

OTDK-DOLGOZAT

Fekete Boglárka

BA

2013

**AZ ESETEK MINT BENCHMARKOK AZ EURÓPAI UNIÓ
VERSENYSZABÁLYOZÁSÁBAN**

**CASES AS BENCHMARKS IN THE EUROPEAN UNION'S COMPETITION
REGULATION**

Fekete Boglárka

Kézirat lezárva: 2012. november 6.

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	1
1. Miért van szükségünk a versenyre?	3
2. Miért van szükségünk a verseny védelmére?	4
3. Az Unió verseny szabályozás területei	5
4. A versenyt korlátozó megállapodások	6
4.1. A tilalom alanyai	6
4.2. A tiltott magatartások	7
4.2.1. Megállapodás	7
4.2.2. Összehangolt magatartás	9
4.2.3. Vállalkozások társulása által hozott döntés.....	10
4.3. Versenyellenesség	11
4.3.1. A verseny megakadályozásának, korlátozásának vagy torzításának célja	11
4.3.2. A verseny megakadályozásának, korlátozásának vagy torzításának hatása .	12
4.3.3. A versenyellenesség mibenléte: az általános kartelltilalom	13
4.3.4. Az általános kartelltilalom és a versenyellenesség inherens korlátai.....	14
4.4. Mentesülés.....	16
4.4.1. A mentesülés feltételei	16
4.4.2. Csoportmentesség.....	17
5. Gazdasági erőfölénnyel való visszaélés	18
5.1. A tilalom alanyai	18
5.2. Az érintett piac meghatározása	18
5.3. Az erőfölényes helyzet	20
5.3.1. Piaci részesedés	20
5.3.2. Piacra lépési akadályok	21
5.3.3. Vevői erő	23
5.3.4. Közös erőfölény	23
5.4. Visszaélés	24
5.4.1. Nem arra irányuló magatartások	25
5.4.2. Arra irányuló magatartások	31
5.5. Védekezés.....	39
6. A tagállamok közötti kereskedelem befolyásolása	40
6.1. A tagállamok közötti kereskedelem fogalma	40
6.2. A „hatással lehet” fogalom.....	40
6.3. Az érzékelhetőség fogalma	41
Összegzés	43
Irodalomjegyzék.....	45
Melléklet: Jogesetek jegyzéke.....	48

Ábrajegyzék

- | | |
|---|--------|
| 1. ábra: Az Európai Unió versenyszabályozásának területei | 5. o. |
| 2. ábra: Kizáró magatartások csoportosítása a DG COMP vitaanyagban (2005) | 25. o. |

Bevezetés

Az európai versenyszabályozás kezdete az 1951-es Párizsi Szerződés elfogadására tehető. Az Európai Szén- és Acélközösséget létrehozó szerződés csökkenteni akarta a megerősödő Németország által jelentett veszélyt azáltal, hogy más országoknak is biztosítani kívánta a szén és acél elérését. Az amerikai gazdasági sikerek láttán Európa is kezdett úgy tekinteni a szabad verseny elvére, mint amely egyedül képes biztosítani a piac hatékony működését, ám súlyos piaci egyensúlytalanságok esetén be kellett avatkozni. (Motta 2007) Az 1957-es Római Szerződés nagy hangsúlyt helyezett a közös piacon belüli verseny biztosítására. A piacok megnyitásával viszont a vállalatok egyszerre több tagországban is folytathattak piaci tevékenységet, amely lehetőséget adott volna a piac torzítására alkalmas magatartások alkalmazására. Az alapítók ügyeltek arra is, hogy ne fordulhassanak elő ezek a versenykorlátozó tevékenységek, ezért egy közösségi szintű versenypolitika létrehozását tűzték ki célul, hiszen ezt a feladatot a nemzeti hatóságok nem tudták volna hatékonyan ellátni. (Horváth 2011)

A közösségi versenyszabályozás alapjai tovább élnek a jelenleg hatályos Lisszaboni Szerződésben. Azt mondhatjuk, hogy a versenyszabályozás területén jelentősebb változás nem történt, megmaradt a cél: egy olyan rendszer kialakítása, amely megakadályozza a belső piaci verseny torzulását.¹ Az Európai Unióhoz való csatlakozásunk óta pedig a közösségi versenyjog közvetlenül is alkalmazható. A versenyszabályozás napjainkban is egy fontos terület, hiszen a piacon minden nap találkozhatunk a versennyel.

A versenyszabályozás a jog és a közgazdaságtan metszete. (Pelle 2010) Jogi tudományterület, hiszen a verseny szabályozására alkalmazandó Szerződést jogalkotók foglalmazták meg, melynek értelmezéséhez átfogó jogi tudásra van szükség. Közgazdasági tudomány is egyben, ugyanis egyik területe a vállalkozásokkal, és azok magatartásaival foglalkozik. Ahhoz, hogy meg tudjuk határozni az érintett piacot, hogy egy erőfölényes helyzetben levő vállalkozás költségeit meg tudjuk állapítani, szükségünk van közgazdaságtani alapismeretekre. Abban a szerencsés helyzetben vagyok, hogy elmondhatom, mindkét területen elsajátítottam az alapokat, így egyértelmű a témaválasztásom indoklása. Roth (2007) szerint a versenyszabályozást inkább közgazdasági szemszögből kellene vizsgálni. Hiszen az, hogy egy piacon hogyan is működik a verseny, vagy az, hogy melyek azok az üzleti

¹ EK-Szerződés 3. cikk (1) g); később a Lisszaboni Szerződés 27. jegyzőkönyve tartalmazza

stratégiák, magatartási formák, amelyek befolyásolják a verseny folyamatát, leginkább közgazdaságtani kérdések.

Dolgozatom alapkérdéseként megfogalmazható, hogy az Európai Unió versenyszabályozásának vállalkozásokra vonatkozó területére alkalmazandó két cikk elegendő szabályozást biztosít-e az egységes piacon a verseny védelmére? Általánosan elfogadott az az állítás, hogy az Európai Unió versenyszabályozására alkalmazandó szerződések – mind a Római Szerződés, mind a Lisszaboni Szerződés – csak egy keretszabályozás. Felmerül azonban a kérdés, hogy a meglévő szabályozás ténylegesen betölti-e ezt a keretszabály funkciót? Ezt a keretszabályt az Európai Bizottság és az Európai Unió Bírósága elé kerülő esetek töltik meg tartalommal. Így szintén feltehető a kérdés, hogy e két intézmény elé kerülő esetek elegendő alapot biztosítanak-e a jövőben eléjük kerülő esetek eldöntésére?

Mindezek igazolására dolgozatomban megvizsgálom a versenyszabályozásra vonatkozó Európai Unió Működéséről szóló Szerződés (továbbiakban: EUMSZ) 101. és 102.² cikkének tartalmát, az Európai Bizottság (továbbiakban: Bizottság) és az Európai Unió Bírósága (továbbiakban: Bíróság)³ egyes esetekben hozott döntéseinek tükrében.

Dolgozatom során fontosnak tartottam azt, hogy két alapvető kérdésre keressem a választ. Az egyik, hogy egyáltalán szükségünk van-e a versenyre, és ha igen, akkor miért kell védeni? A második kérdésre a válasz fontos kiindulópontként szolgálhat, hogy melyek azok az értékek, amiket az Európai Unió szem előtt tart a verseny védelme során? A kérdések megválaszolása után dolgozatomat két nagy témakörre osztottam. Az egyik a versenykorlátozó megállapodások köre (EUMSZ 101. cikk), a másik pedig a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalma (EUMSZ 102. cikk). A versenykorlátozó megállapodáson belül először a tilalom alanyait határozom meg, utána a különböző magatartási formákat, majd magát a versenyellenességet és végül a mentesülés feltételeit. A másik témakörnél szintén meg kell említeni a tilalom alanyait, ezt követi az érintett piac meghatározása, az erőfölényes helyzet vizsgálata, majd a különböző visszaélési magatartások elemzése. Továbbá megvizsgálom a védekezési lehetőségeket, majd zárásként kitérek a tagállamok közötti kereskedelem befolyásolására, mely mindkét témakört érinti.

² Korábban hatályban lévő Római Szerződés 85. és 86. cikke, majd az Egységes Európai Okmány konszolidálását követően 81. és 82. cikke. Jelen dolgozat a Lisszaboni Szerződés számozását követi, akkor is, ha a szerződés korábbi verzióiról van szó.

³ Jelen dolgozat szempontjából irreleváns, hogy az ügyekben az Elsőfokú Bíróság (Lisszaboni Szerződés óta: Törvényszék) vagy az Európai Unió Bírósága járt el, így összefoglalóan „Bíróság” néven hivatkozunk

1. Miért van szükségünk a versenyre?

Adam Smith szerint a piac csak akkor működhet megfelelően, ha a „tökéletes verseny” nem szenved csorbát. A gyakorlatban azonban nem igazán jellemző a tökéletes verseny, ugyanis mind a kínálati, mind a keresleti oldalon lehetnek olyan jelenségek, amelyek akadályozzák működését. (Boytha – Tóth 2010)

Ahhoz hogy a fenti kérdésre tudjunk válaszolni, legelőször a verseny fogalmát kellene tisztáznunk. A nemzetközi jogban nem létezik általánosan elfogadott fogalom. Az OECD a következőképpen fogalmazza meg a verseny fogalmát: „A verseny olyan piaci helyzet, amikor a cégek vagy eladók egymástól függetlenül küzdenek a vevők kegyeiért, hogy így elérjenek egy bizonyos üzleti célkitűzést, mint a profit, értékesítési mennyiség és/vagy piaci részesedés. A verseny ilyen összefüggésben a rivalizálás szinonimája. A cégek közötti versengő rivalizálás két vagy több cég között zajlik. E rivalizálásra az ár, minőség, kiszolgálás, vagy ezek és a fogyasztók által értékelt egyéb tényezők kombinációja kapcsán kerülhet sor.” (Tóth 2007, 20.o.)

A verseny egy olyan fontos folyamat, amelynek során a cégek kénytelenek lesznek hatékonyabban működni és a termékek, szolgáltatások körében alacsonyabb áron nagyobb választékot biztosítani. A verseny teremt alapot a megnövekedett fogyasztói jólétre és az allokációs hatékonyságra. Magába foglalja a „dinamikus hatékonyság” elméletét, melyet a vállalatok folytatnak az innováció területén és elősegítik a technológia változását és haladását. (OECD 29.pont)

A piaci erővel bíró cégek képesek csökkenteni a jólétet, például a kibocsátás korlátozásával, az árak emelésével, a piacon lévő termékek minőségének csökkentésével, az innováció elfojtásával és a fogyasztók választási lehetőségétől való megfosztásával. (Wish 2010) Valamint a hatékony verseny eredményeként érhető el a *termelési hatékonyság*, amikor a cégek a termelési tényezők leghatékonyabb kombinációja mellett maximalizálják a kibocsátásukat; az *allokációs hatékonyság*, a cégek a rendelkezésre álló erőforrásokat úgy használják fel, hogy a legnagyobb hasznosságú termékek kombinációit állítják elő és a *dinamikus hatékonyság*, amikor is a verseny állandó innovációra kényszeríti a piacon lévő vállalkozásokat. (Somosi 2008, 99.o.)

2. Miért van szükségünk a verseny védelmére?

A kapitalizmus és a kommunizmus között zajlott le a huszadik század nagy ideológiai vitája, hogy legyen-e piac vagy sem. A vita eldőlt a piaci mechanizmusok javára. A versenyjog és –politika feltételezik, hogy lehetnek olyan helyzetek, amelyek esetén szükséges a piacon megvalósuló magatartások valamilyen ellenőrzése. „Egyesek számára a piac, és a sikeres vállalkozások számára a piacon elérhető hatalmas jutalom marad a gyanú tárgya; míg mások számára inkább az állami szabályozás „pallosa” az aggasztó. Nem kétséges, hogy Európában megmaradt a piaccal kapcsolatos szkepticizmus, és ez a versenyszabályok „aktív” alkalmazásához vezet az Európai Bizottság és a nemzeti versenyhatóságok részéről.” (Wish 2010 23.o.)

Tisztáznunk kell a versenypolitika fogalmát, amely alatt azon állami politikák összességét értjük, amelyek a cégeket versenykörülmények közé kényszerítik, hogy biztosítsák a társadalmilag hasznosnak ítélt funkciók megvalósulását. Az Európai Unió tekintetében versenyszabályozás alatt legtöbbször az EUMSZ 101. és 102. cikkeit, értik, de ide tartoznak az egyedi esetekben hozott határozatok és ítéletek is. (Boytha – Tóth 2010)

A versenypolitika elsődleges célja a versenypiacok fenntartása, hogy elősegítse az iparági hatékonyságot, a technikai fejlődést és a változó környezethez történő rugalmas alkalmazkodást. Versenyképes belső piacra van szükség ahhoz, hogy a Közösség versenyképes tudjon maradni a világpiacon. Másodlagos célként említhetjük az egységes piac megteremtését, melynek elősegítésére a Bizottság aktív eszközként használja fel a versenypolitikát arra, hogy visszaszorítsa a vállalkozások versenykorlátozó magatartásait. (Motta 2007)

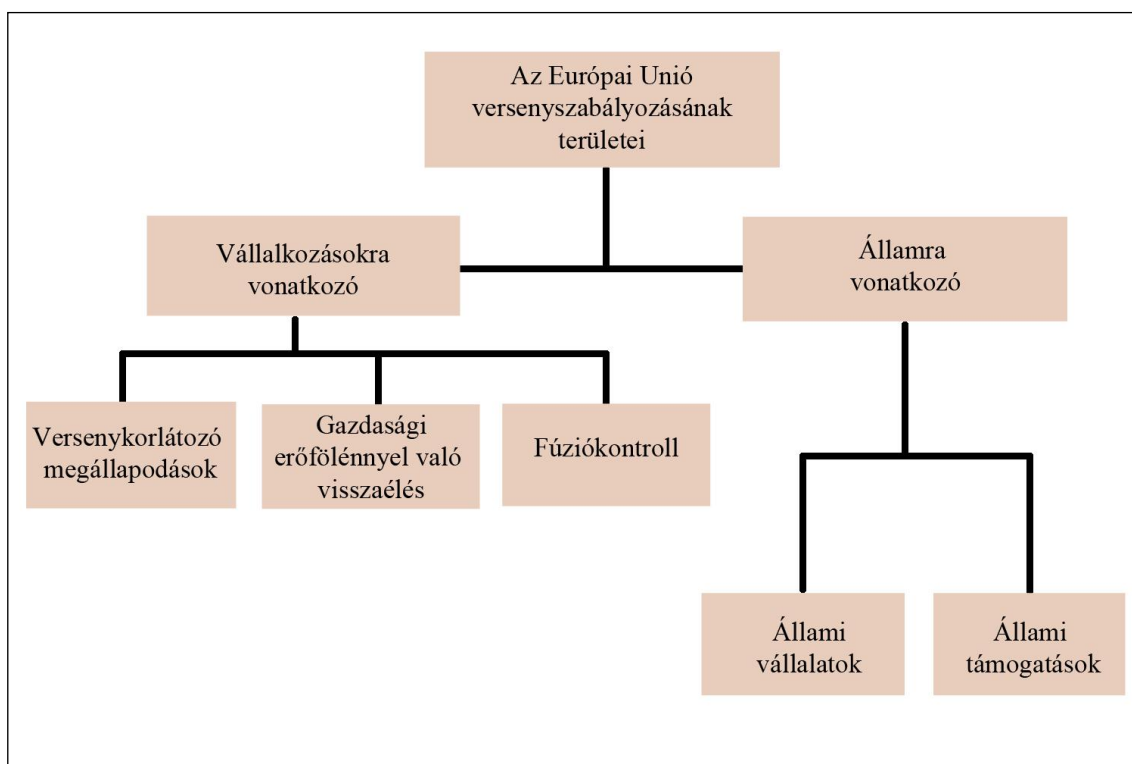
Tulajdonképpen a versenypolitika a versenyt oltalmazza és ezzel a közérdeket is védi. A szabályok rögzítése visszahat a gazdaság szereplőinek magatartására. Kedvezően hat a fogyasztókra, ha például olyan termelő szorul ki a piacról, aki rossz minőségű terméket drágán kínál. Azt mondhatjuk, hogy valamennyi gazdasági tevékenység végső soron a fogyasztó érdekében történik. Magának a versenynek az oltalmazása révén *az egész versenyszabályozás a fogyasztókat szolgálja*. (Miskolczi 2011)

Az előzőekben két alapvető kérdésre kerestem a választ. A kérdések alapos megvizsgálása során arra a következtetésre jutottam, hogy szükségünk van a versenyre, de szükségünk van a verseny védelmére is. A következő fejezetben bemutatom, hogy a verseny védelme hogyan valósul meg az Európai Unió gyakorlatában.

3. Az Unió verseny szabályozás területei

Az Unió verseny szabályozást két nagy területre bonthatjuk: egyrészt a vállalkozásokra vonatkozó, másrészt pedig az államra vonatkozó területre. Jelen dolgozat csak a vállalkozásokra vonatkozó területeivel foglalkozik, azon belül is a versenykorlátozó megállapodás és a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés témakörével.⁴

1. ábra: Az Európai Unió verseny szabályozásának területei



Forrás: Saját szerkesztés

Első körben a versenyt korlátozó megállapodásokat fogom részletesen megvizsgálni.

⁴ Ennek indoka, hogy a Római Szerződés is csak a vállalkozásokra vonatkozó területtel foglalkozik, a fúziókontroll 1989 óta külön rendeletben szabályozott.

