. sz. Ryanair/Aer Lingus III ügyet (98–103. pont), amelyben a Bizottság úgy értékelte, hogy a Ryanair és az Aer Lingus által a légi személyszállítási útvonalakon alkalmazott árak nyomon követése bizonyítékként szolgált annak megállapításához, hogy ugyanazon városok különböző repülőterei helyettesítői-e egymásnak.

81. Egyes esetekben a vevők vagy a szállítók reprezentatív mintáján végzett eseti felmérések hasznos információkkal szolgálhatnak az érintett piacról¹⁰⁷. A Bizottság a szóban forgó kérdéstől és a más forrásokból rendelkezésre álló bizonyítékoktól függően, valamint az adminisztratív korlátok – például a vizsgálat időkerete – figyelembevételével dönthet úgy, hogy egy adott esetben felmérést folytat le vagy rendel meg. A felméréseket gondosan kell megtervezni annak érdekében, hogy érdemi válaszokat lehessen kapni a vizsgálat tárgyát képező sokaságtól¹⁰⁸.
82. A Bizottság támaszkodhat nyilvános információkra, piaci vagy iparági jelentésekre, pénzügyi elemzéseket tartalmazó jelentésekre, valamint piaci statisztikákra vagy gazdasági tanulmányokra is, beleértve a külső tanácsadók által készített tanulmányokat is¹⁰⁹. A szabályozott piacokat érintő esetekben, ideértve például a távközlési, az energia- vagy az egészségügyi ágazatot, a Bizottság az ágazatspecifikus szabályozóktól is kérhet adatokat és véleményeket.
83. Adott esetben a Bizottság informális látogatásokat tehet, vagy hivatalos vizsgálatokat is végezhet az érintett vállalkozás(ok)nál, azok vevőinél vagy versenytársainál annak érdekében, hogy jobban megértse, hogyan gyártják vagy szállítják a termékeket.

4. A PIAC MEGHATÁROZÁSA KÜLÖNLEGES KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT

84. Ez a szakasz a bizonyos iparágakat, ágazatokat vagy piactípusokat érintő specifikus piacmeghatározási szempontokkal foglalkozik. Amennyiben e szakasz másként nem rendelkezik, a termékpiac és a földrajzi piac meghatározásának az ebben a közleményben ismertetett általános elvei az ebben a szakaszban említett iparágakra, ágazatokra vagy piactípusokra is alkalmazandók.

4.1. A piac meghatározása jelentős differenciálás esetén

85. A termékek jelentősen differenciálhatók, így egyes termékek közelebbi helyettesítők, mint mások. A differenciálás történhet termék- vagy földrajzi szinten. Termék-differenciálásra akkor kerül sor, ha a termék jellemzői a vevők választása szempontjából fontosak¹¹⁰, ideértve a kialakítást, a márka arculatát, a műszaki előírásokat, a tartósságot, a szolgáltatás szintjét vagy bármely más sajátos

¹⁰⁷ Lásd például az M.4439. sz. Ryanair/Aer Lingus ügyet (36. és 94. pont, 99. pont 9. alpontja és I. melléklet), amelyben a Bizottság egy független tanácsadótól megrendelt, a dublini repülőtérén a fogyasztók körében végzett felmérésre támaszkodott. A Bizottság e felmérés eredményeit közvetett bizonyítékként használta fel annak értékeléséhez, hogy bizonyos repülőterek egymással helyettesíthetők-e a fogyasztók számára.

¹⁰⁸ Például elvben előnyösebb a közelmúltbeli döntésekről tudakozódni, mint a hipotetikus döntésekről; a kérdéseknek egyértelműeknek kell lenniük, és nem készíthetnek egy adott irányba mutató válaszadásra, emellett a válaszlehetőségek körének kellően átfogónak kell lennie.

¹⁰⁹ Az ilyen tanulmányok eredete és háttere szintén releváns. Különösen az adott ügygel összefüggésben készített tanulmányok kerülnek alapos vizsgálatra, mivel a bizonyítékoknak kisebb bizonyító erejük van, ha azokat a Bizottság vizsgálata befolyásolta.

¹¹⁰ Lásd például a Törvényszék 2022. május 18-i Wieland-Werke kontra Bizottság ügyben hozott ítéletét (T-251/19, EU:T:2022:296) a rézből és rézötvözetekből készült hengerelt termékek piacról, amelyben a Törvényszék a 39. pontban megállapította, hogy: „[...] a felperes nem vitatja, hogy a hengerelt termékek nem homogén termékek, hanem olyan termékek, amelyek számos kritérium (összetétel, a kikészítés szintje, végfelhasználás stb.) alapján differenciáltak. E kritériumok mindegyike lehetővé teszi a hengerelt termékek átfogó piacának szegmentálását, anélkül, hogy ezek bármelyike eleve döntő lenne, vagy lehetővé tenné különálló termékpiacok meghatározását”.

jellemzőt¹¹¹. Földrajzi differenciálásra akkor kerül sor, ha az egyedi vevő és szállító földrajzi elhelyezkedése számít a vevő választása szempontjából¹¹².

86. A vevők számára ténylegesen rendelkezésre álló helyettesítőknak az érintett piac meghatározása céljából elvégzett elemzése alapján a Bizottság a differenciált termékek láncolatán belül külön érintett piacokat azonosíthat. Más esetekben a Bizottság meghatározhat egy viszonylag széles érintett piacot, amely differenciált termékeket foglal magában¹¹³.
87. Egyes esetekben helyettesítési láncok¹¹⁴ léte alapján a Bizottság olyan érintett piacokat határozhat meg, amelyek esetében a piac szélén elhelyezkedő termékek vagy területek nem helyettesíthetők közvetlenül¹¹⁵. Azonban a korábbi esetekben a Bizottság a tények általa végzett elemzése alapján általában elutasította a piac ilyen szélesebb körű meghatározását¹¹⁶.

¹¹¹ Például a távközlési ágazatban, ahol a vevők különböző típusai eltérő fogyasztási szokásokkal rendelkezhetnek, amelyek befolyásolják, hogy melyik szállítót választják. Lásd például az M.8792. sz. T-Mobile NL/Tele2 NL ügyet, amelyben a Bizottság szélesebb piacmeghatározás mellett döntött, és az ügyfelekcsoportok közötti termékdifferenciálást állapított meg, az ügyfelek által havonta elköltött pénz, a szerződés felépítése és időtartama, a szerződés teljesítése, valamint az ügyféligények tekintetében fennálló különbségek miatt. Ebben a konkrét ügyben, bár a Bizottság a mobiltávközlési szolgáltatások valamennyi végfelhasználó számára történő nyújtásának átfogó kiskereskedelmi piacát állapította meg, továbbra is úgy látta, hogy a kiskereskedelmi mobiltávközlési szolgáltatások nyújtása tekintetében két különálló ügyfélcsoport azonosítható: a lakossági ügyfelek és az üzleti ügyfelek.

