

## II

(Közlemények)

AZ EURÓPAI UNIÓ INTÉZMÉNYEITŐL, SZERVEITŐL, HIVATALAITÓL ÉS  
ÜGYNÖKSÉGEITŐL SZÁRMAZÓ KÖZLEMÉNYEK

## EURÓPAI BIZOTTSÁG

## A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás

(EGT-vonatkozású szöveg)

(2010/C 130/01)

## TARTALOMJEGYZÉK

	<i>Bekezdések</i>	<i>Oldal</i>
I. BEVEZETÉS	1-7	3
1. Az iránymutatás célja	1-4	3
2. A 101. cikk alkalmazhatósága a vertikális megállapodásokra	5-7	3
II. AZON VERTIKÁLIS MEGÁLLAPODÁSOK, AMELYEK FŐSZABÁLYKÉNT NEM TARTOZNAK A 101. CIKK (1) BEKEZDÉSÉNEK HATÁLYA ALÁ	8-22	4
1. Csekély jelentőségű megállapodások, valamint a kis- és középvállalkozások	8-11	4
2. Ügynöki megállapodások	12-21	4
2.1 Az ügynöki megállapodások meghatározása	12-17	4
2.2 A 101. cikk (1) bekezdésének ügynöki megállapodásokra való alkalmazása	18-21	6
3. Alvállalkozói megállapodások	22	6
III. A CSOPORTMENTESSÉGI RENDELET ALKALMAZÁSA	23-73	7
1. A csoportmentességi rendelet által létrehozott biztos kikötő (safe harbour)	23	7
2. A csoportmentességi rendelet hatálya	24-46	7
2.1 A vertikális megállapodások meghatározása	24-26	7
2.2 Versenyársak közötti vertikális megállapodások	27-28	8
2.3 Kiskereskedői társulások	29-30	9
2.4 A szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezéseket tartalmazó vertikális megállapodások	31-45	9
2.5 Kapcsolat más csoportmentességi rendeletekkel	46	11
3. A csoportmentességi rendeletben foglalt különösen súlyos korlátozások	47-59	11
4. A különösen súlyos értékesítési korlátozások azon egyedi esetei, amelyek a 101. cikk (1) bekezdésén kívül eshetnek, vagy eleget tehetnek a 101. cikk (3) bekezdésében meghatározott feltételeknek	60-64	15
5. A csoportmentességi rendeletből kizárt korlátozások	65-69	16

	<i>Bekezdések</i>	<i>Oldal</i>
6. Elválaszthatóság	70-71	17
7. Az azonos forgalmazási rendszerben forgalmazott termékek portfóliója	72-73	17
IV. A CSOPORTMENTESSÉG VISSZAVONÁSA ÉS A CSOPORTMENTESSÉGI RENDELET ALKALMAZÁSÁNAK MELLŐZÉSE	74-85	18
1. Visszavonási eljárás	74-78	18
2. A csoportmentességi rendelet alkalmazásának mellőzése	79-85	18
V. A PIAC MEGHATÁROZÁSA ÉS A PIACI RÉSZESEDÉS KISZÁMÍTÁSA	86-95	19
1. A Bizottság közleménye az érintett piac meghatározásáról	86	19
2. Az érintett piac a csoportmentességi rendeletben foglalt 30 %-os piaci részesedési küszöb kiszámítása szempontjából	87-92	19
3. A piaci részesedések kiszámítása a csoportmentességi rendelet alkalmazása szempontjából	93-95	21
VI. A JOGÉRVÉNYESÍTÉS ELVEI EGYEDI ESETEKBEN	96-229	21
1. Az elemzés keretei	96-127	21
1.1. A vertikális korlátozások negatív hatásai	100-105	22
1.2. A vertikális korlátozások pozitív hatásai	106-109	23
1.3. Az elemzés módszertana	110-127	25
1.3.1. A 101. cikk (1) bekezdése szerinti értékelés során alkalmazandó releváns tényezők	111-121	25
1.3.2. A 101. cikk (3) bekezdése szerinti értékelés során alkalmazandó releváns tényezők	122-127	27
2. Az egyes vertikális korlátozások elemzése	128-229	28
2.1. Egyedüli márka kikötése	129-150	28
2.2. Kizárólagos forgalmazás	151-167	31
2.3. Kizárólagos ügyfélelosztás	168-173	35
2.4. Szelektív forgalmazás	174-188	36
2.5. Franchise	189-191	39
2.6. Kizárólagos szállítás	192-202	40
2.7. Előzetes hozzáférési kifizetések	203-208	42
2.8. Kategóriamenedzsment-megállapodások	209-213	43
2.9. Árukapcsolás	214-222	43
2.10. Viszonteladási árakra vonatkozó korlátozások	223-229	45

## I. BEVEZETÉS

## 1. Az iránymutatás célja

(1) Ez az iránymutatás a vertikális megállapodásoknak az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikkében (\*) (a továbbiakban: a 101. cikk) foglaltak szerinti értékelésének alapelveit határozza meg.<sup>(1)</sup> A vertikális megállapodások meghatározását az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2010 április 20-i 330/2010/EU bizottsági rendelet<sup>(2)</sup> (a továbbiakban: a csoportmentességi rendelet) 1. cikke (1) bekezdésének a) pontja tartalmazza [lásd a (24)–(46) bekezdést]. Ez az iránymutatás nem érinti az európai Unió működéséről szóló szerződés 102. cikkének (a továbbiakban: a 102. cikk) a vertikális megállapodásokra történő párhuzamos alkalmazásának lehetőségét. Az iránymutatás felépítése a következő:

— a II. rész [(8)–(22) bekezdés] azokkal a vertikális megállapodásokkal foglalkozik, amelyek főszabályként nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá,

— a III. rész [(23)–(73) bekezdés] a csoportmentességi rendelet alkalmazásának feltételeit tisztázza,

— a IV. rész [(74)–(85) bekezdés] a csoportmentesség visszavonásának és a csoportmentességi rendelet alkalmazása mellőzésének alapelveit határozza meg,

— az V. rész [(86)–(95) bekezdés] tájékoztatást nyújt az érintett piac meghatározásával és a piaci részesedés kiszámításával kapcsolatban,

— a VI. rész [(96)–(229) bekezdés] az elemzés általános kereteit és a Bizottságnak a vertikális megállapodásokat érintő, egyedi esetekben alkalmazott jogérvényesítési elveit határozza meg.

(2) Az iránymutatás egészében az elemzés egyaránt vonatkozik árukra és szolgáltatásokra, bár bizonyos vertikális korlátozásokat főként az áruk forgalmazása során alkalmaznak. Hasonlóképpen a vertikális megállapodások egyaránt vonatkozhatnak végtermékeknek, illetve közbenső terméknek minősülő árukra és szolgáltatásokra. Eltérő

utalás hiányában a szövegben található elemzés és indoklás az áruk és a szolgáltatások minden fajtájára és a kereskedelem minden szintjére vonatkozik. Így a „termékek” kifejezés árukra és szolgáltatásokra egyaránt vonatkozik. A „szállító” és „vevő” kifejezések a kereskedelem minden szintjét átfogják. Mivel a 101. cikk csak vállalkozások közötti megállapodásokra alkalmazandó, a csoportmentességi rendelet és az iránymutatás nem alkalmazandó olyan végső fogyasztókkal kötött megállapodásokra, ahol a végső fogyasztó nem vállalkozás.

(3) Az iránymutatás kibocsátásával a Bizottságnak az a célja, hogy segítséget nyújtson a gazdasági társaságok részére abban, hogy saját maguk végezzék el a vertikális megállapodások értékelését az EU versenyjogi szabályai alapján. Az ebben az iránymutatásban meghatározott normákat nem lehet gépiesen alkalmazni, mindig az adott eset konkrét körülményeinek megfelelő figyelembevételével kell alkalmazni őket. Minden esetet az adott tényállás figyelembevételével kell értékelni.

(4) Ez az iránymutatás nem érinti a Törvényszék és az Európai Unió Bírósága kialakult ítélkezési gyakorlatát a 101. cikknek a vertikális megállapodásokra történő alkalmazásával kapcsolatban. A Bizottság továbbra is figyelemmel fogja kísérni a csoportmentességi rendelet és az iránymutatás működését az érdekelt felektől és a nemzeti versenyhatóságoktól kapott piaci információk alapján és a jövőbeni fejlemények és a bővülő ismeretek fényében felülvizsgálhatja a jelen iránymutatást.

## 2. A 101. cikk alkalmazhatósága a vertikális megállapodásokra

(5) A 101. cikk azokra a vertikális megállapodásokra vonatkozik, amelyek hatással lehetnek a tagállamok közötti kereskedelemre, és amelyek megakadályozzák, korlátozzák vagy torzítják a versenyt (vertikális korlátozások)<sup>(3)</sup>. A vertikális korlátozások értékeléséhez a 101. cikk nyújt olyan jogi keretet, amely figyelembe veszi a versenyellenes és a versenyt előmozdító hatások közötti különbségtételt. A 101. cikk (1) bekezdése tiltja az olyan megállapodásokat, amelyek felismerhetően korlátozzák vagy torzítják a versenyt, míg a 101. cikk (3) bekezdése mentességet biztosít azon megállapodások számára, amelyek megfelelő mértékű, a versenyellenes hatásokat ellensúlyozó előnyökkel járnak<sup>(4)</sup>.

(\*) 2009. december 1-jén az EK-Szerződés 81. cikke helyébe az Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSZ) 101. és 102. cikke lépett. Az EK-Szerződés 81. cikke és az EUMSZ 101. cikke, illetőleg az EK-Szerződés 82. cikke és az EUMSZ 102. cikke lényegében azonosak. Ezen iránymutatás alkalmazásában az EUMSZ 101. és 102. cikkére történő hivatkozásokat szükség esetén az EK-Szerződés 81. és 82. cikkére történő hivatkozásokként kell érteni. Az EUMSZ bevezetett bizonyos szóhasználatra vonatkozó változtatásokat is, mint a „Közösség” kifejezés „Unió”-val valamint a „közös piac” kifejezés „belső piac”-cal történő felváltása. Ezen iránymutatás az EUMSZ szóhasználatát követi.

(<sup>1</sup>) Ezen iránymutatás a vertikális korlátozásokról szóló iránymutatást tartalmazó bizottsági közlemény (HL C 291., 2000.10.13., 1. o.) helyébe lép.

(<sup>2</sup>) HL L 102., 2010.4.23., 1. o.

(<sup>3</sup>) Lásd többek között a Bíróság által az 56/64 és 58/64 sz., Grundig-Consten kontra Bizottság egyesített ügyekben hozott ítéletet (EBHT 1966., 299. o.); az 56/65 sz. Technique Minière kontra Maschinenbau Ulm ügyben hozott ítéletet (EBHT 1966., 235. o.); és az Elsőfokú Bíróság által a T-77/92 sz. Parker Pen kontra Bizottság ügyben hozott ítéletet (EBHT 1994., II-549. o.).

(<sup>4</sup>) A Bizottság általános módszertanát, valamint a 101. cikk (1) bekezdésének (korábbi 81. cikk (1) bekezdése) és különösen a 101. cikk (3) bekezdésének (korábbi 81. cikk (3) bekezdése) alkalmazására vonatkozó feltételek értelmezését lásd a következő dokumentumban: a Bizottság közleménye – Iránymutatás a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének alkalmazásáról, HL C 101., 2004.4.27., 97. o.

- (6) A legtöbb vertikális korlátozás esetében versenyjogi aggályok csak akkor merülnek fel, ha a kereskedelem egy vagy több szintjén nem megfelelő a verseny, azaz ha a szállító, a vevő vagy mindkettőjük szintjén valamilyen fokú piaci erő tapasztalható. A vertikális korlátozások általában kevésbé károsak, mint a horizontális korlátozások, és jelentős teret biztosíthatnak a hatékonyságnövelésnek.
- (7) A 101. cikk célja annak biztosítása, hogy a vállalkozások a fogyasztók kárára ne alkalmazzanak megállapodásokat – ebben az összefüggésben vertikális megállapodásokat – a piaci verseny korlátozására. A vertikális korlátozások értékelése az integrált belső piac megvalósításának tágabb célkitűzésével összefüggésben is fontos. A piacok integrációja növeli az Európai Unión belüli versenyt. Nem engedhető meg, hogy a gazdasági társaságok új, magánjogi korlátokat teremtsenek azok között a tagállamok között, ahol az állami korlátokat sikeresen eltörölték.

## II. AZON VERTIKÁLIS MEGÁLLAPODÁSOK, AMELYEK FŐSZABÁLYKÉNT NEM TARTOZNAK A 101. CIKK (1) BEKEZDÉSÉNEK HATÁLYA ALÁ

### 1. Csekély jelentőségű megállapodások, valamint a kis- és középvállalkozások

- (8) Nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá azok a megállapodások, amelyek nem alkalmasak arra, hogy érzékelhető hatást gyakoroljanak a tagállamok közötti kereskedelemre, illetve nem képesek céljuknál vagy hatásuknál fogva jelentősen korlátozni a versenyt. A csoportmentességi rendelet csak azokra a megállapodásokra vonatkozik, amelyek a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznak. Ez az iránymutatás nem érinti az Európai Közösséget létrehozó szerződés 81. cikke (1) bekezdése szerint a versenyt érzékelhetően nem korlátozó, csekély jelentőségű (*de minimis*) megállapodásokról szóló bizottsági közlemény<sup>(1)</sup> vagy bármely jövőbeli „*de minimis*” közlemény alkalmazását.
- (9) A különösen súlyos korlátozásokkal és a halmozott hatások kérdéseivel kapcsolatban a „*de minimis*” közleményben meghatározott feltételek szerint azok a vertikális megállapodások, amelyeknek részesei olyan nem versenytárs vállalkozások, amelyeknek egyedi piaci részesedése az érintett piacon nem haladja meg a 15 %-ot, főszabályként nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá<sup>(2)</sup>. Nincs azonban olyan vélelem, hogy a 15 %-nál magasabb piaci részesedéssel bíró vállalkozások által kötött vertikális megállapodások automatikusan sértenék a 101. cikk (1) bekezdését. A 15 %-os

küszöbértéknél magasabb piaci részesedéssel bíró vállalkozások által kötött megállapodások is lehetnek ugyanis olyanok, amelyek nincsenek érzékelhető hatással a tagállamok közötti kereskedelemre, illetve nem jelentenek érzékelhető versenykorlátozást<sup>(3)</sup>. Ezeket a megállapodásokat jogi és gazdasági összefüggéseik fényében kell értékelni. Az egyedi megállapodások értékelésének szempontjait a (96)–(229) bekezdés tartalmazza.

- (10) A „*de minimis*” közleményben említett különösen súlyos korlátozások tekintetében a 101. cikk (1) bekezdése a 15 %-os küszöbérték alatt is alkalmazható, feltéve, hogy érzékelhető hatás áll fenn a tagállamok közötti kereskedelemre és a versenyre. Ebben a tekintetben a Bíróság és a Törvényszék vonatkozó ítékezési gyakorlata irányadó<sup>(4)</sup>. Utalni kell arra is, hogy esetleg szükség lehet a különösen az ezen iránymutatás (47) bekezdésében ismertetett különösen súlyos korlátozások pozitív és negatív hatásainak értékelésére.
- (11) A Bizottság úgy véli továbbá, hogy – kivéve a halmozott hatás és a különösen súlyos korlátozások eseteit – a mikro-, kis- és középvállalkozások fogalmának meghatározásáról szóló 2003. május 6-i bizottsági ajánlás<sup>(5)</sup> mellékletében meghatározott, kis- és középvállalkozások által kötött vertikális megállapodások esetében nem valószínűsíthető, hogy ezek képesek lennének a tagállamok közötti kereskedelemre a 101. cikk (1) bekezdése szerinti érzékelhető hatást gyakorolni, vagy érzékelhető versenykorlátozást eredményezni, így ezek a megállapodások főszabályként nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá. Azokban az esetekben azonban, ahol az ilyen megállapodások mégis kimerítik a 101. cikk (1) bekezdése alkalmazásának feltételeit, a Bizottság az erre irányuló megfelelő uniós érdek hiánya miatt általában tartózkodni fog attól, hogy eljárást indítson, kivéve, ha az adott vállalkozások csoportosan vagy egyedileg erőfőnyben vannak a belső piac egy jelentős részén.

## 2. Ügynöki megállapodások

### 2.1 Az ügynöki megállapodások meghatározása

- (12) Az ügynök olyan jogi vagy természetes személy, amelyet vagy akit hatáskörrel ruháztak fel, hogy egy másik személy (megbízó) megbízásából szerződésekről tárgyaljon és/vagy meg is kösse azokat az ügynök saját nevében, vagy a megbízó nevében az alábbi tárgyakban:
- áruk vagy szolgáltatások megbízó általi vásárlása, vagy
  - áruk vagy szolgáltatások megbízó általi értékesítése.

<sup>(3)</sup> Lásd az Elsőfokú Bíróság T-7/93 sz. Langnese-Iglo kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 1995., II-1533. o.), 98. pontját.

<sup>(4)</sup> Lásd a Bíróság 5/69 sz. Völk kontra Vervaecke ügyben hozott ítéletét (EBHT 1969., 295. o.); a 1/71 sz. Cadillon kontra Höss ügyben hozott ítéletét (EBHT 1971., 351. o.) és a C-306/96 sz. Javico kontra Yves Saint Laurent ügyben hozott ítéletének (EBHT 1998., I-1983. o.), 16. és 17. pontját.

<sup>(5)</sup> HL L 124., 2003.5.20., 36. o.

<sup>(1)</sup> HL C 368., 2001.12.22., 13. o.

<sup>(2)</sup> A versenytárs vállalkozások közötti megállapodások esetében a „*de minimis*” piaci részesedés küszöbértéke minden egyes érintett piacon 10 % az együttes piaci részesedésükre.

- (13) A 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazása céljából az ügynöki megállapodás meghatározása során az a döntő tényező, hogy az ügynök milyen pénzügyi vagy kereskedelmi kockázatot vállal azon tevékenységek vonatkozásában, amelyekre a megbízótól ügynöki megbízást kapott.<sup>(1)</sup> Az értékelés szempontjából nem lényeges, hogy az ügynök egy vagy több megbízó megbízásából tevékenykedik. Az említett értékelés szempontjából az sem lényeges, hogy a felek, illetve a nemzeti jogszabályok hogyan minősítik megállapodásukat.
- (14) Három olyan pénzügyi, illetve kereskedelmi kockázat létezik, amelyek – a 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazása szempontjából – lényegesek az ügynöki megállapodások meghatározásához. Először is léteznek adott szerződéshez kötődő kockázatok, amelyek közvetlenül kapcsolódnak az ügynök által a megbízó részére megkötött és/vagy megtárgyalt szerződésekhez; ilyen például a raktárkészletek finanszírozása. Másodsorban, vannak olyan kockázatok, amelyek egy adott piachoz kötődő beruházásra vonatkoznak. Ezek olyan beruházások, amelyek kifejezetten ahhoz a tevékenységfajta-hoz kötődnek, amelyre vonatkozóan a megbízó az ügynököt megbízta, azaz ahhoz szükségesek, hogy az ügynök képes legyen megkötni és/vagy megtárgyalni az adott típusú szerződést. Az ilyen beruházások általában nem térülnek meg, ami azt jelenti, hogy az adott tevékenységi területről való kilépést követően a beruházás nem használható fel más tevékenységekhez, illetve csak jelentős veszteséggel értékesíthető. Harmadsorban léteznek az azonos termékpiacon végzett más tevékenységekhez kapcsolódó kockázatok, amennyiben a megbízó megköveteli az ügynöktől, hogy ilyen tevékenységeket folytasson, de nem a megbízó nevében eljáró ügynökként, hanem saját kockázatára.
- (15) A 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazása szempontjából a megállapodás ügynöki megállapodásnak minősül, ha az ügynök a megbízó részére megkötött és/vagy megtárgyalt szerződések vonatkozásában, az adott tevékenységi körben a piachoz kötődő beruházások vonatkozásában, valamint a megbízó által előírt, azonos termékpiacon végrehajtandó egyéb tevékenységek vonatkozásában egyáltalán nem, vagy csak jelentéktelen kockázatot visel. Az értékelés szempontjából azonban nem lényegesek sem az ügynöki szolgáltatás nyújtásával általánosságban összefüggő kockázatok, mint például az ügynöki tevékenység sikerességétől függő ügynöki jövedelem kockázata, sem pedig az általános jellegű, például az ingatlanba vagy a személyzetbe történő beruházások.
- (16) A 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazása céljából tehát valamely megállapodás általában akkor minősül ügynöki megállapodásnak, ha a – vásárolt vagy értékesített – szerződés szerinti áruk tulajdonjoga nem száll át az ügynökre, vagy ha a szerződés szerinti szolgáltatásokat nem maga az ügynök nyújtja, valamint ha az ügynök:
- nem járul hozzá a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások értékesítéséhez/vásárlásához kapcsolódó költségekhez, ideértve az áruszállítás költségeit is. Ez nem zárja ki annak lehetőségét, hogy az ügynök végezze a szállítási szolgáltatást, feltéve, hogy annak költségeit a megbízó viseli,
  - saját költségére vagy kockázatára nem tart fenn raktárkészletet a szerződés szerinti árukból, ideértve a raktárkészletek finanszírozását, illetve az ezeket érintő veszteségek viselését is, és jogosult külön költség nélkül visszajuttatni az eladatlan árut a megbízóhoz, kivéve, ha az ügynök vétkeessége megállapítható (például nem tette meg az elvárható biztonsági intézkedéseket a készletet érintő veszteség elkerülésére),
  - nem vállal felelősséget harmadik személyek felé az értékesített termék által okozott károk tekintetében (termékfelelősség), kivéve, ha ügynöki minőségében megállapítható a vétkeessége e tekintetben,
  - ügynöki jutalékának elvesztése kivételével nem vállal felelősséget a szerződés ügyfél általi betartásának elmulasztásáért, kivéve, ha az ügynök vétkeessége megállapítható (például, ha nem tesz eleget az elvárható biztonsági vagy vagyoni védelmi intézkedéseknek, vagy ha nem tesz eleget a lopás megbízónak vagy rendőrségnek történő bejelentésére irányuló, elvárható intézkedéseknek, továbbá nem juttatja el a megbízóhoz az ügyfél pénzügyi megbízhatóságára vonatkozóan rendelkezésére álló valamennyi információt),
  - nem köteles – közvetve vagy közvetlenül – beruházni az értékesítés ösztönzésébe, például a megbízó hirdetési költségvetéséhez történő hozzájárulással,
  - nem hajt végre az adott piachoz kötődő eszköz- vagy ingatlanberuházásokat, illetve személyzeti képzést, például üzemanyag kiskereskedelmi tevékenységhez szükséges üzemanyag-tároló tartály beszerzését, vagy biztosítási kötvények eladásához szükséges különleges szoftver beszerzését biztosítási ügynöki tevékenység esetén, kivéve, ha ezek költségeit a megbízó teljes mértékben megtéríti,
  - nem vállal a megbízó által igényelt más tevékenységet az azonos termékpiacon, kivéve, ha ezek költségeit a megbízó teljes mértékben megtéríti.

<sup>(1)</sup> Lásd az Elsőfokú Bíróság T-325/01. sz. Daimler Chrysler kontra Bizottság ügyben hozott ítéletét (EBHT 2005., II-3319. o.), a Bíróság C-217/05. sz. Confederación Espanola de Empresarios de Estaciones de Servicio kontra CEPESA ügyben hozott ítéletét (EBHT 2006., I-11987. o.), valamint a C-279/06. sz. CEPESA Estaciones de Servicio SA kontra LV Tobar e Hijos SL ügyben hozott ítéletét (EBHT 2008., I-6681).