4. A versenyt korlátozó megállapodások

A versenykorlátozó magatartások célja, hogy a felek tevékenységét az adott piacon versenyellenes módon koordinálja, így semlegesítve a versenyfolyamatokból adódó kockázatok egy részét. (Sárai – Tóth 1997)

Az Unió szabályozásában a korlátozásról az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdése rendelkezik:

„A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos minden olyan vállalkozások közötti megállapodás, vállalkozások társulásai által hozott döntés és összehangolt magatartás, amely hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre, és amelynek célja vagy hatása a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása”

A versenyt korlátozó megállapodások fejezetén belül az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdésében megfogalmazott rendelkezést fogom részletesen megvizsgálni. Először a tilalom alanyait kell meghatározni.

4.1. A tilalom alanyai

A tilalom alanyait a vállalkozás fogalma határozza meg. (Boytha – Tóth 2010) De azt, hogy mi minősül vállalkozásnak, a Szerződés nem említi. A Bíróság különböző jogesetek alapján fogalmazta meg a vállalkozás különböző aspektusait, amelyek segítenek abban, hogy konkrét ügyben eldöntsük, mi minősül vállalkozásnak.

Az első jellemző a funkcionális megközelítés, melynek értelmében egy jogalany különböző tevékenységek folytatása során megjelenhet egyszer vállalkozásként, míg más tevékenységi körében nem minősül versenyjogi értelemben vett vállalkozásnak. Mindezt a Bíróság a *SELEX*⁵ (2004) ügyben fogalmazta meg. A második ilyen jellemző a gazdasági tevékenység végzése, melyet a *Pavlov* (1998) ügyben mondott ki a Bíróság: *„bármely tevékenység, amely szolgáltatások vagy áruk nyújtásából áll egy adott piacon, gazdasági tevékenységnek tekintendő.”* (Wish 2010, 81.o.) Nincs szükség nyereségszerzési motivációra vagy gazdasági célra. A Bíróság megállapította, hogy a *FIFA* (1992) vállalkozásnak minősül, függetlenül attól, hogy nincs gazdasági célja. Független az entitás jogi helyzetétől és finanszírozási módjától, amit a *Höfner és Elser* (1990) ügy kapcsán mondott ki a Bíróság.

⁵ A könnyebb átláthatóság kedvéért a dolgozatban található jogesetek hivatkozásai a jogesetjegyzékben kerültek feltüntetésre oldalszámra pontosan.

Nem minősül gazdasági tevékenységnek a szolidaritás alapján végzett tevékenység vagy a közhatalom gyakorlásával kapcsolatos tevékenységek. Érvényesül ugyanakkor az „egyetlen gazdasági elv”, amelynek értelmében két vagy több jogi személy közötti megállapodására nem vonatkozik az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdése, amennyiben ugyanannak a gazdasági egységnek a részei: ezek együttesen egyetlen vállalkozást alkotnak, ilyen például az anya- és leányvállalata közötti megállapodás. (Wish 2010) Ezen funkciókat kell vizsgálni egy-egy eset kapcsán, annak érdekében, megállapítsuk, hogy a tilalom alanya vállalkozásnak minősül-e.

4.2. A tiltott magatartások

Ha megállapítottuk, hogy az alany vállalkozás, akkor következőkben azt kell megvizsgálni, hogy magatartását melyik tiltott magatartás közé tudjuk besorolni, megállapodásnak, összehangolt magatartásnak vagy netán vállalkozások által hozott döntésnek minősül-e.

4.2.1. Megállapodás

„Megállapodás alatt olyan kétoldalú jogügyletet kell érteni, amely az érintett vállalkozások közötti akarategyességet tükrözi.” (Tóth 2008, 26. o.)

Ezen fogalom meghatározása túlságosan tág, így az esetjog a következőkkel egészítette ki a megállapodás fogalmát. A *Pipe Cartel* (1999) ügyben a Bíróság kimondta, hogy nem követelmény a megállapodás meglétéhez, hogy a felek akarata valamennyi kérdésre kiterjedjen, illetve a *PVC* (1994) ügyben a Bíróság kiegészítette, hogy nem követelmény, hogy a megállapodásban foglaltak betartását szankciórendszer garantálja. *Viho/Parker Pen* (1994) ügyben kimondta, hogy nem számít, ha a megállapodás megkötésében a vállalkozás részéről olyan személy vett részt, aki társasági jogilag nem jogosult a képviselőre, mégis utóbb a vállalkozás piaci magatartása a megállapodásnak megfelelően alakul. Az is közömbös, hogy milyen mögöttes szándékkal kötötték meg a megállapodást, mindezt a *Hasselband* (1982) ügyben fogalmazta meg a Bíróság. Egy vállalatnak a kiugrása a kartellból nem jelenti azt, hogy a megállapodás ne létezett volna. A *Polipropilén* (1986) ügyben a cégek nem tudták a kívánt áremelést végrehajtani a nehéz gazdasági körülmények miatt, ám a feleknek akkor is viselniük kell a következményeket, ha a megállapodás a piaci körülmények következtében meghiúsul.

Egyoldalú aktus megállapodássá minősítésének két elmélete alakult ki. Az egyik: a *felek közötti folyamatos üzleti kapcsolat* érve, ha a felek között van egy állandó üzleti kapcsolat,

forgalmazási keret-megállapodás, mely felhatalmazza a gyártót arra, hogy bizonyos döntéseket meghozzon a forgalmazás körében, amely ezáltal a felek közötti megállapodás részévé válik. A másik a *forgalmazók általi hallgatólagos elfogadás* érve. (Nagy 2008)

Néhány jogeset áttanulmányozásával szeretném bemutatni, hogy mit is ért a közösségi jog megállapodás fogalma alatt. Az első jelentősebb ügy ebben a témakörben az *AEG-Telefunken* (1982) ügy. A Bíróság megállapította, hogy egy szelektív forgalmazási rendszerben a megállapodás fogalma átfogja a gyártó egyoldalú magatartását, amennyiben ez utóbbi megtagadja új forgalmazók felvételét a rendszerbe. Mindezt a folyamatos üzleti kapcsolat elméletére alapította. (Nagy 2010)

Az esetet a következőképpen lehet összefoglalni: AEG egy német jog szerint bejegyzett cég, melynek székhelye Frankfurtban van. A cég többek között elektronikai cikkek fejlesztésével, gyártásával és eladásával foglalkozik. Ezt a szektort az AEG leányvállalatára, a TFR-re bízták. Az AEG bejelentette, hogy termékeire szelektív forgalmazási rendszert fog használni. Az elektronikus kereskedelemben működő cégek azonban bepanaszolták az AEG-t, hiszen megsértette a szelektív forgalmazási rendszer helyes alkalmazását. Az AEG leányvállalatain keresztül, elutasította olyan forgalmazók felvételét, melyek megfeleltek a felvételi kritériumoknak, valamint közvetlenül vagy közvetve rögzítették az eladási árakat. Az AEG azzal védekezett, hogy a kereskedők fel nem vétele és az ár befolyásolására tett lépések egyoldalú cselekedetek, és így nem esnek az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá, mely csak a vállalkozások közötti megállapodásokra és összehangolt magatartására vonatkozik.

Azonban az AEG visszautasítása nem egyoldalú volt, hanem a szelektív forgalmazási rendszer jogellenes alkalmazásának igazolása, ugyanis a számuk elegendő volt ahhoz, hogy kizárják annak a lehetőségét, hogy az ő egyedi esetük a szisztematikus magatartás részét ne képezze. (Wish 2001)

A *Sandoz PF* (1987), amely az olasz leányvállalatán keresztül van jelen az olasz piacon, 27 éven keresztül exporttilalmi kikötéssel ellátott számlákat használt olaszországi gyógyszerkereskedelmében.

Szemben az AEG-Telefunken ügyel itt nem volt a felek között írásbeli szerződés. Tehát jelen esetben nem használhatjuk a felek közötti folyamatos üzleti kapcsolat elméletét. Azt kell megvizsgálni, hogy a másik elmélet, a forgalmazók hallgatólagos elfogadás elmélete fennáll-e. A Bizottság a következőt állapította meg: „Az a tény, hogy a számlákat állandó jelleggel és szisztematikusan használták, arra enged következtetni, hogy a [gyártó] *Sandoz PF* ügyfelei azt *implicite* elfogadták. Ezért a *Sandoz PF* által használt számlákon megjelenő

„export tiltva” kifejezés a 85. cikk [jelenlegi 101. cikk] szempontjából a megállapodás integráns részét képező szerződéses klauzulának minősül, amelyre Sandoz PF és ügyfelei tranzakcióikat alapították.” (Nagy 2010, 8. o.)

Amennyiben a gyártó szisztematikusan kifejezi szándékát a forgalmazókkal szemben, és azok nem tiltakoznak ellene, akkor ezzel a gyártó közlése a felek közötti megállapodás részévé válik. (Nagy 2008)

4.2.2. Összehangolt magatartás

A következő magatartási forma az összehangolt magatartás, amikor is a felek közötti akarategyezés nem megállapodás formájában jelenik meg, de már olyan kapcsolatot jelent, amelynek során a felek tudatosan helyettesítik a versenyt a gyakorlati együttműködéssel. (Boytha – Tóth 2010) A *Hercules Chemicals NV* kontra Bizottság (1989) kérdésében a Bizottság megállapította, hogy az egyetértések létrejöhetnek a felek közötti közvetlen vagy akár közvetett kapcsolat révén is.

A *Cementkartell* (2000) ügyben a Bizottság megállapította, hogy a megállapodást és az összehangolt magatartást nem lehet egy az egyben elkülöníteni, ugyanis „a kettő között valójában nincsen választóvonal.” (Tóth 2007, 109.o.)

Az összehangolt magatartásnak két funkcióját különböztethetjük meg. Az *egyik funkció*, amikor a vállalkozások hallgatólagos megállapodást kötnek a jövőbeli piaci magatartásuk tekintetében. Ez a funkció szoros kapcsolatban áll a párhuzamos magatartással, melynek értelmében a vállalkozásnak nem tiltott, ha a versenytársainak gyakorlatát figyelembe véve alakítja ki saját piaci magatartását. Míg a párhuzamos magatartás kapcsán hiányzik a vállalkozások kölcsönös tudatossága, addig az összehangolt magatartásnál van a felek között egy előzetes összejátszás vagy kapcsolatfelvétel. Az összehangolt magatartás *második funkciója*, amikor a vállalkozások közötti megállapodás közvetlenül nem bizonyítható, azonban a körülményekből következik. (Nagy 2008)

Az *Imperial Chemical Industries Ltd. (ICI)* kontra Bizottság (1972) ügyében jól látható, hogy a Bizottság mi alapján tett különbséget a párhuzamos magatartás és az összehangolt magatartás között. 1964 januárja és 1967 októbere között három általános és egységes emelkedés történt a Közösség festék piacának területén. 1964. január 7. és 20. között 15%-kal egységesen növelték az anilinfestékek többségének árát Olaszországban, Hollandiában, Belgiumban, Luxemburgban és egyes harmadik országokban. 1965. január 1-jén azonos növekedés történt Németországban is. Ugyanezen a napon Franciaország kivételével, majdnem mindegyik gyártó 10%-kal emelte annak a termékeinek az árát, melyek kimaradtak

az 1964. évi áremelésből. 1967. október közepe felé az összes festékanyag tekintetében Olaszország kivételével, szinte valamennyi termelő emelte árait: Németországban 8%-kal, Hollandiában, Luxemburgban, Belgiumban és Franciaországban 12%-kal.

Az eljárás alá vont vállalatok azt állították, hogy párhuzamos magatartásról van szó. A Bizottság a határozatában az összehangolt magatartás bizonyítékeként vette, hogy a különböző országokban levő gyártók áremelése közel azonos időpontokban történtek. A Bizottság véleménye szerint az áremelések nem magyarázhatók az oligopolisztikus piaci struktúra törvényszerűségével. Egy előzetes összehangolás nélkül nem lehetséges a gyártók egyező mértékű áremelése ugyanabban az időpontban olyan fontos termékek esetében, melyeknek a helyettesíthetősége igen korlátozott.

Ezen jogeset alapján jól látható, hogy vékony határ van a párhuzamos magatartás és az összehangolt magatartás között, valamint, hogy különbséget tudunk tenni közöttük ahhoz, a piaci szereplők magatartásának, valamint a piacnak is teljes körű elemzését kell elvégeznünk.

További példaként megemlíthetjük a *Henkel, Unilever és a Procter&Gamble* (2009) cégek közötti összehangolt magatartást. A három nagy mosóport gyártó cég, mint a Henkel AG&Co. KGaA, a Procter&Gamble Company, valamint az Unilever PLC and Unilever NV versenyellenes magatartást folytatott 2002. január 7. és 2005. március 8. között nyolc tagállamban: Belgium, Franciaország, Németország, Görögország, Olaszország, Portugália, Spanyolország és Hollandia. A három cég arra törekedett, hogy elérjék a piaci stabilizációt, azzal biztosítva, hogy senki se használja közülük a környezetvédelmi kezdeményezést, megtartva ezzel a jelenlegi piaci pozíciójukat. Megállapodtak a közvetlen áremelkedésben, melynek értelmében az árakat nem változtatják, csak a termékek súlyát csökkentik. Abban is megállapodtak, hogy korlátozzák a promóciós aktivitást, mely szintén az ár összejátszás egyik formájának tekinthető. A felek szenzitív információkat osztottak meg az árakról egymással, ezáltal elősegítve a különböző formai ár összejátszását.

A továbbiakban az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdésében megfogalmazott tiltott magatartások utolsó kategóriáját vizsgálom meg részletesen.

4.2.3. Vállalkozások társulása által hozott döntés

A társulás által hozott döntés egy olyan átfogó kategória, amely a formális határozatok mellett magába foglalja az ilyen szervezetek által kibocsátott ajánlásokat, állásfoglalásokat, sőt még a társulás szabályzatát is. (Nagy 2008)

„1952-ben a *Nederlandse Vereniging voor de Fruit (Importőrök Szövetsége)* és a *Nederlandse Bond van Gossiers in Zuidvruchten en ander geïmportteerd fruit 'FRUBO'* (Nagykereskedők Szövetsége 1975) megállapodást kötött, mely a friss citrusgyümölcs, valamint nem európai országokból származó friss alma és körte Hollandiában, aukción keresztüli értékesítésre vonatkozott.” (Sükösd 2005, 43.o.)

A Bíróság ebben az ügyben találkozott azzal a problémával, hogy az EUMSZ 101. cikke csak a vállalkozások közötti megállapodásokat és összehangolt magatartást tiltja, a vállalkozások társulása tekintetében csak azok döntéseit. A Frubo ügyben az eljárás alá vont társulások azzal érveltek, hogy a társulások közötti megállapodás abban az esetben esne az EUMSZ 101. cikkének hatálya alá, ha az közvetlenül kikényszeríthető kötelezettséget teremt ezzel az egyes társulások tag vállalkozásainak. A Bíróság viszont azon az állásponton volt, hogy az EUMSZ 101. cikke alkalmazandó olyan esetekben is, ha a társulás vagy annak tagjai tevékenységi köre átfogja azokat a kérdéseket, amelyekre a megállapodás vonatkozik. A társulások közötti megállapodás egy két- vagy többoldali aktus, amely szükségszerűen előfeltételezi a társulások döntését, amely így a megállapodás részévé válik.

4.3. Versenyellenesség

Az előbb bemutatott tiltott magatartások (megállapodás, összehangolt magatartás, vállalkozások társulása által hozott döntés) csak abban az esetben a tiltott, ha „célja vagy hatása a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása”. (EUMSZ 101. cikk)

A versenyellenességet három fogalmi körrel magyarázhatjuk.

Az első elem a verseny céljának és hatásának megkülönböztetése egymástól.

A második elem a versenyellenesség mibenléte, az általános kartelltilalom.

A harmadik elem egy összefüggő vizsgálatot igényel az általános kartelltilalom és a versenyellenesség inherens korlátai között. Ilyen többek között a csekély jelentőségű megállapodások, gazdasági és közérdekű ésszerűségi tesztek. (Nagy 2008)

4.3.1. A verseny megakadályozásának, korlátozásának vagy torzításának célja

Az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdése célról vagy hatásról beszél, tehát ezek vagylagos feltételek. Először a megállapodás célját kell vizsgálni és amennyiben nem állapítható meg a versenykorlátozó cél, akkor a megállapodás hatását kell megvizsgálni. A

vagylagosságból következik, hogy amennyiben bizonyítást nyert a versenykorlátozó cél, akkor a megállapodás hatását nem kell megvizsgálni. (Remetei-Filep 2006)

A *Compagnie royale asturienne des mines SA és Rheinzink GmbH* kontra Bizottság (1983) ügyben hozott ítéletében a Bíróság a következőt fogalmazta meg: „A versenykorlátozó cél alatt a felek megállapodásából objektíven előre látható módon bekövetkezett helyzetet értjük”. (ECJ 1984, 25.pont) A *European Night Services* kontra Bizottság (1994) ügyben utalt az „egyértelmű versenykorlátozásokat tartalmazó megállapodásokra, úgymint árörögzítés, piacfelosztás vagy a forgalmazás ellenőrzése”. (Wish 2010, 117.o.)