¹¹² Lásd például az M.7155. sz. SSAB/Rautaruukki ügyet (102. pont), amelyben a Bizottság úgy ítélte meg, hogy a síkhengerelt acéltermékek erős földrajzi differenciáltsága – amelyet a skandináv országok, a kontinentális Európa és az Egyesült Királyság közötti eltérő árak elemzése is bizonyít – indokolta az összefonódás hatásának a skandináv országokra összpontosító értékelését. Lásd még például az M.7878. sz. Heidelberg Cement/Schwenk/Cemex Hungary/Cemex Croatia ügyet (174–176. pont és 229–239. pont), amelyben a Bizottság előadta, hogy még egy olyan érintett földrajzi piacon belül is, amelyet olyan területként határoztak meg, ahol a versenyfeltételek elég egyöntetűek, a versenyfeltételek fokozatosan változhatnak helyről helyre, és az ilyen változásokat adott esetben figyelembe kell venni a versenyjogi értékelésben. Ezt a megközelítést megerősítette a Törvényszék 2020. október 5-i, HeidelbergCement és Schwenk Zement kontra Bizottság ügyben hozott ítélete (T-380/17, EU:T:2020:471, 325. pont). Lásd még például az M.8444. sz. ArcelorMittal/Ilva és az M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügyeket, amelyekben a síkhengerelt szénacél késztermékek érintett földrajzi piacát EGT-szintűnek tekintették, az EGT-n belüli földrajzi differenciálással (amint azt az utóbbi ügyben a 2022. június 22-i, thyssenkrupp kontra Bizottság ügyben hozott ítélet – T-584/19, EU:T:2022:386, 145–258. pont – megerősítette).

¹¹³ Ilyen esetekben a Bizottság az értékelésében figyelembe veheti az egyes piaci szegmensek versenydinamikáját. Lásd a Törvényszék 2022. május 18-i Wieland-Werke kontra Bizottság ügyben hozott ítéletét (T-251/19, EU:T:2022:296) a rézből és rézötvözetekből készült hengerelt termékek piacáról, amelyben a Törvényszék a 40. pontban kifejtette, hogy: „*Emellett szem előtt kell tartani, hogy a differenciált termékek piacainak összefüggésében az átfogó piac megléte nem érinti annak lehetőségét, hogy egyes piaci szegmensekben különböző versenydinamikákat azonosítsanak*”.

¹¹⁴ Például, még ha az „A” termék vevői nem is tekintik a „C” terméket alternatívának, fennállhat egy olyan helyettesítési lánc, amelyben „A” termék vevői a „B” terméket helyettesítőnek, „B” termék vevői pedig a „C” terméket helyettesítőnek tekintik. Ekkor az „A” termékre közvetett kényszert gyakorolhat a „C” termék által támasztott verseny egy ilyen helyettesítési láncon keresztül.

¹¹⁵ Lásd például az M.9413. sz. Lactalis/Nuova Castelli ügyet (89. pont), amelyben a Bizottság megállapította, hogy bizonyíték van a márkás és a saját márkás sajtok helyettesítési láncára, és hogy versenyeznek egymással, bár nem tudta kizárni, hogy a márkás termékek esetleg elsősorban egy másik piacon versenyeznek, és nyitva hagyta a piac meghatározását.

¹¹⁶ Lásd például az M.5335. sz. Lufthansa/SN Airholding ügyet (33. pont), amelyben a Bizottság elutasította a különböző típusú jegyek közötti helyettesítési lánc meglétét, mivel ezt nem támasztották

4.2. A piac meghatározása a vevők vagy vevőcsoportok közötti diszkrimináció fennállása esetén

88. Diszkrimináció akkor áll fenn a vevők és a vevőcsoportok között, ha számukra ugyanazokat a termékeket különböző feltételek mellett (például különböző árakon vagy minőségben) kínálják, a költségektől független okok miatt¹¹⁷. Ez ahhoz vezethet, hogy az érintett termék vevőinek egy elkülönült csoportja egy szűkebb, elkülönült piacot alkot. Jellemzően ez a helyzet, ha a következő három feltétel mindegyike teljesül¹¹⁸:
- a) egyértelműen megállapítható, hogy az érintett terméknek a vevő részére történő értékesítésekor egy adott vevő melyik csoporthoz tartozik;
 - b) nem valószínű a vevők közötti kereskedelem vagy a harmadik személyek általi arbitrázs;
 - c) a vevők vagy vevőcsoportok közötti diszkrimináció nem átmeneti jellegű.
89. Azokban a helyzetekben, amikor a vevők vagy vevőcsoportok közötti diszkriminációra kerül sor, a versenyfeltételek eltérőek lehetnek a különböző vevőcsoportok között, így a szóban forgó magatartás vagy összefonódás különböző hatást gyakorolhat a különböző vevőcsoportokra. Ez indokolhatja külön érintett piacok meghatározását minden egyes vevőre vagy vevőcsoportra¹¹⁹. A vevő földrajzi helye alapján történő diszkrimináció szintén indokolhatja az érintett földrajzi piac e földrajzi helyek szerinti meghatározását¹²⁰.

4.3. A piac meghatározása jelentős K+F esetén

90. Az innováció gyakran a verseny kulcsfontosságú paramétere. A Bizottság figyelembe veszi a rendkívül innovatív iparágak jellemzőit, amelyeket gyakori és jelentős kutatás és fejlesztés (a továbbiakban: K+F) jellemez. Ezek a jellemzők, amelyek bármely ipari ágazatban jelen lehetnek, rendszerint a versenyjogi értékelés szakaszában kerülnek figyelembevételre, de relevánsak lehetnek a piacmeghatározás

alá bizonyítékok. A Bizottság által végzett árelemzés azt mutatta, hogy az állítólagos helyettesítési lánc végein az árak nagyon eltérőek voltak, és nem függtek egymástól. Lásd még például az M.6905. sz. Ineos/Solvay/JV ügyet (260., 261., 262. és 338. pont), amelyben a Bizottság elutasította az EGT-n belüli helyettesítési láncot alkotó fő S-PVC szállítók szállítási területei közötti átfedések meglétét egy mennyiségi elemzés alapján, amely kimutatta az arbitrázs hiányát és az egymást átfedő vonzáskörzetek közötti eltérő árképzési tendenciákat.