(17) Ez a felsorolás nem teljes. Amennyiben azonban az ügynök visel a (14), (15) és (16) bekezdésben említett egy vagy több kockázatot vagy költséget, az ügynök és a megbízó közötti megállapodás nem minősül ügynöki megállapodásnak. A kockázat kérdését eseti alapon, és inkább a helyzet gazdasági realitása, mintsem a jogi forma alapján kell értékelni. Gyakorlati okokból a kockázatelemzés kezdődhet a szerződéshez kötődő kockázatok értékelésével. Amennyiben az ügynöknél szerződéshez kötődő kockázatok merülnek fel, ez elég annak megállapításához, hogy az ügynök független forgalmazó. Ezzel szemben, amennyiben az ügynöknél nem merülnek fel szerződéshez kötődő kockázatok, akkor tovább kell folytatni az elemzést az adott piachoz kötődő beruházásokhoz kapcsolódó kockázatok értékelésével. Végezetül, amennyiben az ügynöknél nem merülnek fel szerződéssel és az adott piachoz kötődő beruházásokkal kapcsolatos kockázatok, az azonos termékpiacon vonatkozásában előírt egyéb tevékenységekhez kapcsolódó kockázatok mérlegelése válhat szükségessé.

#### 2.2 A 101. cikk (1) bekezdésének ügynöki megállapodásokra való alkalmazása

(18) A 2.1 szakaszban meghatározott ügynöki megállapodások esetében az ügynök értékesítési, illetve vásárlási feladata a megbízó tevékenységeinek részét képezi. Mivel a szerződés szerinti áruk és szolgáltatások értékesítéséhez és vásárlásához kapcsolódó kereskedelmi és pénzügyi kockázatok a megbízó viseli, az ügynököt a megbízó nevében megkötött és/vagy megtárgyalt szerződésekért terhelő valamennyi kötelezettség a 101. cikk (1) bekezdésének hatályaán kívül esik. Az alábbi ügynöki kötelezettségek az ügynöki megállapodás elválaszthatatlan részének minősülnek, mivel ezek mindegyike a megbízó azon képességére vonatkozik, hogy meghatározza az ügynök tevékenységi körét a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások tekintetében, ami elengedhetetlen akkor, ha a megbízónak kell vállalni a kockázatokat, és így a kereskedelmi stratégiát meghatározó helyzetben kell lennie:

- a) arra a területre vonatkozó korlátozások, ahol az ügynök ezeket az árukat vagy szolgáltatásokat értékesítheti,
- b) azokra az ügyfelekre vonatkozó korlátozások, akiknek az ügynök ezeket az árukat vagy szolgáltatásokat értékesítheti,
- c) azok az árak és feltételek, amelyeket az ügynöknek alkalmaznia kell az áruk vagy szolgáltatások értékesítése vagy beszerzése során.

(19) A szerződés szerinti áruk és szolgáltatások ügynök általi és a megbízó nevében történő értékesítése vagy megvásárlása feltételeinek szabályozásán túl az ügynöki megállapodások gyakran tartalmazzák az ügynök és a megbízó közötti kapcsolatra vonatkozó rendelkezéseket. Így különösen tartalmazhatnak olyan rendelkezést, amely megtiltja a megbízónak, hogy más ügynököket is megbízzon egy adott ügylettypus, ügyfélkör vagy terület vonatkozásában (kizárólagos ügynöki rendelkezések) és/vagy megtiltja az ügynöknek, hogy ügynöki vagy forgalmazói feladatot lásson el a megbízó versenytársá-

inak megbízásából (egyedüli márka kikötésére vonatkozó rendelkezések). Mivel az ügynök a megbízótól különálló vállalkozás, az ügynök és a megbízó közötti kapcsolatra vonatkozó rendelkezések sérthetik a 101. cikk (1) bekezdését. A kizárólagos ügynöki rendelkezések általában nem eredményeznek versenyellenes hatásokat. A márkák közötti versenyt érintő, az egyedüli márka kikötésére vonatkozó rendelkezések, valamint a megállapodás megszűnését követő versenytildalomra vonatkozó rendelkezések azonban sérthetik a 101. cikk (1) bekezdését, ha a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások értékesítésének vagy vásárlásának érintett piacáról való (halmozott) kizáráshoz vezetnek vagy járulnak hozzá (lásd különösen a VI. szakasz 2.1 pontját). Az ilyen rendelkezések élvezhetik a csoportmentességi rendelet előnyeit, különösen a rendelet 5. cikkében előírt feltételek teljesülése esetén. A 101. cikk (3) bekezdése szerinti hatékonyságnöveléssel egyenként is igazolhatóak, például a (144)-(148) bekezdésben ismertetetteknek megfelelően.

(20) Az ügynöki megállapodás akkor is a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozhat, ha ugyan minden pénzügyi és kereskedelmi kockázatot a megbízó visel, de a megállapodás elősegíti a felek közötti összejátszást. Ez a helyzet állhat fenn például akkor, ha több megbízó ugyanazon ügynököket alkalmazza, míg kollektíven kizár másokat abból, hogy ezen ügynököket alkalmazzák, vagy ha az ügynököket arra használják, hogy összejtszassanak marketingstratégiáik tekintetében, illetve hogy a megbízók szentitív piaci információkat cseréljenek egymás között.

(21) Amennyiben az ügynök a (16) bekezdésben ismertetett lényeges kockázatok némelyikét vagy mindegyikét viseli, a 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazása céljából az ügynök és a megbízó közötti megállapodás nem minősül ügynöki megállapodásnak. Ebben a helyzetben az ügynök független vállalkozásnak minősül, továbbá az ügynök és a megbízó közötti megállapodás bármely más vertikális megállapodáshoz hasonlóan a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik.

### 3. Alvállalkozói megállapodások

(22) Az alvállalkozás keretében a vállalkozó technológiát vagy berendezést biztosít az alvállalkozónak, aki vállalja, hogy bizonyos termékeket (kizárólag) a vállalkozó részére ennek alapján állít elő. Az alvállalkozásra az egyes alvállalkozási megállapodásoknak az EGK-Szerződés 85. cikkének (1) bekezdése szerint történő értékeléséről szóló, 1978. december 18-i bizottsági közlemény<sup>(1)</sup> (a továbbiakban: alvállalkozási közlemény) vonatkozik. E közlemény szerint, amely továbbra is alkalmazandó, azok az alvállalkozói megállapodások, amelyekben az alvállalkozó vállalja, hogy egyes termékeket kizárólag a vállalkozó számára állít elő, általában a 101. cikk (1) bekezdésének hatályaán kívül esnek – feltéve, hogy a technológia vagy a berendezés szükséges ahhoz, hogy az alvállalkozó a termékeket előállíthassa. Az alvállalkozó számára előírt egyéb korlátozások azonban, mint például az a kötelezettség, hogy nem folytat vagy nem használja saját kutatás-fejlesztést, vagy hogy általában nem állít elő termékeket harmadik fél részére, a 101. cikk hatálya alá tartozhatnak.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> HL C 1., 1979.1.3., 2. o.

<sup>(2)</sup> Lásd az alvállalkozási közlemény (3) bekezdését.

### III. A CSOPORTMENTESSÉGI RENDELET ALKALMAZÁSA

#### 1. A csoportmentességi rendelet által létrehozott biztos kikötő (safe harbour)

- (23) A legtöbb vertikális korlátozás esetében versenyjogi aggályok csak akkor merülnek fel, ha a kereskedelem egy vagy több szintjén nem megfelelő a márkák közötti verseny, azaz ha a szállító, a vevő vagy mindkettőjük szintjén valamilyen fokú piaci erő tapasztalható. Amennyiben nem tartalmaznak a versenyt érintő olyan különösen súlyos korlátozásokat, amelyek tárgyi alapú versenykorlátozások, a csoportmentességi rendelet a szállító és a vevő piaci részesedésétől függően vélelmezi a vertikális megállapodások jogszerűségét. A csoportmentességi rendelet 3. cikke értelmében a csoportmentesség alkalmazhatóságát a szállítónak a szerződés szerinti árak vagy szolgáltatások értékesítése szerinti piacon fennálló piaci részesedése, valamint a vevő azon piac(ok)on fennálló piaci részesedése határozza meg, ahol a szerződés szerinti árakat vagy szolgáltatásokat vásárolja. Ahhoz, hogy a csoportmentesség alkalmazható legyen, sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladhatja meg a 30 %-os küszöbértéket. A jelen iránymutatás V. szakasza útmutatást ad az érintett piac meghatározásával és a piaci részesedések kiszámításával kapcsolatban. Nincs olyan vélelem, amely szerint a 30 %-os piaci részesedési küszöbértéket meghaladó vertikális megállapodások a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznak, vagy nem tesznek eleget a 101. cikk (3) bekezdésben meghatározott feltételeknek, ugyanakkor olyan vélelem sincs, amely szerint a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozó megállapodások általában eleget tennének a 101. cikk (3) bekezdésében meghatározott feltételeknek.

#### 2. A csoportmentességi rendelet hatálya

##### 2.1 A vertikális megállapodások meghatározása

- (24) A vertikális megállapodások fogalma a csoportmentességi rendelet 1. cikke (1) bekezdésének a) pontja meghatározásában „olyan megállapodás vagy összehangolt magatartás amely a megállapodás vagy az összehangolt magatartás szempontjából a termelési vagy értékesítési lánc különböző szintjein tevékenykedő két vagy több vállalkozás között jön létre, és amely azokra a feltételekre vonatkozik amelyek mellett egyes áruknak vagy szolgáltatásoknak a felek által történő vásárlása, értékesítése vagy vizonteladása történik”.
- (25) A vertikális megállapodás (24) bekezdésben említett fogalmának négy fő eleme van:
- a) A csoportmentességi rendelet megállapodásokra és összehangolt magatartásokra vonatkozik. A csoportmentességi rendelet nem vonatkozik az érintett vállalkozások egyoldalú magatartására. Az ilyen egyoldalú magatartás az erőfölénnyel történő visszaélés tilalmára vonatkozó 102. cikk hatálya alá tartozhat. Ahhoz, hogy a 101. cikk értelmében vett megállapodás létezzon, elegendő, hogy a felek kifejezzék arra vonatkozó közös szándékukat, hogy a piacon adott módon viselkednek. A szándék kifejezésének formája mindaddig lényegtelen, amíg az a felek szándékát hitelesen

tükrözi. Amennyiben nincs az akaratok egyezését kifejező egyértelmű megállapodás, a Bizottságnak bizonyítania kell, hogy az egyik fél egyoldalú politikája a másik fél beleegyezését élvezzi. A vertikális megállapodások esetében valamely adott egyoldalú politikába való beleegyezés kétféleképpen állapítható meg. Először is, a beleegyezés levonható egy előzetesen kidolgozott általános megállapodásban a felekre ruházott hatáskörökből. Amennyiben az előzetesen kidolgozott megállapodás rendelkezései valamelyik fél számára előírják vagy engedélyezik, hogy később olyan konkrét egyoldalú politikát fogadjon el, amely a másik félre nézve kötelező lesz, a másik félnek az említett politikába való beleegyezése annak alapján állapítható meg <sup>(1)</sup>. Másodsor, ilyen kifejezett beleegyezés hiányában a Bizottság bizonyíthatja hallgatólagos beleegyezés meglétét. Ehhez először is azt kell bizonyítani, hogy az egyik fél az egyoldalú politikájának végrehajtásához kifejezetten vagy hallgatólagosan megköveteli a másik fél együttműködését, másodsor pedig azt, hogy a másik fél – az említett egyoldalú politika gyakorlati végrehajtásával – eleget tett ennek a követelménynek <sup>(2)</sup>. Például, amennyiben a párhuzamos kereskedelem megakadályozása érdekében a készletek egyoldalú csökkentésének szállító általi bejelentését követően a forgalmazók azonnal csökkentik megrendeléseiket, és megszüntetik a párhuzamos kereskedelmet, akkor ezek a forgalmazók hallgatólagosan hozzájárulnak a szállító egyoldalú politikájához. Ugyanakkor nem lehet erre következtetni, ha a szállítók továbbra is folytatják a párhuzamos kereskedelmet, vagy igyekeznek új lehetőségeket találni a párhuzamos kereskedelemre. Hasonlóképpen, a vertikális megállapodások esetében a hallgatólagos hozzájárulás a valamelyik fél egyoldalú politikájának a megállapodás másik fele vagy felei számára történő előírása során alkalmazott kényszerítés szintjéből, valamint a szállító egyoldalú politikáját a gyakorlatban ténylegesen végrehajtó forgalmazók számából állapítható meg. Például a szállító által azoknak a forgalmazóknak a szankcionálására létrehozott nyomon követési és bírságolási rendszer, amelyek nem felelnek meg egyoldalú politikájának, a szállító egyoldalú politikájába való hallgatólagos beleegyezésre utal, ha ez a rendszer lehetővé teszi a szállító számára, hogy a gyakorlatban megvalósítsa politikáját. A beleegyezés megállapításának e bekezdésben ismertetett kétféle módja együttesen is használható;

- b) A megállapodás vagy az összehangolt magatartás két vagy több vállalkozás között jön létre. A nem vállalkozásként működő végső fogyasztókkal kötött vertikális megállapodások nem tartoznak a csoportmentességi rendelet hatálya alá. Általánosabban: a végső fogyasztókkal kötött megállapodások nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá, mivel ez a cikk csak a vállalkozások közötti megállapodásokra, vállalkozások társulásainak döntéseire és a vállalkozások összehangolt magatartásaira vonatkozik. Ez nem sérti a Szerződés 102. cikke alkalmazásának lehetőségét;

<sup>(1)</sup> A Bíróság C-74/04 P. sz. Bizottság kontra Volkswagen AG ügyben hozott ítélete (EBHT 2006., I-6585. o.).

<sup>(2)</sup> Az Elsőfokú Bíróság T-41/96. sz. Bayer AG kontra Bizottság ügyben hozott ítélete (EBHT 2000., II-3383. o.).

- c) A megállapodás vagy összehangolt magatartás olyan vállalkozások között áll fenn, amelyek mindegyike – a megállapodás szempontjából – a termelési vagy forgalmazási lánc különböző szintjein működik. Ez azt jelenti például, hogy az egyik vállalkozás olyan nyersanyagot gyárt, amit a másik vállalkozás alapanyagként felhasznál, vagy az első cég a gyártó, a második a nagykereskedő, a harmadik pedig a kiskereskedő. Ez nem zárja ki azt, hogy egy vállalkozás a termelési vagy forgalmazási lánc több szintjén is működjön;
- d) A megállapodás vagy az összehangolt magatartás olyan feltételekre vonatkozik, amelyek szerint a szerződés felei, a szállító és a vevő által, „egyes árukhoz vagy szolgáltatásokhoz a [...] vásárlása, értékesítése vagy viszonteladása történik”. Ez tükrözi a csoportmentességi rendelet célját, hogy a beszerzési és forgalmazási megállapodásokat szabályozza. Ezek olyan megállapodások, amelyek a szállító által szállított áruk vagy szolgáltatások megvásárlásának, értékesítésének vagy viszonteladásának feltételeire és/vagy az ezeket az árukat, illetve szolgáltatásokat felhasználó áruk vagy szolgáltatások vevő általi értékesítésének feltételeire vonatkoznak. Mind a szállító által szállított áruk vagy szolgáltatások, mind pedig a felhasználás eredményeként létrejött áruk és szolgáltatások a csoportmentességi rendelet szerinti szerződés szerinti árunak és szolgáltatásnak minősülnek. A meghatározás kiterjed minden végtermékre és közbenső termékre minősülő áruira és szolgáltatásra vonatkozó vertikális megállapodásra. Az egyetlen kivétel a gépjárműágazat, mindaddig, amíg erre az ágazatra továbbra is külön csoportmentesség vonatkozik, amelyet például a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a gépjárműágazatbeli vertikális megállapodások és összehangolt magatartások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2002. július 31. 1400/2002/EK bizottsági rendelet<sup>(1)</sup> vagy az annak helyébe lépő bármely rendelet biztosít. A szállító által biztosított árukat vagy szolgáltatásokat a vevő viszonteladóként értékesítheti, vagy alapanyagként felhasználhatja saját termékei vagy szolgáltatásai előállítására;

- (26) A csoportmentességi rendelet a harmadik fél részére történő bérbeadás céljára értékesített és vásárolt árukra is vonatkozik. A bérleti és lízingszerződések azonban nem tartoznak a rendelet hatálya alá, mivel ezekben az esetekben nincs szó áruk vagy szolgáltatások szállító általi értékesítéséről a vevő részére. Általánosabb megfogalmazásban: a csoportmentességi rendelet nem terjed ki olyan korlátozásokra és kötelezettségekre, amelyek nem a vásárlás, értékesítés vagy viszonteladás feltételeivel kapcsolatosak, például olyan kötelezettségekre, amely megtiltja a feleknek, hogy önálló kutatás-fejlesztési tevékenységet folytassanak, amely kikötést a felek belefoglalhatnak egy egyébként vertikálisnak minősülő megállapodásba. A csoportmentességi rendelet 2. cikkének (2)–(5) bekezdése közvetve vagy közvetlenül kizár bizonyos vertikális megállapodásokat a csoportmentességi rendelet alkalmazási köréből.

## 2.2 Versenytársak közötti vertikális megállapodások

- (27) A csoportmentességi rendelet 2. cikkének (4) bekezdése kifejezetten kizárja alkalmazási köréből a „versenytárs

vállalkozások között létrejött vertikális megállapodásokat”. A versenytársak közötti vertikális megállapodásokkal – az összejárás lehetséges hatásai tekintetében – az EK-Szerződés 81. cikkének a horizontális együttműködési megállapodásokra való alkalmazhatóságáról szóló bizottsági iránymutatás<sup>(2)</sup> foglalkozik. Az ilyen megállapodások vertikális szempontjait azonban ezen iránymutatás alapján kell értékelni. A csoportmentességi rendelet 1. cikke (1) bekezdésének c) pontja a versenytárs vállalkozásokat a következőképpen határozza meg: „a tényleges vagy lehetséges versenytárs”. Két vállalat akkor minősül tényleges versenytársnak, ha ugyanazon az érintett piacon folytat tevékenységet. Valamely vállalat akkor minősül egy másik vállalat lehetséges versenytársának, ha megállapodás hiányában a relatív árak kismértékű, de tartós emelkedése esetében valószínűsíthető, hogy az első vállalat normális esetben egy évet meg nem haladó rövid időszakon belül felvállalja a szükséges kiegészítő beruházásokat vagy más szükséges váltási költségeket annak érdekében, hogy belépjen arra a piacra, ahol a másik vállalat tevékeny. Ezt az értékelést reális alapon kell elvégezni; a piacrálépés pusztán elméleti lehetősége nem elegendő.<sup>(3)</sup> Az a forgalmazó, amely a gyártó részére termékleírást ad át abból a célból, hogy az meghatározott terméket gyártson a forgalmazó márka-neve alatt, nem tekinthető az ilyen sajátmárkás termékek gyártójának.

- (28) A csoportmentességi rendelet 2. cikkének (4) bekezdése két kivételt tartalmaz a versenytársak közötti vertikális megállapodásokra vonatkozó általános kizárás alól. A kivételek a nem kölcsönös megállapodásokra vonatkoznak. A versenytársak közötti nem kölcsönös megállapodásokra akkor terjed ki a csoportmentességi rendelet hatálya, ha a) a szállító az áruknak gyártója és forgalmazója is, míg a vevő csak forgalmazó, de a gyártás szintjén nem versenytárs vállalkozás, vagy b) a szállító olyan szolgáltató, amely a kereskedelem számos szintjén működik, míg a vevő nem versenytárs vállalkozás azon a kereskedelmi szinten, ahol megvásárolja a szerződés szerinti szolgáltatásokat. Az első kivétel a kettős forgalmazási helyzetekre vonatkozik, azaz arra, amikor adott áruk gyártója az adott áruk forgalmazójaként is működik, az ő termékeit forgalmazó független kereskedők versenytársaként. Kettős forgalmazás esetén általánosságban úgy kell tekinteni, hogy bármilyen, a gyártó és kereskedő közötti, a kereskedelem szintjén meglévő versenytársi kapcsolatra gyakorolt lehetséges hatás kevésbé fontos, mint a vertikális szállítói megállapodás lehetséges hatása a versenyre általában a gyártás vagy a kiskereskedelem szintjén. A második kivétel hasonló kettős forgalmazási helyzetekre vonatkozik, ebben az esetben azonban azon szolgáltatások vonatkozásában, amikor a szállító a vevő működésének kiskereskedelmi szintjén egyben termékek szolgáltatója is.

<sup>(2)</sup> HL C 3., 2001.1.6., 2. o. Ezen iránymutatás felülvizsgálatára a közeljövőben kerül sor.

<sup>(3)</sup> Lásd a közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról szóló bizottsági közlemény (HL C 372., 1997.12.9., 5. o.) (20)-(24) bekezdését, a Bizottság tizenharmadik versenypolitikai jelentésének 55. pontját, valamint a IV/32. 009. sz. Elopak kontra Metal Box-Odin ügyben hozott 90/410/EGK bizottsági határozatot (HL L 209., 1990.8.8., 15. o.).

<sup>(1)</sup> HL L 203., 2002.8.1., 30. o.

### 2.3 Kiskereskedői társulások

(29) A csoportmentességi rendeletet 2. cikkének (2) bekezdése alapján a mentességet alkalmazni kell olyan vertikális megállapodásokra is, amelyeket vállalkozások olyan társulása köt amely megfelel meghatározott feltételeknek, és ezáltal kizárja a csoportmentességi rendelet hatálya alól a bármely más társulás által kötött vertikális megállapodásokat. A társulás és annak tagjai vagy a társulás és annak szállítói között létrejött vertikális megállapodásokra csak abban az esetben vonatkozik a csoportmentességi rendelet, ha valamennyi tag áru (nem pedig szolgáltatások) kiskereskedelmével foglalkozik, és ha a társulás egyes tagjainak forgalma nem haladja meg az 50 millió EUR-t. Kiskereskedőnek minősülnek azok a forgalmazók, akik az áruk viszonteladói a végső fogyasztók felé. Ha a társulásnak csak korlátozott számú tagja rendelkezik az 50 millió EUR-s küszöbértéket meghaladó forgalommal, és ha e tagok forgalma együttesen az összes tag egyesített forgalmának 15 %-nál kevesebb, ez alapesetben nem változtatja meg a 101. cikk szerinti értékelést.

(30) Vállalkozások társulásai mind horizontális, mind pedig vertikális megállapodásokat köthetnek. A horizontális megállapodásokat az EK-Szerződés 81. cikkének a horizontális együttműködési megállapodásokra való alkalmazhatóságáról szóló bizottsági iránymutatásban<sup>(1)</sup> megállapított alapelvek szerint kell értékelni. Ha ebből az értékelésből azt a következtetést lehet levonni, hogy a vállalkozások közötti együttműködés a beszerzés vagy értékesítés területén elfogadható, akkor további értékelésre van szükség a társulásnak a szállítóival vagy egyes tagjaival kötött vertikális megállapodásai tekintetében. Ez utóbbi értékelés a csoportmentességi rendelet szabályait és ezt az iránymutatást követi. Először horizontális megállapodásként kell vizsgálni például a társulás tagjai által kötött horizontális megállapodásokat vagy a társulás által elfogadott döntéseket, mint például az olyan döntést, amely kötelezi a tagokat, hogy a társulástól vásároljanak, vagy amely kizárólagos területeket határoz meg a tagok részére. Ha ez az értékelés annak megállapításával zárul, hogy a horizontális megállapodás elfogadható, szükséges értékelni a társulás és az egyes tagjai vagy a társulás és szállítói közötti vertikális megállapodásokat.

### 2.4 A szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezéseket tartalmazó vertikális megállapodások

(31) A csoportmentességi rendelet 2. cikkének (3) bekezdése a rendelet hatálya alá vonja azokat a vertikális megállapodásokat, amelyek bizonyos rendelkezéseket tartalmaznak a szellemi tulajdonjogoknak a vevőre történő átruházása vagy hasznosításuk megengedése tárgyában, és így kizárja a csoportmentességi rendelet hatálya alól a többi, szellemi tulajdonjogokkal kapcsolatos rendelkezéseket tartalmazó vertikális megállapodást. A csoportmentességi rendelet akkor alkalmazható a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezéseket tartalmazó vertikális megállapodásokra, ha teljesül az alábbi öt feltétel:

- a) a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezésnek egy vertikális megállapodás részének kell lennie, azaz olyan megállapodásnak, amely arra nézve tartalmaz feltételeket, hogy a felek hogyan szerezhetnek be, értékesíthetnek, vagy értékesíthetnek viszonteladóként bizonyos árukat vagy szolgáltatásokat,
- b) a szellemi tulajdonjogokat a vevőre kell átruházni, vagy a vevőnek ezekre használati jogot kell szereznie,
- c) a szellemi tulajdonjogra vonatkozó rendelkezések nem képezhetik a megállapodás elsődleges célját,
- d) a szellemi tulajdonjogra vonatkozó rendelkezéseknek közvetlenül kapcsolódniuk kell az áruknak vagy szolgáltatásoknak a vevő, illetve annak ügyfelei általi használatához, értékesítéséhez vagy viszonteladóként történő értékesítéséhez. Franchise esetén, ha a szellemi tulajdonjogok hasznosításának célja marketing, az árukat vagy szolgáltatásokat a fő franchise-vevő vagy a franchise-vevők forgalmazzák,

e) a szellemi tulajdonjogra vonatkozó rendelkezések – a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások tekintetében – nem tartalmazhatnak olyan versenykorlátozásokat, amelyeknek célja megegyezik az olyan vertikális korlátozásokéval, amelyek a csoportmentességi rendelet alapján nem élveznek mentességet.