A versenykorlátozó megállapodásokat a gazdasági verseny szereplői tekintetében két csoportra oszthatjuk: a horizontális és a vertikális megállapodásokra. A horizontális megállapodások esetében a konkrét piacon olyan vállalkozások vannak jelen, amelyek a termékértékesítés és szolgáltatásnyújtás azonos szintjén állnak. A vertikális megállapodások esetén pedig eltérő szinten levő vállalkozások, például gyártó és forgalmazó van jelen. (Darázs 2007)

A Bizottság különböző jogesetek kapcsán határozta meg, hogy melyek azok a magatartások, amelyek a versenykorlátozó célú megállapodások közé sorolhatóak. Horizontális megállapodások esetében alapvetően az árörögzítés, a jelenlegi vagy a jövőbeli árazási információ cseréje, a piacfelosztás, a kibocsátás korlátozása, az eladások korlátozása, illetve a kollektív kizárólagos üzleti kapcsolatokra vonatkozó megállapodások tartoznak ide. Vertikális megállapodások esetében a minimális viszonteladási ár rögzítése, az export tilalom előírása a legjellemzőbb. (Wish 2010) Ezeket a megállapodásokat mindig egyedi esetekben és teljes körűen kell kivizsgálni.

4.3.2. A verseny megakadályozásának, korlátozásának vagy torzításának hatása

A cél- vagy hatáselv alapján amennyiben a versenykorlátozás célja nem bizonyítható, a korlátozó hatást veszik górcső alá.

Az egyes tagállamokban a gyógyszeripart szorosan szabályozzák. Minden kormány eltérő szinteken ellenőrzi a maximalizált árakat, amelyeket közvetve vagy közvetlenül kell fizetni a nemzeti egészségügyi szolgáltatásnak, és ha egy állam forgalomba hozta a gyógyszert, azt csak miniszteri hozzájárulással lehet visszavonni. (Korah 2007)

A *GlaxoSmithKline* kontra Bizottság (2001) ügyben a Bizottság versenykorlátozó célúnak tekintette a spanyol gyógyszerforgalmazókra kivetett közvetett exporttilalmat. A Bíróság azonban megállapította, hogy ez a tevékenység nem versenykorlátozó célú, hanem

versenykorlátozó hatású. A Bíróságot erre a következtetésre a gyógyszerek vásárlásának és értékesítésének különös és szokatlan feltételei vezették.

A Bíróság kimondta azt is, hogy a párhuzamos kereskedelem korlátozása akkor tekinthető versenykorlátozónak, ha annak eredményeként a fogyasztói jólét csökken. Ugyanis az országon belüli továbbértékesítésre és a külföldi exportra irányuló gyógyszerek között különbséget tevő kettős árazási rendszer párhuzamos kereskedelemnek minősül. Mindezek alapján a Bizottságnak az érintett piacot kellett volna megvizsgálnia, de az árupiac esetén a Bizottság tartózkodott a részletes elemzéstől. Versenykorlátozó hatású csak akkor lesz a magatartás, ha a verseny egy vagy több paraméterére hatással van. Ilyen lehet az áru mennyisége vagy annak ára, valamint hogy a verseny a fogyasztó károsítására korlátozódik. A GlaxoSmithKline magatartása versenykorlátozó hatású volt, hiszen a spanyol kereskedők márkán belüli versenyének kiesésével a fogyasztói jólét csökkent.

A versenykorlátozó cél esetében nem kell vizsgálni az érintett piacot, de ha a magatartás versenykorlátozó hatású, akkor minden további nélkül vizsgálni kell. A gazdasági erőfölénnyel való visszaélés témakör keretein belül térek ki részletesen az érintett piac meghatározására. Többek között az előző jogeset alapján látható, hogy a piacnak és a különböző magatartásoknak teljes elemzése szükséges ahhoz, hogy megállapítsuk, hogy melyek azok a magatartások, amelyek versenykorlátozó célúak, és melyek a versenykorlátozó hatásúak.

4.3.3. A versenyellenesség mibenléte: az általános kartelltilalom hatálya alá tartozó magatartások

Az általános kartelltilalom nagyon széles kört ölel fel, hiszen minden olyan esetre kiterjed, amikor valamely vállalkozás mások piaci cselekvési szabadságát korlátozza. Az optimális döntési eredmény abban az esetben jön létre, ha a piaci résztvevők önállóan állapítják meg piaci magatartásukat. Tipikus esetek közé tartoznak az árra vagy a mennyiségre vonatkozó megállapodások. (Nagy 2008)

Az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdésében a törvény példaszerűen felsorol néhány versenyellenes magatartást, amely az általános kartelltilalom fogalomkörébe sorolhatóak:

„a) a beszerzési vagy eladási árak, illetve bármely egyéb üzleti feltétel közvetlen vagy közvetett rögzítése;

b) a termelés, az értékesítés, a műszaki fejlesztés vagy a befektetés korlátozása vagy ellenőrzése;

c) a piacok vagy a beszerzési források felosztása;

d) egyenértékű ügyletek esetén eltérő feltételek alkalmazása az üzletfelekkel szemben, ami által azok hátrányos versenyhelyzetbe kerülnek;

e) a szerződések megkötésének függővé tétele olyan kiegészítő kötelezettségeknek a másik fél részéről történő vállalásától, amelyek sem természetüknél fogva, sem a kereskedelmi szokások szerint nem tartoznak a szerződés tárgyához”

Az általános kartelltilalom szabályozási köre nagyon tág, ezért a jogalkotók másik oldalról közelítették meg és korlátait fogalmazták meg, amelyeket a következő részben fejtek ki részletesen.

4.3.4. Az általános kartelltilalom és a versenyellenesség inherens korlátai

Az inherens korlátok azok, amelyek meghatározzák, hogy mire nem terjed ki a tilalom, és ezzel gyakorlatilag azt is meghatározza, hogy mi nem tartozik a tilalom körébe. Mint már említettem ezen kategória keretén belül kell megemlíteni a csekély jelentőségű megállapodásokat és az ésszerűségi teszteket. (Nagy 2008)

Az alábbiakban ezek tartalmát tekintem át röviden.

4.3.4.1. Csekély jelentőségű (de minimis) megállapodások

A Bizottság közleményében kifejti, hogy az EUMSZ 101. cikke nem alkalmazható abban az esetben, amennyiben a megállapodásnak a Közösségen belüli kereskedelemre vagy versenyre kifejtett hatása nem érzékelhető. Meghatározására a Bizottság a piaci részesedés küszöbértékeinek számszerűsítését alkalmazza. Elismeri, hogy a kis- és középvállalkozások közötti megállapodások ritkán képesek érzékelhetően befolyásolni a tagállamok közötti kereskedelmet.

A Bizottság a küszöbértékeket a következőképpen állapítja meg: *versenytársak közötti megállapodás* (horizontális kartell) esetén, a részes felek együttes piaci részesedése nem haladhatja meg a 10%-ot, a megállapodásban érintett piacok egyikén sem. A *nem versenytársak közötti megállapodás* (vertikális kartell) esetén, a részes felek együttes piaci részesedése nem haladhatja meg a 15%-ot, a megállapodás által érintett bármely érintett piacon. Azokban az esetekben ahol nem lehet besorolni a megállapodást egyik kategóriába sem, akkor 10%-os küszöb alkalmazandó. (EB 2001)

A de minimis szabályozás alól kikerülnek bizonyos „kőkemény” korlátozások: árörögzítésre, kibocsátás vagy értékesítés korlátozására, piacok vagy ügyfelek felosztására irányuló horizontális megállapodások; valamint olyan vertikális megállapodások, amelyek árörögzítésre, exporttilalom alkalmazására, szelektív forgalmazási rendszeren belüli eladások korlátozására irányul. (Wish 2010) Ezekben az esetekben még akkor sem alkalmazhatóak a de minimis szabályok, ha egyébként a feltételek megvalósulnának.

Franz Völk (1969) egy német mosógépgyártó cég vezetője kizárólagos forgalmazási megállapodást kötött belga forgalmazójával, Vervaecke céggel. Völk a közös piac bizonyos országait lefedő kizárólagos értékesítési jogot biztosított forgalmazójának, míg Vervaecke vállalta, hogy nem értékesít versengő termékeket. A Bíróság megállapította, hogy figyelembe kell venni a felosztott területen annak a piacnak a részarányát, amellyel a gyártó rendelkezik, illetve amelyet megszerezni kíván. A közös piac területén az össztermelés 0,08%, míg Németország területén 0,2% volt. Ebben a szektorban a teljes eladás 0,6%-át tette ki a Vervaecke forgalmazása. Ezen számok tudatában a Bíróság kimondta, hogy azon megállapodás, mely csupán jelentéktelen hatással van a piacra, nem esik az EUMSZ 101. cikkének hatálya alá.

Tehát ezek a csekély jelentőségű megállapodásokban (vagy más néven bagatellkartellekben) az érintett vállalkozások között létrejövő kartell sem tudja a versenyt érzékelhetően torzítani. (Darázs 2007)

4.3.4.2. Ésszerűségi tesztek

Az általános kartelltilalom és a versenyellenesség másik inherens korlátai az ésszerűségi tesztek. Az egyik ilyen teszt a *gazdasági ésszerűségi teszt*, melynek értelmében egy megállapodás nem esik a kartelltilalom hatálya alá, ha az nagyobb mértékben mozdítja elő a versenyt, mint amekkora mértékben azt hátráltatja. Hatás értékelése szempontjából a megállapodás gazdasági és jogi hátterét kell vizsgálni. Ha a megállapodás nem sorolható a versenykorlátozó célú megállapodások csoportjába, akkor a versenykorlátozó hatását kell megvizsgálni. (Nagy 2008)

A másik teszt pedig a *közérdekű ésszerűségi teszt*, melynek alapjait a Bíróság a *Wouters* (1999) ügyben fektette le. Az ügyben a holland ügyvédi kamara megtiltotta ügyvédek és könyvvizsgálók általi közös vállalkozás alapítását. Mindezt a felvetését arra alapozta, hogy a könyvvizsgáló feladata a vállalat könyveinek objektív értékelése, tehát feladatát nem a vállalat érdekeit szem előtt tartva végzi, míg az ügyvéd feladata, hogy a megbízó érdekében kell eljárnia, megtartva annak üzleti titkait. És ez az ügyvédi függetlenséget befolyásolhatja.

4.4. Mentesülés

Ha megvizsgáltuk azt, hogy a tiltott magatartás versenyellenes célú vagy hatású, akkor azt kell megvizsgálni, hogy az EUMSZ 101. cikkének (3) bekezdése alapján, vagy valamely csoportmentesség alapján mentesül-e.

4.4.1. A mentesülés feltételei

A mentesülés feltételeit az EUMSZ 101. cikkének (3) bekezdése szabályozza:

„Az (1) bekezdés rendelkezéseinek alkalmazásától azonban el lehet tekinteni az olyan esetekben, amikor

- vállalkozások közötti megállapodás vagy megállapodások csoportja;*
- vállalkozások társulásai által hozott döntés vagy döntések csoportja*
- összehangolt magatartás vagy összehangolt magatartások csoportja*

hozzájárul az áruk termelésének vagy forgalmazásának javításához, illetve a műszaki vagy gazdasági fejlődés előmozdításához, ugyanakkor lehetővé teszi a fogyasztók méltányos részesedését a belőle eredő előnyből anélkül, hogy:

- a) az érintett vállalkozásokra olyan korlátozásokat róna, amelyek e célok eléréséhez nem nélkülözhetetlenek;*
- b) lehetővé tenné ezeknek a vállalkozásoknak, hogy a kérdéses áruk jelentős része tekintetében megszüntessék a versenyt. ”*

A (3) bekezdés tehát négy különböző feltételt határoz meg. Az első ilyen feltétel, hogy a megállapodás hatékonyságot érjen el. Ez a hatékonyság lehet költségtermészetű, például ha a megállapodás révén méret-, választékgazdaságosság vagy hatékonyabb kapacitás érhető el. Ugyanakkor lehet minőségi természetű is, ha a megállapodással új vagy jobb terméket fejlesztenek ki. A második feltétel a fogyasztók méltányos részesedése. Nem meglepően, hiszen a versenyszabályozás egyik célja a fogyasztók védelme. A harmadik feltétel a nélkülözhetetlenség, hogy csak a legszükségesebb versenykorlátozásokat alkalmazzák a felek. A negyedik feltétel pedig, hogy a megállapodás után a verseny semmilyen körülmények között nem szüntethető meg. (Remetei-Filep 2006) Ezen négy feltétel megvalósulása látszik a *Volkswagen és Ford* (1993) ügyben is.

1991-ben a Volkswagen és a Ford közös vállalkozást kötött egy egyterű gépjármű kifejlesztésére, amely első ránézésre az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdése alapján versenykorlátozó lenne, hiszen mindkét cég képes az önálló kifejlesztésre. Ahhoz, hogy biztosan tudjuk mondani, hogy ez a megállapodás versenykorlátozó, meg kell vizsgálni, hogy

az EUMSZ 101. cikkének (3) bekezdése alapján mentesülésben részesül e. Az első feltétel alapján, a megállapodás eredményeként egy új megoldást tartalmazó egyterű születik, mely hozzájárul a technika előrehaladásához. Egyik fél sem tudott volna ilyen gyorsasággal, ilyen hatékonyan egyterű autót kifejleszteni Portugáliában. A második feltétel is teljesül, hiszen a fogyasztóknak előnyük származik abból, hogy új autótípus kerül a piacra. A harmadik és negyedik feltétel is teljesül, hiszen a projektből származó versenyellenes hatások arányban állnak a gazdasági és műszaki haladáshoz való hozzájárulás mértékével, valamint a termékdifferenciálás következtében a Volkswagen és a Ford egyterű autója a jövőben egymással is versenyezni fognak.

4.4.2. Csoportmentesség

Az előbbieken látott mentességi feltételek gyakran spekulatív jogalkalmazói mérlegelést igényelnek, ehhez képest a csoportmentességi rendeletek egyértelmű helyzetet teremtenek. (Nagy 2008)

A Tanács különböző csoportba tartozó rendeleteket adott ki. Ilyen például a vertikális megállapodásokkal és szellemi tulajdonjog kétoldalú licenciába adásával kapcsolatos csoportmentességi rendeletek, szabványosítási, kutatás és fejlesztési, valamint szakosítási megállapodások vonatkozásában, bizonyos kis- és középvállalkozások közötti megállapodásoknak a közúti és belföldi vízi fuvarozási szektorban, illetve a biztosítási szektor vonatkozásában. (Wish 2010)

A mentességek különböző csoportjai fontosak a vállalkozásoknak, valamint a fogyasztóknak is végső soron. Gondoljunk csak bele, ha van két vezető cég, mely azért köt közös vállalkozást, hogy kifejlesszen egy új terméket, az a fogyasztónak is előnyös, hiszen egy új terméket használhat, amint ezt a fent említett Ford és Volkswagen jogesetből is láthattuk.

Az előbbieken láthattuk a versenykorlátozó megállapodásokat. A jogesetek is rámutattak arra, hogy milyen nehéz egy-egy ügy kapcsán eldönteni, hogy az EUMSZ 101. cikkének hatálya alá tartozik-e vagy sem. Minden egyes ügyet külön meg kell vizsgálni, hogy az előbb bemutatott feltételek fennállnak-e. Az eddigi esetek viszont a Bizottságnak és Bíróságnak is egyfajta útmutatást nyújtanak, abban, hogyan is kell megvizsgálni a különböző magatartásokat.

Az Európai Unió versenyszabályozásának következő területe a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés, mely területen ismét sok problémába ütközött a Bizottság és Bíróság egyaránt.

5. Gazdasági erőfölénnyel való visszaélés

Míg az EUMSZ 101. cikke a vállalkozások megállapodásairól, összehangolt magtartásairól szól, addig az EUMSZ 102. cikke akkor alkalmazandó, ha egy vállalkozás „erőfölénnyel” bír, vagy ha két vagy több vállalkozás „közös erőfölényes helyzetben” van: (Wish 2010, 171.o.)

„A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos egy vagy több vállalkozásnak a belső piacon vagy annak jelentős részén meglévő erőfölényével való visszaélése, amennyiben ez hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre.”

Mint ahogy a versenykorlátozó megállapodásoknál is lépcsőzetesen határoztuk meg a versenyellenességet, itt is a különböző lépcsőfokok segítenek minket. Az első lépés mindenképpen az érintett piac meghatározása. Ha meghatároztuk a piacot, akkor meg kell határoznunk a piacon fennálló erőfölényes helyzetet. Önmagában a domináns pozíció fennállása nem jelent versenykorlátozást, csak ha ezzel a helyzettel visszaélnék. Azonban ennek a visszaélésnek is olyannak kell lennie, hogy az képes legyen a tagállamok közötti kereskedelem befolyásolására. (Tóth 2007)

5.1. A tilalom alanyai

A vállalkozás fogalmának meghatározására használhatjuk a versenykorlátozó megállapodásokra vonatkozókat.