¹¹⁷ Ez a szakasz azokkal a helyzetekkel foglalkozik, amikor a vállalkozások diszkriminálhatnak a vevők vagy vevőcsoportok között a vevőkkel kapcsolatos megfigyelhető kritériumok (például a vevő személyazonossága, helye, életkora, neme stb.) alapján. Amikor a vállalkozások ugyanazokat a választási lehetőségeket kínálják minden vevőnek, és utóbbiak a preferenciáik alapján önmaguk különböző csoportokba rendeződnek, a Bizottság külön érintett termékpiacokat (vagy különböző piaci szegmenseket) határozhat meg a választási lehetőségek különböző termékeire (például business vagy turista osztályú repülőjegyek, feltöltőkártyás és előfizetéses mobiltelefon tarifák).

¹¹⁸ Ez akkor is érvényes, ha ezek a feltételek csak a jövőben teljesülnek, például a versenyfeltételekben a felülvizsgálat tárgyát képező összefonódás által előidézett változások miatt.

¹¹⁹ Amikor a versenyfeltételek és a valószínű hatások hasonlóak az ilyen vevők vagy vevőcsoportok körében, például a kínálati helyettesíthetőség miatt, a Bizottság mindazonáltal belefoglalhatja az ilyen vevőket vagy vevőcsoportokat ugyanabba az érintett piacba, a 2.1.2. szakaszban ismertetettek szerint.

¹²⁰ A termékpiac és a földrajzi piac árszisztemizáció által érintett meghatározására példa: az M.5830. sz. – Olympic/Aegean Airlines ügy (58. pont) és az M.7155. sz. SSAB/Rautaruukki ügy (101–102. pont).

szempontjából is. Tekintettel arra, hogy az innovációs erőfeszítések eredménye a végtermékeket illetően bizonytalan lehet, a Bizottság az értékelésében figyelembe veheti a K+F folyamatok különböző lehetséges eredményeit.

91. Azon esetek egyik kiemelkedő példája, amikor a Bizottság ezeket a jellemzőket figyelembe veheti a piacmeghatározás szempontjából, az úgynevezett piacra lépés előtt álló termékek. Bár ezek a termékek még nem állnak a vevők rendelkezésére, a K+F-folyamatuk kellően látható lehet annak megállapításához, hogy a piacra lépés előtt álló termék milyen más termék(ek)kel helyettesíthető, amennyiben a piacra lépés előtt álló termék fejlesztése sikeresen lezárult és a terméket forgalomba hozzák. A Bizottság megállapíthatja, hogy az ilyen, piacra lépés előtt álló termék meglévő érintett termékpiachoz¹²¹ vagy új termékpiachoz tartozik, amely a piacra lépés előtt álló termékekre és annak helyettesítőire korlátozódik¹²². A piacra lépés előtt álló termék rendeltetése és a más termékekkel való várható helyettesíthetősége különleges szerepet játszik az érintett piac meghatározásában. A piacra lépés előtt álló termékeket tartalmazó érintett piac földrajzi dimenziójának adott esetben tükröznie kell a termék mögötti K+F erőfeszítések földrajzi dimenzióját. Ezért tágabb lehet a piacképes termékek érintett földrajzi piacánál¹²³.
92. Ezzel szemben egyes esetekben előfordulhat, hogy a K+F folyamat (még) nem kapcsolódik szorosan egyetlen konkrét termékhez sem¹²⁴, hanem a kutatás olyan korai szakaszaival függ össze, amelyek több célt is szolgálhatnak, és amelyek hosszabb távon különböző termékek alapját képezik. Bár az a tény, hogy az ilyen korai innovációs erőfeszítések nem jelennek meg azonnal értékesíthető termékeként, megnehezítheti a szűk értelemben vett érintett termékpiac azonosítását, mégis releváns lehet azon határok azonosítása, amelyeken belül a

¹²¹ Különösen az azonos rendeltetésű termékek mellett. Az ilyen értékelésekre vonatkozó releváns példák a gyógyszeriparban találhatók. Lásd például az M.7275. sz. Novartis/GlaxoSmithKline Oncology Business ügyet (23–31. pont), amelyben a Bizottság a felek általi fejlesztés alatt álló B-Raf inhibitorokat és MEK-inhibitorokat az előrehaladott melanóma kezelésére szolgáló célzott terápiák piacának részeként értékelte, ahol már forgalmaztak meglévő termékeket. Más példák a csúcstechnológiai termékek, mint például az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power Renewable Power & Grid Business) ügyben (985–991. pont) értékelt nagy teljesítményű gázturbinák. Ebben az ügyben a Bizottság az Alstom piacra lépés előtt álló, nagy teljesítményű gázturbináját a nagy teljesítményű gázturbinák létező termékpiaca részének tekintette.

¹²² Különösen azokban az esetekben, amikor különböző vállalkozások azonos vagy összehasonlítható piacra lépés előtt álló termékeket fejlesztenek, vagy ha ezek a termékek jellemzőik miatt várhatóan jelentősen megváltoztatják az iparág dinamikáját. Lásd például az M.9461. sz. AbbVie/Allergan ügyet (48–54., és 56–60. pont), amelyben a Bizottság a fekélyes vastagbélgyulladás és a Crohn-betegség kezelésére alkalmas IL-23 inhibitorokra korlátozódó valószínűsíthető érintett piacot azonosított, jóllehet akkor egyetlen szállító sem forgalmazta az IL-23 inhibitorot, jóllehet a termékek akkoriban fejlesztés alatt álltak, különösen azért, mert az ilyen termékek ígéretesek voltak e betegségek kezelése szempontjából.

¹²³ Különösen a gyógyszeripart illetően a Bizottság korábbi ügyekben úgy vélte, hogy a piac földrajzi kiterjedése globális, vagy legalább EGT-szintű, amennyiben a piacra lépés előtt álló érintett termékek mögötti K+F legalább EGT-szintű. Lásd például az M.7275. sz. Novartis/GSK Oncology Business ügyet (32. pont) és az M.7480. sz. Actavis/Allergan ügyet (17. pont).

¹²⁴ Amint az a 9. lábjegyzetben említésre került, a „termék” kifejezés a technológiákat is magában foglalja. Ez a szakasz különösen releváns a piacok ilyen technológiák jelenlétében történő meghatározása szempontjából is. A technológiák az anyagi javaktól vagy a szolgáltatástól függetlenül szellemi tulajdon-jogként licencelhetők vagy értékesíthetők, és mint ilyenek, e közlemény alkalmazásában terméknek tekinthetők.

vállalkozások az ilyen korábbi innovációs erőfeszítések terén versenyeznek, hogy értékelni lehessen, hogy gyengült-e az innovációs verseny az összefonódás vagy a magatartás miatt¹²⁵. Az ilyen típusú értékelésben az olyan tényezők, mint az innovációs erőfeszítések jellege és terjedelme, a különböző kutatási irányvonalak célkitűzései, a különböző részt vevő csoportok szakosodása vagy a vállalkozás múltbeli innovációs erőfeszítéseinek eredményei lényegesek lehetnek az innovációs verseny határainak megállapítása szempontjából. E határok megállapításakor helyénvaló figyelembe venni egyéb földrajzi sajátosságok mellett azokat a földrajzi területeket is, amelyeken a K+F történik¹²⁶.