(32) Az ilyen feltételek biztosítják, hogy a csoportmentességi rendeletet kiterjedjen azokra a vertikális megállapodásokra, ahol az áruk vagy szolgáltatások használata, értékesítése vagy viszonteladóként történő értékesítése hatékonyabban megvalósítható annak eredményeképpen, hogy a szellemi tulajdonjogokat a vevőre ruházzák, vagy a vevő használati jogot szerez ezekre. Másképp fogalmazva: a szellemi tulajdonjogok átruházásának vagy a hasznosításuk megengedésének korlátozása akkor tartozik a rendelet hatálya alá, ha a megállapodás fő célja áruk vagy szolgáltatások megvásárlása vagy forgalmazása.

(33) Az első feltétel egyértelművé teszi, hogy a szellemi tulajdonjogok biztosításának kontextusa áruvásárlásról vagy áruforgalmazásról, illetve szolgáltatások nyújtásáról vagy azok igénybevételéről szóló megállapodás, nem pedig olyan megállapodás, amely az áruk előállítására céljából átruházott vagy licenciába adott szellemi tulajdonjogokra vonatkozik, és nem is pusztán licenciadási megállapodás. A csoportmentességi rendelet nem vonatkozik például az alábbiakra:

- a) olyan megállapodások, amelyekben az egyik fél a másik fél részére átad egy receptet, és engedélyezi a másik fél számára, hogy e recept alapján italt gyártson;
- b) olyan megállapodások, amelyekben az egyik fél a másik fél részére átad egy mintát vagy egy eredeti példányt, és megengedi, hogy az legyártsa és forgalmazza az ezek alapján készített termékeket;
- c) védjegy vagy megjelölés használatának megengedésére kereskedelmi céllal,

<sup>(1)</sup> Lásd a (27) bekezdést.

- d) szponzori szerződés arról, hogy a fél jogosult magát egy esemény hivatalos szponzoraként hirdetni,
- e) szerzői jog használatának engedélyezése, például valamely esemény rögzítési és/vagy sugárzási jogára vonatkozó sugárzási szerződések.
- (34) A második feltétel egyértelművé teszi, hogy a csoportmentességi rendelet nem alkalmazható abban az esetben, ha a szellemi tulajdonjogot a vevő adja át a szállítónak, tekintet nélkül arra, hogy a szellemi tulajdonjog a gyártás vagy a forgalmazás módjára vonatkozik-e. A csoportmentességi rendelet nem alkalmazható olyan, a szellemi tulajdonjog szállító részére történő átruházására vonatkozó megállapodásra, amely esetleges korlátozásokat tartalmaz a szállító által végrehajtott értékesítések tekintetében. Ez különösen azt jelenti, hogy az olyan alvállalkozói szerződés<sup>(1)</sup>, amely a know-how alvállalkozó részére történő átadását tartalmazza, nem tartozik a csoportmentességi rendelet alkalmazási körébe (lásd a (22) bekezdést is). A csoportmentességi rendelet hatálya alá tartoznak azonban azok a vertikális megállapodások, amelyek alapján a vevő csupán termékleírást ad a szállítónak, meghatározva a szállítandó árukat vagy szolgáltatásokat.
- (35) A harmadik feltétel egyértelművé teszi, hogy a megállapodás csak akkor tartozik a csoportmentességi rendelet hatálya alá, ha annak nem elsődleges célja a szellemi tulajdonjogok átruházása vagy licenciába adása. A megállapodás elsődleges céljának áruk vagy szolgáltatások megvásárlásának, értékesítésének vagy viszonteladásának kell lennie, a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezéseknek pedig a vertikális megállapodás végrehajtását kell szolgálniuk.
- (36) A negyedik feltétel előírja, hogy a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezések segítsék elő az áruknak vagy szolgáltatásoknak a vevő vagy annak ügyfelei általi használatát, értékesítést vagy viszonteladását. A használatra vagy viszonteladásra szánt árukat vagy szolgáltatásokat általában a licenciadó szolgáltatja, de az is lehetséges, hogy a licenciatvevő harmadik félként fellépő szállítótól vásárolja meg azokat. Alapesetben a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezések az áruk vagy szolgáltatások forgalmazására vonatkoznak. Ez a helyzet például akkor, amikor egy franchise-szerződésben a franchise-adó viszonteladásra értékesít árukat a franchise-vevőnek, továbbá engedélyezi a franchise-vevőnek, hogy az áruk piaci értékesítése során használja az ő védjegyét és know-how-ját, továbbá amikor egy italkoncentrátum szállítója licenciát ad a vevőnek arra, hogy az hígítás és palackozás után árusítsa az italt.
- (37) Az ötödik feltétel különös hangsúlyt helyez arra, hogy a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezések célja ne egyezzen meg bármelyik, a csoportmentességi rendelet 4. cikkében felsorolt különösen súlyos korlátozás céljával, illetve bármely olyan korlátozás céljával, amelyet a csoportmentességi rendelet 5. cikke kizár a csoportmentességi rendelet hatálya alól (lásd ezen iránymutatás (47)–(69) bekezdését).
- (38) Azok a szellemi tulajdonjogok, amelyek a csoportmentességi rendelet 2. cikkének (3) bekezdése értelmében a vertikális megállapodások megvalósítása szempontjából

jelentősek, általában három fő területet érintenek: védjegyek, szerzői jogok és know-how.

#### Védjegy

- (39) A licenciadó termékeinek egy adott területen történő forgalmazásához a forgalmazó részére védjegyhasználati licenciát adhat. Kizárólagos licenciacsere esetén a megállapodás kizárólagos forgalmazásnak minősül.

#### Szerzői jog

- (40) A szerzői jog jogosultja a szerzői jogi oltalmat élvező áruk (könyvek, szoftver stb.) viszonteladóját kötelezheti arra, hogy a viszonteladás során azzal a feltétellel adják el az árukat, hogy a vevő – aki lehet másik viszonteladó vagy végső felhasználó – nem sérti meg a szerzői jogokat. A viszonteladó ilyen kötelezettségei – amennyiben azok egyáltalán a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznak – a csoportmentességi rendelet hatálya alá tartoznak.
- (41) Az olyan megállapodások, amelyek alapján egy szoftver fizikai példányait a szállító viszonteladás céljára adja át, és a viszonteladó a szoftverhez kapcsolódó semmiféle jogra nem szerez licenciát, hanem csupán a fizikai példányok viszonteladására jogosult, a csoportmentességi rendelet szempontjából viszonteladási célú áruértékesítési megállapodásnak minősülnek. Az ilyen típusú forgalmazás során a szoftverlicencia átruházása a szerzői jog tulajdonosa és a szoftver végső felhasználója között jön létre. Ez történhet „hozzácsomagolt” licenciacsere formájában, azaz úgy, hogy a licenciacsere feltételek a szoftver csomagolásában találhatóak, és a csomag felbontásával a végső felhasználó hallgatólagosan elfogadja azokat.
- (42) A szerzői jog jogosultja kötelezheti azokat a vevőket, akik szerzői jogi oltalmat élvező szoftvert is tartalmazó hardvert vásárolnak, hogy tartsák tiszteltben a szerzői jogokat, és így ne másolják és adják el újra a szoftvert, vagy ne készítsenek olyan másolatot a szoftverről, amelyet másik hardveren futtatnak. Az ilyen felhasználási korlátozások – amennyiben egyáltalán a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznak – a csoportmentességi rendelet hatálya alá tartoznak.

#### Know-how

- (43) A franchise-megállapodások – az ipari franchise-megállapodások kivételével – a legjobb példák a know-how vevő részére történő marketingcélú átadására<sup>(2)</sup>. A franchise-megállapodások védjegyekkel vagy megjelölésekkel, valamint áruk felhasználására és forgalmazására, illetve szolgáltatásnyújtásra szolgáló know-how-val kapcsolatos szellemi tulajdonjogokra vonatkozó licenciacsereket tartalmaznak.

<sup>(1)</sup> Lásd a (22) bekezdésben említett, alvállalkozási közleményt, HL C 1., 1979.1.3., 2. o.

<sup>(2)</sup> A (43)–(45) bekezdés analógia alapján más, a szállító és a vevő közti jelentős know-how átadással járó forgalmazási megállapodásokra is vonatkozik.

A szellemi tulajdonjog licenciába adásán túl a franchise-adó a megállapodás tartama alatt általában kereskedelmi és technikai segítséget is nyújt a franchise-vevő részére, így beszerzési szolgáltatásokat, képzést, ingatlan-tanácsadást, pénzügyi tervezést stb. A licencia és a segítségnyújtás a franchise tárgyát képező üzleti módszer elválaszthatatlan elemei.

(44) A franchise-megállapodásban foglalt licencia-adás a csoportmentességi rendelet hatálya alá tartozik, ha a (31) bekezdésben felsorolt öt feltétel mindegyike teljesül. E feltételek általában teljesülnek, mivel a legtöbb franchise-megállapodásban, ideértve a master (elsődleges) franchise-megállapodásokat is, a franchise-adó árukat és/vagy szolgáltatásokat – különösen kereskedelmi vagy technikai segítségnyújtási szolgáltatásokat – is átad, illetve szolgáltat a franchise-vevő részére. Az átadott szellemi tulajdonjogok segítséget nyújtanak a franchise-vevőnek abban, hogy a franchise-adó, illetve az általa kijelölt szállító által szállított termékeket viszonteladóként értékesítse, vagy abban, hogy e termékeket felhasználja és a keletkezett árukat vagy szolgáltatásokat értékesítse. Amennyiben a franchise-megállapodás kizárólag vagy elsődlegesen szellemi tulajdonjogok licenciába adására vonatkozik, nem tartozik a csoportmentességi rendelet hatálya alá, a Bizottság azonban az ilyen megállapodásokra – általános szabályként – a csoportmentességi rendeletben és az ezen iránymutatásban megállapított alapelveket fogja alkalmazni.

(45) Az alábbi, a szellemi tulajdonjoggal kapcsolatos kötelezettségek általában szükségesek a franchise-adó szellemi tulajdonjogainak védelméhez, és így ezekre – ha ezek a kötelezettségek a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznak – szintén vonatkozik a csoportmentességi rendelet:

- a) a franchise-vevő azon kötelezettsége, hogy sem közvetve, sem közvetlenül nem vesz részt hasonló üzleti vállalkozásban;
- b) a franchise-vevő azon kötelezettsége, hogy versenytárs vállalkozás tőkéjében nem szerez olyan pénzügyi érdekeltséget, amely lehetővé tenné a franchise-vevő részére az ilyen vállalkozás gazdasági magatartásának befolyásolását;
- c) a franchise-vevő azon kötelezettsége, hogy mindaddig nem hozza harmadik fél tudomására a franchise-adó által szolgáltatott know-how-t, amíg az még nem minősül köztudomású információnak;
- d) a franchise-vevő azon kötelezettsége, hogy a franchise-adó részére átad minden olyan tapasztalatot, amely a franchise felhasználása során keletkezett, továbbá, hogy a franchise-adó és a többi franchise-vevő részére nem kizárólagos licenciát ad az ilyen tapasztalatból eredő know-how használatára;
- e) a franchise-vevő azon kötelezettsége, hogy tájékoztassa a franchise-adót a licenciába adott szellemi tulajdonjogok megsértéséről, jogi eljárást indítson a jogsértők ellen, illetve, hogy segítséget nyújtson a franchise-adónak a jogsértők elleni jogi eljárásokban;

f) a franchise-vevő azon kötelezettsége, hogy a franchise-adó által licenciába adott know-how-t nem használja a franchise használatától eltérő célokra;

g) a franchise-vevő azon kötelezettsége, hogy a franchise-adó jóváhagyása nélkül nem ruházza át a franchise-megállapodás szerinti jogokat és kötelezettségeket.

## 2.5 Kapcsolat más csoportmentességi rendeletekkel

(46) A 2. cikk (5) bekezdése alapján a csoportmentességi rendelet „nem alkalmazandó azokra a vertikális megállapodásokra, amelyek tárgya valamely más csoportmentességi rendelet hatálya alá tartozik, kivéve akkor, ha az ilyen rendelet másképp rendelkezik” Ez azt jelenti, hogy a csoportmentességi rendelet nem alkalmazható azokra a vertikális megállapodásokra, amelyekre a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a technológiaátadási megállapodások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2004. április 27-i 772/2004/EK bizottsági rendelet <sup>(1)</sup>, a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a gépjármű-ágazatbeli vertikális megállapodások és összehangolt magatartások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2002. július 31-i 1400/2002/EK rendelet <sup>(2)</sup> vagy a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a szakosítási megállapodások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2000. november 29-i 2658/2000/EK bizottsági rendelet <sup>(3)</sup> és a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a kutatási és fejlesztési megállapodások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 2000. november 29-i 2659/2000/EK bizottsági rendelet <sup>(4)</sup> – amely rendeletek horizontális megállapodásokkal kapcsolatban kötött vertikális megállapodásokat mentesítnek – illetve bármilyen jövőbeli hasonló rendelet vonatkozik, hacsak az ilyen rendelet másképp nem rendelkezik.

## 3. A csoportmentességi rendeletben foglalt különösen súlyos korlátozások

(47) A csoportmentességi rendelet 4. cikke tartalmazza azoknak a különösen súlyos korlátozásoknak a felsorolását, amelyek a teljes vertikális megállapodás csoportmentességi rendelet <sup>(5)</sup> hatálya alóli kizárását eredményezik. Ha egy megállapodás ilyen különösen súlyos korlátozást tartalmaz, az annak vélelmezéséhez vezet, hogy a megállapodás a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik. Az is vélelmezhető, hogy a megállapodás valószínűleg nem tesz eleget a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek, ezért a csoportmentesség

<sup>(1)</sup> HL L 123., 2004.4.27., 11. o.

<sup>(2)</sup> Lásd a (25) bekezdést.

<sup>(3)</sup> HL L 304., 2000.12.5., 3. o.

<sup>(4)</sup> HL L 304., 2000.12.5., 7. o.

<sup>(5)</sup> A különösen súlyos korlátozásoknak ez a felsorolása az Unión belüli kereskedelemmel kapcsolatos vertikális megállapodásokra vonatkozik. Az Unión kívülre irányuló exporttal, illetve az Unión kívülről érkező importtal/újraimportálással kapcsolatos vertikális megállapodások tekintetében lásd a Bíróság C-306/96. sz. Javico kontra Yves Saint Laurent ügyben hozott ítéletét (EBHT 1998., I-1983.o.). A Bíróság az ítélet 20. pontjában úgy foglalt állást, hogy „az olyan megállapodás, amiben a viszonteladó vállalja a gyártó felé, hogy a Közösségen kívüli piacon adja el a szerződéses terméket, nem tekintendő úgy, hogy annak célja a közös piaci verseny érezhető korlátozása, vagy úgy, hogy alkalmas lenne a tagállamok közti kereskedelem befolyásolására”.

nem alkalmazandó. A vállalkozások azonban adott egyedi esetben igazolhatják 101. cikk (3) bekezdése szerinti versenyt ösztönző hatást.<sup>(1)</sup> Amennyiben a vállalkozások bizonyítják, hogy a valószínűsíthető hatékonyságnövekedés a különösen súlyos korlátozások megállapodásba foglalásának következménye, valamint, hogy a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt valamennyi feltétel általában teljesül, úgy a Bizottságnak a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek teljesülésére vonatkozó végső értékelés előtt ténylegesen értékelnie kell a versenyre gyakorolt valószínűsíthető negatív hatást<sup>(2)</sup>.

- (48) A csoportmentességi rendelet 4. cikkének a) pontjában foglalt különösen súlyos korlátozás a viszonteladási ár meghatározása, azaz olyan megállapodás kötése vagy összehangolt magatartás folytatása, amelynek közvetett vagy közvetlen célja olyan rögzített összegű vagy legalacsonyabb viszonteladási ár, illetve rögzített összegű vagy legalacsonyabb árszint meghatározása, amelyet a vevőnek figyelembe kell vennie. A korlátozás egyértelmű az olyan szerződéses kikötés vagy összehangolt magatartás esetén, ahol a viszonteladási ár közvetlenül meghatározásra kerül. A viszonteladási ár meghatározása azonban közvetett eszközökkel is elérhető. Ez többira példa lehet az olyan megállapodás, amely megszabja a forgalmazási nyereség mértékét, meghatározza a forgalmazó által egy meghatározott árszintből nyújtható legnagyobb árengedményt, a szállító részéről a rabatt nyújtását, vagy a promóciós költségek megtérítését egy adott árszint betartásához köti, az előírt viszonteladási árat a versenytársak viszonteladási áraihoz köti, illetve ilyen eszközök lehetnek a fenyegetések, megfélemlítések, figyelmeztetések, büntetések, szállítások késleltetése vagy felfüggesztése, illetve a szerződés felmondása egy adott árszint figyelembe nem vétele esetén. Az árrögzítés közvetlen vagy közvetett eszközei még hatékonyabbak akkor, ha olyan intézkedésekkel társítják őket, amelyek az árcsökkentő forgalmazók azonosítását szolgálják; ilyen eszköz például egy ármelegfigyelő rendszer működtetése, illetve a kiskereskedők kötelezése arra, hogy jelentsék, ha a forgalmazási hálózat más tagjai eltérnek a meghatározott árszinttől. Ehhez hasonlóan a közvetlen vagy közvetett árrögzítés még hatékonyabb, ha olyan intézkedésekhez társul, amelyek csökkentik a vevőnek a viszonteladási ár csökkentésére irányuló hajlandóságát; ilyen például az az eset, amikor a szállító a termékre rányomtatja az ajánlott viszonteladási árat, vagy a szállító arra kötelezi a vevőt, hogy a legnagyobb kedvezményt élvező ügyfélre vonatkozó kikötést alkalmazzon. Ugyanezen közvetett eszközök és „támogató” intézkedések felhasználhatók arra, hogy a legmagasabb vagy ajánlott árak viszonteladási ár-kikötésként működjenek. Egy adott támogató intézkedés alkalmazása, vagy ajánlott illetve maximális árakat tartalmazó árjegyzék szállító általi biztosítása a vevőnek azonban önmagában nem tekintendő úgy, hogy viszonteladási ár kikötéséhez vezetnének.

<sup>(1)</sup> Lásd különösen a vertikális korlátozásokra vonatkozó, lehetséges hatékonyságnövekedéseket általánosan ismertető (106)–(109) bekezdést, valamint a viszonteladási árakról szóló VI.2.10. szakaszt. Az általános iránymutatásért lásd a 4. lábjegyzetben hivatkozott, a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének alkalmazásáról szóló bizottsági iránymutatást, HL C 101., 2004.4.27., 97. o.

<sup>(2)</sup> Bár ez az esemény jogi szempontból két különálló lépés, a gyakorlatban ismétlődő folyamat lehet, amelynek során a felek és a Bizottság számos lépésben tökéletesítik érveiket.

- (49) Ügynöki megállapodások esetén a megbízó főszabályként meghatározza az eladási árat, mivel az ügynök nem válik az árak tulajdonosává. Ha azonban egy ilyen megállapodás a 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazása céljából nem minősíthető ügynöki megállapodásnak (lásd a (12)–(21) bekezdést), akkor a csoportmentességi rendelet 4. cikkének a) pontja szerinti különösen súlyos korlátozásnak minősül az a kötelezettség, amely megakadályozza vagy korlátozza az ügynököt abban, hogy rögzített vagy változó összegű jutalékát megossza az ügyféllel. Az ilyen különösen súlyos korlátozás megállapodásba foglalásának elkerülése érdekében az ügynök számára biztosítani kell azt a lehetőséget, hogy az ügyfél által ténylegesen fizetett ár összegét – a megbízó bevételeinek csökkentése nélkül – leszállítsa<sup>(3)</sup>.

- (50) A csoportmentességi rendelet 4. cikkének b) pontjában foglalt különösen súlyos korlátozás olyan megállapodásokkal vagy összehangolt magatartásokkal foglalkozik, amelyeknek közvetett vagy közvetlen célja a megállapodásban részes vevő vagy annak ügyfelei értékesítéseinek korlátozása, ha ezek a korlátozások arra a területre, illetve azokra az ügyfelekre vonatkoznak, ahol, illetve akiknek a vevő vagy annak ügyfelei értékesíthetik a szerződés szerinti árukat vagy szolgáltatásokat. Az ilyen különösen súlyos korlátozás a terület vagy ügyfélcsoport szerinti piacfelosztásra vonatkozik. Ez lehet közvetlen kötelezettségek következménye, például arra vonatkozó kötelezettségvállalás, hogy a forgalmazó bizonyos ügyfelek vagy bizonyos területeken lévő vevők részére nem értékesít, vagy olyan kötelezettség, hogy az ilyen vevőktől kapott megrendeléseket más forgalmazóknak továbbítsa. Olyan közvetett intézkedésekből is következhet, amelyeknek az a célja, hogy a forgalmazót arra késztesse, hogy ilyen ügyfelek részére ne értékesítsen, ezek közé tartozik például: a jutalékok vagy engedmények csökkentése vagy megtagadása, a szállítás beszüntetése, a szállított mennyiség csökkentése, illetve a szállított mennyiségnek a meghatározott területen vagy ügyfélcsoporton belüli keresletre korlátozása, a szerződés felmondásával való fenyegetés, magasabb ár követelése az exportra szánt termékek tekintetében, az exportálható értékesítések arányának korlátozása, vagy a nyereség továbbadására vonatkozó kötelezettségek. Az is járhat továbbá ilyen eredménnyel, ha a szállító nem nyújt az Unió egészére kiterjedő garanciális szolgáltatást, amelynek keretében rendes körülmények között az összes forgalmazó köteles garanciális szolgáltatást nyújtására és ezt a szolgáltatást részükre a szállító téríti meg még az olyan áruk esetében is, amelyeket más forgalmazók értékesítettek az ő területükön<sup>(4)</sup>. Ezek a magatartások még nagyobb valószínűséggel minősülnek a vevő értékesítési korlátozásának, ha

<sup>(3)</sup> Lásd például a IV/32. 737. sz. Eirpage-ügyben hozott 91/562/EKG bizottsági határozatot (HL L 306., 1991.11.7., 22. o.), különösen a 6. preambulumbekkezdést.

<sup>(4)</sup> Amennyiben a szállító úgy határoz, hogy nem térít vissza a forgalmazóknak az Unió teljes területén érvényes garancia alapján nyújtott szolgáltatások után, meg lehet állapodni ezekkel a forgalmazókkal, hogy annak a forgalmazónak, amely a számára megállapított területen kívüli értékesít, a (teljesítendő) szolgáltatás költségén alapuló, ésszerű haszonkulcsot is tartalmazó díjat kell fizetnie a szolgáltatás célterületén kinevezett forgalmazó számára. Ez a rendszertípus nem tekinthető úgy, mint a forgalmazók területükön kívüli eladásainak korlátozása (lásd e tekintetben az Elsőfokú Bíróság T-67/01. sz., JCB Service kontra Bizottság ügyben hozott ítéletét [EBHT 2004., II-49. o.] 136–145. pontja).

azokat a szállító nyomon követési rendszer működtetésével együtt alkalmazza annak érdekében, hogy megbizonyosodjon az értékesített áruk tényleges rendeltetési helyéről, például megkülönböztető címkék vagy sorozatszámok használatával. Azonban nem minősül különösen súlyos korlátozásnak a viszonteladó azon kötelessége, hogy feltüntesse a szállító márkanevét. Mivel a 4. cikk b) pontja csak a vevő vagy annak ügyfelei általi értékesítések korlátozására vonatkozik, ez azt jelenti, hogy a szállító értékesítéseire vonatkozó korlátozások – a csoportmentességi rendeletnek a cserealkatrészekről szóló 4. cikke e) pontjának összefüggésében az (59) bekezdésben kifejtettekre is figyelemmel – szintén nem minősülnek különösen súlyos korlátozásnak. A 4. cikk b) pontját a vevő telephelyével kapcsolatos korlátozás sérelme nélkül kell alkalmazni. Így a csoportmentességi rendelet szerinti kedvezmény nem veszik el akkor, ha arról születik megállapodás, hogy a vevő meghatározott címre, helyre vagy területre korlátozza a forgalmazói kirendeltség(ek)et és raktár(ak)at.