5.2. Az érintett piac meghatározása

Az érintett piacot nehéz meghatározni, és minden ügyben speciális. A Bizottság különböző szempontokat állított fel, hogy az egyes esetekben könnyebb legyen behatárolni a piacot. *Árúpiaci szempontból*: a termék jellemzői és funkciója a szempont. Helyettesíthető-e a termék? Vevők és versenytársak véleményei. *Földrajzi piaci szempontok* szerint: piaci részesedések elosztása és az árkülönbségek feltárása, kereskedelmi statisztikák vizsgálata,

keresleti és kínálati sajátosságok elemzése, figyelembe veszi a belső piaci integrációt. (Tóth 2007)

A gazdasági erőfölénnyel való visszaélés esetén az érintett piac pontos meghatározása fokozott jelentőséggel bír. A túlzottan szűken meghatározott piac magas piaci részesedéshez vezethet, ami nem tükrözi megfelelően a vevők lehetőségeit. (Boytha – Tóth 2010)

Az esetek vizsgálása során arra a következtetésre jutottam, hogy a piac meghatározásánál egyik fontos szempont a helyettesíthetőség vizsgálata. E logikán alapuló teszt a SSNIP (Small but Significant Non-transitory Increase in Price) teszt, más néven a hipotetikus monopolista tesztje. A teszt módszere a következő, feltételezzük, hogy egy piacon minden terméket ugyanaz a vállalkozás gyárt, ő a hipotetikus monopolista. A vállalkozás a termék árát 5-10%-kal emeli. A kérdés pedig, hogy a megemelkedett árak miatt vált-e annyi fogyasztó más termékre, hogy az áremelés ne legyen nyereséges a monopolistának. Ha a fogyasztó egy ilyen áremelés után vált más termékre, tehát a feltett kérdésre a válasz igen, akkor még a választott másik termékek körét is az érintett piachoz kell sorolni. Tehát az érintett piac az, amelyet érdemes monopolizálni. (Remetei-Filep 2006)

A *United Brands* kontra Bizottság (1976) ügyben, a Bizottság a következőképpen határozta meg a piacot: „*mindenféle banán, akár márkás, akár márkátlan*”. A *United Brands* viszont a friss gyümölcsöket akarta elfogadtatni, hiszen így kisebb piaci részesedéssel rendelkezett volna. (Tóth 2007, 86.o.)

Az esetet a következőképpen lehet összefoglalni: *United Brands Company* a világexport 35%-át birtokolta 1974-ben, mellyel a banánpiac legnagyobb szereplője volt. A jogesetet úgy is szokták emlegetni, hogy *Chiquita-banán* ügy, ugyanis a Közösség területén igen erős pozíciót épített ki ezzel a márkanévvel. Egy dán banánimportőr panasza alapján eljárás indult a *United Brands* ellen. A vállalat nem fogadta el a Bizottság döntését, ezért a Bíróság elé került az ügy. A Bíróság indoklásában kifejtette, hogy az árupiac meghatározása helyes volt a Bizottság döntésében, ugyanis a banán helyettesíthetőségét vizsgálva más friss gyümölcsökkel megállapítható, hogy az árra gyakorolt hatása nem haladja meg a 20%-ot sem. Azokat a fogyasztókat, akiknek kereslete kifejezetten a banánra irányul, más friss gyümölcsök piaci megjelenése esetén értékelhető mértékben nem befolyásolja. A banán és friss gyümölcsök közötti verseny korlátozott, így a banán piaca önmagában érintett árupiacnak tekintendő.

Az érintett piac meghatározása után meg kell vizsgálni, hogy az adott vállalat erőfölényes helyzetben volt-e.

5.3. Az erőfölényes helyzet

Az erőfölény fogalmát a Bíróság a *United Brands* kontra Bizottság ügyben határozta meg: „az erőfölény egy vállalkozás által betöltött olyan gazdasági erőpozíció, amelynek révén a vállalkozás megakadályozhatja a hatékony verseny fenntartását az érintett piacon azzal, hogy lehetővé teszi számára, hogy versenytársaitól, vevőitől, és végső soron a fogyasztóktól nagymértékben függetlenül viselkedjék.” (EB 2009 10.pont)

Közgazdasági szempontból az, hogy egy vállalat tud függetlenül viselkedni nem igazán igaz. Ugyanis egy vállalat sem tud jelentősen függetlenedni a vevőitől, legalábbis tartósan biztosan nem. Ennek az az oka, hogy számolniuk kell a keresleti görbe korlátaival, hiszen egy vállalatnak nem áll érdekében úgy árat emelni, hogy közben nem csökken az általa értékesített mennyiség. A versenytársaktól való független viselkedés kérdése már aktuálisabb lehet, hiszen a versenytársak jelenléte hatással van a vállalat reziduális keresleti görbéjére. (Bishop – Walker 2010)

Az erőfölényes helyzet kritériumainál különböző tényezőket lehet figyelembe venni, mint piaci részesedések, piacra lépési akadályok, vevői erő. Az Európai Unió joggyakorlata ezt a három elemet szokta megvizsgálni. (Tóth 2007)

5.3.1. Piaci részesedés

Hoffman-La Roche kontra Bizottság (1976) ügyben a Bíróság kimondta, hogy a rendkívül jelentős piaci részesedések önmagukban az erőfölény meglétét bizonyítják. Mindezt a megállapítását az *AKZO* kontra Bizottság (1986) ügyben a Bíróság finomította és úgy fogalmazott, hogy az 50%-os piaci részesedést nagyon magasnak lehet tekinteni, így az ellenkezőjének bizonyításáig vélelmezhető az erőfölény. Felmerülhet bennünk a kérdés, hogy akkor az 50 százalékos küszöb alatt kizárható az erőfölény? Először is, nem csak a piaci részesedést kell megvizsgálnunk, hanem más elemeket is figyelembe kell vennünk.

Ez a helyzet állt fent a *United Brands* ügyben, ahol a Bíróság megállapította, hogy a vállalat piaci részesedése 40-45% között van. Maga a piaci részesedés nem lett volna elegendő az erőfölényes helyzet megállapításához, más tényezők is jelentőséggel bírtak. Ugyanez a helyzet állt fenn a *British Airways* (1999) ügyben, amikor a piaci részesedés mértéke közel 40% körül volt. A Bizottság azonban úgy vélte, hogy ez kivételes körülmények közé tartozik és megállapítható az erőfölény, hiszen a piaci részesedése jelentősen meghaladta a riválisokét. Kihangsúlyozta, hogy önmagában a piaci részesedések csökkenésének ténye nem zárhatja ki az erőfölény fennállását.

A Bizottság a *Hoffman-La Roche* kontra Bizottság ügyben megállapította, hogy a vállalat 43%-os piaci részesedése erőfölénynek számít. A Bíróság ezzel ellentétben úgy foglalt állást, hogy a piaci részesedés vizsgálata önmagában még nem elegendő bizonyíték az erőfölény fennállására és megsemmisítette a Bizottság döntését. Végül a DG COMP (2005) Vitaanyag úgy fogalmaz, hogy a 25%-os piaci részesedés alatti vállalatok esetében nem valószínű az erőfölényes helyzet.

5.3.2. Piacra lépési akadályok

Belépési, terjeszkedési korlátnak minősülnek azok a körülmények, amelyekkel a már piacon levő vállalkozás nem szembesül, de a többi vállalkozás piacra lépését gazdaságilag nehezebbé teszik. (Boytha – Tóth 2010)

A DG COMP Vitaanyag a következő csoportosítást követi.

5.3.2.1. *Jogi korlátok*: az ilyen szabályozás korlátozhatja a piacra lépők számát, például a különleges vagy kizárólagos jogok biztosításával. Ha egy törvényhozó intézkedés kizárólagos jogot ad egy vállalkozásnak, amely kizárja a versenytársakat, akkor ez oda vezethet, hogy monopóliummá válik a piacon. Akadályt jelenthetnek a már piacon lévő cégeknek is a vám- és nem vámjellegű intézkedések kibocsátása. A szellemi tulajdonjog is megakadályozhatja, még inkább megnehezítheti a piacra lépést. Önmagában a szellemi tulajdonjog nem jelent erőfölényt, mindezt a különböző esetekben kell külön-külön megvizsgálni. (DG COMP 2005) *Tetra Pak Rausing SA* kontra Bizottság (1989) ügyben a Tetra Pak felvásárolta egy kizárólagos know how licenceit élvező társaságot, mellyel fennállt annak veszélye, hogy erőfölénybe került, ugyanis azok a cégek, akik nem tudtak hozzáférni a szabadalmi technológiához nehezebbé vált a piacra lépésük.

5.3.2.2. *Kapacitás korlátok*: egy vállalatnak a versenytársak követése jelentősen elsüllyedt költségekkel jár, annak érdekében, hogy bővítse kapacitásait. A meglévő többletkapacitást annyira drága lenne foglalkoztatni, hogy ezek a költségek akadályozhatják a piacon a terjeszkedést, ilyen költségek lehetnek egy gyárnak másik műszak foglalkoztatása. (DG COMP 2005, Boytha – Tóth 2010)

5.3.2.3. *Méretgazdaságosság*: ha létezik a piacon a legkisebb gazdaságossági üzemméret, akkor az ennél kisebb vállalatok nem tudják hatékonyan felvenni a versenyt. (DG COMP

2005) A *United Brands* ügyben is vizsgálta a Bíróság a vállalat méretét és erőfölényes körülményként ítélte meg.

5.3.2.4. *Abszolút költség előnyök*: amelyek magukba foglalják a természeti erőforrásokhoz, az innovációhoz, a kutatás-fejlesztéshez, a szellemi tulajdon joghoz, valamint a tőkéhez való preferenciális hozzáférést az állítólag erőfölényben levő vállalkozásnál, amely megnehezíti más vállalkozásoknak, hogy hatékonyan tudjanak versenyezni. (DG COMP 2005) Az esetek nagy többségében a probléma a pénzügyi erőből származik. *United Brands*, *Hoffman-La Roche* és a *Michelin* (2001) ügyben a gazdasági erőfölény megállapításához hozzájárult a magasabb rendű technológia birtoklása.

5.3.2.5. *Kiváltságos hozzáférés a beszerzési forrásokhoz*: az állítólagosan versenyfölényben lévő vállalkozás nem lehet vertikálisan integrált. Az ilyen beszerzési forrásokhoz való hozzájárulás a versenytársaknak korlátozott lehet. (Boytha – Tóth 2010, DG COMP 2005) *United Brands* birtokolta a banánültetvényeket, teherhajókat, mely előnyt jelentett a versenytársakkal szemben.

5.3.2.6. *Magasan fejlett forgalmazási és értékesítési hálózat*: az állítólagosan erőfölényben lévő vállalat széleskörű elosztói hálózattal rendelkezik, sajátos forgalmazási logisztikát folytat vagy széleskörű földrajzi lefedettsége van, melyek egy rivális vállalkozás számára megismételhetetlen. (DG COMP 2005) *Hoffman-La Roche* ügyben a Bíróság úgy állapította meg, hogy a fejlett eladói hálózat egy erőfölényes helyzetnek minősül.

5.3.2.7. *Inkunbens (már piacon levő cégek) stabil piaci pozíciója*: nehéz lehet belépni egy olyan iparágba, ahol a hatékony verseny eléréséhez tapasztalatra és jó hírnévre van szükség. Ilyen például az IT szektor, tapasztalat nélkül elég nehéz lenne hatékonyan működni, de ugyanez mondható el a jó hírnévre is, hiszen azokban az elektronikai eszközökben jobban megbíznak az emberek, amelyek a piacon jó hírnévvel rendelkeznek. Akár ilyen előnyök lehetnek még a fogyasztói hűség, szállítók és vevők közötti kialakult szoros kapcsolat, promóció és reklám. A reklám és egyéb befektetések költségei gyakran nem térülnek meg, és ezáltal kockázatosabbá teszik a piacra lépést. (DG COMP 2005, Boytha – Tóth 2010) A sokszor emlegetett *United Brands* ügyben a Bíróság a reklámanyagokat és márkavédjegyet erőfölényes tényezőnek vélte, hiszen a cég nagy erőforrásokat csoportosított a Chiquita

márkanév meghonosítására. A *Michelin* gumiabroncsmárka megkérdőjelezhetetlen minőségére támaszkodva állapította meg az erőfölényes helyzet egyik feltételét.

5.3.2.8. Egyéb stratégiai jellegű korlátok: olyan helyzetek, melyek költségesek a vevőnek az átálláshoz. Ilyen lehet például az, ha a személyzetet át kell képezni egy új termék használatára, vagy ha, a hálózati hatások miatt a versenytárs termékének értéke alacsonyabb. Ilyenek a szoftverek, nem csak a termék belső tulajdonságától függ, hanem attól is, hogy hány ember használja, akikkel az új vevők fájlokat cserélhetnek. (Boytha – Tóth 2010, DG COMP 2005) Ez az eset történt a *Microsoft I.* (1998) ügyben is, amikor a személyi számítógépek operációs rendszerének piacát lefedték, így a szoftverek írásának első számú jelentősége az volt, hogy kompatibilis legyen a Microsoft platformmal.

Ilyen korlát lehet még a hosszú távú szerződések megkötése, melyekkel szinte magához köti a piaci szereplőket, ezáltal korlátozza a versenytársak piacra lépését. (Boytha – Tóth 2010)

5.3.3. Vevői erő

A szállítót vevői is kényszeríthetik versenyre. Ha vevők rendelkeznek kiegyenlítő vevői erővel, akkor még az igen nagy piaci részesedéssel rendelkező vállalatok sincsenek abban a helyzetben, hogy vevőiktől függetlenül akadályozzák a hatékony versenyt. A kiegyenlítő vevői erő a vevőnek az eladóval szembeni alkupozícióját jelenti. A kiegyenlítő vevői erő egyik forrása lehet, ha a vevő hihetően képes azzal fenyegetni, hogy ésszerű időn belül más szállítóhoz fordul, amennyiben a szállító például, megemeli az árat. (EB 2004a)

Az eddigiekben bemutatásra került, hogy nem csak a piaci részesedés az, amely meghatározza az erőfölényes helyzetet, hanem a piacra lépési akadályok és a vevői erő is hozzájárulnak az erőfölényes helyzet vizsgálatához.

5.3.4. Közös erőfölény

Az EUMSZ 102. cikke értelmében nem csak egy vállalkozás lehet erőfölényben, hanem két vagy több vállalkozás is. Azt hogy hogyan is állapíthatjuk meg a közös erőfölényt, azt a különböző jogesetek alapján mondta ki a Bizottság vagy a Bíróság.

A *Compagnie maritime belge transports SA* (1996) ügyben az egyébként független vállalkozásoknak szükséges, hogy szoros érdekközösséget alkossanak. Az *Irish Sugar* (1997) ügyben pedig azt, hogy nem szükséges, hogy a felek azonos magatartást kövessenek, elegendő csak a közös stratégia elfogadása.

A közös erőfölény megállapításához az „Airtours tesztet” használják, mely különböző feltételeket állapít meg az erőfölény fennállásához:

- olyan a piac struktúrája, hogy hasznot hozó a cégeknek a közös politika kialakítása
- a piac átlátható, tehát a versenytársak információt szerezhettek egymás lépéseiről
- közös politikától eltérő oligopol tagokat nem tudják büntetni (árháború)
- a maradék versenytársak nincsenek abban a helyzetben, hogy veszélyeztessék a koordináció sikerességét

Mindezt a Bíróság az *Airtours/First Choice* (1999) ügyben állapította meg.

5.4. Visszaélés

Ha megállapítottuk a releváns piacot és azt, hogy a vállalat erőfölényes helyzetben van, a következő lépésben azt kell megvizsgálnunk, hogy a vállalat tanúsított-e olyan magatartást, mely visszaélésnek minősül. De hogy mi is minősül visszaélésnek azt a *Hoffman-La Roche* ügyben fogalmazták meg, melyet a *Michelin* ügyben megerősítettek: „*olyan magatartásra vonatkozik, amely várhatóan hatással lenne a piac szerkezetére, amelyen a vizsgált vállalkozás létének közvetlen következményeként a verseny gyengült, és amely magatartás a termékeknek és szolgáltatásoknak a kereskedők teljesítményétől függő, normális versenytől eltérő eszközökkel megakadályozza a piacon még meglévő verseny erősségének fenntartását vagy javulását.*” (Bishop – Walker 2010, 258.o.)

Ez a megfogalmazás sem tükrözi teljesen, hogy mit is érthetünk visszaélés szerű magatartásnak. Ezt a fogalmat is a jogesetek töltötték meg tartalommal. A visszaélésszerű magatartások két csoportba oszthatók. Az egyik csoport a *kizsákmányoló típusú magatartások*, amikor is a tanúsított magatartás tisztességtelen azokkal szemben, akik az erőfölényes vállalkozástól függenek, tehát közvetlenül éri kár a fogyasztókat, például a túlzottan magas árak alkalmazása. A másik típus pedig a *kizáró típusú magatartások*, amelynek célja a hatásos verseny korlátozása, általában a versenytársak kiszorítására vagy piacra lépésük megakadályozására irányulnak, tulajdonképpen közvetve károsítják a fogyasztókat. (Remetei-Filep 2006)

A Bizottság közleményében a következőképpen csoportosította a kizáró magatartásokat (EB 2009):

- Kizárólagossági megállapodások: kizárólagos beszerzés, feltételes árengedmények

- Árukapcsolás és csomagban történő eladás: elkülönülő termékek, versenyellenes piaclezárás a kapcsolt és/vagy kapcsoló termékek piacán, több termékre vonatkozó árengedmény
- Felfaló magatartás: áron aluli értékesítés, versenyellenes piaclezárás
- Szállítás megtagadása és árprés: alapanyagok objektív szükségszerűsége, hatékony verseny felszámolása, fogyasztók megkárosítása

Míg a DG COMP (2005) vitaanyag a következő csoportosítást követi:

2. ábra: Kizáró magatartások csoportosítása a DG COMP vitaanyagban (2005)

	Horizontális piaclezárás	Vertikális piaclezárás
Nem árra irányuló magatartások	<i>Egyedüli márka- márkakizárólagosság</i> (single branding) <i>Árukapcsolás</i> (tying)	<i>Szállítás megtagadása</i> (refusal to supply) <i>Konstruktív megtagadás</i> (constructive refusal)
Árra irányuló magatartások	<i>Hűségkedvezmény</i> (loyalty rebates) <i>Vegyes összekapcsolás</i> (mixed bundling) <i>Felfaló árazás</i> (predation)	<i>Árprés</i> (margin squeeze) <i>Konstruktív megtagadás</i> (constructive refusal)

Forrás: saját szerkesztés, DG COMP 2005, 73. pontja alapján

Továbbiakban a DG COMP vitaanyag csoportosítását követem azzal a kiegészítéssel, hogy az árra irányuló magatartások körén belül tárgyalom a túlzó árazást és az árdiszkriminációt is. Jelen dolgozat keretein belül nem vizsgálom a konstruktív megtagadást.