93. Az érintett termékpiac és földrajzi piac meghatározásához a 3. szakaszban ismertetett általános tényezők – a láthatóságuk mértékétől függően – relevánsak lehetnek azon piacok meghatározásához, amelyeken jelentős K+F történik. Ebben az összefüggésben folytonosság állhat fenn egy adott termékhez vagy piacra lépés előtt álló termékhez szorosan kapcsolódó K+F folyamatok és olyan korai innovációs erőfeszítések között, amelyek nem kapcsolódnak szorosan ilyen termékekhez. Ez lehet a helyzet különösen abban a szakaszban, amikor a K+F folyamatok célzottabbakká válnak, de még mindig képesek olyan többszörös és alternatív potenciális eredményekre, amelyeket még nem eléggé finomítottak ahhoz, hogy meghatározott felhasználási célú és végleges jellemzőkkel rendelkező, konkrét piacra lépés előtt álló terméknek minősüljenek. Ebben az esetben a Bizottságnak a piacmeghatározáshoz alkalmazott megközelítése attól függően állhat közelebb a piacra lépés előtt álló termékekkel, illetve az innovációs erőfeszítésekkel kapcsolatban alkalmazott megközelítéshez, hogy hol helyezkedik el az adott K+F folyamat ebben a folytonosságban.

4.4. A piac meghatározása többoldalú platformok jelenléte esetén

94. A többoldalú platformok a felhasználók különböző csoportjai közötti interakciókat támogatják, és olyan helyzetet teremtenek, amelyben az egyik felhasználói csoport kereslete befolyásolja a többi csoport keresletét¹²⁷. Ebben a helyzetben az egyik csoportnak a kínálati feltételek megváltozására adott reakciója más csoportokat is érinthet, ami visszacsatolási hurkokat, azaz közvetett hálózati hatásokat eredményez a platform különböző oldalai között¹²⁸. A platformok a kínálati feltételek

¹²⁵ Az M.7932. sz. Dow/DuPont ügyben a Bizottság az innovációs terek koncepcióját alkalmazta e határok megállapításához (lásd különösen az ebben az ügyben hozott határozat 4.4. szakaszát). Az M.7932. sz. Dow/DuPont ügy tárgya a növényvédőszeres terén működő két vállalkozás összefonódása volt, amelyek iparági szinten rendelkeztek azokkal az eszközökkel és képességekkel, amelyek új termékek felfedezéséhez és fejlesztéséhez szükségesek, és e termékek a K+F erőfeszítések eredményeként piacra vihetők. Így ezek a vállalkozások innovációs versenyben vettek részt.

¹²⁶ Lásd: M.7932. sz. Dow/DuPont ügy (353. és az azt követő pontok). Az innovációs erőfeszítések jellemzően globális természetűek, és nyilvánvaló nemzeti vagy egyéb földrajzi sajátosságok hiányában az érintett földrajzi piacok gyakran globális kiterjedésűek, vagy minden esetben legalább EGT-szintűek.

¹²⁷ A többoldalú platformok tipikus példái közé tartoznak a fizetési kártya-rendszerek (lásd az AT.34579. sz. Mastercard ügyet) és a reklámtámogatású platformok (lásd az M.8124. sz. Microsoft/LinkedIn ügyet).

¹²⁸ Például a platform A oldalán bekövetkező áremelkedés csökkenti a felhasználók keresletét ezen az oldalon. Az A oldal keresletének csökkenése ezt követően hatással lehet a B oldal felhasználói által támasztott keresletre, ami viszont hatással lehet az A oldal felhasználói által támasztott keresletre (vagy egy harmadik C oldalra). Lásd az AT.39740. sz. Google search (Shopping) ügy (159. pont) és az AT.40099. sz. Google Android ügy (464., 469. és 638. pont) példáit.

meghatározásakor jellemzően internalizálják ezeket a különböző csoportok közötti közvetett hálózati hatásokat.

95. Többoldalú platformok megléte esetén a Bizottság meghatározhatja a platform egésze által kínált termékek érintett termékpiacát oly módon, hogy az magában foglalja az összes (vagy több) felhasználói csoportot¹²⁹, vagy meghatározhat külön (bár egymással összefüggő) érintett termékpiacokat a kínált termékek tekintetében a platform mindegyik oldalán¹³⁰. Az ügy tényállásától függően helyénvalóbb lehet külön piacokat meghatározni, ahol a platform különböző oldalain jelentős különbségek vannak a helyettesítési lehetőségek között. Annak értékeléséhez, hogy léteznek-e ilyen különbségek, a Bizottság figyelembe vehet olyan tényezőket, mint például azt, hogy az egyes felhasználói csoportok számára helyettesíthető termékeket kínáló vállalkozások eltérőek-e, az egyes oldalakon a termékdifferentiálás mértékét (vagy annak az egyes felhasználói csoportok általi megítélése), a magatartási tényezőket, mint például az egyes felhasználói csoportok homing döntései¹³¹ és a platform jellegét (például ügyleti vagy párosító platformról van-e szó). Mindegyik esetben a Bizottság az érintett piacok meghatározása során vagy a versenyjogi értékelésben figyelembe veszi adott esetben a platform különböző oldalain lévő felhasználói csoportok közötti közvetett hálózati hatásokat.
96. A gyakorlatban a közvetett hálózati hatások jelenléte nehezebbé teheti a keresleti helyettesíthetőség értékelését és különösen az SSNIP-teszt alkalmazását, mint azokban a helyzetekben, amikor a felhasználói csoportok között nem áll fenn a kereslet ilyen kölcsönös függősége.
97. A többoldalú platformok nulla pénzben kifejezett áron, vagy akár negatív áron szállíthatnak egy adott terméket valamely felhasználói csoportnak annak érdekében, hogy a felhasználókat a platform többi oldalán kínált termékekhez vonzzák, és ezeken az oldalakon tegyék pénzzé termékeiket. A nulla pénzben kifejezett árak a többoldalú platformok üzleti stratégiájának szerves részét képezhetik. Az a tény, hogy egy terméket nulla pénzben kifejezett áron szállítanak, nem jelenti azt, hogy e terméknek nincs érintett piaca.
98. Ilyen esetekben a nem árjellegű paraméterek különösen fontosak a helyettesíthetőség értékelése szempontjából. A Bizottság olyan tényezőkre összpontosít, mint a termék funkcionalitása¹³², rendeltetése¹³³, a korábbi vagy hipotetikus helyettesítésre

¹²⁹ Az M.8124. sz. Microsoft/LinkedIn ügyben (3.7. szakasz) a Bizottság egyetlen piacot határozott meg az online toborzási szolgáltatások tekintetében, amely magában foglalta mind az állaskeresőket, mind a munkaerő-toborzókat.