(51) A csoportmentességi rendelet 4. cikkének b) pontjában foglalt különösen súlyos korlátozások alól négy kivétel létezik. A 4. cikk b) pontjának i. alpontja szerinti első kivétel lehetővé teszi a szállító számára, hogy korlátozza a megállapodásban részes valamely vevő egy másik vevőhöz kizárólagosan hozzárendelt, illetve a szállító által önmaga számára fenntartott területen vagy ügyfélcsoport részére történő aktív értékesítéseit. A terület vagy ügyfélcsoport kizárólagos hozzárendeléséről akkor beszélünk, ha a szállító beleegyezik abba, hogy termékeit csak egy forgalmazónak adja el abból a célból, hogy a forgalmazó azokat az adott területen vagy meghatározott ügyfélcsoport részére forgalmazza, és a kizárólagos forgalmazó védelemben részesül az ő területén vagy ügyfélcsoportjában a szállító minden más, az Unión belüli vevője által végrehajtott aktív értékesítéssel szemben, tekintet nélkül a szállító által eszközölt értékesítésekre. A szállító kombinálhatja a kizárólagos terület és a kizárólagos ügyfélcsoport kijelölését, például úgy, hogy adott területen, meghatározott ügyfélcsoport tekintetében kizárólagos forgalmazót jelöl ki. A kizárólagosan hozzárendelt területek és ügyfélcsoportok ilyen védelmének azonban lehetővé kell tennie az ilyen területekre és ügyfélcsoportoknak történő passzív értékesítést. A csoportmentességi rendelet 4. cikke b) pontjának alkalmazása céljából a Bizottság az „aktív” és a „passzív” értékesítést a következőképpen értelmezi:

— „aktív” értékesítés során aktívan fordulnak az egyedi ügyfelekhez többek között közvetlen levélmegkeresés (direct mail), azon belül kéretlen elektronikus levelek küldése vagy látogatások útján; ugyancsak ide tartozik a meghatározott ügyfélcsoport vagy meghatározott területen levő ügyfelek aktív megkeresése olyan média- vagy internetes hirdetés vagy más promóció útján, amely kifejezetten az adott ügyfélcsoportot vagy az adott területen található ügyfeleket célozza meg. Az olyan hirdetés vagy promóció, ami csak akkor vonzó a vevő számára, ha az meghatározott ügyfélcsoportot vagy meghatározott területen levő

ügyfeleket (is) elér, aktív értékesítésnek minősül e meghatározott ügyfélcsoport vagy meghatározott területen levő ügyfelek tekintetében.

— „passzív” értékesítés: az egyedi ügyfelektől felszólítás nélkül érkező kérésre adott válasz, ide értve az áruk leszállítását, illetve a szolgáltatások nyújtását az ilyen ügyfelek részére. Passzív értékesítésnek minősül az olyan általános jellegű hirdetés vagy promóció, amely elérheti ugyan a más forgalmazók (kizárólagos) területein vagy ügyfélcsoportjain belül található vásárlókat, de amely egyben ésszerű eszköze az ilyen területeken vagy ügyfélcsoportokon kívüli ügyfelek – például a hirdető saját területén levő ügyfelek – elérésének. Az általános jellegű médiahirdetés vagy – promóció az ilyen ügyfelek elérése ésszerű módjának minősül, ha a vevő számára akkor is vonzó lenne e beruházások végrehajtása, ha azok nem jutnának el más forgalmazók (kizárólagos) területein vagy ügyfélcsoportjain belüli ügyfelekhez.

(52) Az internet hatékony eszköz arra, hogy az ügyfelek nagyobb csoportját és más rétegeit érjük el, mint kizárólag a hagyományos kereskedelmi módszerek alkalmazásával, ez magyarázza, hogy egyes, az internet használatával kapcsolatos korlátozások (viszont)eladási korlátozásnak minősülnek. Elvileg minden forgalmazó számára engedélyezni kell az internet használatát termékértékesítés céljából. Általánosságban ha egy forgalmazó weboldalt használ termékek eladása céljából, az passzív értékesítési formának minősül, mivel ez ésszerű módja annak, hogy a forgalmazó elérhetővé váljon az ügyfelek számára. A weboldal használatának a saját területén vagy ügyfélcsoportján kívül is lehetnek hatásai, ez azonban a technológiából – azaz a bárholonnan megvalósítható könnyű elérhetőségéből – ered. Passzív értékesítésnek minősül, ha az ügyfél felkeresi a forgalmazó honlapját, kapcsolatba lép a forgalmazóval, és ez a kapcsolat értékesítéshez – és szállításhoz – vezet. Ugyanez igaz arra az esetre, ha az ügyfél azt választja, hogy a forgalmazó (automatikusan) küldjön neki értesítést és ez a választás vezet az értékesítéshez. Önmagában az, hogy a honlapon vagy a kommunikáció során választható a nyelv, nem változtat az értékesítés passzív mivoltán. A Bizottság ennek megfelelően például a következőket tekinti a passzív értékesítésre vonatkozóan különösen súlyos korlátozásnak, figyelemmel arra, hogy ezek alkalmasak a forgalmazó korlátozására az ügyfelek nagyobb csoportjának és más rétegeinek elérése tekintetében:

a) megállapodás valamely (kizárólagos) forgalmazóval arról, hogy másik (kizárólagos) területen belüli ügyfeleket megakadályoz weboldalának megtekintésében, vagy annak előírása, hogy a forgalmazó weboldalán helyezzen el a gyártó vagy más (kizárólagos) forgalmazók oldalaira mutató automatikus ügyfélátirányítást. Ez nem zárja ki az arról való megállapodást, hogy a forgalmazó weboldala ráadásként tartalmazzon linkeket más forgalmazók és/vagy a szállító weboldalaire;

- b) megállapodás abban, hogy a (kizárólagos) forgalmazó szakítsa meg a vevők interneten keresztüli ügyleteit, amennyiben hitelkártya-adataik nem a forgalmazó (kizárólagos) területén belüli címet azonosítanak;
- c) megállapodás abban, hogy a forgalmazó korlátozza az interneten keresztüli értékesítés teljes értékesítésen belüli arányát. Ez nem zárja ki, hogy a szállító a vevő fizikai értékesítési pontjainak hatékony működése érdekében – a forgalmazó online-értékesítésének korlátozása nélkül – abszolút értékben meghatározva előírja a vevő számára a fizikai értékesítési pontokról értékesítendő minimális értéket vagy mennyiséget. Nem zárja ki továbbá azt sem, hogy a szállító biztosítsa, hogy a forgalmazó online tevékenysége összhangban maradjon a szállító forgalmazási modelljével (lásd az (54) és (56) bekezdést). Ez az abszolút összegű hagyományos értékesítési minimumkövetelmény lehet minden vevőre vonatkozóan azonos, vagy meghatározhatják minden vevőre egyedileg, olyan objektív kritériumok alapján, mint például a vevő mérete a hálózaton belül, vagy földrajzi elhelyezkedése;
- d) megállapodás abban, hogy a forgalmazó fizessen magasabb árat az interneten keresztül értékesíteni kívánt termékekért, mint azokért a termékekért, amelyeket hagyományos módon kíván értékesíteni. Ez nem zárja ki a szállító és a vevő megállapodását egy rögzített díjról (vagyis nem egy változó díjról, melynek összege a realizált hagyományos forgalomtól függően emelkedik, mivel ez közvetett kettős árképzést jelentene), melynek célja a vevő online vagy hagyományos értékesítési erőfeszítéseinek előmozdítása.
- (53) A megállapodásban részes forgalmazók korlátozása az internet használata tekintetében összeegyeztethető a csoportmentességi rendelettel, ha az interneten történő hirdetés vagy internethasználat aktív értékesítést eredményezne például más forgalmazók kizárólagos területein vagy ügyfélcsoportjaiban. A Bizottság bizonyos ügyfeleket célzó aktív értékesítési formának tekinti a kifejezetten ezen ügyfelekhez intézett online hirdetést. Például, a harmadik felek weboldalain elhelyezett területi alapú hirdetések az arra a területre irányuló aktív értékesítések egyik formáját képezik, ahol ezek a hirdetések láthatóak. Általánosságban a meghatározott területre vagy meghatározott ügyfélcsoportra irányuló erőfeszítések az e területre vagy ezen ügyfélcsoportra irányuló aktív értékesítési formának minősülnek. Például, ha egy keresőmotor- vagy online hirdetésszolgáltatónak azért fizetnek, hogy egy hirdetés meghatározott terület felhasználóinál jelenjen meg, az az e területre irányuló aktív értékesítésnek minősül.
- (54) Azonban a szállító a csoportmentesség keretében minőségi követelményeket támaszthat az áru vizonteladásával foglalkozó internetes honlap tekintetében, hasonlóképpen ahhoz, ahogyan egy szállító általában minőségi követelményeket támaszthat egy üzlettel, a katalógus alapú értékesítéssel, vagy a reklámozással és hirdetéssel szemben. Ennek különösen a szelektív forgalmazás esetében lehet jelentősége. A szállító a csoportmentesség keretében például a forgalmazói hálózat tagjává válás feltételeként megkövetelheti forgalmazóitól, hogy legyen egy vagy több fizikai értékesítési pontjuk vagy bemutatótermük. Az ilyen feltétel későbbi megváltoztatását a csoportmentességi rendelet lehetővé teszi, kivéve, ha a változtatás célja a forgalmazók online értékesítéseinek közvetlen vagy közvetett korlátozása. Hasonlóképp a szállító megkövetelheti forgalmazóitól, hogy azok harmadik fél platformját kizárólag a szállító és forgalmazói közt a forgalmazók internethasználata tekintetében megállapított standardoknak és feltételeknek megfelelően használják a szerződéses termékek forgalmazása céljából. Például amennyiben a forgalmazó weboldalának harmadik fél platformja ad helyet, a szállító megkövetelheti, hogy az ügyfelek ne a harmadik fél platformjának nevét vagy logóját viselő weboldalon keresztül látogassák a forgalmazó weboldalát.
- (55) A csoportmentességi rendelet 4. cikkének b) pontjában megállapított különösen súlyos korlátozások alól három további kivétel van. Mindhárom kivétel egyaránt lehetővé teszi az aktív és a passzív értékesítés korlátozását. Az első kivétel értelmében megengedhető a nagykereskedő korlátozása abban, hogy végső felhasználóknak értékesítsen, ami lehetővé teszi a szállító számára, hogy a nagykereskedelmi és a kiskereskedelmi szintet elkülönítve tartsa. Ez a kivétel nem zárja ki azonban annak lehetőségét, hogy a nagykereskedő meghatározott végső felhasználók, például nagybani végső felhasználók számára értékesítsen, miközben (minden) más végső felhasználó felé tilos értékesítenie. A második kivétel lehetővé teszi a szállító számára, hogy szelektív forgalmazási rendszerben valamely szerződéses forgalmazót korlátozzon abban, hogy – bármely kereskedelmi szinten – nem szerződéses forgalmazók részére értékesítsen árukat bármely területen, ahol a rendszer pillanatnyilag működik, vagy ahol a szállító még nem értékesít szerződéses árukat (a 4. cikk b) pontjának iii. alpontja szerint „a szállító által e rendszer működtetésére fenntartott terület”). A harmadik kivétel lehetővé teszi a szállító számára, hogy egy összetevő vevőjét – akinek az összetevőket beépítés céljával szállította – korlátozzon abban, hogy azokat viszonteladóként értékesítse a szállító versenytársainak. Az „összetevő” kifejezés minden közbenső terméket magában foglal, míg a „beépítés” kifejezés bármely alpanyag áruk előállításához történő felhasználására vonatkozik.
- (56) A csoportmentességi rendelet 4. cikkének c) pontjában foglalt különösen súlyos korlátozás kizárja a szelektív forgalmazási hálózat tagjai által a végső felhasználók – akár szakmai végső felhasználók, akár végső fogyasztók – felé történő aktív vagy passzív értékesítés korlátozását, azon lehetőség sérelme nélkül, hogy a hálózat tagjainak meg lehessen tiltani a nem engedélyezett telephelyen történő működést. Eszerint a csoportmentességi rendelet 1. cikke (1) bekezdésének e) pontjában meghatározott szelektív forgalmazási rendszerben működő kereskedők nem korlátozhatók tekintetben, hogy mely felhasználók – vagy a felhasználók nevében működő vásárló ügynökök – részére értékesítenek, kivéve egy máshol működtetett kizárólagos értékesítési rendszer védelme érdekében (lásd az (51) bekezdést). Szelektív forgalmazási rendszeren belül a kereskedő nem korlátozható abban, hogy valamennyi végső felhasználó részére aktív és passzív értékesítést egyaránt nyújtson, akár az internet segítségével is. Ezért a Bizottság különösen súlyos korlátozásnak tekint bármely olyan kötelezettséget, amely a szerződéses kereskedőket eltéríti az internet több és különféle ügyfél elérését célzó használatától, olyan feltételeket írva

elő az online értékesítésre, amelyek nem teljesen egyenértékűek a fizikai értékesítési pont esetében előírt feltételekkel. Ez nem azt jelenti, hogy az online értékesítéssel szemben támasztott követelményeknek meg kell egyezniük a hagyományos értékesítésre előírtakkal, sokkal inkább azt, hogy ugyanazon célokat kell követniük és összehasonlítható eredményeket kell elérniük, valamint, hogy a követelmények közötti különbségeket a két forgalmazási mód jellege közötti különbségeknek kell indokolniuk. Például a nem szerződéses forgalmazóknak történő értékesítés megakadályozása érdekében a szállító előírhatja szerződéses forgalmazói számára az egyedi végső fogyasztóknak értékesíthető maximális mennyiséget. Szükséges lehet e követelmény szigorítása az online értékesítések esetében, ha a nem szerződéses forgalmazó számára egyszerűbb a termékek beszerzése az internet használata segítségével. Hasonlóképp szükséges lehet a szigorítás a hagyományos értékesítések esetében, ha egyszerűbb a beszerzés fizikai értékesítési pontról. A szerződéses termékek időben történő kiszállításának biztosítása érdekében a szállító a hagyományos értékesítések esetében előírhatja az azonnali szállítást. Mivel ugyanez a követelmény nem írható elő az online értékesítések esetében, ezekre vonatkozóan a szállító a gyakorlatban kivitelezhető szállítási határidőket írhat elő. Az online értékesítések esetében speciális követelmények támaszthatóak az online értékesítés utáni ügyfélszolgálat, az ügyfelek termék visszakiüldésével kapcsolatos költségeinek megtérítése és a biztonságos fizetési rendszerek alkalmazása tekintetében.

(57) Azon a területen, ahol a forgalmazó a szelektív forgalmazási rendszert működteti, a rendszer nem kapcsolható össze kizárólagos forgalmazással, mivel az az aktív vagy passzív értékesítés kereskedők általi, a csoportmentességi rendelet 4. cikkének c) pontja szerinti különösen súlyos korlátozásához vezetne – kivéve, hogy korlátozások írhatók elő a kereskedőnek azon képessége tekintetében, hogy meghatározza telephelyének helyszínét. A kiválasztott kereskedők számára megtiltható, hogy vállalkozásukat eltérő telephelyekről működtessék, vagy az, hogy más helyen új üzletet nyissanak. Ebben az összefüggésben a forgalmazó saját weboldalának használata nem eshet ugyanolyan elbírálás alá, mint egy új üzlet más helyen történő megnyitása. Ha a kereskedő üzlete mozgó üzlet, akkor meghatározható az a terület, amelyen kívül a mozgó üzlet nem működtethető. Ezen túlmenően a szállító kötelezettséget vállalhat arra, hogy csak egyetlen kereskedőnek vagy korlátozott számú kereskedőnek értékesít annak a területnek egy meghatározott részén, ahol a szelektív forgalmazási rendszert alkalmazzák.

(58) A csoportmentességi rendelet 4. cikkének d) pontjában foglalt különösen súlyos korlátozás a szelektív forgalmazási rendszeren belül kijelölt forgalmazók közötti keresztszállítások korlátozására vonatkozik. Ennek megfelelően valamely megállapodásnak vagy összehangolt magatartásnak nem lehet közvetlen vagy közvetett célja az, hogy megakadályozza vagy korlátozza a szerződés

szerinti áruk szerződéses forgalmazók közötti aktív vagy passzív értékesítését. A szerződéses forgalmazók nem korlátozhatók abban, hogy a szerződés szerinti termékeket szabadon megvásárolják a hálózaton belüli más szerződéses forgalmazóktól, függetlenül attól, hogy azok azonos vagy más kereskedelmi szinten működnek-e. Következésképpen a szelektív forgalmazás nem kapcsolható össze olyan vertikális korlátozásokkal, amelyeknek célja a forgalmazók arra kényszerítése, hogy a szerződés szerinti termékeket kizárólagosan egy adott forrásból szerezzék be. Ez azt is jelenti, hogy egy szelektív forgalmazási hálózaton belül a szerződéses nagykereskedők nem korlátozhatók a szerződéses kiskereskedők részére teljesített értékesítéseik tekintetében.

(59) A csoportmentességi rendelet 4. cikkének e) pontjában foglalt különösen súlyos korlátozás olyan megállapodásokra vonatkozik, amelyek a végső felhasználókat, független javítószolgálatokat és szolgáltatókat akadályozzák vagy korlátozzák abban, hogy cserealkatrészeket közvetlenül az alkatrészgyártóktól szerezzenek be. Az alkatrészgyártó és a cserealkatrészeket a saját termékébe beépítő vevő (eredeti berendezések gyártója) közötti megállapodás sem közvetve, sem pedig közvetlenül nem akadályozhatja vagy korlátozhatja az alkatrészgyártót abban, hogy a cserealkatrészeket végső felhasználók, független javítószolgálatok vagy szolgáltatók részére értékesítse. Közvetett korlátozás különösen abból eredhet, ha a cserealkatrész szállítóját korlátozzák abban, hogy átadja a cserealkatrésznek a használók, független javítószolgálatok vagy szolgáltatók általi használatához szükséges műszaki információt vagy különleges berendezést. A megállapodás azonban előírhat alkatrész-szállítási korlátozásokat azon javítók vagy szolgáltatók számára, amelyeket az eredeti berendezés gyártója saját áruinak javításával vagy szervizelésével bízott meg. Másképp fogalmazva: az eredeti berendezés gyártója megkövetelheti a saját javító- vagy szervizhálózatától, hogy a cserealkatrészeket tőle vásárolja meg.

#### **4. A különösen súlyos értékesítési korlátozások azon egyedi esetei, amelyek a 101. cikk (1) bekezdésének hatályán kívül eshetnek, vagy eleget tehetnek a 101. cikk (3) bekezdésében meghatározott feltételeknek**

(60) Kivételes esetben az különösen súlyos korlátozások objektíve szükségesek lehetnek meghatározott típusú vagy jellegű megállapodások<sup>(1)</sup> esetén, és így a 101. cikk (1) bekezdésén kívül eshetnek. Például, ha veszélyes anyagok bizonyos ügyfeleknek történő értékesítésére biztonsági vagy egészségügyi okokból általános tilalmat kell alkalmazni a különösen súlyos korlátozás objektíve szükséges lehet. A vállalkozásoknak továbbá lehetőségük van arra, hogy egyedi esetben a 101. cikk (3) bekezdése alapján hatékonyságnöveléssel érveljenek. A jelen szakasz a (viszont)értékesítési korlátozásokra sorol fel példákat, míg a viszonteladási ár kérdésével a VI.2.10. szakasz foglalkozik.

<sup>(1)</sup> Lásd a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének alkalmazásáról szóló iránymutatást tartalmazó bizottsági közlemény (18) bekezdését, HL C 101., 2004.4.27., 97. o.

- (61) Előfordulhat, hogy egy új márkát elsőként értékesítő, vagy meglévő márkát új piacon elsőként értékesítő (ezáltal az érintett piacon valódi piacralépést megvalósító) forgalmazónak jelentős beruházásra kell kötelezettséget vállalnia ahol korábban nem volt kereslet általában az adott terméktípus, vagy az adott terméktípus adott gyártó által előállított változata iránt. Az ilyen kiadások gyakran nem térülnek meg, és ilyen körülmények között határozottan fennállhat az a helyzet, hogy a forgalmazó nem köt forgalmazási szerződést anélkül, hogy a más forgalmazók által az ő területén történő vagy ügyfélcsoportjait célzó (aktív és) passzív értékesítésekkel szemben bizonyos időtartamra ne legyen védve. Ilyen helyzet léphet fel, ha valamely meghatározott nemzeti piacon működő gyártó belép egy másik nemzeti piacra és kizárólagos forgalmazó segítségével bevezeti a termékeit, amennyiben ennek a forgalmazónak beruházásokat kell eszközölnie az adott márka piaci ismertségének elindítása és megalapozása érdekében. Ezért amennyiben az új piac létrehozásához és/vagy fejlesztéséhez a forgalmazónak jelentős beruházásokat kell végrehajtania, más forgalmazók olyan területekre vagy olyan ügyfélcsoport részére történő passzív értékesítéseinek korlátozása, amelyek a forgalmazó ezen kiadásainak megtérüléséhez szükséges, az első két évben, amikor a forgalmazó a szerződés szerinti árukat az adott területen vagy az adott ügyfélcsoportnak értékesíti, általában annak ellenére a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá esik, hogy az ilyen különösen súlyos korlátozások alapvetően a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznak.
- (62) Egy új terméknek korlátozott területen vagy egy korlátozott ügyfélcsoporton belüli eredeti tesztelése során, valamint egy új termék fokozatos bevezetése esetén az új termék tesztpiaci értékesítésére vagy a fokozatos bevezetés első köreibben történő részvételre kijelölt forgalmazók a teszteléshez vagy a termék bevezetéséhez szükséges idő alatt korlátozhatók a tesztpiacon kívüli, vagy az első bevezetésre szolgáló piac(ok)on kívüli aktív értékesítéseikben anélkül, hogy a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznának.
- (63) Kizárólagos forgalmazási rendszer esetében a szerződéses forgalmazók közti kereszteladásoknak normális esetben engedélyezettnek kell maradniuk (lásd az 58. bekezdést). Ha azonban a különböző területeken elhelyezkedő nagykereskedőknek be kell ruházniuk a promóciós tevékenységekbe a „saját” területükön a szerződéses kiskereskedők értékesítéseinek támogatása érdekében, és nem praktikus szerződésben meghatározni a megkövetelt promóciós követelményeket, a nagykereskedők által a más nagykereskedők területén elhelyezkedő szerződéses kiskereskedők felé történő aktív értékesítések korlátozása az esetleges potyázás megakadályozása érdekében egyedi esetekben kimerítheti a 101. cikk (3) bekezdésében meghatározott feltételeket.
- (64) Általában az abban való megállapodás, hogy a forgalmazó fizessen magasabb árat az interneten keresztül

továbbértékesíteni kívánt termékekért, mint azokért a termékekért, amelyeket hagyományos módon kíván értékesíteni (kettős árazás), különösen súlyos korlátozásnak minősül (lásd az 52. bekezdést). Azonban bizonyos különleges körülmények között egy ilyen megállapodás eleget tehet a 101. cikk (3) bekezdésének. Ilyen különleges körülmény lehet ha a gyártó olyan kettős árképzésről állapodik meg forgalmazóival, amely szerint az online-értékesítések esetében az ár magasabb, tekintettel arra, hogy a gyártó számára az online-értékesítés jóval magasabb költségekkel jár a hagyományos értékesítéskénél. Például azért, mert az utóbbi normál esetben tartalmazza a forgalmazó általi otthoni beszerelést, míg az interneten keresztül történő értékesítés nem, ezáltal jóval több ügyfélpanasszal és garanciális követeléssel jár a gyártó felé, a megállapodás kimerítheti a 101. cikk (3) bekezdésében meghatározott feltételeket. E tekintetben a Bizottság megfontolás tárgyává teszi, hogy a korlátozás várhatólag mennyiben korlátozza majd az internetes értékesítéseket és hátráltatja a forgalmazót az ügyfelek nagyobb csoportjának és más rétegeinek elérésében.