Első körben a nem árra irányuló magatartásokat fogom megvizsgálni.

5.4.1. Nem árra irányuló magatartások

A nem árra irányuló magatartások esetén a vállalkozásoknak nem az a céljuk, hogy az árakat határozzák meg, vagy túl alacsonyan vagy túl magasán, hanem másfajta módszerek segítségével érik el a verseny korlátozását. Ilyen módszerek a márkakizárólagosság, az árukapcsolás, és a szállítás megtagadása is. A következőkben ezeket a magatartási formákat fogom részletesen elemezni.

5.4.1.1. Márkakizárólagosság

A márkakizárólagosságot különbözőképpen is szokták nevezni, mint kizárólagos megállapodás, kizárólagos beszerzés, de mind ugyanazt jelenti: a vevő megakadályozása abban, hogy versengő terméket szerezzen be a gazdasági erőfölényben lévő vállalkozáson kívül bárkitől, mely horizontális piaclezáráshoz vezet, melyet a táblázatban is láthattunk. *Suiker Unie* (1973) hűségkedvezményt biztosított azon vásárlóinak, akik kizárólag csak tőle vásároltak, ezt a magatartást a Bíróság visszaélő magatartásnak minősítette.

A *Hoffman-La Roche* ügyben a Bíróság egy általános megállapítást tett a kizárólagos megállapításokra: *„az a tény, hogy egy erőfölényben lévő vállalat magához köti a vásárlókat olyan kötelezettségvállalás vagy ígéret alapján, hogy azok szükségleteik egészét vagy jelentős részét kizárólag az adott vállalkozásnál fogják beszerezni, erőfölénnyel való visszaélésnek minősül”* és az erőfölényben lévő vállalkozás nem védekezhet azzal, hogy a vásárló kérte, hanem csak azt kell vizsgálni, hogy horizontálisan kizárhatja-e a versenyt az érintett piacon. (Wish 2010, 673.o.) A *Hoffman-La Roche* gyógyszergyártó vállalat huszonkét céggel kötött szállítási szerződést különböző vitaminok szállítására. Mindezért cserébe a cégeknek évenként, félévente árurabattot adott. A Bizottság szerint ez a magatartás visszaélésnek minősül, mert torzítja a gyártók közötti versenyt azáltal, hogy a feleket megfosztja a szabad választástól.

Az 1980-as években Írországból a *HB Ice Cream Ltd.* (mai nevén *Van den Berg Foods* 1998) uralta a jégkrémpiacot. A HB ingyen vagy minimális díj ellenében hűtőszekrényt adott az üzleteknek, azzal a kikötéssel, hogy abban csak az ő termékeit árulhatják. Ebben az időben a boltméretére és a gazdaságosságra való tekintettel nem volt szokás egynél több hűtőládát tartani a boltban, így ez de facto kizárólagosságot ért el a kereskedelmi egységekben. 1989-ben azonban megjelent egy másik versenytárs is a piacon, a *Masterfoods Ltd.* A boltok pedig el kezdték forgalmazni a *Masterfoods* jégkrémeit is a HB hűtőládákban. Így a két cég között pereskedés kezdődött. A Bizottság elé került az ügy, amely kimondta: *„Az a körülmény, hogy a domináns vállalkozás az érintett piacon az üzletek 40%-át de facto módon, a valóságban bolti kizárólagossági kikötéssel magához köti- akár azok kívánságára is- erőfölénnyel való visszaélésnek minősül.”* (Tóth 2007, 266.o.)

A *Coca-Cola Company* (2005) is kötött ilyen kizárólagos megállapodásokat. Azáltal, hogy a Coca-Cola ilyen üzletpolitikát folytatott Európában, korlátozta a versenyt a szénsavas üdítőitalok piacán. A cég kötelezettséget vállalt, hogy változtat üzletpolitikáján mind az Európai Unió, mind Izland és Norvégia területén. A kötelezettségvállalás a következőkre terjedt ki:

- Nem lesz több kizárólagossági megállapodás: Coca-Cola ügyfelei bármikor szabadon vásárolhatják és árusíthatják választásuk szerint bármely szállító által értékesített szénsavas üdítőitalt
- Nem ajánl árengedményt abban az esetben, ha ügyfelei legalább annyi vagy több Coca-Cola terméket értékesítenek, mint korábban.
- Nem használja a Coca-Cola legerősebb márkáit kevésbé népszerű termékek értékesítéséhez
- 20% szabad hely a Coca-Cola hűtőiben: amennyiben nincs a boltban másik hűtője, csak az, amit a Coca-Cola ingyenesen juttatott, akkor az ügyfél legalább 20% helyet szabadon használhat

5.4.1.2. Árukapcsolás

A Bizottság iránymutatásában a következőképpen fogalmazza meg az árukapcsolás fogalmát: amikor egy vevőnek egy termék (kapcsoló termék) megvásárlása esetén egy másik terméket is (kapcsolt termék) meg kell vásárolnia az erőfölényben lévő vállalkozástól. (EB 2009)

Hilti Aktiengesellschaft (1989) az építőiparban használt rögzítőrendszerek gyártásával és forgalmazására szakosodott, különösen a szögbelövő pisztolyaira és azok tartozékaira. Kereskedelmi politikájába tartozott, hogy a patronvételt szögvásárlásához kötötte, így más szöget gyártó cégeknek megnehezítette a szögek eladását. A Bizottság vizsgálata alapján a Hilti piaci részesedése az érintett szögpiacon 70-80% körül van, mely önmagában feltételezi az erőfölényes helyzetet. A Bíróság megállapította, hogy a szögbelövő pisztolyok, a patrontárak és a szögek három külön piacot alkotnak, így megállapítható, hogy a patrontárak és szögek összekapcsolása két elkülönült termék esetén történt. A Hilti kereskedelmi politikájából adódóan a vevők kényszerítve voltak, ugyanis azt mondta, hogy visszautasítja a garanciát abban az esetben, amikor azokat más termelők által gyártott tartozékokkal használják. Mivel több versenytárs sem tudta a Hilti szögbelövő termékhez tartozó szögeket értékesíteni, ezért károsította a versenyt a piachoz való hozzáférés lezárásával.

Tehát a Hilti ügy is jól szemlélteti, hogy ahhoz, hogy az árukapcsolás vonatkozásában fennálljon a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés, öt különböző feltételnek kell teljesülnie: (Wish 2010)

- megvádolt vállalkozás erőfölényes helyzetben van
- két elkülönülő terméket kapcsolt össze

- a vevő kényszerítve volt arra, hogy mind a kapcsoló, mind a kapcsolt terméket megvegye
- az árukapcsolás a piachoz való hozzáférés lezárásával károsítja a versenyt
- objektív alapon nem igazolható az árukapcsolás

Nagyon nehéz megállapítani, hogy mi is minősül elkülönülő terméknek. Gondoljunk csak a mindennapokra, ha veszünk egy cipőt, akkor kapunk hozzá cipőfűzőt is, ez még önmagában nem mondható árukapcsolásnak. Viszont, ha egy bizonyos márkájú cipőfényezőt meg kellene venni a cipőhöz, az már árukapcsolásnak minősülhet. Az EUMSZ 102. cikkének d) pontja szerint: *„visszaélésnek minősül különösen a szerződések megkötésének függővé tétele olyan kiegészítő kötelezettségeknek a másik fél részéről történő vállalásától, amelyek sem természetüknél fogva, sem a kereskedelmi szokások szerint nem tartoznak a szerződés tárgyához.”*

Azonban a Bíróság a *Tetra Pak* ügyben némiképp bonyolította a helyzetet, amikor kimondta, hogy bizonyos esetekben akkor is árukapcsolásról lehet szó, ha a termékeket a kereskedelmi szokások szerint kapcsolják össze. A *Tetra Pak* előírta azon vásárlóinak, amelyeknek folyadéksomagoló gépeket szállított, hogy tőle vásároljanak kartonokat, valamint, hogy kizárólag ő nyújtsa a szerelési és karbantartási szolgáltatásokat. A *Tetra Pak* érvelésében arra hivatkozott, hogy egy integrált forgalmazási rendszert szolgáltatott, így nem valósított meg visszaélést. A *Tetra Pak* ügyben jól látszik, hogy megvalósulhat a visszaélés úgyis, ha kereskedelmi szokás szerint kapcsolják össze az árukat, jelen esetben az integrált forgalmazási rendszer alapján.

Az árukapcsolás dilemmája jelenhet meg az IT szektorban is. Bonyolult termékek kapcsán elképzelhető, hogy egy másik termék kikötése szükséges lehet a kapcsoló termék működéséhez. 2000-ben a Bizottság hivatalból kezdte el vizsgálni a Windows 2000 generációs szoftverprogramokat, valamint az ezzel összekapcsolt Windows Media Player médialejátszó programot. (*Microsoft II ügy* 2000) A Bizottság kimondta, hogy nem elég a termék tulajdonságait megvizsgálni az összehasonlítás során, hanem meg kell vizsgálni, hogy létezik-e fogyasztói kereslet a termékekre külön-külön. A Microsoft azzal érvelt, hogy a Windows Media Player csak egy funkció és nem egy külön termék. Azonban a Microsoft külön termékként értékesíti a médialejátszót, ugyanis létezik a kereskedelmi kínálatban a Media Player upgrade verziója is. A Bíróság arra is rámutatott, hogy a Windows egy rendszer szoftver, a Windows Media Player pedig egy alkalmazás szoftver, tehát elkülönülő terméknek kell tekinteni. Fontos kritérium az is, hogy a vásárlónak nincs meg a döntési joga arra, hogy

külön-külön vásárolja meg a szoftvereket, még akkor is, ha azt ingyen is kapja. Mindenképpen megállapítható, hogy a Microsoft ezen magatartása korlátozza a versenyt, hiszen versenyelőnyt szerez egy olyan piacon, amelyen nem is a minősége alapján jutott be.

A Microsoft II ügyben is jól látható az öt feltétel érvényesülése. Az EUMSZ 102. cikkének d) pontja nem rendelkezik kimerítően az árukapcsolás gyakorlati problémáira, ezért a Bizottság és a Bíróság az öt feltétel meglétének vizsgálatával dönti el, hogy az árukapcsolás versenyellenesnek minősül vagy sem.

5.4.1.3. Szállítás megtagadása

Az EUMSZ 102.cikkének iránymutatása szerint a Bizottság általában abból az álláspontból indul ki, hogy az erőfölénytől függetlenül, minden vállalkozásnak joga van arra, hogy megválassza kereskedelmi partnereit, és tulajdona felett szabadon rendelkezzen. (COMP 2008) Kivételes esetekben azonban indokolt lehet beavatkozni, különösen olyankor, mikor az erőfölényben lévő vállalat a vertikális láncban következő (downstream) piacon is versenyez, és megtagadja a versenytársak kiszolgálását. (Bishop – Walker 2010)

Tiercé Landbroke (1993) egy belga fogadóirodát működtető vállalkozás volt, amely szerint a francia versenypálya-üzemeltetők kötelesek lennének átadni számára a francia lóversenyekről készülő közvetítéseket. A Bíróság azonban elutasította ezt a keresetet és megfogalmazta, hogy: *„hacsak nem olyan terméket vagy szolgáltatást érint, amely vagy elengedhetetlen a kérdéses tevékenység gyakorlásához, abban az értelemben, hogy nincs tényleges vagy potenciális helyettesítője, vagy pedig új termék, amelynek bevezetését megakadályozná annak ellenére, hogy meghatározott, állandó és rendszeres potenciális kereslet van a fogyasztók oldaláról.”* . (Wish 2010, 693. o.) Tehát a bukmékek tevékenységéhez nem elengedhetetlen feltétel a lóversenyek televíziós közvetítése.

A jogeset alapján a következő mérlegelési szempontok merülhetnek fel (Tóth 2007):

- felek korábbi kapcsolata
- milyen jellegű volt a visszautasított ajánlat, esetleg nem kért-e lehetetlent
- milyen következményekkel jár a visszautasítás, korlátozza-e a versenyt

Commercial Solvents (1973) a vegyiparban és gyógyszeriparban tevékenykedő vállalkozás, melynek Olaszországban is volt leányvállalata (IC). Az IC szállította az aminobutanolt Zoja nevű vállalkozásnak, aki a tuberkulózis kezeléséhez használatos gyógyszergyártó cég volt. Commercial Solvents úgy döntött, hogy nem exportál Európába több nyersanyagot. Ezáltal a Zoja nyersanyagkészleteit máshonnan nem tudta beszerezni és keresetet nyújtott be a Commercial Solvents ellen, a nyersanyagok szállításainak megtagadása

íránt. A Zoja kiszorításával az IC saját maga számára akarta biztosítani a felvevőpiacot. A Bizottság megállapította a Commercial Solvents és leányvállalatai erőfölényét. A Bizottság kifejtette, hogy olyan esetekben, amikor az erőfölény valójában monopolhelyzetet jelent, a visszautasítás valamely fő felhasználó, egy korábbi vevő ellen irányul, valamint a visszautasítás jelentősen befolyásolja a közös piacon a határos verseny feltételeit és objektív módon nem indokolt a visszautasítás, a magatartás jogszerűtlen volta nyilvánvaló.

A mérlegelési szempontok alapján a felek szerződéses viszonyban álltak, a visszautasított ajánlatot a cég tudta volna kivitelezni, noha az IC azt állította, hogy nem tudja ellátni a Zoja-t, ám statisztikai adatokból egyértelműen megállapítható volt, hogy képes lett volna a nyersanyagok leszállítására. És végül a visszautasítás egyértelműen korlátozta a versenyt, hiszen az IC célja az volt, hogy kiszorítsa a piacról a Zoja-t és biztosítsa magának a felvevőpiacot.

A *Magill-ügyben* (1991) a felkenek nem volt korábbi kapcsolata, hiszen új vevő megjelenéséről van szó. Írország területén nem létezett olyan átfogó televíziós magazin, amely a fogható csatornák többségének teljes heti műsorát tartalmazta volna, ezért kísérelte meg a Magill a piacra lépést. Azonban az ITP, BBC, RTE csak néhány heti- és napilap számára biztosította, és ezek számára is korlátozta a műsorközlés lehetőségét. Az eljárás alá vontak azzal érveltek, hogy védett szerzői joguk keretében jártak el. A Bizottság szerint viszont nem szükséges az eljárás alá vontak által folytatott üzletpolitika. Megállapította továbbá, hogy jogosultságukat a visszaélés eszközeként használták, akadályozva ezáltal a piacon lévő kiadványok versenyességét. A Bíróság megállapította, hogy potenciális fogyasztói kereslet mutatkozik egy átfogó információkat tartalmazó heti műsorúság megjelenésére. Az eljárás alá vontak magatartásukkal kizárták a verseny minden lehetséges formáját.

A Magill ügygel kapcsolatban felmerül a nélkülönözhetetlen eszköz tana, az új vevők részére történő szállítástól való elzárkózás kapcsán. Amelynek lényege, hogy vannak olyan eszközök, melyekhez a cégeknek hozzá kell férniük, ha versenyezni akarnak a downstream piacon. (Wish 2010)

Oscar Bronner kontra Mediaprint (1997) ügyben Bronner úr egy osztrák napilap kiadója volt és szeretett volna hozzáférni a Mediaprint fejlett házhoz szállítási rendszeréhez. A Bíróság szerint a Mediaprint házhoz szállítási szolgáltatása nem volt nélkülönözhetetlen, mivel más módok is voltak a forgalmazásra, többek között boltok, árusítóhelyek, így megállapította, hogy a Mediaprint magatartása nem volt erőfölénnyel való visszaélés. A Bíróság ebben az ügyben mondta ki, hogy valami olyan eszközre van szükség, amely

nélkülözhetetlen, alkalmatlan a többszörözésre. Ez lehet úgy, hogy fizikailag lehetetlen például egy második vasút építése, vagy jogilag lehetetlen, mint a Magill ügyben, mikor egy vállalkozás szellemi tulajdonjoggal bír. Vitás kérdésként merülhet fel, hogy olyan cégek, amelyek védett információk birtokában vannak, jogosan zárkoznak-e el attól, hogy engedélyezzék a használatot harmadik személyek részére.

Ilyen vitás kérdés merült fel a *Microsoft I.* ügyben is, amelyben az egyik versenytárs bepanaszolta a Microsoftot, hogy visszatartja az alkalmazások közötti kommunikációhoz szükséges interfész protokollok azon információit, amelyek ismerete nélkül más szoftvergyártó cégek programjai nem tudnak megfelelően működni a Windows operációs rendszerrel. Egy szoftverprogram csak akkor fut a számítógépen, ha kompatibilis az operációs rendszerrel. A Bizottság hangsúlyozta, hogy a Microsoftnak csak a kommunikációs protokollok leírásait kell hozzáférhetővé tennie, nem pedig a forráskódokhoz való hozzáférést. A Bizottság határozatában hagyatkozott a *Magill* és *IMS Health* ügyekben megfogalmazottakra, hogy egy erőfölényes vállalkozás szellemi tulajdoni értékkel bíró termékhez való hozzáférés megtagadása visszaélésnek minősül az EUMSZ 102. cikkének b) pontja értelmében: „visszaélésnek minősül különösen a termelés, az értékesítés vagy a műszaki fejlesztés korlátozása a fogyasztók kárára.” A Bizottság megerősíti azt a három feltételt, amely a *Magill* és *IMS Health* ügyben már megfogalmazott: „visszaélés történik, ha a szellemi alkotás tulajdonosa elzárkózik a harmadik féllel történő szerződéskötéstől és ezzel egyidejűleg az alábbi három feltétel teljesül:

- ha a visszautasítás egy olyan terméket vagy szolgáltatást érint, amely nélkülözhetetlen a szomszédos piacon végzett tevékenységhez,
- ha a visszautasítás olyan természetű, amely minden lehetséges verseny kizárásának kockázatával jár, továbbá
- ha a visszautasítás megakadályozza olyan új termékek megjelenését a piacon, amelyekre fogyasztói igény lenne.” (Lenk, GVH 1-6.o.)