¹³⁰ A fizetési kártya-rendszerekre vonatkozó AT.34579. sz. Mastercard ügyben (6.2.3. és 6.2.4. szakasz) a Bizottság a piac kibocsátási és elfogadási oldalát különálló érintett termékpiacokként határozta meg.

¹³¹ Ez a felhasználók azon döntésére utal, hogy egy adott termékhez egy platformot használnak (single-homing) vagy párhuzamosan több platformot használnak ugyanahhoz a termékhez (multi-homing). Néhány esetben a platform egyik oldalán lévő felhasználók homing döntései hatással vannak a velük való interakció azon alternatíváira, amelyek a platform másik oldalain lévő felhasználók rendelkezésére állnak, vagyis a helyettesíthetőség lehetőségeire a platform más oldalain.

¹³² Lásd például a fogyasztói hírközlési szolgáltatások és közösségi hálózati szolgáltatások piacmeghatározását az M.7217. sz. Facebook/Whatsapp ügyben (24–33. és 51–61. pont).

¹³³ Lásd például az általános keresőszolgáltatások piacának meghatározását az AT.39740. sz. – Google Search (Shopping) ügyben (163–183. pont).

vonatkozó bizonyítékok¹³⁴, az áttérés akadályai és költségei, mint például a más termékekkel való interoperabilitás, az adathordozhatóság és az engedélyezési jellemzők¹³⁵. A Bizottság mérlegelheti a kismértékű, de jelentős, nem átmeneti áremelés (SSNIP) alternatíváit is, például a nullaáras termék vevőinek a minőség kismértékű, de jelentős, nem átmeneti jellegű csökkenésére (SSNDQ) válaszul tanúsított áttérési magatartásának értékelésével¹³⁶.

4.5. A piac meghatározása utópiacok, termékcsomagok és (digitális) ökoszisztémák megléte esetén

99. Bizonyos körülmények között egy tartós termék (elsődleges termék) fogyasztása egy másik kapcsolódó termék (másodlagos termék) fogyasztásához vezet. Ezt gyakran „utópiacnak” nevezik. Ilyen körülmények között a Bizottság az elsődleges termékek és a másodlagos termékek érintett piacainak meghatározásakor és/vagy a versenyjogi értékelés során figyelembe veszi a megfelelő kapcsolódó piacok piaci viszonyai által támasztott versenykényszert is.
100. Az elsődleges termékek és másodlagos termékek esetében az érintett termékpiacok meghatározásának általában három lehetséges módja van, nevezetesen:
 - a) az elsődleges terméket és a másodlagos terméket egyaránt magában foglaló rendszerpiacként¹³⁷;
 - b) több piacként, nevezetesen az elsődleges termék piacaként és az elsődleges termék egyes márkáihoz kapcsolódó másodlagos termékek külön piacaiként¹³⁸; vagy
 - c) kettős piacként, nevezetesen egyrészt az elsődleges termék piacaként, másrészt a másodlagos termék piacaként¹³⁹.
101. A rendszerpiac meghatározása annál megfelelőbb lehet:
 - a) minél valószínűbb, hogy a vevők az elsődleges termék vásárlásakor figyelembe veszik annak teljes életciklusköltségét;
 - b) minél nagyobbak a másodlagos termék(ek)re fordított kiadások (vagy e termékek értéke) az elsődleges termékre fordított kiadásokhoz (vagy annak értékéhez) képest;
 - c) minél magasabb az elsődleges termékek közötti helyettesíthetőség mértéke, és minél alacsonyabbak az elsődleges termékek közötti áttérés költségei; és

¹³⁴ Lásd például a professzionális közösségi hálózati szolgáltatások piacának meghatározását az M.8124. sz. Microsoft/LinkedIn ügyben (108–110. pont).

¹³⁵ Lásd például az AT.40099. sz. Google Android ügyet és különösen az Android alkalmazás-áruházak piacának meghatározását (284–305. pont), valamint a licencelhető intelligens mobil operációs rendszerek piacának meghatározását (239. pont).

¹³⁶ Az SSNDQ ilyen értékelésének példáját lásd az 54. lábjegyzetben.

¹³⁷ Az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) ügy 7.2.3.3. szakaszában a Bizottság egy piacot határozott meg a gázturbinák értékesítésére és az azt követő szervizelésére.

¹³⁸ Az AT.39097. sz. Watch Repair ügyben (86–91. pont) a Bizottság több különálló piacot határozott meg a tartalék alkatrészek számára, amelyek mindegyike egy adott óramárkához kapcsolódott.

¹³⁹ Az M.9408. sz. Assa Abloy/Agta Record ügyben (127. pont) a Bizottság a szolgáltató megkülönböztetése nélkül határozta meg az értékesítés utáni szolgáltatások piacát.

- d) ha nincs, vagy csak kevés a másodlagos termék(ek)re szakosodott szállító¹⁴⁰.
102. Másfelől helyénvalóbb lehet kettős vagy több piacot meghatározni, elsősorban a különböző szállítók másodlagos termékei közötti helyettesíthetőség mértékétől függően. Ha például a különböző szállítóktól származó másodlagos termékek kompatibilisek az összes vagy a legtöbb elsődleges termékkel, a kettőspiac-meghatározás megfelelőbb lehet, míg ha az elsődleges termékek vásárlói a másodlagos termékek korlátozott körének használatához vannak kötve, akkor a több piac meghatározása lehet helyénvalóbb.
103. Más körülmények között, bár egy vagy több termék fogyasztása nem függ az elsődleges terméktől, a vevők továbbra is előnyben részesíthetik több termék együttes, csomagban történő fogyasztását. Ilyen körülmények között a Bizottság megvizsgálhatja, hogy a csomag az egyes termékektől elkülönülő érintett termékpiacot képez-e. Ennek során a csomag és az egyes termékek közötti helyettesíthetőséget értékeli (például azt vizsgálja, hogy a vevők az egyes termékeket külön szereznek-e be, ha romlanának a csomag kínálati feltételei)¹⁴¹.
104. A (digitális) ökoszisztémák bizonyos körülmények között úgy is értelmezhetők, mint amelyek egy elsődleges alaptermék(ből) és több másodlagos (digitális) termék(ből) állnak, amelyek fogyasztása például technológiai kapcsolatok vagy interoperabilitás révén az alaptermékhez kapcsolódik¹⁴². A (digitális) ökoszisztémák vizsgálatok a Bizottság ezért az érintett termékpiac(ok) meghatározása céljából az utópiacokra alkalmazottakhoz hasonló elveket alkalmazhat¹⁴³. Amennyiben a másodlagos (digitális) termékeket csomagban kínálják, a Bizottság értékelheti annak lehetőségét is, hogy ez a csomag önmagában érintett piacot képez-e. Bár nem minden (digitális) ökoszisztémára illeszthető rá az utópiacra vagy a csomagalapú piacra épülő megközelítés, a Bizottság az érintett termékpiac(ok) meghatározása céljából adott esetben figyelembe vesz olyan tényezőket, mint a hálózati hatásokat, az áttérési