#### 5. A csoportmentességi rendeletről kizárt korlátozások

- (65) A csoportmentességi rendelet 5. cikke bizonyos kötelezettségeket annak ellenére kizár a rendelet hatálya alól, hogy az érintett felek piaci részesedése nem lépi át a küszöbértéket. A csoportmentességi rendelet azonban alkalmazandó marad a vertikális megállapodás fennmaradó részére, ha az a rész elválasztható a mentesítésben nem részesített kötelezettségektől.
- (66) Az első kizárás a csoportmentességi rendelet 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában található, és a versenytilalmi kötelezettségekre vonatkozik. A versenytilalmi kötelezettségek olyan megállapodások, amelyek eredményeképpen a vevő a szerződés szerinti áruk, szolgáltatások és az azokat helyettesítő termékek tekintetében az előző naptári évi összes beszerzéseinek több mint 80 %-át a szállítótól vagy a szállító által kijelölt más vállalkozástól szerzi be (lásd a csoportmentességi rendelet 1. cikke (1) bekezdésének d) pontjában szereplő meghatározást); a megállapodás így akadályozza a vevőt abban, hogy versengő termékeket vagy szolgáltatásokat vásároljon, illetve ezek arányát az összes beszerzések 20 %-ánál alacsonyabb mértékre korlátozza. Ha a megállapodásra lépést követő első évben a szerződés megkötését megelőző évre vonatkozóan nem állnak rendelkezésre adatok a vevő beszerzéseit illetően, akkor a vevő által legjobb tudomása szerint adott becslést kell alkalmazni az éves teljes beszerzési igény tekintetében. Az ilyen versenytilalmi kötelezettségekre nem vonatkozik a csoportmentességi rendelet, ha azok időtartama határozatlan vagy meghaladja az öt évet. Azokra a versenytilalmi kötelezettségekre sem vonatkozik a csoportmentességi rendelet, amelyek hallgatóságosan meghosszabbíthatóak öt évnél hosszabb időtartamra (lásd az 5. cikk (1) bekezdésének második albekezdését). A rendelet általában mentesíti azokat a versenytilalmi kötelezettségeket, amelyeknek időtartama öt évre vagy annál rövidebb

időre korlátozódik, és nem léteznek olyan akadályok, amelyek korlátozzák a vevőt abban, hogy az ötéves időtartam végén ténylegesen felmondja a versenytildalmi kötelezettséget. Ha például a megállapodásban ötéves versenytildalmi kötelezettség található és a szállító kölcsönt nyújt a vevőnek, akkor a kölcsön visszafizetése nem akadályozhatja a vevőt abban, hogy az ötéves időtartam végén joghatályosan felmondja a versenytildalmi kötelezettséget. Hasonlóképpen, ha a szállító a vevő részére olyan berendezést biztosít, amely nem minősül specifikusnak a kapcsolatukra nézve, a vevő részére lehetővé kell tenni azt, hogy a versenytildalmi kötelezettség lejártakor piaci eszközértéken megvásárolja a berendezést.

(67) Nem alkalmazható az ötéves időtartam-korlátozás, ha az árukat vagy szolgáltatásokat a vevő viszonteladóként „szállító tulajdonában lévő vagy a szállító által a vevővel kapcsolatban nem álló harmadik személytől bérelt helyiségekből és területekről értékesíti”. Ilyen esetekben a versenytildalmi kötelezettség lehet ugyanolyan hosszú, mint ameddig a vevő a helyiségeket vagy területeket használja (a csoportmentességi rendelet 5. cikkének (2) bekezdése). Ennek a kivételnek az az oka, hogy általában nem várható el a szállítótól, hogy lehetővé tegye, hogy hozzájárulása nélkül a tulajdonát képező helyiségekből és területekről a versenytársra termékeit értékesítsék. Analógia alapján ugyanezek az elvek érvényesülnek abban az esetben, ha a vevő a szállító tulajdonában lévő, vagy a szállító által a vevővel kapcsolatban nem álló harmadik féltől lízingelt mozgó üzletben működik. A mesterséges tulajdonosi megállapodásokra, mint például a forgalmazó által az ötéves korlátozás megkerülése érdekében a területe és helyiségei feletti tulajdonjogainak a szállító részére határozott időre szóló átadására nem vonatkozik ez a kivétel.

(68) A csoportmentességi rendelet 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja tartalmazza a csoportmentesség alóli második kizárást, ami a vevőnek a megállapodás hatályának megszűnését követő versenytildalmi kötelezettségére vonatkozik. Az ilyen kötelezettségekre rendszerint nem vonatkozik a csoportmentességi rendelet, hacsak a kötelezettség nem elengedhetetlenül szükséges a szállító által a vevőnek átadott know-how védelme érdekében, ha arra az eladási telephelyre korlátozódik, amelyet a vevő a szerződés időtartama alatt üzemeltetett, illetve ha legfeljebb egyéves időszakra terjed ki (lásd a csoportmentességi rendelet 5. cikkének (3) bekezdését). A csoportmentességi rendelet 1. cikke (1) bekezdése g) pontjának meghatározása szerint az a feltétel, hogy a know-how „lényeges” legyen, azt jelenti, hogy „a know-how jelentős és hasznos a vevő számára a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások felhasználásához, eladásához vagy viszonteladásához”.

(69) A csoportmentesség alóli harmadik kizárást a csoportmentességi rendelet 5. cikke (1) bekezdésének c) pontja tartalmazza, és az a versengő termékek szelektív forgalmazási rendszerben történő értékesítésére vonatkozik. A csoportmentességi rendelet lefedi a szelektív forgalmazásnak a versenytildalmi kötelezettséggel történő összekap-

csolását, ami alapvetően arra kötelezi a kereskedőket, hogy ne értékesítsék a versengő márkákat. Nem vonatkozik azonban a csoportmentességi rendelet arra a kötelezettségre, ha a szállító szerződéses kereskedőit közvetve vagy közvetlenül megakadályozza abban, hogy meghatározott versenytárs szállítóktól viszonteladási céllal vásároljanak termékeket. A fenti kötelezettség kizárásának a célja az, hogy ne alakulhasson ki olyan helyzet, ahol az azonos szelektív forgalmazási hálózatot használó szállítók megakadályozzák, hogy egy vagy több meghatározott versenytársuk ezt a hálózatot használja termékei forgalmazására (a versenytárs szállító kizárása, ami a kollektív bojkott egy formája lenne) <sup>(1)</sup>.

## 6. Elválaszthatóság

(70) A csoportmentességi rendelet azzal a feltétellel biztosít mentességet a vertikális megállapodásoknak, hogy a megállapodás nem tartalmaz és annak segítségével nem gyakorolnak a rendelet 4. cikkében meghatározott különösen súlyos korlátozást. Egy vagy több különösen súlyos korlátozás fennállása esetén a csoportmentességi rendelet kedvezményei a vertikális megállapodás egészére nézve elvesznek. Az különösen súlyos korlátozások tekintetében nincs helye elválaszthatóságnak.

(71) Az elválaszthatósági szabályt alkalmazni kell azonban a csoportmentességi rendelet 5. cikkében meghatározott kizárt korlátozásokra. Ennek következtében a csoportmentesség kedvezménye csak a vertikális megállapodás azon részére nézve szűnik meg, amely nem felel meg az 5. cikkben meghatározott feltételeknek.

## 7. Az azonos forgalmazási rendszerben forgalmazott termékek portfóliója

(72) Ha egy szállító többféle áru vagy szolgáltatás forgalmazására ugyanazt a forgalmazási megállapodást használja, akkor ezek közül egyesek – tekintettel a piaci részesedési küszöbértékre – a csoportmentességi rendelet hatálya alá tartozhatnak, míg mások esetleg nem. Ebben az esetben a csoportmentességi rendelet azokra az árukra és szolgáltatásokra vonatkozik, amelyekre a feltételek teljesülnek.

(73) Azon áruk és szolgáltatások esetében, amelyekre nem vonatkozik a csoportmentességi rendelet, az általános versenyszabályok érvényesek, tehát:

- nincs csoportmentesség, de a jogellenességet sem kell vélelmezni,
- ha nem mentesíthetően sérül a 101. cikk (1) bekezdése, vizsgálni lehet azt, hogy vannak-e megfelelő korrekciós intézkedések (remedies) a versenyprobléma feloldására a fennálló forgalmazási rendszeren belül,
- a megfelelő korrekciós intézkedések hiányában a szállító köteles más forgalmazási formákat alkalmazni.

Ilyen helyzet akkor is előállhat, ha a 102. cikk egyes termékek esetében igen, más termékek esetében viszont nem alkalmazható.

<sup>(1)</sup> Az ilyen kizáró hatásokkal járó közvetett intézkedésekre található példa a IV/33. 542. sz. Parfum Givenchy ügyben hozott 92/428/EGK bizottsági határozatban, HL L 236., 1992.8.19., 11. o.

#### IV. A CSOPORTMENTESSÉG VISSZAVONÁSA ÉS A CSOPORTMENTESSÉGI RENDELET ALKALMAZÁSÁNAK MELLŐZÉSE

##### 1. Visszavonási eljárás

- (74) A csoportmentességi rendelet által biztosított jogszerűségi vélelem visszavonható, ha a vertikális megállapodás – akár elszigetelten, akár pedig versenytárs szállítók vagy vevők által érvényesített hasonló megállapodásokkal összefüggésben értékelve – a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá kerül, és nem teljesíti a 101. cikk (3) bekezdésében meghatározott összes feltételt.
- (75) A 101. cikk (3) bekezdése szerinti feltételek különösen akkor nem teljesülnek, ha az érintett piacra való bejutást vagy az ottani versenyt jelentősen korlátozza a versenytárs szállítók vagy vevők által kötött hasonló vertikális megállapodások párhuzamos hálózatainak halmozott hatása. A vertikális megállapodások párhuzamos hálózatai akkor minősülnek hasonlóknak, ha az ezekben foglalt korlátozások hasonló hatásokkal járnak a piacon. Ilyen helyzet állhat elő például akkor, ha egy adott piacon bizonyos szállítók pusztán mennyiségi alapú szelektív forgalmazást folytatnak, míg más szállítók minőségi alapú szelektív forgalmazást alkalmaznak. Ilyen helyzet akkor is előállhat, ha egy adott piacon a minőségi követelmények halmozott alkalmazása kizárja a hatékonyabb forgalmazókat. Ilyen esetekben az értékelésnek figyelembe kell vennie a megállapodások egyes hálózatainak tulajdonítható versenyellenes hatásokat. Adott esetben előfordulhat, hogy a visszavonás csak egy adott minőségi korlátozást vagy a szerződéses forgalmazók számára vonatkozó mennyiségi korlátozásokat érinti.
- (76) Halmozott versenyellenes hatásért csak azokat a vállalkozásokat terhelheti felelősség, amelyek ahhoz érzékelhetően hozzájárulnak. Nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésében foglalt tilalom alá<sup>(1)</sup> és így nem képezik a visszavonási eljárás tárgyát azok a megállapodások, amelyeket olyan vállalkozások kötnek, amelyek hozzájárulása a halmozott hatáshoz elhanyagolható. Az ilyen hozzájárulás értékelését a (128)–(229) bekezdésben foglalt szempontok alapján kell elvégezni.
- (77) A visszavonási eljárás alkalmazása esetén a Bizottság viseli annak bizonyítási terhét, hogy a megállapodás a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik, és hogy a megállapodás nem tesz eleget a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt egy vagy több feltételnek. A visszavonási határozatnak csak ex nunc hatálya lehet, ami azt jelenti, hogy az érintett megállapodások mentességi helyzete nem változik a visszavonás hatályosulásáig.

- (78) A csoportmentességi rendelet 14. preambulumbekzdése értelmében a tagállami versenyhatóság visszavonhatja a csoportmentességi rendelet biztosította kedvezményt az olyan vertikális megállapodások esetében, amelyek versenyellenes hatásai az érintett tagállamban, vagy annak egy, az elkülönült földrajzi piac valamennyi jellemzőjével rendelkező részén érzékelhetők. A Bizottság kizárólagos hatáskörrel rendelkezik arra nézve, hogy a csoportmentességi rendelet által biztosított kedvezményt visszavonja azon vertikális megállapodások tekintetében, amelyek a versenyt egy tagállam területénél szélesebb érintett földrajzi piacon korlátozzák. Ha az érintett földrajzi piac egyetlen tagállam területe vagy annak egy része, akkor a Bizottság és az érintett tagállam párhuzamos hatáskörrel rendelkeznek a visszavonásra.

##### 2. A csoportmentességi rendelet alkalmazásának mellőzése

- (79) A csoportmentességi rendelet 6. cikke lehetővé teszi a Bizottság számára, hogy rendelettel kizárja a csoportmentességi rendelet hatálya alól a hasonló vertikális korlátozások párhuzamos hálózatait, ha azok az érintett piac több, mint 50 %-át lefedik. Az ilyen intézkedés nem egyedi vállalkozásokra vonatkozik, hanem minden olyan vállalkozásra, amelynek megállapodásaira a csoportmentességi rendelet alkalmazásának mellőzéséről szóló rendelet kiterjed.
- (80) Míg a csoportmentességi rendelet által nyújtott kedvezmény visszavonása során olyan határozatot hoznak, amely kimondja egy egyedi vállalkozás esetében a 101. cikk megsértését, a 6. cikk szerinti rendelet hatása csupán az, hogy az érintett korlátozások és piacok tekintetében megszünteti a csoportmentességi rendelet alkalmazásából származó kedvezményt, és visszaállítja a 101. cikk (1) és (3) bekezdésének teljes körű alkalmazását. A csoportmentességi rendeletet valamely adott piacon bizonyos vertikális korlátozások tekintetében alkalmazhatatlannak nyilvánító rendelet elfogadását követően a 101. cikk egyedi megállapodásokra történő alkalmazására a Bíróság és a Törvényszék vonatkozó ítélkezési gyakorlata által kialakított kritériumok, valamint a Bizottság által elfogadott közlemények és korábbi határozatok lesznek irányadóak. Szükség esetén a Bizottság döntést hoz egy egyedi ügyben, amely iránymutatást adhat az adott piacon működő minden vállalkozás számára.
- (81) Az 50 %-os piaclefedettségi arány kiszámítása során figyelembe kell venni a vertikális megállapodások minden olyan hálózatát, amely a piacon hasonló hatásokkal járó egyedi vagy összekapcsolt korlátozásokat tartalmaz. A csoportmentességi rendelet 6. cikke nem jelent fellépési kötelezettséget a Bizottság számára, ha az 50 %-os piaclefedettségi arányt az érintett felek átlélik. Általánosságban akkor indokolt a csoportmentesség alkalmazásának mellőzése, ha valószínűsíthető az érintett piachoz való hozzáférésnek vagy a piacon uralkodó versenynek az érzékelhető mértékű korlátozása. Ez különösen akkor

<sup>(1)</sup> A Bíróság C-234/89 számú, Stergios Delimits kontra Henninger Bräu AG ügyben hozott ítélete (EBHT 1991., I-935).

fordulhat elő, ha valamely piac több mint 50 %-át lefedő párhuzamos szelektív forgalmazási hálózatok olyan szelektív kritériumok alkalmazásával teszik valószínűvé a piac kizárását, amelyeket az adott áruk természete nem tesz szükségessé, vagy amelyek hátrányos megkülönböztetést alkalmaznak bizonyos, az adott áruk értékesítésére képes forgalmazási módokkal szemben.

- (82) Annak értékelésekor, hogy szükség van-e a csoportmentességi rendelet 6. cikkének alkalmazására, a Bizottság megvizsgálja, hogy megfelelőbb korrekciós intézkedés lenne-e az egyedi visszavonás alkalmazása. Ez függhet különösen a piaci halmozott hatáshoz hozzájáruló versenytárs vállalkozások vagy az Unión belül érintett földrajzi piacok számától.
- (83) A csoportmentességi rendelet 6. cikkében említett rendeletekben pontosan meg kell határozni azok hatályát. Ezért a Bizottságnak először is meg kell határoznia az érintett termék- és földrajzi piaco(ka)t, másodsorban pedig meg kell jelölnie, milyen típusú vertikális korlátozás tekintetében nem alkalmazható a jövőben a csoportmentességi rendelet. Az utóbbi tekintetében a Bizottság a rendelet hatályát az általa rendezni kívánt versenyjogi problémához igazíthatja. Míg az 50 %-os piacfedettség arány számítása során például figyelembe kell venni minden egyedi márká kikötésére vonatkozó megállapodás párhuzamos hálózatát, a Bizottság megteheti, hogy a csoportmentesség alkalmazásának mellőzéséről szóló rendelet hatályát csak bizonyos időtartamot túllépő versenytilalmi kötelezettségekre korlátozza. Így előfordulhat, hogy a rövidebb időtartamú vagy kevésbé korlátozó jellegű megállapodásokra nem vonatkozik a rendelet, tekintettel az ilyen korlátozásoknak tulajdonítható kizáró hatás alacsonyabb fokára. Hasonlóképpen, ha egy adott piacon a szelektív forgalmazást további korlátozásokkal – például versenytilalommal vagy a vevőre gyakorolt mennyiségi átvételi kényszerrel – kapcsolják össze, a csoportmentességi rendelet alkalmazásának mellőzéséről szóló rendelet vonatkozhat csak az ilyen további korlátozásokra. Szükség esetén a Bizottság azzal is adhat iránymutatást, hogy meghatározza azt a piaci részesedési szintet, amely alatt – az adott piac összefüggésében – úgy tekinthető, hogy egy egyedi vállalkozás nem tud jelentős mértékben hozzájárulni a halmozott hatáshoz.
- (84) A Szerződés 85. cikke (3) bekezdésének a megállapodások és összehangolt magatartások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról szóló, 1965. március 2-i 19/65/EGK tanácsi rendelet<sup>(1)</sup> értelmében a Bizottságnak a csoportmentességi rendeletet alkalmazásának mellőzéséről szóló valamely rendeletben meg kell állapítania egy legkevesebb hat hónapos átmeneti időszakot mielőtt a rendelet alkalmazandóvá válna. Ez lehetővé teszi az érintett vállalkozások számára, hogy a csoportmentességi rendelet alkalmazásának mellőzéséről szóló rendeletet figyelembe véve módosítsák megállapodásaikat.

- (85) A csoportmentességi rendelet alkalmazásának mellőzéséről szóló rendelet az alkalmazandóságát megelőző időszakra nézve nem hat ki az érintett megállapodások mentességi helyzetére.

## V. A PIAC MEGHATÁROZÁSA ÉS A PIACI RÉSZESEDÉS KISZÁMÍTÁSA

### 1. A Bizottság közleménye az érintett piac meghatározásáról

- (86) A közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról szóló bizottsági közlemény<sup>(2)</sup> iránymutatást ad azokról a szabályokról, szempontokról és bizonyítékokról, amelyeket a Bizottság a piac meghatározásával kapcsolatos kérdések eldöntése során figyelembe vesz. Ez az iránymutatás a továbbiakban nem részletezi a fenti közleményt, amelynek a piacmeghatározási kérdések alapjául kell szolgálnia. Ez az iránymutatás csak azokkal a speciális kérdésekkel foglalkozik, amelyek a vertikális korlátozásokkal összefüggésben merülnek fel, és amelyekről nem esik szó az említett közleményben.

### 2. Az érintett piac a csoportmentességi rendeletben foglalt 30 %-os piaci részesedési küszöb kiszámítása szempontjából

- (87) A csoportmentességi rendelet 3. cikke értelmében a csoportmentesség alkalmazása szempontjából a szállító és a vevő piaci részesedése egyaránt meghatározó. A csoportmentesség alkalmazása érdekében a szállító azon piacon megszerzett részesedése, amelyen a szerződés szerinti termékeket a vevő részére értékesíti, valamint a vevő azon piacon megszerzett részesedése, amelyen a szerződés szerinti termékeket vásárolja, 30 % vagy annál kevesebb kell hogy legyen. Kis- és középvállalkozások által kötött megállapodások esetében általában nem szükséges a piaci részesedések kiszámítása (lásd a (11) bekezdést).
- (88) Valamely vállalkozás piaci részesedésének kiszámítása érdekében meg kell határozni azt az érintett piacot, ahol az adott vállalkozás a szerződés szerinti termékeket értékesíti, illetve vásárolja. Ehhez meg kell határozni az érintett termékpiacot és az érintett földrajzi piacot. Az érintett termékpiac magában foglal minden olyan árut és szolgáltatást, amelyeket a vevők azok jellemzőire, árára vagy rendeltetésére tekintettel egymással felcserélhetőnek tartanak. Az érintett földrajzi piac azt a területet foglalja magában, amelyen az érintett vállalkozások a szoban forgó áruk vagy szolgáltatások keresletében és kínálatában szerepet játszanak, amelyen a versenyfeltételek kellően homogének, és amelyet meg lehet különböztetni a szomszédos földrajzi területektől különösen azon az alapon, hogy azokon a területeken a versenyfeltételek érzékelhetően eltérőek.

<sup>(1)</sup> HL 36., 1965.3.6., 533/65. o.

<sup>(2)</sup> HL C 372., 1997.12.9., 5. o.