Eddig a nem árra irányuló magatartásokat tekintettem át, a továbbiakban pedig az árra irányuló magatartásokkal foglalkozom.

5.4.2. Árra irányuló magatartások

Az árra irányuló magatartások témakörén belül fogom részletesen megvizsgálni a hűségkedvezmény, a csomagban történő értékesítés, felfaló árazás, árprés, árdiszkrimináció és a túlzó árazás problémakörét.

5.4.2.1. Hűségkedvezmények

Gyselen három csoportba sorolja a kedvezményeket (Tóth 2007):

- Kizárólagos beszerzéshez kötődő kedvezmények
- Egyedi mennyiségi célkitűzés elérésekor járó kedvezmény
- Standard mennyiségi célkitűzés esetén járó kedvezmény (ebben a kategóriában nincs kiforrott esetjog, a standardizálás jó alapot teremthet a hatékonyságalapú igazolás előterjesztésére)

A *kizárólagos beszerzéshez kötődő kedvezmények* esetén az erőfölényes helyzetben levő vállalkozás azzal a feltétellel biztosít kedvezményt, hogy a kereskedő csak vele üzletel, kizárva ezzel versenytársait. (Tóth 2007)

A márkakizárólagossági megállapodásoknál már felmerült a *Hoffman-La Roche* ügy. Ebben az ügyben a Bíróság különbséget tett a szokásos mennyiségi kedvezmények, amely kizárólag a vásárolt mennyiségtől függ, és a hűségkedvezmények között, amelynek célja az, hogy megakadályozza, hogy a vevők a versenytársaktól vásároljanak. Azt az álláspontot képviselte, miszerint a hűségkedvezmények szükségképpen kizáró hatásúak, amennyiben egy erőfölényben lévő vállalat alkalmazza őket, anélkül, hogy megvizsgálná, hogy valószínűsíthető-e a fogyasztói kár.

Egyedi mennyiségi célkitűzés elérésekor járó kedvezmény esetére a *Michelin* ügyet lehet alapul venni. A Michelin az elérendő célt minden vevőnek személyre szabva határozta meg, amelyek általában minden évben magasabbak voltak, mint az előző években. A Bíróság kimondta, hogy „minden olyan kedvezményrendszerben, melyben egy viszonylag hosszú bázisidőszakra vetített eladások nyomán jár az engedmény, benne rejlik, hogy a bázisidőszak végén növekszik a vásárlóra nehezedő nyomás, hogy megvalósítsa az előny eléréséhez, vagy az időszak egészére előirányzott veszteség elkerüléséhez szükséges vásárlási számot.” (Wish 2010, 721.o.)

British Airways brit légitársaság olyan kedvezményrendszert alkalmazott az utazási irodák irányában, amellyel akadályozta a versenytársakat az Egyesült Királyság ki- és befelé irányuló légiközlekedésének piacán. A Bizottság kimondta, hogy a versenytársak képesek voltak növelni a piaci részesedésüket a British Airways rovására, de nem lehet attól elvonatkoztatni, hogy a versenytársak a visszaélő jutalékrendszerek nélkül sikeresebbek lettek volna. Bishop és Walker (2010) szerint ott ahol a versenytársak piaci részesedése növekszik, ott azzal a feltételezéssel kell élni, hogy a hűségkedvezményeknek nincs kizáró hatása. Az esetjog alapján azt a következtetést lehet levonni, hogy az európai versenyszabályozás

visszaélésnek fogja tekinteni, ha egy vállalat erőfölényes helyzetében bármilyen hűségkedvezmény-rendszert használ. Azonban a hűségkedvezmények erősíthetik is a versenyt, hiszen nagyon sok olyan vállalatnál elfogadott gyakorlat, amelyek nincsenek erőfölényben. Hűségkedvezmények mellett szólhat az, hogy ösztönzi a viszonteladókat, hogy kiegészítő szolgáltatást nyújtsanak, hogy csökkentsék a végső fogyasztó számára érvényesített árakat, és a fix költségek hatékony megtérülésének biztosítása sem utolsó szempont. A British Airways ügyben a Bizottság tulajdonképpen légitársaságok közötti versenynél csak az ösztönzési rendszert vette alapul, figyelmen kívül hagyva a repülés árát, a szolgáltatás minőségét.

5.4.2.2. Csomagban történő értékesítés

Csomagban történő értékesítést általában az árukapcsolás fogalmával szokták azonosítani. A jog illetve a közgazdaságtan sem tesz éles különbséget a két fogalom között. A csomagban történő értékesítésnek két fajtáját különböztethetjük meg: *tiszta csomagban történő értékesítés*, amikor az X és Y termék csak csomagban kapható. Tehát egyik termék sem jelenik meg a piacon külön-külön. Ilyen lehet például egy magazin egyik száma, amelyben egy poszter található. Sem a magazinnak azt a számát, sem a posztert nem lehet külön megvásárolni. A következő kategória a *kevert csomagban történő értékesítés*, amelyben X és Y termék külön-külön is kaphatóak, de kedvezmény jár, ha együtt vásárolják őket. Ilyenek általában a parfümök és tusfürdők egy csomagban történő elhelyezése. Az utolsó kategória pedig az *árukapcsolás*, ahhoz, hogy megvegye a vásárló az X terméket, Y terméket is meg kell vennie. Az Európai Unió joggyakorlata sem tesz éles különbséget az árukapcsolás és csomagban történő értékesítés között, így az árukapcsolásnál tárgyalt jogesetek, mint például a Hilti ügy megfeleltethető a csomagban történő értékesítés kevert kategóriájának. (Bishop – Walker 2010)

5.4.2.3. Felfaló árazás

A domináns vállalkozás nemcsak túlzóan, hanem túl alacsonyan sem árazhat. Rövidtávon az alacsony árak kedvezőek a fogyasztókra, de hosszabb távon veszélyeztetheti a versenyt. (Tóth 2007) Egy gazdasági erőfölényben levő vállalat felfaló árazási magatartást követ, amikor az árait csökkenti, ezáltal szándékosan keletkezik vesztesége vagy szándékosan esik el a nyereségtől rövid időre, annak érdekében, hogy ellehetetlenítsen vagy szabályozzon egy vagy több potenciális versenytársat. Az árazás nem minden esetben „felfaló”, csak azért mert a cég rövidtávon veszteséget ér el, vagy nyereségtől esik el. Lehetnek olyan helyzetek,

amikor a vállalatnak befektetés alacsony áron kínálni termékeit annak érdekében, hogy minél több fogyasztó ismerje meg kínálatát. (Hildebrand 2009) Tehát a kérdés az, hogy mihez képest kell megállapítani, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás túlzottan alacsony árakat kötött ki vagy sem.

Az AKZO 50%-os piaci részesedéssel rendelkezett Európában a szerves peroxidok terén. Egyik vevője a brit ECS, amely az AKZO-tól vásárolt benzolperoxidot, hogy azt hígítva lisztadalékként forgalmazza. Ugyanakkor az AKZO is szállított lisztadalékot az Egyesült Királyság területére. Az ECS létrehozta saját benzolperoxid-gyártását, így alacsonyabb árakon értékesített mint az AKZO. Az ECS úgy döntött, hogy belép a német piacra is, szintén az AKZO-nál alacsonyabb árakkal, mire az AKZO megfenyegette az ECS-t, hogy lépjen vissza, különben árain csökkentve megcélozza az ECS vevőit az Egyesült Királyság piacán. 3 évig tartó árharc alakult ki, amelyből az AKZO jött ki nyertesnek, mert a „felfaló” árai a teljes önköltség alattiak, de a változó költség felettiak voltak. A Bíróság megállapította, hogy az AKZO erőfölényben volt a szerves peroxidok európai piacán. 50% vagy ennél magasabb piaci részesedéssel rendelkezett, ami már önmagában megvalósíthatja az erőfölényes helyzetet, de számos más körülmény is hozzájárult, többek között az erős műszaki-kereskedelmi szervezet, legszélesebb termékskála, toxikológiai tudásban vezető szervezetről van szó. A Bíróság megállapította azt is, hogy ha egy erőfölényben lévő vállalkozás magatartása veszélyezteti vagy aláássa a közös piacon fennálló piaci szerkezetet, akkor visszaélésszerű magatartást valósít meg. A Bíróság indoklása válaszul szolgál arra a kérdésre is, hogy mi az a mérték, amelyhez képest a magatartás visszaélésnek minősül. Ez alapján, ha az eladási ár a *változó költség (AVC) szintjét sem éri el*, akkor bizonyítás nélkül is visszaélésszerű, hiszen ez csak abban az esetben lehet érdek, ha ki akarja szorítani versenytársát, hogy a megvalósulás után nyugodtan emelheti árait. A következő szint, amikor *az eladási ár a változó költség szintjét ugyan meghaladja, de nem éri el a teljes összköltség (ATC) szintjét*. Ebben az esetben akkor minősül a magatartás visszaélésnek, ha ez egy olyan előre kidolgozott tervbe illeszkedik bele, amelyet a versenytárs kizorítására dolgoztak ki.

A *Tetra Pak* ügyben, amelyet már az árukapcsolás témakörén belül ismertettem, a Bizottság megállapította, hogy erőfölénnyel való visszaélést valósított meg a nem aszeptikus csomagolóanyagok kapcsán. Olaszországban a cég AVC alatti áron adta el áruját, amellyel megvalósította a felfaló árazást.

A Bíróság kimondta azt is, hogy az AVC alatti árazás is lehet versenyszerű, ha a vállalkozás éppen belép egy piacra, és csak így érheti el a piacon maradáshoz szükséges

megrendeléseket. De mindenképpen visszaélésnek minősül az, ha a felfaló árazás arra ad esélyt, hogy a versenytársak a piac elhagyására kényszerüljenek. (Bara 2007)

Wanadoo, a France Télécom (2007) leányvállalata, a szélessávú internet szolgáltatásait AVC alatti áron kínálta. Bizonyítottá vált, hogy ez az árazási forma tudatos volt a Wanadoo részéről. Az ADSL versenytársak piaci részesedése 10% alatt maradt, sőt az egyik versenytárs el is hagyta a piacot. Bizottság megállapította a jogsértést, miszerint áraival korlátozta a piacra való belépést. A Bizottság három különböző módszer alapján határozhatja meg a költségeket. Az első ilyen módszer az *egyszerű számviteli alapon nyugvó módszer*. Ez a módszer automatikusan magába foglalja a költségeket és bevételeket. A második módszer a *korrigált költségek tényleges fedezetét érinti*, melyben a Bizottság a korrigált változó költségek megtérülését és a korrigált teljes költség megtérülését vizsgálta. A harmadik módszer pedig az *előre látható korrigált költségek megtérülésén alapuló elemzés*. A Bizottság a második módszert, míg a Wanadoo a harmadik módszert részesítette előnyben. A Wanadoo védekezését a veszteség-ellensúlyozására alapozta, mely szerint ő jóhiszeműen állapította meg az árait a versenytársak áraihoz mérten. Arra is hivatkozott, hogy egyáltalán nincs arra lehetősége, hogy versenytársait kiszorítsa a piacról, illetve újabb szereplők bármikor beléphetnek a piacra, ami cáfolja a versenytársak kizárásával kapcsolatos bármilyen ésszerű várakozás meglétét. A Bíróság tulajdonképpen az előbb ismertetett két esetre alapozta döntését, és helyben hagyta a Bizottság döntését, miszerint a magatartás visszaélésszerű volt. A közgazdaságtudomány azonban nem igazán ért egyet ezzel a formajogi megoldással, ők a veszteség-ellensúlyozási próba logikáját tartják mérvadónak, amelyre a Wanadoo is hivatkozott. Ugyanis számos más érv is felhozható az AVC alatti árazás alkalmazására, például egy többtermékes forgalmazás esetén a forgalmazó növelheti úgy is a profitját, ha különböző keresletrugalmasságú termékek számára különböző felárat számít fel.

Összességében megállapítható, hogy a felfaló árazás kérdésében a Bizottság és a Bíróság joggyakorlata nem alkalmaz mélyreható közgazdaságtani elemzést, nem támaszkodik a jogsértő magatartás várható piaci hatásainak vizsgálatára, és nincs tekintettel a veszteség-ellensúlyozási próbára sem. (Bara 2007)

5.4.2.4. Árprés

Míg a felfaló árazás horizontálisan integrált cégek esetében valósulhat meg, addig az árprés vertikálisan integrált cégek között, tehát egyszerre vannak jelen a nagykereskedelmi és kiskereskedelmi piacon. Képesek úgy emelni az alapvető inputoknak az árát, hogy közben csökkentik a fogyasztói árakat, így a versenytársak költségei és eladási árai közötti részt

összepréselik, kényszerítve ezzel a versenytársat a piac elhagyására. Az árprés inkább szabályozott ágazatokban, mint távközlés- és villamosenergia-iparban jelenik meg. Ahhoz, hogy az árprés megvalósítsa a visszaélést négy feltételnek kell teljesülnie (Valentiny 2004):

- kiskereskedelmi tevékenységhez szükséges alapvető inputok tekintetében szűk keresztmetszet legyen
- a vállalat szabadon dönthessen a nagy- és kiskereskedelmi árakról
- kiskereskedelmi piacon a belépési korlátok elég magasak legyenek
- a vállalat számára az árprés használata kifizetődő legyen

Deutsche Telekom (2003) ügyben a piacra lépők sérelmezték, hogy a cég kiskereskedelmi árai alacsonyabbak voltak, a cég által kínált nagykereskedelmi árakhoz képest, ezáltal a versenytársak a kiskereskedői árakat nem tudták olyan alacsonyan tartani, mint a *Deutsche Telekom*. A Bizottság kimondta, hogy a vertikálisan integrált szolgáltatóknak a kereskedelmi árak felett kell meghatározni a kiskereskedelmi árakat úgy, hogy ezzel a versenytársak piacra lépése is lehetővé váljon.

A *Deutsche Telekom* ügyben is megfigyelhető a négy feltétel érvényesülése. A távközlés területén nagyon sok olyan eset van, amikor egy vállalat erőfölényben van és képes irányítani a piacot. Nem sok versenytárs van a piacon, ami még több okot ad arra, hogy egy cég monopolhelyzetre törekedjen. Mind a felfaló árazás, mind az árprés kérdésében fontos kiindulópont a költségek meghatározása, hogy mi az a költség amihez viszonyítva megállapítható a visszaélés.

5.4.2.5. Árdiskrimináció

Az EUMSZ 102. cikkének c) pontja kimondja, hogy „*visszaélésnek minősül különösen az egyenértékű ügyletek esetén eltérő feltételek alkalmazása az üzletfelekkel szemben, ami által azok hátrányos versenyhelyzetbe kerülnek.*”

A szerződés szövegéből egyértelműen kitűnik a három feltétel fennállása. Az első, hogy az ügyleteknek egyenértékűnek kell lennie. Tehát ha mennyiségi, minőségi feltételben különbözőek, akkor azokat a termékeket, vagy szolgáltatásokat nem lehet egyenértékűnek tekinteni. (Van den Bergh – Camesasca 2006) A második, hogy az üzletfelekkel szemben eltérő feltételeket kell alkalmazni. Tehát ha az egyik üzletfélnek adott kedvezményt, akkor a másik félnek is adnia kell. És a harmadik feltétel pedig, hogy az eltérő feltételek alkalmazásával a felek versenyhátrányba kerülnek. Az előző példánál maradva, az egyik fél kevesebért jut a termékhez, ezáltal több profitra tehet szert, mint a másik fél.

Háromféle árdiszkriminációt különböztethetünk meg (Bishop – Walker 2010) :

- Elsőfokú árdiszkrimináció: ez a típus ritkán fordul elő, hiszen azt feltételezi, hogy a vállalat pontosan ismeri a fogyasztó fizetési hajlandóságát, ezáltal tökéletesen tud diszkriminálni a fogyasztói között.
- Másodfokú árdiszkrimináció: ilyenkor a vállalat ráveszi fogyasztóit arra, hogy nyilvánítsák ki fizetési hajlandóságukat. Egyik formája a mennyiségi kedvezmény, a másik formája pedig a kétrészes ár, amikor indulásként a fogyasztó kifizet egy összeget és utána használatuk arányában fizet, tipikusan ilyen például a víz-, gáz-, áramszolgáltatás.
- Harmadfokú árdiszkrimináció: a fogyasztókról szerzett információ alapján diszkriminálnak.