¹⁴⁰ Lásd ebben az értelemben: a Törvényszék 2010. december 15-i ítélete, CEAHR kontra Bizottság, T-427/08, EU:T:2010:517, 78–109. pont és különösen a 79., 95. és 108. pont, valamint az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) ügy, 95. pont.

¹⁴¹ Lásd például az M.5462. sz. Thomas Cook Group/Gold Metal International ügyet (9–16. pont), amelyben a Bizottság megvizsgálta és nyitva hagyta annak lehetőségét, hogy a szervezett utazások piaca elkülönült legyen az olyan üdülésektől, amelyek esetében a fogyasztó egyénileg vásárolja meg a különböző elemeket. Hasonlóan, az M.7555. sz. Staples/Office Depot ügyben (91. pont) a Bizottság megállapította, hogy minden valószínűség szerint külön termékpiaca van a hagyományos irodai termékek (papír, tintapatron és toner, irodaszer) szerződéses alapú, egyablakos rendszerben történő szállításának.

¹⁴² A Törvényszék a 2022. szeptember 14-i Google és Alphabet kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (T-604/18, EU:T:2022:541) 116. pontjában kimondta: „egy digitális »ökoszisztémában« [...] azok a termékek vagy szolgáltatások, amelyek az adott ökoszisztémát alkotó érintett piacok részét képezik, horizontális vagy vertikális komplementaritásuk alapján átfedésben lehetnek egymással vagy kapcsolódhatnak egymáshoz. Az érintett piacok együttevén globális dimenzióval is rendelkezhetnek az összetevőiket egyesítő rendszer, valamint az adott rendszeren belüli vagy más rendszerekből eredő esetleges versenykényszer fényében”. A digitális ökoszisztémára példa a mobil operációs rendszer köré épülő termékek ökoszisztémája, beleértve a hardvert, az alkalmazás-áruházat és a szoftveralkalmazásokat.

¹⁴³ Lásd az AT.40099. sz. Google Android ügyet (299. pont) az alkalmazás-áruházak piacának meghatározásáról, amelyben a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy az alkalmazás-áruházból és intelligens mobil operációs rendszerekből álló rendszerpiac meghatározásának feltételei nem állnak fenn.

költségeket (ideértve azokat a tényezőket is, amelyek vevőfogvatartáshoz vezethetnek), és a (single- vagy multi-)hominggal kapcsolatos döntéseket.

5. PIACI RÉSZESEDÉSEK

105. A piacmeghatározás lehetővé teszi a Bizottság számára, hogy azonosítsa az érintett piacon tevékenykedő szállítók és vevőket. Ezt követően ki tudja számítani a piac teljes méretét és az egyes szállítók piaci részesedését, általában az érintett termékeknek az érintett földrajzi területen belüli értékesítései (és – a vevők esetében – beszerzései) alapján.
106. A piaci részesedések a szállítók relatív piaci helyzetét tükrözik, és mint ilyenek, nagyon hasznosak lehetnek a piaci erő értékeléséhez. A piaci részesedés azonban nem az egyetlen mutatója a vállalkozás piaci erejének¹⁴⁴. Az ügy tényállásától függően más tényezők is relevánsak lehetnek, mint például a piacra lépés vagy a terjeszkedés – például méretgazdaságossági vagy hálózati hatásokból származó – akadályai, a konkrét eszközökhöz és inputokhoz való hozzáférés, valamint a termékdifferenciálás és a helyettesíthetőség mértéke. Ezt a versenyjogi ügyekben folytatott érdemi értékelésre vonatkozó bizottsági iránymutatások fejtik ki részletebben¹⁴⁵.
107. A Bizottság általában a kereskedői értékesítéseken¹⁴⁶ alapuló piaci részesedésekből indul ki. Ezzel szemben a beszerzési piacokon a Bizottság általában a (kereskedői) beszerzéseken alapuló piaci részesedésekre támaszkodik. Általában mind az értékesítések vagy beszerzések értéke, mind az értékesítések vagy beszerzések volumene hasznos információkkal szolgál.
108. A kereskedői értékesítéseken vagy beszerzéseken kívül – az adott terméktől vagy az adott iparágtól függően – más mérőszámok is nyújthatnak kiegészítő vagy hasznosabb információkat a piaci részesedések meghatározásához. Ezek a mérőszámok a következők lehetnek: kapacitás¹⁴⁷ vagy termelés (különösen olyan piacok esetében, ahol a kapacitás stratégiai fontosságú)¹⁴⁸; a szállítók száma (különösen olyan piacokon, ahol hivatalos pályázati felhívásokat alkalmaznak, vagy olyan helyzetekben, amikor az innovatív termékek a fejlesztési szakaszban vannak);

¹⁴⁴ Lásd például: a Törvényszék 2007. július 9-i ítélete, Sun Chemical Group és társai kontra Bizottság, T-282/06, EU:T:2007:203, 140. pont; a Törvényszék 2010. július 6-i ítélete, Ryanair kontra Bizottság, T-342/07, EU:T:2010:280, 42. pont.

¹⁴⁵ Lásd például a horizontális összefonódásokról szóló iránymutatás III. és IV. szakaszát. Lásd még a horizontális együttműködési megállapodások értékeléséről szóló 236. pontját.

¹⁴⁶ Kereskedői értékesítések alatt harmadik feleknek történő értékesítések értendők, szemben a csoporton belüli értékesítésekkel.

¹⁴⁷ A kapacitás- vagy termelés-részesedések kiszámítása rendszerint a földrajzi piac által lefedett területen található szállítók alapján történik.