- (89) A termékpiac meghatározása elsősorban a vevő szempontjából vizsgált helyettesíthetőségtől függ. Ha az értékesített terméket más termék előállításához alapanyagként használják fel és az általában nem felismerhető a végtermékben, akkor a termékpiacot főszabályként a közvetlen vevő preferenciái határozzák meg. A vevők ügyfelei általában nem rendelkeznek erős preferenciával a vevők által felhasznált alapanyagok tekintetében. A szállító és az alapanyag vevője közötti vertikális korlátozások tartalmazó megállapodások általában csak a közbelső termék adásvételére vonatkoznak, nem pedig a feldolgozott termék értékesítésére. Végtermékek forgalmazása esetén általában a végső fogyasztók preferenciái határozzák meg vagy befolyásolják azt, hogy a közvetlen vevő mit tekint helyettesítő terméknek. A viszonteladóként működő forgalmazó nem hagyhatja figyelmen kívül a végső fogyasztók preferenciáit a végtermékek beszerzése során. Emellett a forgalmazási szinten a vertikális korlátozások nemcsak a termékeknek a szállító és a vevő közti forgalmára, hanem azok viszonteladására is vonatkoznak. Mivel a különböző forgalmazási módok általában versenyeznek egymással, a piacokat általában nem lehet meghatározni az alkalmazott forgalmazási mód alapján. Ott, ahol a szállítók általában termékportfóliót értékesítenek, a teljes portfólió határozhatja meg a termékpiacot, ha a vevők a portfóliókat, nem pedig az azokat alkotó egyes termékeket tekintik egymás helyettesítőinek. Mivel a forgalmazók szakmai vevők, a nagykereskedelmi földrajzi piac általában szélesebb, mint az a kiskereskedelmi piac, amelyen a viszonteladók a terméket a végső fogyasztóknak értékesítik. Ez gyakran vezet nemzeti vagy annál szélesebb nagykereskedelmi piacok meghatározásához. Azonban a kiskereskedelmi piacok is szélesebbek lehetnek a végső fogyasztók keresési területén ott, ahol egyforma piaci feltételek és egymást átfedő helyi vagy regionális vonzáskörzetek vannak.
- (90) Ha a vertikális megállapodásban három olyan fél szerepel, amelyek mindegyike a kereskedelem más-más szintjein működik, akkor – annak érdekében, hogy részesüljenek a csoportmentesség kedvezményében – mindegyikük piaci részesedésének 30 %-nak vagy annál kisebbnek kell lennie. A csoportmentességi rendelet 3. cikkének (2) bekezdése értelmében, amennyiben egy többoldalú megállapodásban egy vállalkozás egy, a megállapodásban részes vállalkozástól veszi a szerződéses árukat vagy szolgáltatásokat, majd eladja azokat egy másik, a megállapodásban szintén részes vállalkozásnak, a csoportmentesség csak akkor alkalmazandó, ha a piaci részesedése se vevőként, se szállítóként nem haladja meg a 30 %-os küszöbértéket. Ha például gyártó, nagykereskedő (vagy kiskereskedők társulása) és kiskereskedő között létrejött megállapodásban versenytilalmi kötelezettségben egyeznek meg, akkor – annak érdekében, hogy részesüljenek a csoportmentesség kedvezményében – sem a gyártó, sem a nagykereskedő (vagy kiskereskedők társulása), sem pedig a kiskereskedő piaci részesedése nem haladhatja meg értékesítési (downstream) piacaikon a 30 %-ot, valamint a nagykereskedő (vagy kiskereskedők társulása) és a kiskereskedő piaci részesedése nem haladhatja meg a 30 %-ot vételi piacaikon.
- (91) Ha a szállító mind eredeti berendezést, mind pedig ehhez a berendezéshez pót- vagy cserealkatrészeket is gyárt, akkor gyakran ő az egyetlen, vagy a fő szállító a pót- és cserealkatrészek értékesítési utáni piacán. Ez akkor is előfordulhat, ha a szállító (az eredeti berendezések gyártója) alvállalkozásba adja a pót- vagy cserealkatrészek gyártását. A csoportmentességi rendelet alkalmazása tekintetében az érintett piac lehet az eredeti berendezés piaca, beleértve ebbe az alkatrészeket is, vagy létezhet egy különálló piaca az eredeti berendezéseknek és egy értékesítési utáni piac az eset körülményeitől, például a szóban forgó korlátozások hatásaitól, a berendezés élettartamától, vagy a javítási illetve csere költségek nagyságától függően<sup>(1)</sup>. A gyakorlatban arról kell határozni, hogy a vevők jelentős része figyelembe veszi-e a termék életciklusához kapcsolódó költségeket a döntése meghozatalánál. Amennyiben igen, abból arra lehet következtetni, hogy az eredeti berendezésnek és a tartalék alkatrészeknek egy, összekapcsolt piaca van.
- (92) Amennyiben a vertikális megállapodás a szerződés szerinti áruk értékesítésén kívül – a vevőt a szerződés szerinti áruk forgalmazásában segítő – szellemi tulajdonjogokkal kapcsolatos rendelkezéseket is tartalmaz, például a szállító védjegyének használatára vonatkozó rendelkezést, akkor a csoportmentességi rendelet alkalmazása szempontjából a szállítónak azon a piacon szerzett részesedése a lényeges, ahol a szerződés szerinti árukat értékesíti. Ha egy franchise-adó nem értékesít árukat és szolgáltatásokat viszonteladási céllal, hanem az árukat és szolgáltatásokat szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezésekkel összekapcsolva, csomagban nyújtja, amelyek így együttesen alkotják a franchise tárgyát képező üzleti módszert, akkor a franchise-adónak az üzleti módszer szolgáltatójaként elért piaci részesedését kell figyelembe vennie. Ebből a célból a franchise-adónak azon a piacon kell kiszámolnia a piaci részesedését, ahol az üzleti módszert hasznosítják, azaz azon a piacon, ahol a franchise-vevők hasznosítják az üzleti módszert a végső felhasználóknak történő áruértékesítés és szolgáltatás formájában. A franchise-adónak piaci részesedése alapjául azon áruk és szolgáltatások értékét kell vennie, amelyeket az ő franchise-vevői a piacon eladnak. Ezeket a piacokon a versenytársak lehetnek más franchise tárgyát képező üzleti megoldások szolgáltatói, vagy helyettesítő áruk, illetve szolgáltatások franchise-t nem alkalmazó szállítói is. Az ilyen piac meghatározásának sérelme nélkül, a gyorséttermi szolgáltatások piacán például az ott működő franchise-adónak a piacon működő franchise-vevőinek értékesítési adatai alapján kell kiszámolnia piaci részesedését.

(1) Lásd például a Pelikan/Kyocera ügy(1995), COM(96)126 (nem tették közzé), 87. pontját, és a IV/M.12. sz. Varta/Bosch ügyben hozott 91/595/EGK bizottsági határozatot (HL L 320., 1991.11.22., 26. o.), a IV/M.1094. sz. Caterpillar/Perkins Engines ügyben hozott bizottsági határozatot (HL C 94., 1998.3.28., 23. o.), és a IV/M.768. sz. Lucas kontra Varity ügyben hozott bizottsági határozatot (HL C 266., 1996.9.13., 6. o.). Lásd még a közösségi versenyjog tekintetében az érintett piac meghatározásáról szóló közlemény (lásd a (86). bekezdést) 56. pontját.

### 3. A piaci részesedések kiszámítása a csoportmentességi rendelet alkalmazása szempontjából

(93) A piaci részesedések kiszámítása során főszabályként az értékösszegeket kell alapul venni. Amennyiben értékösszegek nem állnak rendelkezésre, megalapozott becslés is végezhető. Ilyen becslések alapulhatnak más megbízható piaci információon, például mennyiségi adatokon (lásd a csoportmentességi rendelet 7. cikkének a) pontját).

(94) A házon belüli gyártás – azaz egy közbenső termék gyártása saját felhasználás céljára – nagyon fontos lehet a versenyelemzésben mint versenykorlátozó elem, illetve mint a vállalkozás piaci pozícióját kiemelő tényező. A piac meghatározása szempontjából azonban, valamint a közbenső áruk és szolgáltatások piaci részesedésének kiszámítása során a házon belüli gyártás nem kerül figyelembevételre.

(95) A végtermékek kettős forgalmazása esetében viszont – azaz akkor, amikor a végtermékek gyártója a piacon forgalmazóként is működik – a piac meghatározása és a piaci részesedés kiszámítása során figyelembe kell venni a gyártó által vertikálisan integrált forgalmazói és ügynökei útján értékesített saját áruit (lásd a csoportmentességi rendelet 7. cikkének c) pontját). Az „integrált forgalmazók” kapcsolt vállalkozások a csoportmentességi rendelet 1. cikkének (2) bekezdése értelmében.<sup>(1)</sup>

## VI. A JOGÉRVÉNYESÍTÉS ELVEI EGYEDI ESETEKBEN

### 1. Az elemzés keretei

(96) A csoportmentességi rendelet hatályán kívül lényeges megvizsgálni azt, hogy az adott esetben a megállapodás a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik-e, és amennyiben igen, teljesülnek-e a 101. cikk (3) bekezdésének feltételei. Amennyiben a megállapodás nem célozza a verseny korlátozását, különösen pedig nem tartalmaz alapvető versenykorlátozásokat, nem áll fenn annak vélelme, hogy azok a vertikális megállapodások, amelyekre a piaci részesedés küszöbértékének meghaladása miatt nem vonatkozik a csoportmentesség, a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznának, vagy ne tennének eleget a 101. cikk (3) bekezdésében

foglalt feltételeknek. A megállapodás valószínű hatásait egyedileg kell értékelni. A vállalkozásokat arra ösztönzik, hogy végezzék el saját értékelésüket. Azok a megállapodások, amelyek vagy nem korlátozzák a versenyt a 101. cikk (1) bekezdése értelmében, vagy eleget tesznek a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek, érvényesek és végrehajthatók. A Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról szóló, 2002. december 16-i 1/2003/EK tanácsi rendelet<sup>(2)</sup> 1. cikkének (2) bekezdése értelmében a 101. cikk (3) bekezdése szerinti egyedi mentességből való részesedéshez nem kell bejelentést tenni. Ha a Bizottság végzi az egyedi vizsgálatot, akkor rá hárul a bizonyítási teher arra vonatkozóan, hogy a szóban forgó megállapodás sérti a 101. cikk (1) bekezdését. A 101. cikk (3) bekezdésében foglalt kedvezményt igénybe venni kívánó vállalkozások viselik az adott bekezdés feltételei teljesülésének bizonyítási terhét. Valószínűsíthető versenyellenes hatások bizonyítása esetén a vállalkozások azt megelőzően, hogy a Bizottság határoz arról, hogy a megállapodás eleget tesz-e a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek, hivatkozhatnak a hatékonyság növekedésére, és kifejthetik, miért elengedhetetlen egy bizonyos forgalmazási rendszer ahhoz, hogy a fogyasztók számára valószínűsíthető előnyöket hozzon a verseny megszüntetése nélkül.

(97) Annak értékelése, hogy valamely vertikális megállapodásnak van-e versenykorlátozó hatása, úgy történik, hogy összehasonlítják az érintett piac érvényben lévő vertikális korlátozások melletti aktuális vagy valószínűsíthető jövőbeli helyzetét azzal a helyzettel, amely alapvetően jellemző lenne, ha nem léteznének a megállapodásban foglalt vertikális korlátozások. Egyedi esetek értékelése során a Bizottság szükség esetén a tényleges és a valószínűsíthető hatásokat egyaránt figyelembe veszi. Ahhoz, hogy a vertikális megállapodások hatályukból kifolyólag versenykorlátozóak legyenek, a tényleges vagy a lehetséges versenyt olyan mértékben kell érinteniük, hogy az érintett piacon az áruk és szolgáltatások árára, termelésére, újtására vagy minőségére ésszerű valószínűségi fokkal negatív hatásokra lehessen számítani. A versenyre gyakorolt valószínűsíthető negatív hatásoknak érzékelhetőnek kell lenniük<sup>(3)</sup>. Érzékelhető versenyellenes hatások akkor fordulhatnak elő nagy valószínűséggel, ha legalább a felek egyike rendelkezik bizonyos fokú piaci erővel, illetve ilyet szerez, és a megállapodás hozzájárul az adott piaci erő létrehozásához, fenntartásához vagy megerősítéséhez, illetve lehetővé teszi a felek számára, hogy kihasználják az ilyen piaci erőt. A piaci erő képesség arra, hogy az árakat jelentős ideig a versenyképes szint felett, illetve a termékmennyiséget, a termékminőséget vagy -választékot, valamint az innovációt versenyképes szint alatt tartsák. A 101. cikk (1) bekezdése szerinti jogsértés megállapításához szokásosan szükséges piaci erő mértéke kevesebb, mint a 102. cikk szerinti erőfölény megállapításához szükséges piaci erő.

<sup>(1)</sup> A piacmeghatározás és a piaci részesedés kiszámítása szempontjából nem lényeges, hogy az integrált forgalmazók versenytársak termékeit is értékesítik-e.

<sup>(2)</sup> HL L 1., 2003.1.4., 1. o.

<sup>(3)</sup> Lásd a II.1. szakaszt.

- (98) A vertikális korlátozások általában kevésbé károsak, mint a horizontális korlátozások. Annak, hogy a horizontális korlátozásokra nagyobb hangsúly helyeződik, a fő oka az, hogy az ilyen korlátozások az azonos vagy egymással helyettesíthető árukat, illetve szolgáltatásokat kínáló versenytársak közötti megállapodásokat érinthetik. Ilyen horizontális kapcsolatokban az egyik vállalkozás által gyakorolt piaci erő (termékének magasabb ára) előnnyel járhat a versenytársai számára. Ez arra ösztönözheti a versenytársakat, hogy egymást versenyellenes magatartásra készítsék. Vertikális kapcsolatokban az egyik fél terméke a másik számára alapanyagot jelent, másképp fogalmazva: a megállapodás feleinek tevékenységei kiegészítik egymást. Az értéklánc megelőző vagy következő szintjén elhelyezkedő vállalkozás által gyakorolt piaci erő ezért általában kedvezőtlenül hat a másik fél terméke iránti keresletre. A megállapodásban érintett vállalkozások ezért általában abban érdekeltek, hogy megakadályozzák a másik felet piaci erejének kihasználásában.
- (99) Az ilyen önkorlátozó vonást azonban nem szabad túlértékelni. Ha egy vállalkozásnak nincs piaci ereje, akkor csak úgy próbálhatja növelni a bevételeit, hogy optimalizálja a gyártási és forgalmazási folyamatait; akár vertikális korlátozások segítségével, akár azok nélkül. Még általánosabban: a vertikális megállapodás feleinek valamely termék piacra juttatásában betöltött egymást kiegészítő szerepe miatt a vertikális korlátozások jelentős teret biztosíthatnak a hatékonyságnövelésnek. Ha azonban egy vállalkozásnak van piaci ereje, akkor megpróbálhatja saját nyereségét közvetlen versenytársai kárára növelni úgy, hogy növeli azok költségeit, illetve a vevőinek a kárára, és végső soron a fogyasztók kárára azáltal, hogy megpróbálja megszerezni tőlük egy részét. Ez történhet akkor, amikor az értéklánc megelőző és következő szintjén elhelyezkedő vállalkozások osztoznak a többletnyereségen, vagy amikor a kettő közül valamelyik vertikális korlátozásokat használ az összes többletnyereség kisajátítására.

#### 1.1. A vertikális korlátozások negatív hatásai

- (100) A vertikális korlátozásokból eredő, az EU versenyjoga által megelőzni kívánt negatív piaci hatások az alábbiak:
- a) más szállítók vagy vevők versenyellenes kizárása a piacralépést vagy a piacbővítést akadályozó korlátok emelésével;
- b) a szállító és versenytársai közötti verseny enyhülése és/vagy az e szállítók közötti összejátszás megkönnyítése, amelyre gyakran a márkák közötti verseny csökkentéseként hivatkoznak <sup>(1)</sup>;
- c) a vevő és a versenytársai közötti verseny enyhülése és/vagy az e versenytársak közötti összejátszás megkönnyítése, amelyre gyakran a márkán belüli

verseny csökkenéseként történik hivatkozás, ha az az egyazon szállító márkáján vagy termékén alapuló, forgalmazók közötti versenyre vonatkozik;

- d) akadályok állítása a piaci integráció elé, ideértve elsősorban a fogyasztók lehetőségeinek korlátozását abban a tekintetben, hogy az árukat vagy szolgáltatásokat bármely választásuk szerinti tagállamban megvásárolhassák.

- (101) A gyártók szintjén történő kizárás, versenyenyhítés és összejátszás különösen azáltal károsíthatja a fogyasztókat, hogy eredményeként emelkedik a termékek nagykereskedelmi ára, korlátozottabb lesz a termékválaszték, csökken a minőség, illetve a termékinnováció szintje. A forgalmazó szintjén történő kizárás, versenyenyhítés és összejátszás különösen azáltal károsíthatja a fogyasztókat, hogy megnöveli a termékek kiskereskedelmi árát, korlátozza a választható ár-szolgáltatás kombinációk és forgalmazási módok számát, csökkenti a kiskereskedelmi szolgáltatások elérhetőségét és minőségét, valamint csökkenti a forgalmazás innovációs szintjét.
- (102) Olyan piacon, ahol az egyes forgalmazók csak egyetlen szállító márkáját (márkát) forgalmazzák, az ugyanazon márká forgalmazói közötti verseny korlátozása e forgalmazók között a márkán belüli verseny csökkenéséhez vezet, de nem feltétlenül gyakorol negatív hatást a forgalmazók közötti versenyre általában. Ilyen esetben, amennyiben éles a márkák közötti verseny, nem valószínű, hogy a márkán belüli verseny csökkenésének negatív hatásai lesznek a fogyasztókra.
- (103) A kizárólagos megállapodások általában versenyellenesebbek mint a nem kizárólagos megállapodások. A kizárólagos megállapodások – a szerződés kifejezett megfogalmazása vagy annak gyakorlati hatásai révén – ahhoz vezetnek, hogy az egyik fél kizárólagos vagy kvázi kizárólagos alapon szerződik egy másik féllel. A versenytilalmi kötelezettség esetében például a vevő csak egyetlen márkát vásárolhat. A mennyiségi átvételi kényszer ellenben bizonyos teret biztosít a vevőnek arra, hogy versengő árukat vásároljon. Így a kizárás mértéke a mennyiségi átvételi kényszer esetében alacsonyabb lehet.
- (104) A nem márkás árukra és szolgáltatásokra vonatkozó vertikális korlátozások általában kevésbé károsak, mint a márkás áruk és szolgáltatások forgalmazását érintő korlátozások. A márkanév alatti forgalmazás általában fokozza a termék differenciálását és csökkenti annak helyettesíthetőségét, ami a kereslet rugalmasságának csökkenését és az áremelés lehetőségének fokozódását eredményezi. A márkás és nem márkás áruk és szolgáltatások közötti különbségtétel gyakran egybeesik a közbenső áruk és szolgáltatások, illetve a végtermékek és végső szolgáltatások közötti megkülönböztetéssel.

<sup>(1)</sup> Összejátszás alatt értendő mind a kifejezett összejátszás, mind pedig a hallgatóságos összejátszás (tudatos párhuzamos magatartás).



d) Az úgynevezett „feltartási probléma (hold-up problem)”. Néha szükség van olyan ügyfélspecifikus beruházások megtételére akár a szállító, akár a vevő részéről, mint például egy speciális berendezés vagy oktatás. Például egy alkatrészgyártónak új gépeket vagy szerszámokat kell gyártania ahhoz, hogy egyik vevőjének egy bizonyos igényét ki tudja elégíteni. Elképzelhető, hogy a beruházó nem teszi meg a szükséges beruházásokat mindaddig, amíg meghatározott szállítási megállapodásokat nem kötnek.

A többi potyázással kapcsolatos példához hasonlóan itt is számos feltételnek kell teljesülnie ahhoz, hogy a nem kellő mértékű beruházás kockázata valós vagy jelentős legyen. Először is, a beruházásnak kapcsolatfüggőnek kell lennie. A szállító beruházása akkor minősül kapcsolatfüggőnek, ha a szerződés megszűnését követően a szállító nem használhatja azt fel más vevőknek teljesített szállításokhoz, és csak jelentős veszteséggel tudja értékesíteni. A vevő beruházása akkor minősül kapcsolatfüggőnek, ha a szerződés megszűnését követően a vevő nem használhatja fel arra, hogy más szállítók által szállított termékeket vásároljon és/vagy használjon, és csak jelentős veszteséggel tudja értékesíteni. Így kapcsolatfüggőnek minősülhet egy beruházás például azon az alapon, hogy csak egy márkaspecifikus alkatrész gyártásához vagy egy adott márka raktározásához használható, és így nem használható nyereségesen helyettesítő termékek gyártásához vagy viszonteladásához. Másodsorban hosszú távú beruházásnak kell lennie, amely rövid távon nem térül meg. Harmadsorban pedig a beruházásnak aszimmetrikusnak kell lennie; azaz az egyik szerződéses fél többet fektet be, mint a másik. Ha ezek a feltételek fennállnak, akkor általában megfelelően indokolt a vertikális korlátozás kikötése a beruházás teljes értékcsökkenésének időtartamára. A megfelelő vertikális korlátozás versenytilalmi vagy a mennyiségi átvételi kényszert alkalmazó típusú, ha a szállító végezte a beruházást, ha pedig a vevő végezte, akkor a kizárólagos forgalmazási, kizárólagos vevőki-jelölési vagy a kizárólagos szállítási típus alkalmazása indokolt.

e) A „lényeges know-how átruházásakor felmerülő különleges feltartási probléma”. A know-how – átadását követően – már nem vehető vissza, a know-how átadója ugyanakkor elvárhatja, hogy azt a versenytársai vagy azok javára más ne használja. Ha a know-how nem volt a vevő részére készen elérhető, valamint az a megállapodás szerinti működéshez lényeges és elengedhetetlen, akkor az ilyen átruházás indokolja a versenytilalmi jellegű korlátozást, ami rendszerint nem tartozik a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá.

f) A „vertikális externáliák kérdése”. Előfordulhat, hogy a kiskereskedő nem tarthatja meg magának az értékesítés javítására irányuló intézkedéseinek összes előnyét, ezek közül néhány a gyártót illetheti meg. Minden olyan többletegyeségből, amelyet a kiskereskedő a viszonteladási árának csökkentése vagy értékesítési erőfeszítésének fokozása révén értékesít, a gyártónak akkor származik előnye, ha a nagykereskedelmi ár meghaladja a határkölségeit. Így a kiskereskedő fellépései ilyen pozitív externáliát jelenthetnek a gyártó számára, a gyártó szemszögéből pedig a kiskereskedő esetleg túl magas árakat szab meg és/vagy túl kevés értékesítési erőfeszítést tesz. A kiskereskedő túlzottan magas árszabásának negatív külső hatását néha a „kettős marginalizáció problémájának” nevezik, és a legmagasabb viszonteladási ár kiskereskedőnek történő előírásával kerülhető el. A kiskereskedő értékesítési erőfeszítéseinek növelése érdekében hasznos lehet a szelektív forgalmazás, a kizárólagos forgalmazás vagy hasonló korlátozások alkalmazása <sup>(1)</sup>.

g) „Méretgazdaságosság a forgalmazásban”. A méretgazdaságosságból adódó előnyök kihasználása és így terméke számára alacsonyabb kiskereskedelmi ár elérése érdekében előfordulhat, hogy a gyártó termékek viszonteladását korlátozott számú forgalmazóra összpontosítja. Ennek érdekében alkalmazhat kizárólagos forgalmazást, mennyiségi átvételi kényszert minimális vásárlási követelmény formájában, mennyiségi követelményt tartalmazó szelektív forgalmazást, illetve kizárólagos beszerzést.

h) „A tőkepiac hiányosságai”. A szokásos tőkekihelyezők (bankok, részvénytársaságok) gyakran csak optimális szint alatti tőkekihelyezést végeznek, ha hiányos információjuk van a kölcsönvevő minőségéről, illetve ha nincs megfelelő fedezet a tőke biztosítására. A vevőnek vagy a szállítónak viszont lehetnek jobb információi, és így – a kizárólagos kapcsolat révén – képes lehet arra, hogy kiegészítő biztosítékot szerezzen a befektetésére. Ha a szállító nyújt kölcsönt a vevőnek, ez a vevő vonatkozásában versenytilalmi vagy mennyiségi átvételi kényszer kikötését jelentheti. Ha a vevő nyújtja a kölcsönt a szállítónak, akkor ez a szállító vonatkozásában kizárólagos szállítás vagy mennyiségi szállítási kényszer kikötését indokolhatja.

i) „Egységesség és minőségszabványosítás”. Valamely vertikális korlátozás – bizonyos egységességi intézkedés és minőségszabványosítás forgalmazókra történő előírása révén – segíthet márkacsalád létrehozásában, növelve ezáltal a termék végső fogyasztóra gyakorolt vonzerejét, és fokozva annak értékesítését. Ez megtalálható például a szelektív forgalmazás és a franchise esetében.

(1) Lásd azonban az előző lábjegyzetet.

(108) A (107) bekezdésben felsorolt kilenc eset egyértelművé teszi, hogy bizonyos körülmények fennállása esetén a vertikális megállapodások valószínűsíthetően elősegítik a hatékonyságnövelést és új piacok kialakítását, ez pedig ellensúlyozhatja az esetleges negatív hatásokat. Általában ez leginkább azon korlátozott időtartamú vertikális megállapodásokra igaz, amelyek új összetett termékek bevezetését segítik, vagy kapcsolatfüggő beruházásokat védenek. Néha mindaddig fenn kell tartani egy vertikális korlátozást, amíg a szállító értékesíti áruját a vevőnek (lásd különösen a (107) bekezdés a), e), f), g) és i) pontjaiban ismertetett helyzeteket).

(109) A különböző vertikális megállapodások nagymértékben felcserélhetők egymással. Ennélfogva ugyanaz a hatékonysági probléma különböző vertikális korlátozásokkal is megoldható. Méretgazdaságosság elérhető például kizárólagos forgalmazással, szelektív forgalmazással, mennyiségi átvételi/szállítási kényszerrel vagy kizárólagos beszerzéssel is. Azonban a különböző vertikális korlátozásoknak eltérő lehet a versenyre gyakorolt negatív hatása, aminek a 101. cikk (3) bekezdése szerinti nélkülözhetetlenség tárgyalása során van szerepe.