Az árdiszkriminációnak azonban lehetnek jóléti hatásai is, hiszen ha egy vállalatot arra köteleznénk, hogy árait egységesen állapítsa meg, az nem biztos, hogy jó a fogyasztónak, s ezzel a teljes kibocsátás csökkenne. Például egy mozijegy áránál vannak diákkedvezmények. A diákok fizetési hajlandósága kisebb mint a felnőtteké, így felhagynának a szolgáltatás vásárlásával. (Bishop – Walker 2010)

A *United Brands* ügyben is megállapította a Bizottság az árdiszkriminációt. A Chiquita banán kirakodása mind Rotterdamban, mind Bremerhavenben majdnem azonos költséget ölelt fel, mégis a különböző országokban különböző árakon értékesítették a banánokat.

A *British Airways* ügyben a vállalkozás hátrányos megkülönböztetést alkalmazott, amikor különböző kedvezményeket nyújtott a hasonló helyzetben levő utazásközvetítő esetén. A diszkriminatív magatartás a legtöbb esetben a repülőtéri szolgáltatások esetében, a leszállási díjak vonatkozásában valósul meg. Például a *Portuguese Airports* (1999) ügyben kedvezményeket adtak a légitársaságoknak a portugál repülőtereken leszálló gépek számának arányában.

A diszkrimináció témakörében mindig nehéz megállapítani, hogy mihez mérten diszkriminatív az adott magatartás. Megint feltehető a kérdés hogy mit vehetünk alapnak? Arisztotelész szerint az egyenlőket egyenlően, a különbözőket különbözően kell kezelni. De mi minősül egyenlőnek és mi különbözőnek? Ezekre a kérdésekre a választ ismét a különböző precedensekből kaphatjuk.

5.4.2.6. Túlzó árazás

Az EUMSZ 102. cikkének a) pontja kimondja, hogy „*visszaélésnek minősül különösen a tisztességtelen beszerzési vagy eladási árak, illetve egyéb tisztességtelen üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett kikötése.*” Ha egy gazdasági erőfölényben lévő vállalat az árait a piaci szint fölé emeli, a túlzó árazás magatartási formáját valósítja meg. Tehát a vállalat azáltal, hogy emeli fogyasztóival szemben az árait, profitnövekedésre is számíthat. A valóságban nagyon nehéz megállapítani egy árról, hogy túlzó, hiszen ehhez meg kell határozni a versenyzői árszintet. Vannak olyan iparágak, amelyeknél igen nehéz értelmezni a túlzó árazás fogalmát, ilyen például a szellemi termékek, gyógyszeripar, zeneipar, IT szektor. Ezekben a szektorokban igen nehéz mérni a költségek és az árak közötti kapcsolatot. A gyógyszeripar óriási összegeket fordít a kutatásra és fejlesztésre, és ezek a költségek csak akkor térülnek meg, ha a termékek árát növelik. (Bishop – Walker 2010)

A túlzó árazással kapcsolatos fogalom és módszertan a különböző esetjogokban fogalmazódott meg. Az ilyen első túlzó árazással kapcsolatos ügy a *General Motors* (1975) ügye. General Motors gépkocsi gyártó cég belgiumi ügynöke a General Motors Continental volt, amely 1973. márciusától júliusáig az új Opel személyautók műszaki engedélyeztetésére kizárólagos joggal rendelkezett, amelyért díjat számolt fel. Az Európai Bizottság elé került az ügy, ugyanis a Bizottság úgy vélte, hogy ebben az öt hónapos időszakban a General Motors Continental erőfölényes helyzetben volt, amellyel visszaélt. Ezen időszakban az ügynökség öt esetben egy-egy Opel engedélyért annyit kért, mint egyébként az Amerikából importált típusokért, majd az öt hónap elteltével visszatért arra az üzletpolitikára, hogy az európai származású gépkocsik engedélyeztetése kevesebbe került, mint az amerikai származású gépkocsiké. A Bizottság szerint ebben az öt esetben a díj túlzó volt. Az ügynökség fellebbezett a Bírósághoz, amely érvénytelenítette a Bizottság döntését. A Bíróság úgy vélte, hogy a Bizottság nem járt el teljes körűen és nem bizonyította a visszaélés. A Bizottság az árak időbeli és keresztmetszeti összehasonlítására alapozta döntését.

A többször emlegetett *United Brands* ügyben a Bizottság vizsgálta a túlzó árazás kérdését. A Bizottság szerint a cég különböző árakat alkalmazott a különböző tagállamokbeli vevőkkel szemben. Belga vevők átlagosan 80%-kal, a dán vevők átlagosan 138%-kal fizettek többet ugyanazért a Chiquita-banánért, mint az ír vevők. A Bizottság a földrajzi és keresztmetszeti ár-összehasonlítással élt, és megállapította, hogy az Írországon alkalmazott ár is profitot termelt a United Brandsnek. A Bíróság viszont a Bizottságnak a túlzó árazásra vonatkozó döntését bizonyítottság hiányában megsemmisítette. A Bíróság a túlzott mérték

kérdésében arra a megállapításra jutott, hogy a termék előállítási költségének és az eladási árának összehasonlítása révén lehetne a túlzó árazást megállapítani.

Viszonylag kevés tisztán túlzó árazással megvalósított visszaélés van az Európai Unió gyakorlatában, köszönhető ez annak is, hogy nincs egy általánosan elfogadott fogalomrendszer illetve mérési módszer.

Az eddigiekben áttekintettem a gazdasági erőfölénnyel való visszaélési formákat, mind az árra és mind a nem árra irányuló magatartásokat. A továbbiakban meg kell vizsgálni, hogy az elkövetett magatartásra a vállalatnak van-e valamilyen kimentési lehetősége.

5.5. Védekezés

Az EUMSZ 102.cikke nem említi a mentességi feltételeket, mint az EUMSZ 101. cikkének (3) bekezdése. Feltehető a kérdés, hogy a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés esetén nincs is lehetőség kimentésre? A kérdésre a válasz az objektív igazolhatóság fogalma. Ha a vállalat magatartása mellett fel tud hozni olyan indokot, amely objektíve igazolható, akkor mentesül az EUMSZ 102.cikkének hatálya alól. Az első legfontosabb szempont, hogy a magatartásnak arányosnak kell lennie. (Wish 2010)

A korábban már ismertetett *Hilti ügyben*, a Hilti számos tanulmányt mutatott be a Bizottságnak, amellyel igazolni próbálta biztonságtechnikai megfontolását. Valamint a tanulmányok alapján a Hilti úgy vélte, hogy versenytársai hamis információt adtak hirdetéseikben a szögeket illetően, amikor azt állították, hogy azok megegyeznek a Hilti szabványaival és ennek megakadályozása révén folytatta magatartását. A Bíróság azonban nem fogadta el a Hilti objektív igazolhatóságára felhozott érveit.

A *Microsoft (II)* azt próbálta felhozni objektív igazolhatóságot jelentő körülményként, hogy a Windows Media Player elmozdításával a Windows-ban működési hibákat és zavarokat okozhat, illetve hogy a Windows operációs rendszer más médialejátszókkal nem kompatibilis, azonban ezt az állítását nem tudta kimerítően igazolni, így a Bíróság elvetette keresetét.

A Bíróság azt is megfogalmazta, hogy nem elegendő „*homályos, általános és elméleti érveket*” előterjeszteni az objektív igazolhatóság alátámasztására. (Wish 2010)

6. A tagállamok közötti kereskedelem befolyásolása

Mind az EUMSZ 101. cikk, mind a 102. cikk megfogalmazza, hogy a magatartások, akkor valósítanak meg versenyellenességet, ha képesek a tagállamok közötti kereskedelem befolyásolására. Ez a kritérium határozza meg a közösségi versenyjog alkalmazásának hatókörét. A kritériumnak három fő fogalmi körét alakította ki a bírósági gyakorlat, mint a „tagállamok közötti kereskedelem” fogalma, a „hatással lehet” fogalma és az „érzékelhetőség” fogalma. (GVH 2008)

6.1. A tagállamok közötti kereskedelem fogalma

A *Züchner ügyben* (1980) a Bíróság rámutatott arra, hogy a kereskedelem fogalom, nem korlátozódik csupán a hagyományos értelemben vett áru- és szolgáltatáscserére.

Bayerische Vereinsbanknál számlával rendelkező Züchner úr bankra szóló csekket állított ki olaszországi kedvezményezett javára, amelyre a bank 0,15%-os jutalékot számított fel. Züchner úr a nemzeti bírósághoz fordult, mert úgy vélte, hogy a jutalék kivetése kapcsán a bankok összehangolt magatartást folytattak. A nemzeti bíróságok előzetes döntéshozatalt kértek a Bíróságtól, hogy alkalmazható-e az EUMSZ 101.cikke. A Bíróság úgy határozott, hogy a bank saját feladatából fakadó tevékenysége a pénzeszközök egyik tagállamból a másikba való utalása, így nem mentesülhet a Közösség versenyszabályozása alól.

A tagállamok közötti kereskedelem tekintetében feltételezhető, hogy legalább két tagállamot érintő gazdasági tevékenységre gyakorol hatást. Azt azonban nem mondja ki, hogy mindkét tagállam egész területére kelljen kiterjedni, lehet az csak bizonyos részre is, feltéve, hogy a kereskedelemre gyakorolt hatás érzékelhető. (GVH 2008)

6.2. A „hatással lehet” fogalom

A Bíróság ezt a fogalmi elemet egy értékelési teszt szerint vizsgálja. Ez a teszt azt vizsgálja, hogy jogi vagy ténybeli tényezők alapján kellő mértékű valószínűséggel előre láthatónak kell lennie annak, hogy egy magatartás közvetlen vagy közvetett, tényleges vagy potenciális hatást gyakorolhat a tagállamok közötti kereskedelem szerkezetére. Ebből az összetett mondatból a *kellő mértékű valószínűség* arra utal, hogy elegendő az is, ha a magatartás alkalmas az ilyen hatás kiváltására (*Irish Sugar ügy*). A *kereskedelem szerkezet* kifejezés nem feltételezi a kereskedelem csökkentését vagy korlátozását, megvalósulhat úgy

is, ha egy tiltott magatartással a vállalat a kereskedelem növekedését éri el. A *közvetlen hatás* a legegyszerűbb felismerni. Például ha két különböző tagállamban lévő gyártó megállapodik abban, hogy hogyan is osszák fel a piacot, akkor ebben az értelemben a közvetlen hatás a szóban forgó termék piacán jelentkezik. *Közvetett hatás* például a magatartás tárgyát képező termékkel rokon termék tekintetében keletkezhet. *BNIC kontra Clair* (1983) ügyben a tiltott magatartás kiterjedt a konyak gyártása során felhasznált szesz árának rögzítésére is. *Tényleges hatás* az, amely akkor keletkezik, amikor a magatartást tanúsítják, ezzel szemben a *potenciális hatás* az, amely a jövőben kellő mértékű valószínűséggel bekövetkezhet. (GVH 2008) A *Magill* ügyben a felperesek arra hivatkoztak, hogy nem állapítható meg a tagállamok közötti kereskedelem érintettsége. A Bíróság viszont kifejtette, hogy a televíziós magazinok iránt jelentős potenciális kereslet van, így nagy valószínűséggel bekövetkezik a korlátozás.

6.3. Az érzékelhetőség fogalma

A *Béguelin-ügyben* (1971) a Bíróság kimondta, hogy a magatartásnak a tagállamokra gyakorolt hatása tekintetében *érzékelhetőnek* kell lennie. Az érzékelhetőség mindig egyedi megállapítást igényel az egyes esetekben, de általában az érzékelhetőség a magatartás jellegétől, a megállapodás tárgyát képező termék jellegétől valamint az érintett vállalkozások piaci pozíciójától függ. Általában elmondható, hogy egy vállalkozásnak minél nagyobb a piaci részesedése, annál nagyobb valószínűséggel realizálható, hogy a magatartása a tagállamok közötti kereskedelemre érzékelhető hatást gyakorol. Az érzékelhetőség fogalmi körébe nem tartoznak a csekély jelentőségű megállapodások. (GVH 2008)

A *Hugin-ügy* (1978) a tagállamok közötti kereskedelem befolyásolása kapcsán tanulságos. Hugin svéd pénztárgépgyártó vállalat. Az Európai Közösség piacán 12%-os, míg az Egyesült Királyság piacán 13%-os piaci részesedéssel rendelkezett. Az Egyesült Királyság területén a Liptons különféle pénztárgépek javításával, eladásával, bérbeadásával foglalkozott. A Hugin a Liptonsszal forgalmazási szerződést kötött, majd miután a Hugin az Egyesült Királyságban leányvállalatot hozott létre, megszüntette e szerződését a Liptonsszal. A Liptons nem tudta beszerezni a szükséges alkatrészeket, mert a Hugin nem volt hajlandó szállítani a Liptonsnak, így a Liptons gazdasági erőfölénnyel való visszaélés vádjával fordult a Bizottsághoz. A Bizottság megállapította, hogy a Hugin visszaélt gazdasági erőfölényével, és ezért bírságot szabott ki. A Hugin viszont a Bírósághoz fordult, érvelésében pedig kifejtette, hogy az ellátás visszautasítása nem volt hatással a tagállamok közötti kereskedelemre, mivel a

Liptons csak egyetlen tagállamban folytat tevékenységet és soha nem végzett exportot. Tehát a Bíróságnak meg kellett vizsgálnia, hogy a Liptonsnak szándékában állt-e, hogy a jövőben földrajzilag terjeszkedjen. A tevékenység jellege alapján nem feltételezhető a terjeszkedés, hiszen a Liptons pénztárgépek javításával, bérbeadásával foglalkozott, amely nem lenne jövedelmező az adott üzleti bázison túli területeken. A Bíróság azt a kérdést tette fel, hogy a teljesen szabad piaci körülmények között vajon létezne-e a tagállamok közötti kereskedelem a Hugin-alkatrészekre vonatkozóan. Nem minősülne normál üzletpolitikának, ha a Liptons egy másik országban levő Hugin leányvállalattól szerezne be az alkatrészeket, és nem az anyavállalattól. Esetünkben ez megvalósult, de a körülmények miatt, hiszen a Hugin nem volt hajlandó alkatrészeket szállítani. Ebből a következtetésből a Bíróság azt vonta le, hogy a Hugin magatartása nem alkalmas, hogy hatást gyakoroljon a tagállamok közötti kereskedelemre.

Összegzés

Dolgozatom célja az volt, hogy bemutassam, hogy az Európai Unió versenyszabályozására alapul szolgáló szerződés (EUMSZ) 101. és 102. cikke keretszabályként funkcionál, amely kellő alapot biztosít, és hogy a konkrét esetek azok, amelyek mindezt tartalommal töltik ki.

Fontosnak tartottam bemutatni azt, hogy miért is van szükség a versenyre, hiszen ha nincs verseny, nincs versenypolitika sem. A 21. században kijelenthetem, hogy van verseny és szükség is van rá, ugyanis a verseny teremt alapot a megnövekedett fogyasztói jólétre és az allokációs hatékonyságra. (OECD 29. pont) Ha van verseny, akkor szükség van versenypolitikára is, hiszen a cégek arra törekednek, hogy minél nagyobb profitot érjenek el, mindezt akár olyan eszközökkel is, amelyek torzíthatják a versenyt és károsíthatják a fogyasztókat.

A Bizottság a versenypolitikát egyfajta eszközként használja fel arra, hogy a vállalkozások versenykorlátozó magatartásait visszaszorítsa. (Motta 2007) Ilyen versenypolitikai eszköz ezek a magatartások jogszabályba való foglalása és ezáltal azok kikényszeríthetősége. Erre szolgál az EUMSZ 101. és 102. cikke, amelyet dolgozatomban részletesen elemeztem. A 101. cikk (1) bekezdése fogalmazza meg a versenykorlátozó megállapodások fogalmi körét. Azt azonban, hogy mi minősül megállapodásnak, hogy mi az a vékony határ, amely elválasztja az összehangolt magatartást a párhuzamos magatartástól, vagy, hogy mikor minősül a társulások által hozott döntés versenyellenesnek, a Bizottság és a Bíróság az eléjük kerülő jogesetek elemzése közben fogalmazta meg. A kartelltilalom körén belül meg kellett vizsgálnom, hogy a magatartások versenyellenes célúak vagy hatásúak. A precedensek sokszerűségéből kifolyólag a Bizottság/Bíróság fel tudott állítani egy olyan feltételrendszert, amelynek vizsgálatával eldönthető, hogy a magatartásnak versenykorlátozó célja vagy hatása van. Röviden bemutatásra került a mentesülés feltételei is, amelyen belül ismét megállapítást nyert, hogy az egyes esetek töltik ki tartalommal a jogszabálysövegeket.

A második nagy témakörként a gazdasági erőfölénnyel való visszaélést vizsgáltam. Az EUMSZ 102. cikke még mélyebb vizsgálatra szorult, mint az EUMSZ 101. cikke. Többek között azért is, mert a 102. cikk nem egyértelműen azonosítja be a visszaélési kategóriákat. A Bizottság különböző iránymutatásaiban és vitaanyagában (DG COMP 2005) fogalmazta meg a különböző fogalmakat, feltételrendszereket. Ám mindezeket a megállapításokat az eléje kerülő jogesetek alapján tette. Az érintett piac meghatározásánál a helyettesíthetőség a legfontosabb, amelyet a Bizottság az SSNIP teszt segítségével határoz meg. Az erőfölényes

helyzet vizsgálatánál pedig a piaci részesedés meghatározása a kiindulópont. Itt a Bizottság/Bíróság a precedensek vizsgálata során fogalmazta meg, hogy hány százalékos piaci részesedés esetén lehet feltételezni azt, hogy a vállalkozás erőfölényben van. A gazdasági erőfölénnyel való visszaélés körében a Bizottság/Bíróság nagyon sok problémával szembesült, amelyet az EUMSZ 102. cikke alapján nem tudott volna megoldani. A sorra eléjük kerülő esetek és azok vizsgálata segítettek nekik abban, hogy egy feltételrendszert állítsanak fel, amely alapján könnyebben tudják az ügyeket eldönteni.