¹⁴⁸ Lásd például: a nejlonpolimer értékláncra vonatkozó M.8674. sz. BASF/Solvay's Polyamide Business ügy (455. pont b) alpont); a szürke cement piacát érintő összefonódásra vonatkozó M.7744. sz. HeidelbergCement/Italcementi ügy (61. pont), valamint a nikkelpiacot érintő összefonódásra vonatkozó M.4000. sz. Inco/Falconbridge ügy (315. és az azt követő pontok). Lásd még például: M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügy (474–481. pont), valamint a Törvényszék 2022. június 22-i ítélete, ThyssenKrupp kontra Bizottság, T-584/19, EU:T:2022:386, 591. pont.

az odaítélt szerződések száma¹⁴⁹; a használat mérőszámai, mint például az (aktív) felhasználók száma¹⁵⁰, a weboldal-látogatások vagy streamek száma¹⁵¹, az eltöltött idő vagy a közönség létszáma¹⁵², a letöltések¹⁵³ és frissítések száma, a platformon zajló interakciók száma¹⁵⁴ vagy a platformon kötött ügyletek volumene vagy értéke (különösen, ha alapvetően a termékekhez való hozzáférés pénzben kifejezett ára nulla, mint például a digitális piacokon, vagy általánosabban a többoldalú platformok esetében); flottaegységek, ülőhely-kapacitás, utak száma vagy hozzáférési jogok, például résidők meghatározott repülőtereken (például a közlekedési piacokon)¹⁵⁵; vagy a birtokolt tartalékok (például a bányászati ágazatban)¹⁵⁶. Azokon a piacokon, ahol gyakori és jelentős K+F beruházásokra kerül sor, a K+F-kiadások szintje, illetve a szabadalmak vagy a szabadalomra való hivatkozások száma használható releváns mérőszámként a vállalkozások relatív versenyhelyzetének értékeléséhez¹⁵⁷. A piaci szereplők által az általános üzletmenetükben használt mérőszámok általában véve rendkívül relevánsnak bizonyulnak.

109. Amikor a piacokat a vevők helye körül határozzák meg, a piaci részesedések számítása figyelembe veszi az érintett földrajzi piacon található vevőknek történt összes értékesítést. Ennek megfelelően a piaci részesedések számítása figyelembe veszi a más területeken található szállítók értékesítéseit az érintett földrajzi piacon található vevők felé (vagyis az érintett piacra történő importot), azonban nem veszi figyelembe az érintett piacon található szállítók értékesítéseit a más területeken található vevők felé (vagyis az érintett piacról történő kivitelt)¹⁵⁸. Ezzel szemben, amikor a piacokat a szállítók helye körül határozzák meg, a piaci részesedések számítása figyelembe veszi az érintett piacon található szállítók összes értékesítését, függetlenül a vevő földrajzi helyétől¹⁵⁹. Ebben az esetben az érintett földrajzi piacon kívül található szállítók értékesítései nem tartoznak bele a piaci részesedések számításába.

¹⁴⁹ Lásd például: M.8134. sz. Siemens/Gamesa ügy (75–80. pont), amelyben a Bizottság kifejti, hogy a szélturbinákra odaítélt szerződések száma ebben az esetben relevánsabb mérőszám volt, mint a szélturbinák telepített bázisa az odaítélés és a telepítés közötti időeltolódás miatt.

¹⁵⁰ Lásd például: M.7217. sz. Facebook/Whatsapp ügy (95–98. pont).

¹⁵¹ Lásd például: AT.39740. sz. – Google Search (Shopping) ügy (273–284. pont).

¹⁵² Lásd például: M.9064. sz. Telia Company/Bonnier Broadcasting Holding ügy az ingyenesen fogható és az alapszintű fizetős televíziócsatornák nagykereskedelmi piacával kapcsolatban (315., 316., 324., 327., 333. és 339. lábjegyzet).

¹⁵³ Lásd például: AT.40099. sz. Google Android ügy (591–593. pont).

¹⁵⁴ Lásd például: M.10262. sz. Facebook/Kustomer ügy (176–179. pont), a B2C hírközlési szolgáltatások piacával kapcsolatban.

¹⁵⁵ Lásd például: M.4439. sz. Ryanair/Aer Lingus ügy (340–347. pont); M.8869. sz. Ryanair/LaudaMotion ügy (303–306. pont) és M.9287. sz. Connect Airways/Flybe ügy (447–453. pont).

¹⁵⁶ Lásd például: M.4000. sz. Inco/Falconbridge ügy (490–494. pont) és M.8713. sz. Tata Steel/ThyssenKrupp/JV ügy (472–481. pont).

¹⁵⁷ Lásd például: M.7932. sz. Dow/DuPont ügy (a határozat 1. melléklete) és M.8084. sz. Bayer/Monsanto ügy (1153. és az azt követő pontok).

¹⁵⁸ Lásd még a 43. pontot.

¹⁵⁹ Például napi fogyasztási cikkek kiskereskedelmi forgalmazása esetében a piaci részesedések számításába beletartozik az érintett piacokon található releváns kiskereskedelmi egységek összes értékesítése. Lásd például: M.8468. sz. Norgesgruppen/Axfood/Eurocash ügy (32. és az azt követő pontok).

110. A termékek jelentős differenciálása esetén (lásd a 4.1. szakaszt) a piaci részesedés kevésbé megbízható mutatója lehet a piaci erőnek, és a Bizottság a versenyjogi értékelése részeként rendszerint azt is elemzi, hogy az érintett vállalkozás(ok) és más szállítók közeli versenytársak-e. Ezért, bár a piacmeghatározás továbbra is fontos lépés, annak elemzése, hogy a szállítók milyen közeli versenytársai egymásnak, relevánsabb lehet a piaci részesedések értékelésénél a differenciált piacok versenyjogi értékelésében¹⁶⁰. E célból a Bizottság adott esetben támaszkodhat az érintett piac szegmenseiben fennálló részesedésekre, és ezeket figyelembe veheti annak értékelésekor, hogy a vállalkozások mennyire közeli versenytársai egymásnak és versenytársaiknak¹⁶¹.
111. Továbbá, abban az esetben, amikor a termékeket jelentősen differenciálják, az értékesítés értékében és az értékesítés volumenében mért piaci részesedések jelentősen eltérhetnek egymástól. A Bizottság rendszerint az értékesítések értékét tekinti kiindulópontnak¹⁶². Azonban az értékesítési volumenek kiegészíthetik az értékesítések értékét, és egyes esetekben alkalmasabb a vizsgált magatartás vagy összefonódás hatásainak értékelésére. Például két olyan vállalkozás összefonódása esetén, amelyek más vállalkozásoknál sokkal alacsonyabb áron kínálnak egy terméket, de a vevők jelentős részét szerzik meg, az értékesítési érték önmagában alábecsülheti e vállalkozások versenybeli jelentőségét és kölcsönhatásait¹⁶³.
112. A piaci részesedésre vonatkozó információkat az érintett vállalkozás(ok) becslés formájában is megadhatják, ha pontos piaci részesedések nem állnak rendelkezésükre. A Bizottság emellett vagy alternatívaként más információforrásokat is felhasznál a piac méretére és a piaci részesedésekre vonatkozóan, amennyiben ez szükséges az értékeléséhez. Ezek közé tartozhatnak a hatóságok, ágazati tanácsadók vagy szakmai szövetségek által készített tanulmányok vagy jelentések, az érintett vállalkozás(ok) belső dokumentumai vagy a piaci szereplők által benyújtott becslések. Különösen abban az esetben, ha az érintett vállalkozás(ok)tól származó megbízható becslések vagy más forrásokból származó információk nem állnak rendelkezésre, a Bizottság az érintett piaci szereplőkhöz intézett információkérések révén teljes vagy részleges piaci rekonstrukciót végezhet azzal, hogy felkéri az