### 1.3. Az elemzés módszertana

(110) A vertikális korlátozások értékelése általában az alábbi négy lépésből áll<sup>(1)</sup>:

(1) Az érintett vállalkozásoknak először is meg kell állapítaniuk a szállító és a vevő piaci részesedéseit azon a piacon, ahol a szerződés szerinti termékeket értékesítik, illetve beszerzik.

(2) Ha sem a szállító, sem a vevő érintett piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-os küszöbértéket, akkor a vertikális megállapodásra vonatkozik a csoportmentességi rendelet amennyiben a megállapodás nem tartalmaz a rendeletben megállapított különösen súlyos korlátozásokat és kizárt korlátozásokat.

(3) Ha az érintett piaci részesedés a szállító és/vagy a vevő esetében meghaladja a 30 %-os küszöbértéket, akkor értékelni kell, hogy a vertikális megállapodás a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik-e.

(4) Ha a vertikális megállapodás a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik, akkor meg kell vizsgálni, hogy megfelel-e a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt mentességi feltételeknek.

1.3.1. A 101. cikk (1) bekezdése szerinti értékelés során alkalmazandó releváns tényezők

(111) A 30 %-os piaci részesedési küszöbértéket meghaladó esetekben a Bizottság teljes versenyelemzést végez. Annak megállapítása során, hogy a vertikális megállapodás a 101. cikk (1) bekezdése szerint érzékelhető versenykorlátozást jelent-e, különösen lényegesek az alábbi tényezők:

a) a megállapodás jellege;

b) a felek piaci pozíciója;

c) a versenytársak piaci pozíciója;

d) a szerződés szerinti termékek vevőinek piaci pozíciója;

e) piacralépési korlátok;

f) a piac érettsége;

g) a kereskedelem szintje;

h) a termék jellege;

i) egyéb tényezők.

(112) Az egyes tényezők fontossága esetről esetre változhat és függ minden egyéb tényezőtől. Például a felek magas piaci részesedése általában jól jelzi piaci erejüket, de alacsony piacralépési korlátok esetén nem feltétlenül jelent piaci erőt. Ezért nem lehetséges határozott szabályokat megállapítani az egyes tényezők fontosságáról.

(113) A vertikális megállapodások alakja és formája sokféle lehet. Ezért fontos elemezni a megállapodás jellegét az abban foglalt korlátozások, e korlátozások időtartama, valamint az e korlátozásokkal érintett összes piaci értékesítés aránya vonatkozásában. Az elemzést nem szabad a megállapodás szövegezésére korlátozni. A rejtett korlátozások meglétére következtethetünk abból, hogy a felek hogyan hajtják végre a megállapodást, valamint a rendelkezésükre álló ösztönzőkből.

(114) A felek piaci pozíciója jelzést ad a szállító, a vevő vagy mindkettő piaci erejének mértékéről. Minél magasabb a piaci részesedésük, valószínűsíthetően annál nagyobb a piaci erejük. Ez különösen érvényes abban az esetben, ha a piaci részesedés a versenytársakkal szembeni költségelőnyöket vagy más versenyelőnyöket tükröz. Ezek a versenyelőnyök eredhetnek például a piacon betöltött úttörő szerepből (a legjobb helyen van stb.), abból, hogy fontos szabadalmak birtokosa, magasabb szintű technológiával rendelkezik, márkavezető, illetve magasabb minőségű portfolióval rendelkezik.

<sup>(1)</sup> Ezek a lépések mindazonáltal nem jelentenek olyan jogi érvelést, amelyet a Bizottságnak ebben a sorrendben kellene követnie ahhoz, hogy határozatot hozzon.

- (115) A versenytársak piaci pozíciójának értékeléséhez is ilyen mutatókat – azaz a piaci részesedést és a lehetséges versenyelőnyöket – használnak. Minél erősebbek a versenytársak és minél többen vannak, annál kisebb a kockázata annak, hogy a felek képesek lesznek külön-külön piaci erőt kifejtteni és kizárni a piacot, vagy enyhíteni a versenyt. Fontos figyelembe venni azt is, hogy léteznek-e olyan hatékony és időszertű ellenstratégiák, amelyeket a versenytársak valószínűleg alkalmaznának. Ha viszont a versenytársak száma meglehetősen alacsony, és piaci pozíciójuk (méret, költségek, K+F képesség stb.) megközelítőleg hasonló, ez a piacszerkezet növelheti az összjátások kockázatát. Az ingadozó vagy gyorsan változó piaci részesedések általában intenzív versenyre utalnak.
- (116) A felek vevőinek piaci pozíciója jelzi, hogy ezen ügyfelek közül egy vagy több rendelkezik-e vevői erővel. A vevői erő első mutatója az ügyfél piaci részesedése a beszerzési piacon. Ez a részesedés jelzi, hogy kereslete milyen jelentőséggel bír a lehetséges szállítók számára. Más jellemzők a vevőnek a viszonteladási piacon belüli piaci pozíciójára vonatkoznak, így például üzletei elhelyezkedésének széles földrajzi kiterjedése, saját márkák – ideértve a sajátmárkás termékeket – és a végső fogyasztók körében kialakult márkacsalád. Bizonyos körülmények között a vevői erő megakadályozhatja a feleket abban, hogy piaci erőt fejtsenek ki, és ezáltal megoldhat egy máskülönben létező versenyproblémát. Ez különösen akkor érvényes, amikor az erős vevők képesek és ösztönzést kapnak arra, hogy új beszerzési forrásokat vigyenek piacra a relatív árak kis mértékű, de tartós növekedése esetén. Amennyiben az erős vevők csak kedvező feltételeket harcolnak ki maguknak, vagy minden áremelést egyszerűen áthárítanak vevőikre, pozíciójuk nem akadályozza meg, hogy a felek piaci erőt fejtsenek ki.
- (117) A piacralépési korlátok mértéke azon mérhető le, hogy a piacon működő vállalkozások milyen mértékben tudják áraikat a versenyszint fölé emelni új piacralépő vonzása nélkül. Piacralépési korlátok hiányában a könnyű és gyors piacralépés miatt az áremelések nem lennének nyereségesek. A piacralépési korlátok általában alacsonynak mondhatók, amennyiben egy vagy két éven belül megvalósulhat a tényleges – a piaci erő kifejtését megakadályozó vagy megnehezítő – piacralépés. A piacralépési korlátok igen változatos tényezőkből adódhatnak, például méret- és választékgazdaságosságból, kormányzati szabályozásokból – különösen akkor, ha ezek kizárólagos jogokat hoznak létre –, állami támogatásból, behozatali vámokból, szellemi tulajdonjogokból, erőforrások feletti rendelkezésből ott, ahol a kínálat például természeti adottságok miatt korlátozott<sup>(1)</sup>, alapvető létesítményekből, az elsőként cselekvés előnyéből, valamint adott időszak során erőteljes reklámozással kialakított fogyasztói márkahűségéből. A vertikális korlátozások és a vertikális integráció szintén működhet piacralépési korlátként azért, hogy nehezebbé teszi a piacralépést és így a (lehetséges) versenytársakat kizárhatja. A piacralépési korlátok megjelenhetnek csak a szállító vagy a vevő szintjén, vagy mindkét szinten. Az, hogy e tényezők közül melyeket nevezhetjük piacralépési korlátoknak, különösen attól függ, hogy járnak-e meg nem térülő költségekkel. Meg nem térülő költségek azok a költségek, amelyek szükségesek a piacralépéshez vagy a piaci cselekvéshez, de amelyek a piacról való kilépéskor elvesznek. A fogyasztói hűséget építő reklámköltségek általában meg nem térülő költségek, hacsak a piacról távozó cég nem tudja eladni a márkanévét, vagy azt máshol veszteség nélkül tovább használni. Minél több a meg nem térülő költség, a lehetséges piacralépőknek annál komolyabban kell mérlegelniük a piacralépés kockázatát, és a piacon működők annál megalapozottabban fenyegethetnek azzal, hogy állni fogják az új versenyt, mivel a meg nem térülő költségek miatt a piacon működőknek költséges lenne elhagyni a piacot. Ha például a forgalmazókat versenytildalmi kötelezettség köti a gyártóhoz, erősebb lesz a kizárási hatás, ha a saját forgalmazói hálózat felállítására meg nem térülő költségekkel jár a lehetséges piacralépő számára. A piacralépés általában meg nem térülő költségekkel jár, ezek néha csekélyebbek, máskor komolyabbak. Ennek következtében a tényleges verseny általában hatékonyabb és valamely adott eset értékelésekor nagyobb súllyal szerepel, mint a potenciális verseny.
- (118) Az érett piac olyan piac, amely már egy ideje működik, ahol az alkalmazott technológia jól ismert, széles körben elterjedt és nem sokat változik, ahol nincsenek alapvető újdonságok a márkák tekintetében, és ahol a kereslet viszonylag állandó, illetve csökkenő. Ilyen piacokon valószínűbbek a negatív hatások, mint a dinamikusabb piacokon.
- (119) A kereskedelem szintje a közbelső és a végtermékek, valamint a közbelső és a végső szolgáltatások közötti különbségtételhez kapcsolódik. Közbelső termékeket és szolgáltatásokat olyan vállalkozásoknak értékesítenek, amelyek azokat alapanyagként használják fel más termékek és szolgáltatások előállításához, és ezek általában nem ismerhetők fel a végtermékekben vagy végső szolgáltatásokban. A közbelső termékek vevői általában jól tájékozott ügyfelek, akik képesek a minőség értékelésére, így kevésbé hat rájuk a márka és az arculat. A végtermékeket – közvetve vagy közvetlenül – a végső fogyasztóknak adják el, akikre gyakran jobban hat a márka és az arculat. Mivel a forgalmazóknak (kiskereskedőknek, nagykereskedőknek) a végső fogyasztók keresletére kell reagálniuk, a versenyt nagyobb kár érheti akkor, ha forgalmazókat zárnak ki egy vagy több márka értékesítéséből, mint akkor, ha a közbelső termékek vevőit akadályozzák abban, hogy bizonyos beszerzési forrásokból vásároljanak versengő termékeket.

<sup>(1)</sup> Lásd a 97/26/EK bizottsági határozatot (a IV/M.619. sz. Gencor kontra Lonrho ügyben), HL L 11., 1997.1.14., 30. o.

(120) A termék jellege különösen a végtermékek esetében játszik szerepet mind a feltételezhető negatív, mind az esetleges pozitív hatások értékelése során. A feltételezhető negatív hatások értékelése során fontos az, hogy a piacon lévő termékek inkább homogének vagy heterogének, drága-e a termék, a fogyasztó költségvetéséből jelentős részt vesz-e el vagy olcsó-e, valamint az, hogy a termék egyszeri és végső vásárlás tárgya-e vagy többszöri ismételt vásárlásé. Általában véve, ha a termék heterogénebb, olcsóbb és inkább egyszeri vásárlás tárgya, akkor valószínűbb, hogy a vertikális korlátozásnak negatív hatásai lesznek.

(121) Az adott korlátozások értékelése során esetlegesen más tényezőket is figyelembe kell venni. E tényezők közé tartozik a halmazott hatás, vagyis az, ha a piacot mások hasonló megállapodásai lefedik, valamint a megállapodás „egyoldalú” (főként az egyik felet terhelik a korlátozások vagy kötelezettségek) vagy „kölcsönös” jellege (mindkét felet kötnek kötelezettségek vagy korlátozások), a szabályozási környezet és magatartás, amely jelezheti vagy erősítheti az olyan összejátszást, mint az árdiktálás, előre bejelentett árváltozások és megállapodások a „megfelelő” árról, árrugalmatlanság a többletkapacitás eredményeként, árdiszkrimináció és múltbeli összejátszó magatartás.

### 1.3.2. A 101. cikk (3) bekezdése szerinti értékelés során alkalmazandó releváns tényezők

(122) Korlátozó vertikális megállapodások is kiválthatnak – hatékonyságnövelés formájában – a verseny szempontjából kedvező hatásokat, ami ellensúlyozhatja versenyellenes hatásait. Ez az értékelés a 101. cikk (3) bekezdése keretében történik, amely a 101. cikk (1) bekezdésében foglalt tilalmi szabály alóli kivételt tartalmaz. Ahhoz, hogy ez a korlátozás alkalmazható legyen, a vertikális megállapodásnak objektív gazdasági előnyökkel kell járnia, a versenyre vonatkozó korlátozásoknak nélkülözhetetleneknek kell lenniük a hatékonyságnövelés megvalósításához, a fogyasztóknak méltányosan kell részesedniük a hatékonyságnövelésből, és a megállapodás nem biztosíthatja a felek számára a verseny megszüntetésének lehetőségét az érintett áruk jelentős része tekintetében <sup>(1)</sup>.

(123) A korlátozó vertikális megállapodások 101. cikk (3) bekezdése szerinti értékelése előfordulásuk összefüggésében <sup>(2)</sup>, valamint a bármely adott időpontban fennálló

tények alapján történik. Az értékelés érzékeny a tényekben bekövetkező lényegi változásokra. A 101. cikk (3) bekezdésének kivételiszabálya annyiban alkalmazandó, amennyiben a négy feltétel teljesül, és alkalmazása megszűnik, ha ez már nem áll fenn <sup>(3)</sup>. A 101. cikk (3) bekezdésének az említett elvekkel összhangban történő alkalmazásakor figyelembe kell venni a felek bármelyike által eszközölt beruházásokat és a szükséges időt, valamint a hatékonyságnövelő beruházások elindításához és megtérüléséhez szükséges korlátozásokat.

(124) A 101. cikk (3) bekezdésének első feltétele annak értékelését teszi szükségessé, hogy a megállapodás által kiváltott hatékonyságnövekedésben kifejezve melyek az objektív előnyök. Ebben a tekintetben a vertikális megállapodások gyakran képesek – a VI.1.2. szakaszban kifejtetteknek megfelelően – segítséget nyújtani a hatékonyságnövelés megvalósításában, annak javításával, hogy a felek milyen módon végzik egymást kiegészítő tevékenységeiket.

(125) A 101. cikk (3) bekezdésében foglalt nélkülözhetlenségi vizsgálat alkalmazása során a Bizottság különösen azt fogja megvizsgálni, hogy az egyedi korlátozások lehetővé teszik-e a szerződés szerinti termékek annál hatékonyabb előállítását, vásárlását és/vagy (viszont)eladását, mint ahogy az az érintett korlátozás hiányában történt volna. Az ilyen értékelés elkészítésekor a felek piaci feltételeit és realitásait figyelembe kell venni. A 101. cikk (3) bekezdésben foglalt kedvezményre hivatkozó vállalkozásoknak nem kell feltételes és elméleti alternatívákat figyelembe venniük. Ki kell azonban fejteniük és be kell bizonyítaniuk, hogy a látszólag valószerű és jelentősen kisebb mértékben korlátozó alternatívák miért lennének jelentősen kisebb hatékonyságúak. Amennyiben a kereskedelmi szempontból valószerűnek és kevésbé korlátozóknak tűnő alternatíva a hatékonyság jelentős csökkenéséhez vezetne, a kérdéses korlátozást nélkülözhetetlenként kezelik.

(126) Az a feltétel, hogy a fogyasztóknak méltányos részesedést kell kapniuk az előnyökből, azt foglalja magában, hogy a vertikális megállapodás értelmében vásárolt és/vagy (viszont)értékesített termékek vásárlóit legalább kompenzálni kell a megállapodás negatív hatásaiért <sup>(4)</sup>. Más szóval a hatékonyságnövekedésnek teljes mértékben ellensúlyoznia kell a megállapodás által az árakra, a termelésre és más releváns tényezőkre gyakorolt valószínűsíthető negatív hatásokat.

<sup>(1)</sup> Lásd az Iránymutatás a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének alkalmazásáról című bizottsági közleményt, HL C 101., 2004.4.27., 97. o.

<sup>(2)</sup> Lásd a Bíróság 25/84. sz. és a 26/84. sz., Ford egyesített ügyekben hozott ítéletét (EBHT 1985., 2725. o.).

<sup>(3)</sup> Lásd e tekintetben például az 1999/242/EK (IV/36.237 – TPS ügy), bizottsági határozatot, HL L 90., 1999.4.2., 6. o. Hasonlóképpen, a 101. cikk (1) bekezdésében foglalt tilalom is csak addig alkalmazandó, amíg a megállapodásnak korlátozó célja vagy korlátozó hatásai vannak.

<sup>(4)</sup> Lásd az Iránymutatás a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének alkalmazásáról című bizottsági közleményt, HL C 101., 2004.4.27., 97. o.

(127) A 101. cikk (3) bekezdésének utolsó feltétele, amely szerint a megállapodás nem biztosíthatja a feleknek a kérdéses áruk jelentős része tekintetében a verseny megszüntetésének lehetőségét, a piaci verseny fennmaradó nyomásának, valamint a megállapodás ilyen versenyforrásokra gyakorolt hatásának elemzését előfeltételezi. A 101. cikk (3) bekezdésében foglalt utolsó feltétel alkalmazása során figyelembe kell venni a 101. cikk (3) bekezdése és a 102. cikk közötti kapcsolatot. A kialakult ítélkezési gyakorlattal összhangban a 101. cikk (3) bekezdésének alkalmazása nem sértheti a Szerződés 102. cikkének alkalmazását<sup>(1)</sup>. Ezen túlmenően, mivel mind a 101., mind a 102. cikk a tényleges piaci verseny fenntartását célozza, a következetesség megköveteli, hogy a 101. cikk (3) bekezdésének értelmezése úgy történjen, hogy eleve kizárja a kivétel erőfölénnyel való visszaélést jelentő korlátozó megállapodásokra történő alkalmazását<sup>(2)</sup>. A vertikális megállapodás nem szüntetheti meg a tényleges versenyt a valódi vagy potenciális verseny valamennyi meglévő forrásának vagy azok többségének kizárása révén. A vállalkozások közötti versengés a gazdasági hatékonyság – azon belül az innováció formájában megjelenő dinamikus hatékonyságnövelés – lényeges motorja. Hiányában az erőfölénnyel rendelkező vállalkozásnak nem lesznek megfelelő ösztönzői ahhoz, hogy tovább folytassa a hatékonyságnövelés megteremtését és továbbadását. Amennyiben nincs fennmaradó verseny, és előreláthatólag nem fenyeget új piacrálépés, a versengés és a versenyfolyamat védelme lényegesen nagyobb súllyal esik latba, mint a lehetséges hatékonyságnövekedés. Egy olyan korlátozó megállapodás, amely a monopóliuméhoz közelítő piaci pozíciót tart fenn, hoz létre, vagy erősít meg, rendes körülmények között nem indokolható azon az alapon, hogy hatékonyságnövekedést is létrehoz.

## 2. Az egyes vertikális korlátozások elemzése

(128) Az iránymutatás hátralevő részében a (96)–(127) bekezdésben bemutatott elemzési keretet követve elemezzük a leggyakoribb vertikális korlátozásokat és azok kombinációit. Léteznek egyéb olyan korlátozások és kombinációk, melyek tekintetében ezen iránymutatás nem nyújt közvetlen iránymutatást, azonban ezek esetében is ugyanazon elvek alapján és a piacra gyakorolt hatás azonos súlyú figyelembevételével kell eljárni.

<sup>(1)</sup> Lásd a Bíróság C-395/96 P. és C-396/96 P. sz., *Compagnie Maritime Belge* egyesített ügyekben hozott ítéletének (EBHT 2000., I-1365. o.) 130. pontját. Hasonlóképpen, a 101. cikk (3) bekezdésének alkalmazása nem akadályozza meg a Szerződés szabályainak az áruk, szolgáltatások, személyek és tőke szabad mozgására való alkalmazását. Ezek a korlátozások bizonyos körülmények között alkalmazhatók a Szerződés 101. cikkének (1) bekezdése értelmében vett megállapodásokra, határozatokra és összehangolt magatartásokra, lásd ebben az értelemben a Bíróság C-309/99. sz. *Wouters*-ügyben hozott ítéletének (EBHT 2002., I-1577. o.) 120. pontját.

<sup>(2)</sup> Lásd ebben a tekintetben az Elsőfokú Bíróság T-51/89. sz. *Tetra Pak* (I) ügyben hozott ítéletét (EBHT 1990., II-309. o.). Lásd továbbá az Iránymutatás a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének alkalmazásáról című bizottsági közlemény (HL C 101., 2004.4.27., 97. o.) (106) bekezdését.

### 2.1 Egyedüli márka kikötése

(129) Az egyedüli márka kikötéséről szóló cím azokat a megállapodásokat tartalmazza, amelyeknek központi eleme az a tény, hogy a vevő köteles arra, vagy a vevőt arra készítik, hogy valamely terméktípusra vonatkozó megrendeléseit egyetlen szállítóra összpontosítsa. Ez az elem megtalálható többek között a vevőt kötelező versenytilalmi kötelezettségek és a mennyiségi átvételi kényszer esetében. A versenytilalmi kikötés olyan kötelezettségen vagy ösztönzési rendszeren alapul, amely arra készíti a vevőt, hogy egy adott piacon egyetlen szállítótól vásárolja meg szükségleteinek több mint 80 %-át. Ez nem azt jelenti, hogy a vevő közvetlenül csak egy szállítótól vásárolhat, hanem azt, hogy nem fog versengő termékeket vagy szolgáltatásokat vásárolni, viszonteladás során értékesíteni, illetve beépíteni. A vevőt terhelő mennyiségi átvételi kényszer a versenytilalom enyhébb formája, ahol a szállító és a vevő közötti megállapodás szerinti kötelezettség vagy ösztönzőrendszer arra készíti a vevőt, hogy beszerzéseit túlnyomórészt egy szállítónál bonyolítsa. A mennyiségi átvételi kényszer megjelenhet például minimális vásárlási előírások, készletezési előírások, vagy olyan nem lineáris árképzés formájában, mint a feltételes rabatt-rendszerek vagy a kétrészes ártétel (rögzített összeg + egységár). Az úgynevezett „angol rendelkezés”, amely előírja a vevő számára minden jobb ajánlat bejelentését, és csak azok elfogadását teszi lehetővé számára, amelyeknek a szállító nem tud eleget tenni, várhatóan ugyanolyan hatással jár, mint az egyedüli márka kikötésére vonatkozó kötelezettség – különösen akkor, ha a vevőnek közölnie kell a jobb ajánlatot tevő személyét.

(130) A versenyre nézve az egyedüli márka kikötésének lehetséges kockázata a következők: a versenytárs szállítók és a lehetséges szállítók kizárása a piacról, a szállítók közötti verseny enyhítése és összejátszás elősegítése a halmozott használat esetén, ha pedig a vevő viszonteladóként végső fogyasztók felé értékesít, akkor az üzleten belüli márkák közötti verseny csökkenése. Mindezek a korlátozó hatások közvetlenül kihatnak a márkák közötti versenyre.

(131) Egyedüli márka kikötésére a csoportmentességi rendelet akkor biztosít mentességet, ha sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-ot, és a rájuk vonatkozó versenytilalmi kötelezettség időtartama legfeljebb öt év. E szakasz hátralevő része nyújt iránymutatást a piaci részesedési küszöbértéket illetve az ötéves időbeli korlátozást meghaladó egyedi esetek értékelésére.

(132) Egy adott szállító egyedüli márka kikötésére való, versenyellenes kizárást eredményező képessége különösen akkor merül fel, ha azok a versenytársak, akik vagy még nincsenek jelen a piacon a kötelezettségek keletkezésekor, vagy nincsenek olyan helyzetben, hogy a vevők teljes körű ellátásáért versenyezzenek, a kötelezettségek hiányában jelentős versenykorlátozást gyakorolnak. A versenytársak nem feltétlenül képesek versenyezni az egyes vevők teljes keresletéért, mert a szóban forgó

szállító legalább a piaci kereslet egy része tekintetében elkerülhetetlen kereskedelmi partner, például azért, mert márkája sok vevő által kedvelt, ezért „kötelező készletezési tétel”, vagy mert a többi szállítóra alkalmazott kapacitáskorlátozások olyan jellegűek, hogy a kereslet egy részét csak a szóban forgó szállító tudja kielégíteni<sup>(1)</sup>. A „szállító piaci pozíciója” tehát az egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettségek lehetséges versenyellenes hatásainak értékelése során kiemelkedő jelentőségű.