Jelen dolgozat utolsó témaköréként a tagállamok közötti kereskedelem befolyásolása került bemutatásra, amely az Európai Unió joghatóságát határozza meg. Ugyanis ha a versenykorlátozó magatartások vagy a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés nem képes a tagállamok közötti kereskedelem befolyásolására, akkor az Európai Unió nem jogosult eljárni az ügyben, az eljárást a nemzeti hatóságoknak kell lefolytatni. Mint ahogy a Hugin ügyben is láthattuk, a vállalkozás visszaélt gazdasági erőfölényével, de nem befolyásolta a tagállamok közötti kereskedelmet, így a Bizottság/Bíróság nem járhatott el az ügyben. A befolyásolás fogalmi köreit, annak vizsgálatát ismét a jogesetek tükrében határozták meg.

A Szerződés 101. és 102. cikke mint keretszabályozás egy stabil alapot biztosít a vállalkozásoknak, hiszen közel ötvenöt éve változatlan formában van jelen. Azt a következtetést vonhatom le, hogy ez a keretszabályozás megfelelő keretet biztosít a verseny védelmére.

Dolgozatomban azokat az ügyeket mutattam be, amelyek alapul szolgáltak a fogalmi rendszerek kialakítására. Nagyon sok olyan ügygel találkoztam, amikor a Bizottság/Bíróság döntésében a már korábban eldöntött esetekre hivatkozott. Ebben a rohamosan fejlődő világban a vállalatok képesek lehetnek új versenykorlátozó módszerek kialakítására, de úgy gondolom, hogy a Bizottság/Bíróság elég széleskörűen vizsgálta meg az egyes precedenseket, ezáltal kellő alapot biztosítva a jövőben eléjük kerülő ügyekhez.

Irodalomjegyzék

1. *Az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés (EUMSZ)*, Az Európai Unió Hivatalos Lapja, 2010/C 83/01
2. Bara Zoltán (2007): A közgazdasági elemzés szerepe a kizorító/felfaló árazás vizsgálatában. *Közgazdasági Szemle* LIV. évf., 2007. szeptember 800-819. oldal
3. Bárczy Péter – Váradi Balázs – Vincze János (2008): *Közgazdaságtan és versenyjog, Alapfogalmak és gyakorlat*. Arsenicum Kiadó, Budapest.
4. Boytha Györgyné – Tóth Tihamér (2010): *Versenyjog*. PPKE JÁK, Budapest.
5. Boytha Györgyné – Hargita Árpád – Sárjai József – Tóth Tihamér (2000): *Versenyjogi esetek- Az Európai Bíróság gyakorlata*. Osiris Kiadó, Budapest.
6. Darázs Lénárd (2007): *Vertikális kartellek*. CompLex, Budapest.
7. DG COMP (2005): *DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses*. European Commission, Brussels.
8. EB (2001): *A Bizottság közleménye az Európai Közösséget létrehozó szerződés 81. cikke (1) bekezdése szerint a versenyt érzékelhetően nem korlátozó, csekély jelentőségű (de minimis) megállapodásokról*. 2001/C 368/07, Európai Bizottság, Brüsszel.
9. EB (2004a): *Iránymutatás a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerint a horizontális összefonódások értékeléséről*. 2004/C 31/03, Európai Bizottság, Brüsszel.
10. EB (2004b): *A Bizottság a Coca-Cola Európában folytatott üzleti gyakorlatára irányuló trösztellenes vizsgálata befejezéséhez közelít*. IP/04/1247, Európai Bizottság, Brüsszel. www.europa.eu/rapid/press-release_IP-04-1247_hu.pdf Letöltve: 2012. október 13.
11. EB (2009): *Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról*. 2009/C 45/02, Európai Bizottság, Brüsszel.
12. ECJ (1969): *Franz Völk v. Établissements J. Vervaecke*. European Court of Justice, Case 5/69
13. ECJ (1972): *Imperial Chemical Industries Ltd. v Commission of the European Communities*. European Court of Justice, Case 48-69.
14. ECJ (1984): *Compagnie Royale Asturienne des Mines SA and Rheinzink GmbH v Commission of the European Communities*. European Court of Justice, Case: 29/83, 30/83
15. GVH (2008): *A „tagállamok közötti kereskedelemre gyakorolt hatás” fogalma az EK-Szerződés 81. és 82. cikkében*. Gazdasági Versenyhivatal, Budapest.

16. Hildebrand, Doris (2009): *The Role of Economic Analysis in the EC Competition Rules* – Third Edition. Wolters Kluwer Law&Business, The Hague.
17. Horváth Zoltán (2011): *Kézikönyv az Európai Unióról*. HVG-ORAC, Budapest.
18. Infrapont Kft.(2007): *A túlzó árazás kezelése és módszertani megközelítése a versenyhatósági gyakorlatban*. Gazdasági Versenyhivatal, 61-65. oldal
<http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/4273E5FEEE506517.pdf> Letöltve:2012.október 15.
19. Korah, Valentine (2007): Judgement of the Court of First Instance in GlaxoSmithKline. 1. oldal <http://fordhamipconference.com/wp-content/uploads/2010/08/Korah-GSK.pdf>
Letöltve:2012.szeptember24.
20. Laurinen, Elina (2011-2): The Consumer detergents cartel. *Competition Policy Newsletter*,3-4. oldal
21. Lenk Zsuzsanna: *Az európai Microsoft-ügyben folytatott alapeljárás az Elsőfokú Bíróság ítéletének összefoglalója*. Gazdasági Versenyhivatal,
http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/pdf/gvh_vkk_rendezyeny_beszalgetesek_delidoben_Micro_soft_Lenk_osszefoglalo.pdf Letöltve: 2012. október 13.
22. Motta, Massimo (2007): *Versenypolitika – elmélet és gyakorlat*. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest.
23. Miskolczi Bodnár Péter (2011): *A magyar versenyjog anyagi jogi szabályai*. Novotni Kiadó, Miskolc.
24. Nagy Csongor István (2008): *Kartelljogi kézikönyv*. HVG-ORAC, Budapest.
25. Nagy Csongor István (2010): *A viszonteladási ár rögzítésének megítélése a versenyjogi gyakorlatban*. Budapest.
<http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/178935965964ED1C6.pdf> Letöltve: 2012. szeptember 14.
26. OECD: *Glossary of industrial organization economics and competition law*.
<http://www.oecd.org/regreform/liberalisationandcompetitioninterventioninregulatedsectors/2376087.pdf>
Letöltve: 2012.szeptember12.
27. Pelle Anita (2010): *Az Európai Közösség kartellszabályozásának német gyökerei*. Doktori értekezés, Szeged
28. Remetei-Filep Ádám (2006): Versenypolitika. In Marján Attila (szerk.): *Az Európai Unió Gazdasága – Minden, amit az EU gazdasági és pénzügyi politikáiról tudni kell*. HVG, Budapest. 284-309. oldal
29. Roth, Wulf-Henning (2007): The „More Economic Approach” and the Rule of Law. In Schmidtchen, Dieter – Albert, Max – Voigt, Stefan (eds.): *The More Economic Approach to European Competition Law*. Mohr Siebeck, Tübingen, 37-57. oldal
30. Sárai József – Tóth Tihamér (1997): *Az EK versenyjoga*. ITD Hungary, Budapest

31. Simon Bishop – Mike Walker (2010): *Az Európai Közösségi versenyjog közgazdaságtana*. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest
32. Somosi Sarolta (2008): *Az Európai Unió verseny-, kereskedelem- s iparpolitikája*. JATEPress, Szeged.
33. Sükösd Péter (2005): A mezőgazdasági termékek versenyjogi megítélése az Európa Közösségben és Magyarországon. *Európai Tükör*, 2005/11, 43-49. oldal
34. Tóth Tihamér (2007): *Az Európai Unió versenyjoga*. CompLex, Budapest.
35. Tóth Tihamér (2008): A vertikális versenykorlátozók aktuális kérdései – különös tekintettel a továbbeladási ármegkötésre. In dr. Vörös Imre (szerk.): *Az európai közösségi és a magyar versenyjog fejlődési irányai*. MTA Jogtudományi Intézet, Budapest. 9-48. oldal
36. Valentiny Pál (2004): Árprés és felfaló árazás. *Közgazdasági Szemle*, LI. évf. 33-39. oldal
37. Van den Bergh, Roger – Camesasca, Peter (2006): *European Competition Law and Economics: A Comparative perspective*. Sweet&Maxwell, London.
38. Wish, Richard (2001): Unilateral acts and the concept of agreement In Article 81(1) of the EC Treaty: The Court of First Instance in Bayer v Adalat. *Amicus Curiae*, January/February 2001 <http://sas-space.sas.ac.uk/3771/1/1350-1488-1-SM.pdf> Letöltve: 2012. szeptember 14.
39. Wish, Richard (2010): *Versenyjog*. HVG-ORAC, Budapest.

Melléklet: Jogesetek jegyzéke

JOGESET	ÜGYSZÁM	OLDALSZÁM A DOLGOZATBAN	HIVATKOZÁS
Aalborg Portland A/S és mások kontra Bizottság (2000) (<i>Cementkartell</i>)	C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P, C-219/00 P	9. o.	Tóth 2007, 109.o.
<i>Airtours</i> plc kontra Bizottság (1999)	T-342/99	24. o.	Tóth 2007, 241-242. o.
<i>AKZO</i> kontra Bizottság (1986)	T-62/86	20. o. 34. o.	Wish 2010, 174-176 Boytha et al 2000 377-378, 386-389
Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft <i>AEG-Telefunken</i> AG kontra Bizottság (1982)	T-107/82.	8. o.	Nagy 2010, 6. o. Boytha et al 2000 139-153. o. Wish 2001, 26.o.
<i>Béguelin</i> kontra Bizottság (1971)	22/71	41. o.	GVH 2008, 13. pont, 49-50. o.
<i>BNIC</i> kontra Clair (1983)	123/83	41. o.	GVH 2008, 38. pont, 52-54. o.
<i>British Airways</i> kontra Bizottság (1999)	T-219/99	20. o. 32-33. o. 37. o.	Wish 2010, 175-176. o. Bishop-Walker 2010, 288-290, 296-297. o. Wish 2010, 749. o.
<i>Coca-Cola</i> kontra Bizottság (2005)	2005/670/EK	26-27.o.	EB 2004b
<i>Commercial Solvents</i> Corporation kontra Bizottság (1973)	6/73 és 7/73	29-30. o.	Boytha et al 2000, 297-309. o.
<i>Compagnie maritime belge transports SA</i> kontra Bizottság (1996)	C-395/96, C-396/96	23. o.	Boytha-Tóth 2010, 163. o.

<i>Compagnie royale asturienne des mines SA és Rhein-zink GmbH kontra Bizottság (1983)</i>	29/83 és 30/83	12. o.	ECJ 1984, 25. pont
<i>Deutsche Telekom kontra Bizottság (2003)</i>	T-271/03	36. o.	Valentiny 2004, 33-39. o.
<i>European Night Services kontra Bizottság (1994)</i>	T-374/94	12. o.	Wish 2010, 117. o.
<i>FIFA (Distribution of package tours during the 1990 World Cup) (1992)</i>	92/521/EEC	6. o.	Wish 2010, 82-83. o.
<i>Ford/Volkswagen kontra Bizottság (1993)</i>	93/94/EGK	16-17. o.	Tóth 2007, 143-145. o.
<i>France Télékom (Wanadoo) kontra Bizottság (2007)</i>	C-202/07	35. o.	Bara 2007, 800, 808-819. o.
<i>Franz Völk kontra Établissements J. Vervaecke (1969)</i>	5/69	15. o.	GVH 2008, 160-161. o. ECJ 1969
<i>General Motors Continental kontra Bizottság (1975)</i>	26-75	38. o.	Infrapont Kft 2007, 61-65.o.
<i>Gerhard Züchner kontra Bayerische Vereinsbank AG (1980)</i>	172/80	40. o.	GVH 2008, 19. pont Boytha et al 2000, 127. o.
<i>GlaxoSmithKline kontra Bizottság (2001)</i>	T-168/01	12. o. 13. o.	Wish 2010, 119. o. Tóth 2007, 122-123. o.
<i>Hasselblad kontra Bizottság (1982)</i>	82/367/EGK	7. o.	Tóth 2007, 104. o.
<i>Henkel, Unilever and Procter & Gamble kontra Bizottság (2009)</i>	COMP/39.579	10. o.	Laurinen 2011-2
<i>Hercules Chemicals NV kontra Bizottság (1989)</i>	T-7/89	9. o.	Boytha-Tóth 2010, 114. o.
<i>Hilti AG kontra Bizottság (1989)</i>	T-30/89	27. o. 39. o.	Boytha et al 2000, 395-410 o. 405. o.
<i>Hoffman-La Roche kontra Bizottság (1976)</i>	T-85/76	20-21. o. 22. o. 26. o. 32. o.	Wish 2010, 174-176. o. 178. o. 673.o., Boytha et al 2000, 328, 343. o. Bishop-Walker 2010, 288. o.
<i>Höfner és Elser kontra Macrotron GmbH (1990)</i>	C-41/90	6. o.	Wish 2010, 83. o. GVH 2008, 97-98. o.

<i>Hugin</i> kontra Bizottság (1978)	22/78	41-42. o.	Boytha et al 2000, 348-358. o.
<i>Imperial Chemical Industries Ltd.</i> kontra Bizottság (1972)	Case 48-69	9-10. o. 12. o.	ECJ 1972, Grounds 1-6 Boytha et al 2000, 82-96. o.
<i>IMS Health GmbH</i> kontra NDC Health GmbH (1997)	C-7/97	31. o.	Lenk GVH, 1-6. o.
<i>Irish Sugar plc</i> kontra Bizottság (1997)	T-228/97	23. o. 40. o.	Boytha- Tóth 2010, 163. o. GVH 2008, 26. pont
ITP és RTE (<i>Magill</i>) kontra Bizottság (1991)	C-241/91 és C-242/91	30. o. 31. o. 41. o.	Boytha et al 2000, 427-444. o. Lenk GVH, 1-6. o. Boytha et al 2000, 441. o.
<i>J.C.Wouters</i> kontra Algemene Raad van de Nederlandse Orde van Advocaten (1999)	C-309/99	15. o.	Nagy 2008, 423-424. o.
<i>Michelin</i> kontra Bizottság (2001)	COMP/E-2/36.041/PO	22-23. o. 24. o. 32. o.	Wish 2010, 178-179. o. Bishop-Walker 2010, 258.o. Wish 2010, 721. o.
<i>Microsoft (I-II)</i> kontra Bizottság (1998-2000)	COMP/37.729	23. o. 28-29, 31, 39. o.	Wish 2010, 179. o. Lenk GVH
Nederlandse Vereniging voor de Fruit és a Nederlandse Bond van Gossiers in Zuidvruchten en ander geïmportteerd fruit ' <i>FRUBO</i> ' kontra Bizottság (1975)	71/74	10-11. o.	Sükösd 2005, 43.o. Nagy 2008, 336. o.
<i>Oscar Bronner GmbH</i> kontra Mediaprint GmbH (1997)	C-7/97	30. o.	Wish 2010, 691-693. o.
<i>Pavlov</i> kontra Bizottság (1998)	C-180/98	6. o.	Wish 2010, 81.o.
<i>Pipe Cartel</i> kontra Bizottság (1999)	99/60/EK	7. o.	Tóth 2007, 104. o.
<i>Polipropilén</i> kontra Bizottság (1986)	86/398/EGK	7. o.	Tóth 2007, 104. o.
Portugália kontra Bizottság (<i>Portuguese Airport</i>) (1999)	C-163/99	37. o.	Wish 2010, 749-750. o.
<i>PVC</i> kontra Bizottság (1994)	94/599/EK	7. o.	Tóth 2007, 104. o.

<i>Sandoz</i> prodotti farmaceutici SpA kontra Bizottság (1987)	C-277/87	8-9. o.	Bárczy-Váradi-Vincze 2008, 167. o. Nagy 2010, 8. o.
<i>SELEX Sistemi Integrati</i> SpA kontra Bizottság (2004)	T-155/04	6. o.	Wish 2010, 81.o.
<i>Suiker Unie</i> kontra Bizottság (1973)	T-40/73	26. o.	Wish 2010, 673.o.
<i>Tetra Pak</i> Rausing SA kontra Bizottság (Tetra Pak I) (1989)	T-51/89	21. o. 28. o. 34. o.	Wish 2010, 177. o. 682. o. 731-732. o.
<i>Tiercé Ladbroke</i> SA kontra Bizottság (1993)	T-504/93	29. o.	Wish 2010, 693. o.
<i>United Brands Company</i> v. Bizottság (1976)	T-27/76	19. o. 20. o. 20. o. 22. o. 37. o. 38-39. o.	Tóth 2007, 86.o. Boytha et al 2000, 310-311.,321. o. EB 2009 10.pont Wish 2010, 174-176. o. 177-179. o. Tóth 2007, 259. o. Infrapont Kft. 2007, 61-65. o. Boytha et al 2000, 325-327. o.
<i>Van den Berg Foods</i> kontra Bizottság (1998)	T-65/98	26. o.	Tóth 2007, 266.o.
<i>Viho/Parker Pen</i> kontra Bizottság (1994)	94/426/EGK	7. o.	Tóth 2007, 104. o.

Forrás: saját szerkesztés