¹⁶⁰ A Bizottság például úgy értékelheti a vállalkozások közötti verseny intenzitását, hogy elemzését a vállalkozások szegmensekben való részesedéseire, az árak hasonlóságára és a verseny szempontjából releváns egyéb tényezőkre, vagy a különböző termékek közötti helyettesíthetőség olyan mérőszámaira, mint például a megfigyelt váltásokra és az olyan kapcsolódó mérőszámokra, mint például az áttérési rátákra vagy a becsült keresleti rugalmasságokra összpontosítja. Lásd például az M.5658. sz. Unilever/Sara Lee ügyet, amelyben a Bizottság jelentős differenciáltságot állapított meg a dezodorok piacán, és versenyjogi értékelésének részeként a becsült keresleti rugalmasságok alapján mennyiségi értékelést végzett a várható árhatások tekintetében.

¹⁶¹ Lásd például az M.9409. sz. Aurubis/Metallo Group Holding ügyet (227. és 468. pont), amelyben a Bizottság megállapította, hogy az olvasztásra és finomításra szánt rézhulladék érintett piaca nagymértékben differenciált, különösen az anyagösszetétel és a származás tekintetében, és több szegmensből áll. A Bizottság felülvizsgálta e konkrét szegmensekben fennálló piaci részesedéseket annak értékelése céljából, hogy az összefonódásban részt vevő felek mennyire közeli versenytársai egymásnak és versenytársaiknak.

¹⁶² Lásd például: az M.7278.sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) ügy (426. pont).

¹⁶³ Például a saját márkás, nem differenciált termékek szolgáltatói közötti verseny jobban megragadható a mennyiségi részesedés alapján. Lásd például: M.9413. sz. Lactalis/Nuova Castelli ügy (137. pont).

érintett piac szállítóit vagy vevőit, hogy szolgáltatassanak adatokat saját értékesítési vagy beszerzési volumeneikről vagy értékeikről, illetve egyéb releváns mérőszámokról. A Bizottság tapasztalata alapján az ilyen piaci rekonstrukciók általában olyan piacok esetében alkalmasabbak, amelyeken csak kevés szállító működik.

113. Főszabályként a Bizottság az 1 éves referencia-időszakokra számított piaci részesedésekre támaszkodik. A Bizottság az ilyen adatokat rendszerint legalább 3 éves időszakra gyűjti, illetve az antitröszt szabályok érvényesítésének összefüggésében általában a vizsgált magatartás időtartamával megegyező időszakokra. A piaci részesedések kiszámítása tekintetében figyelembe vett referencia-időszak azonban az érintett piac jellemzőitől függően az 1 éves standard időszaktól eltérő lehet. Különösen az ingadozó vagy rendszertelen kereslettel vagy a kínálat és/vagy a kereslet szezonálisával jellemzett piacokon, vagy az olyan piacokon, ahol szerkezetváltás megy végbe, helyénvaló lehet hosszabb vagy rövidebb referencia-időszakokat alkalmazni a piaci részesedések kiszámításához¹⁶⁴. A szerkezeti átmenet – például szabályozási vagy technológiai változások – által érintett piacokon, vagy ahol előretételezésre lehet szükség a piaci dinamikák rögzítésére, a várható változások figyelembevétele érdekében a jövőre nézve becsülhetők a piaci részesedések¹⁶⁵.

6. KÖVETKEZTETÉSEK

114. A Bizottság határozathozatali gyakorlatában tovább fogja fejleszteni az érintett termék- és földrajzi piac fogalmára vonatkozó értelmezését, figyelemmel a piaci fejleményekre, a versenydinamikák és a piacmeghatározás bevált gyakorlatainak alakulására, és az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlatával összhangban.
115. Az „érintett piac” fogalmának Bizottság általi, e közleményben szereplő értelmezése nem érinti a fogalomnak az uniós bíróságok által az egyedi ügyekben alkalmazott értelmezését.
116. Ez a közlemény a közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról szóló 1997. évi bizottsági közlemény¹⁶⁶ helyébe lép.

¹⁶⁴ Az ingadozó kereslet miatti hosszabb referencia-időszakokra a pályázati piacokon találhatók példák. Lásd például az M.7278. sz. General Electric/Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) ügyet (420–422. pont), ahol a piaci részesedéseket öt és tíz éves időszakra számították ki. Az M.8677. sz. Siemens/Alstom ügyben (141. pont), tízéves referencia-időszakot, míg az M.9343. sz. Hyundai Heavy Industries Holdings / Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering ügyben (362. és az azt követő pontok) és az M.10078. sz. Cargotec/Konecranes ügyben (533. pont) tizenegy éves referencia-időszakot használtak, melyet több alidőszakra osztottak. Több évnyi adatot használtak fel rövidebb referencia-időszakokat (nevezetesen idényeket) érintően a légitársaságokra vonatkozó ügyekben; lásd például: M.8869. sz. Ryanair/Laudamotion ügy (304. pont).

¹⁶⁵ Lásd például az M.9674. sz. Vodafone Italia/TIM/INWIT JV ügyet (81. és 147. pont), amelyben a mobilhálózat-üzemeltetőknél a makrocella-bázisállomásokon nyújtott hosting szolgáltatások piacára vonatkozó piaci részesedéseket a 2017–2027 közötti évekre, vagyis több évre előre számították ki és becsülték meg. Lásd még például az M.10534. sz. Traton/Aktiebolaget Volvo/Daimler Truck/JV ügyet (106–109. pont és 118–120. pont), amelyben a Bizottság egy közös vállalkozás alapítását vizsgálta az elektromos meghajtású nehéz tehergépkocsik és távolsági autóbuszok nyilvános töltőállomásainak kialakulóban lévő piacán, és több évre előre értékelte a várható piaci részesedéseket.

¹⁶⁶ HL C 372., 1997.12.9., 5. o.