- (133) Amennyiben a versenytársak minden egyes vevő teljes keresletéért egyenlő feltételek mellett versenyezhetnek, egy adott szállító egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettségei általában valószínűleg nem akadályozzák a tényleges versenyt – kivéve, ha a vevők szállítótá váltását az egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettségek időtartama és piacfedése nehezíti meg. Minél magasabb a szállító lekötött piaci részesedése, azaz az egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettség alapján értékesített termékeinek piaci részesedése, annál nagyobb a kizárás valószínűsége. Hasonlóképpen, minél hosszabb az egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettség időtartama, annál valószínűbb a jelentős kizárás fennállása. Az erőfölénnyel nem rendelkező vállalkozások által egyedüli márká kikötésére vonatkozóan egy évnél rövidebb időre vállalt kötelezettségek általában nem tekintendők úgy, hogy érzékelhető versenyellenes hatásokat vagy összességében negatív hatásokat váltanak ki. Az erőfölénnyel nem rendelkező vállalkozások által egyedüli márká kikötésére vonatkozóan egy és öt év közötti időtartamra vállalt kötelezettségek esetében általában a versenyellenes és a versenyt támogató hatások megfelelő kiegyensúlyozása szükséges, míg az öt évet meghaladó egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettségeknél a beruházások legnagyobb része esetén feltételezhető, hogy e kötelezettségek nem szükségesek az állított hatékonyságnövelés megvalósításához, illetve a hatékonyságnövelés nem ellensúlyozza kellő mértékben kizáró hatásukat. Az egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettségek nagyobb valószínűséggel eredményeznek versenyellenes kizárást, ha azokban erőfölényben lévő vállalkozások vesznek részt.

- (134) A szállító piaci erejének értékelése során fontos a „versenytársainak piaci pozíciója”. Amíg a versenytársak kellően sokan vannak és kellően erősek, addig nem kell érzékelhető versenyellenes hatásokra számítani. A versenytársak kizárása nem túl valószínű, ha hasonló piaci pozícióban vannak, és hasonlóan vonzó termékeket kínálnak. Ilyen esetben is felmerülhet azonban kizárás a lehetséges piacralépők vonatkozásában, ha több nagyobb szállító egyedüli márká kikötésére vonatkozó szerződéseket köt az érintett piac vevőinek jelentős részével (halmozott hatás). Ez is olyan helyzet, amelyben az egyedüli márká kikötésére vonatkozó megállapodások előse-

gíthetik a versenytárs szállítók közötti összejátszást. Ha ezek a szállítók külön-külön a csoportmentességi rendelet hatálya alá tartoznak, akkor az ilyen halmozott negatív hatás kezelése érdekében szükséges lehet a csoportmentesség visszavonása. Az 5 % alatti lekötött piaci részesedés általában nem tekinthető a halmozott kizárási hatáshoz jelentősen hozzájáruló tényezőnek.

- (135) Olyan esetekben, amikor a legnagyobb szállító piaci részesedése 30 % alatti, és az öt legnagyobb szállító együttes piaci részesedése 50 % alatti, egyedi vagy halmozott versenyellenes hatás fennállása nem valószínű. Ha egy lehetséges piacralépő mégsem tud nyereségesen belépni a piacra, akkor ennek okát valószínűsíthetően nem az egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettségek, hanem más tényezők, például a fogyasztók preferenciái jelentik.

- (136) A „piacralépési korlátok” fontosak a versenyellenes kizárás fennállásának megállapításához. Ott, ahol a versenytárs szállítók viszonylag könnyen találnak új vagy alternatív vevőket a termékeikre, nem valószínű, hogy a kizárás valós problémát jelent. Gyakran azonban a gyártási és a forgalmazási szinten egyaránt léteznek piacralépési korlátok.

- (137) A „kiegyenlítő erő” lényeges, mivel az erős vevők nem hagyják magukat egykönnyen elzárni a versengő termékek vagy szolgáltatások kínálatától. Általánosabban: ahhoz, hogy a szállító meggyőzze a vevőket az egyedüli márká kikötésének elfogadásáról, előfordulhat, hogy kompenzálnia kell őket – teljes egészében vagy részben – a kizárólagosságból következő versenyhátrányért. Ilyen kompenzáció biztosítása esetén a vevőnek személyes érdeke fűződhet ahhoz, hogy a szállítóval egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettséget vállaljon. Helytelen lenne azonban ebből automatikusan arra következtetni, hogy az egyedüli márká kikötésére vonatkozó valamennyi kötelezettség összességében kedvező az adott piacon belüli vevők és végső fogyasztók számára. Különösen valószínűtlen, hogy a fogyasztók összessége számára kedvező, ha sok vevő van, és az egyedüli márká kikötésére vonatkozó kötelezettségeknek összességében az a hatása, hogy megakadályozzák a versenytárs vállalkozások piacralépését vagy terjeszkedését.

- (138) Végezetül lényeges a „kereskedelem szintje”. Közbenő termék esetén kevésbé valószínű a versenyellenes kizárás. Ha valamely közbenő termék szállítója nincs erőfölényben, a versenytárs szállítóknak még mindig jelentős mértékű „szabad” kereslet áll rendelkezésére. Halmozott hatással jellemzett helyzetben azonban az erőfölény szintje alatt is felmerülhet versenyellenes kizárási hatás. Halmozott versenyellenes hatás felmerülése mindaddig nem valószínű, amíg a piacnak kevesebb mint 50 %-a van lekötve.

<sup>(1)</sup> Az Elsőfokú Bíróság T-65/98. sz. Van den Bergh Foods kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 2003., II-4653. o.) 104. és 156. pontja.

- (139) Amennyiben a megállapodás végtermék nagykereskedelmi szintű értékesítésére vonatkozik, akkor az a kérdés, hogy valószínű-e versenyp probléma felmerülése, nagymértékben függ a nagykereskedelem jellegétől és a nagykereskedelmi szinten fennálló piacralépési korlátoktól. Nem áll fenn a versenyellenes kizárás tényleges kockázata, ha a versenytárs gyártók könnyen megvalósíthatják saját nagykereskedelmi műveletüket. Az, hogy a piacralépési korlátok alacsonyak-e, a nagykereskedelem típusától függ, azaz attól, hogy a nagykereskedők tudnak-e hatékonyan kereskedni csak a megállapodás által érintett termékkel (például fagyalattal), vagy hatékonyabb egy egész termékskálával (például fagyasztott élelmiszerekkel) kereskedni. Az utóbbi esetben a kizárólag egy terméket értékesítő gyártó számára nem kifizetődő saját nagykereskedelmi művelet megkezdése. Ebben az esetben felmerülhetnek versenyellenes hatások. Ezen túlmenően a halmozott hatás problémái is felmerülhetnek, ha több szállító leköti a rendelkezésre álló nagykereskedők nagy részét.
- (140) Végtermékek esetében kizárás előfordulása általában kiskereskedelmi szinten valószínűbb, tekintettel arra, hogy a gyártók többsége számára jelentős piacralépési korlátok állnak fenn arra nézve, hogy kizárólag saját termékeiknek kiskereskedelmi üzleteket nyissanak. Ezen túlmenően a kiskereskedelmi szint az, ahol az egyedüli márka kikötésére vonatkozó megállapodások csökkenthetik az üzleten belüli márkák közötti versenyt. Ezek miatt a végtermékek esetében a kiskereskedelmi szinten jelentős versenyellenes hatások jelentkezhetnek, ha – figyelembe véve minden más releváns tényezőt is – egy erőfölénnyel nem rendelkező szállító az érintett piacnak több mint 30 %-át leköti. Egy erőfölényben lévő gazdasági társaság esetében már mérsékelt lekötött piaci részesedés is vezethet jelentős versenyellenes hatásokhoz.
- (141) Kiskereskedelmi szinten halmozott kizárási hatás is jelentkezhet. Amennyiben valamennyi szállító piaci részesedése 30 % alatt van, nem valószínű halmozott versenyellenes kizárási hatás, ha a lekötött piaci részesedés összesen nem éri el a 40 %-ot, ezért a csoportmentesség visszavonása nem valószínű. Ez a számadat más tényezők – például a versenytársak száma, a piacralépési korlátok stb. – figyelembevételén magasabb lehet. Ha nem minden gazdasági társaság rendelkezik a csoportmentességi rendelet szerinti küszöbérték alatti piaci részesedéssel, de egyikük sincs erőfölényben, akkor nem valószínű halmozott versenyellenes kizárási hatás, feltéve, hogy a lekötött piaci részesedések összességében 30 % alatt vannak.
- (142) Ha a vevő olyan helyiségekből és területről folytat tevékenységet, amely a szállító tulajdona, vagy amelyet a szállító a vevőhöz nem kapcsolódó harmadik féltől bérel, akkor az esetleges kizárási hatás miatti hatékony korrekciós intézkedések alkalmazásának lehetősége korlátozott lesz. Ebben az esetben nem valószínű, hogy a Bizottság az erőfölény szintje alatt beavatkozik.
- (143) Bizonyos ágazatokban egynél több márka egyetlen helyről történő értékesítése nehéz lehet, ebben az esetben a kizárási probléma jobban orvosolható a szerződések időtartamának korlátozásával.
- (144) Érzékelhető versenyellenes hatások megállapítása esetén felmerül a 101. cikk (3) bekezdése szerinti lehetséges mentesség kérdése. A versenytilalmi kötelezettségek esetén különösen fontos lehet a (107) bekezdés a) pontjában (szállítók közötti potyázás), d) és e) pontjában (feltartási problémák), és h) pontjában (tőkepiaci hiányosságok) ismertetett hatékonyságnövelés.
- (145) A (107) bekezdés a), d), és h) pontjában ismertetett hatékonyságnövelési esetekben a vevőt terhelő mennyiségi átvételi kényszer kevésbé korlátozó alternatíva lehet. Elképzelhető, hogy a (107) bekezdés e) pontjában (a know-how átadásához kapcsolódó feltartási probléma) ismertetett hatékonyságnövelés megvalósítására a versenytilalmi kötelezettség az egyetlen járható út.
- (146) A szállító által végrehajtott kapcsolatfüggő beruházás esetén (lásd a (107) bekezdés d) pontját) a beruházás értékcsökkenésének teljes időtartamára megállapodással kikötött versenytilalom vagy mennyiségi átvételi kényszer általában megfelel a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek. Kiterjedt kapcsolatfüggő beruházások esetén indokolt lehet az öt évet meghaladó versenytilalmi kötelezettség. Kapcsolatfüggő beruházás lehet például egy berendezés szállító általi üzembe helyezése vagy átalakítása, ha ezt a berendezést ezek után csak egy adott vevő részére történő alkatrészgyártásra lehet használni. Az általános vagy a piacfüggő kapacitási (kapacitásnövelő) beruházások általában nem tekinthetők kapcsolatfüggőnek. Ha azonban valamely szállító különösen egy adott vevő működéséhez kapcsolódóan teremt új kapacitást – például konzervdobozokat gyártó cég új kapacitást egy létre annak érdekében, hogy egy élelmiszergyártó csomagolóüzemének területén vagy annak szomszédságában konzervdobozokat gyártson –, akkor lehetséges, hogy ez az új kapacitás csak az adott vevő részére történő gyártás esetén gazdaságos, és ebben az esetben a beruházás kapcsolatfüggőnek minősül.
- (147) Ha a szállító kölcsönt nyújt, vagy nem kapcsolatfüggő berendezést ad át a vevőnek, ez önmagában általában nem elegendő a versenyellenes piaci kizárási hatás mentesítésének indokolására. Tőkepiaci hiányosságok esetében előfordulhat, hogy a hitelnyújtást valamely termék szállítója hatékonyabban meg tudja valósítani, mint egy bank (lásd a (107) bekezdés h) pontját). Mindazonáltal ilyen esetben a kölcsönt a legkevésbé korlátozó módon kell nyújtani, és következképp a vevő általában nem akadályozható meg abban, hogy a kötelezettséget bármikor megszüntesse, és a kölcsön fennálló részét bármikor, büntetés fizetése nélkül visszafizethesse.

(148) A lényeges know-how átadása (a (107) bekezdés e) pontja) általában a szállítási megállapodás teljes időtartamára indokolja a versenytilalmi kötelezettséget, például franchise esetében.

(149) Példa a versenytilalmi kötelezettségre

Egy nemzeti piacon egy impulzustermék piacvezetője, amely 40 %-os piaci részesedéssel rendelkezik, termékeinek többségét (90 %-át) lekötött kiskereskedőkön keresztül értékesíti (lekötött piaci részesedése 36 %). A megállapodások arra kötelezik a kiskereskedőket, hogy legalább négy évig csak a piacvezetőtől vásároljanak. A piacvezető részesedése sűrűbben lakott területeken, például a fővárosban különösen magas. Tíz versenytársa közül, melyek közül néhány csak helyi szinten áll rendelkezésre, mindnek jóval alacsonyabb a piaci részesedése, a legnagyobbknak 12 %. Ez a tíz versenytárs együttesen a piacnak további 10 %-át látja el lekötött üzleteken keresztül. A piacon erős a márka- és termékdifferenciálódás. A piacvezető rendelkezik a legerősebb márkákkal. Csak ő folytat rendszeresen országos reklámkampányokat. Lekötött kiskereskedőit a termékei értékesítéséhez szükséges speciális tárolószekrényekkel látja el.

Végeredményben a piac összesen 46 %-ban (36 % + 10 %) el van zárva a lehetséges piacralépő és a lekötött üzletekkel nem rendelkező versenytársak elől. A lehetséges piacralépők számára még nehezebb a piacralépés a sűrűn lakott területeken, ahol a kizárási arány még magasabb, bár éppen ezek azok a területek, ahol ők be szeretnének lépni a piacra. Ezen túlmenően az erős márka- és termékdifferenciálódás, valamint a termék árához viszonyítva magas piackutatási költségek következtében az üzleten belüli márkák közötti verseny hiánya a fogyasztók számára a jólét további csökkenését eredményezi. A kizárólagos üzletek lehetséges hatékonyságnövekedése, amely a piacvezető állítása szerint a szállítási költségek csökkenéséből és a tárolószekrényekkel kapcsolatos esetleges feltartási problémákból erednek, valójában korlátozottak és nem ellensúlyozzák a versenyre gyakorolt negatív hatásokat. A hatékonyságnövekedés korlátozott, mivel a szállítási költségek a mennyiséggel, nem pedig a kizárólagossággal függnek össze, a tárolószekrények pedig nem tartalmaznak különleges know-how-t és nem márkafüggők. Mindezek alapján nem valószínű, hogy teljesülnek a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek.

(150) Példa a mennyiségi átvételi kényszerre

A 40 %-os piaci részesedéssel rendelkező X gyártó termékeinek 80 %-át olyan szerződések révén értékesíti, amelyek előírják, hogy a viszonteladó köteles az adott típusú termékre vonatkozó igényeinek legalább 75 %-át X-től kielégíteni. Cserébe X kedvező feltételekkel kínál finanszírozást és berendezéseket. A szerződések 5 évre szólnak, amely idő alatt a kölcsönt egyenlő részletekben kell visszafizetni. Az első két év után azonban a vevők

jogosultak arra, hogy hathónapos felmondással megszüntessék a szerződést, feltéve, hogy visszafizetik a fennmaradó kölcsönt, a berendezést pedig piaci eszközértéken átveszik. Az ötéves időszak végén a berendezés tulajdonjoga a vevőre száll. A versenytárs gyártók többsége kicsi, a legnagyobbknak 20 % a piaci részesedése. Összesen tizenketten vannak, és hasonló szerződéseket kötöttek különböző időtartamokra. A 10 % alatti piaci részesedésű gyártók gyakran hosszabb idejű szerződéseket kötnek, kevésbé nagyvonalú felmondási feltételekkel. X gyártó szerződésai az igények 25 %-át hagyják szabadon versenytársai számára. Az elmúlt három évben két új gyártó lépett be a piacra és szerzett összesen körülbelül 8 %-os piaci részesedést – részben úgy, hogy számos viszonteladó kölcsönfizetési kötelezettségét átvállalták és cserébe szerződéseket kötöttek azokkal.

X gyártó lekötött piaci részesedése 24 % (0,75 x 0,80 x 40 %). A többi gyártó lekötött piaci részesedése körülbelül 25 %. Következésképpen a piacnak összesen körülbelül 49 %-a van elzárva a lehetséges piacralépők és a lekötött üzletekkel nem rendelkező versenytársak elől, legalább a szállítási szerződések első két éve alatt. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a viszonteladók gyakran nehezen szereznek hitelt a bankoktól, és általában túl kicsik ahhoz, hogy más módon, például részvénykibocsátással jussanak tőkéhez. Ezen túlmenően X gyártó demonstrálni tudja, hogy értékesítéseit korlátozott számú viszonteladóra összpontosítva jobban tudja tervezni értékesítéseit, és szállítási költségeket takarít meg. Figyelembe véve egyrészt a hatékonyságnövekedést és az X gyártó szerződéseiben meghatározott 25 %-os le nem kötött részt, a szerződés korábbi felmondásának valós lehetőségét, az új gyártók közelmúltbeli piacralépését, másrészt azt a tényt, hogy a viszonteladóknak mintegy fele nincs elkötelezve, az X gyártó által alkalmazott 75 %-os mennyiségi átvételi kényszer valószínűleg eleget tesz a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek.

## 2.2. Kizárólagos forgalmazás

(151) A kizárólagos forgalmazási megállapodásban a szállító vállalja, hogy termékeit egy adott területen történő viszonteladásra csak egy forgalmazónak értékesíti. Ugyanakkor a forgalmazó általában korlátozva van más (kizárólagosan kijelölt) területeken történő aktív értékesítésében. A lehetséges kockázatok a versenyre nézve főként a márkán belüli verseny csökkenése és a piacfelosztás, amelyek különösen az árdiszkriminációt segíthetik elő. Ha az összes vagy a legtöbb szállító kizárólagos forgalmazást alkalmaz, ez enyhítheti a versenyt és erősítheti az összejátszást mind a szállítók, mind pedig a forgalmazók szintjén. Végezetül a kizárólagos forgalmazás más forgalmazók kizárásához vezethet, és ezáltal csökkentheti a versenyt az adott szinten.

- (152) Ha sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-ot, a csoportmentességi rendelet mentességet biztosít a kizárólagos forgalmazásra, még akkor is, ha az össze van kapcsolva más, nem különösen súlyos korlátozással, például öt évnél nem hosszabb versenytilalmi kötelezettséggel, mennyiségi átvételi kényszerrel vagy kizárólagos beszerzéssel. A kizárólagos forgalmazás és a szelektív forgalmazás összekapcsolására csak akkor biztosít mentességet a csoportmentességi rendelet, ha más területeken nem korlátozott az aktív értékesítés. E szakasz hátralevő része nyújt iránymutatást azon kizárólagos forgalmazással összefüggő egyedi esetek értékelésére, amelyeknél a piaci részesedés meghaladja a 30 %-os küszöbértéket.
- (153) A szállító és versenytársai piaci pozíciója kiemelkedő fontosságú, mivel a márkán belüli verseny csökkenése csak akkor jelent problémát, ha a márkák közötti verseny korlátozott. Minél erősebb a „szállító helyzete”, annál komolyabb a márkán belüli verseny csökkenése. A 30 %-os piaci részesedési küszöbérték felett fennáll a márkán belüli verseny jelentős csökkenésének kockázata. A 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek teljesülése érdekében a márkán belüli verseny csökkenését esetlegesen tényleges hatékonyságnöveléssel kell ellensúlyozni.
- (154) A „versenytársak piaci pozíciójának” kettős jelentősége lehet. Ha a versenytársak erősek, ez általában azt jelenti, hogy a márkán belüli verseny csökkenését ellensúlyozza a megfelelő mértékű márkák közötti verseny. Ha azonban a versenytársak száma viszonylag alacsony, és piaci pozíciójuk a piaci részesedésük, kapacitásuk és forgalmazási hálózatuk tekintetében viszonylag hasonló, akkor fennáll az összejátszás és/vagy a verseny enyhítésének kockázata. A márkán belüli verseny csökkenése fokozhatja ezt a kockázatot, különösen akkor, ha több szállító működtet hasonló forgalmazási rendszereket. A többmárkás kizárólagos forgalmazások – vagyis ha különböző szállítók ugyanazt a kizárólagos forgalmazót bízzák meg egy adott területen – tovább erősíthetik az összejátszás és/vagy a verseny enyhítésének kockázatát. Ha valamely forgalmazó kizárólagos jogot szerez arra, hogy két vagy több lényeges versengő terméket forgalmazzon ugyanazon a területen, akkor e márkák esetében a márkák közötti verseny lényegesen korlátozódhat. Minél nagyobb a többmárkás kizárólagos forgalmazók által forgalmazott márkák halmozott piaci részesedése, annál nagyobb az összejátszás és/vagy a verseny enyhítésének kockázata, és annál erősebben csökken a márkák közötti verseny. Ha valamely kiskereskedő több márka kizárólagos forgalmazója, az azt eredményezheti, hogy amikor az egyik gyártó csökkenti a márkája nagykereskedelmi árát, a kiskereskedőnek nincs kényszer arra, hogy ezt az árcsökkentést továbbítsa a végső fogyasztó felé, mivel ez csökkentené többi márkájának értékesítését és az azokból származó nyereségét. Következésképpen, a többmárkás kizárólagos forgalmazások nélküli helyzethez viszonyítva csökken a gyártók azon érdeke, hogy egymással árversenybe lépjenek. Az ilyen halmozott hatású helyzetek akkor is alapot szolgáltathatnak a csoportmentességi rendelet által biztosított kedvezmény visszavonására, ha a szállítók és vevők piaci részesedése a csoportmentességi rendeletben foglalt küszöbérték alatt van.
- (155) A „piacralépési korlátok”, amelyek akadályozhatják a szállítókat abban, hogy új forgalmazókat hozzanak létre vagy alternatív forgalmazókat találjanak, kevésbé fontosak a kizárólagos forgalmazás lehetséges versenyellenes hatásainak értékelése során. Nem merül fel más szállítók kizárása mindaddig, amíg a kizárólagos forgalmazáshoz nem kapcsolódik egyedüli márkakikötés.
- (156) A többi forgalmazó kizárása nem probléma, ha a kizárólagos forgalmazási rendszert működtető szállító sok kizárólagos forgalmazót jelöl ki ugyanazon a piacon, és ezeket a forgalmazókat nem korlátozza abban, hogy más, nem szerződéses forgalmazóknak értékesítsenek. A többi forgalmazó kizárása problémává válhat viszont akkor, ha „vevői erő” és piaci erő áll fenn az értékesítési piacon, különösen a nagyon nagy területek esetén, ahol a kizárólagos forgalmazó válik az egész piac kizárólagos vevőjévé. Példa erre az olyan szupermarketlánc, amely egy vezető márka egyedüli forgalmazójává válik az országos élelmiszer-kiskereskedelmi piacon. A többi forgalmazó kizárását erősítheti a többmárkás kizárólagos forgalmazói megbízás esete.
- (157) A „vevői erő” a vevői oldalon is erősítheti az összejátszás kockázatát, ha a kizárólagos forgalmazási feltételeket olyan fontos vevők kötik ki egy vagy több szállító tekintetében, akik esetleg különböző területeken helyezkednek el.
- (158) Fontos a „piac érettsége”, mivel a márkán belüli verseny csökkenése és az árdiszkrimináció komoly probléma lehet egy érett piacon, de esetleg kevésbé jelentős egy növekvő keresletű piacon, ahol változnak a technológiák és a piaci pozíciók.
- (159) Fontos a „kereskedelmi szintje”, mivel a lehetséges negatív hatások eltérőek a nagykereskedelmi és a kiskereskedelmi szinteken. A kizárólagos forgalmazást főként a végermékek és szolgáltatások értékesítése terén alkalmazzák. A márkán belüli verseny csökkenése különösen valószínű a kiskereskedelmi szinten akkor, ha nagy területhez kapcsolódik, mivel a végső fogyasztók számára kevés lehetőség áll rendelkezésre arra, hogy választhatóan a magas árát/magas szintű szolgáltatást és az alacsony árát/alacsony szintű szolgáltatást kínáló forgalmazók között egy fontos márka vonatkozásában.

- (160) Az a gyártó, amely egy nagykereskedőt kizárólagos forgalmazójának választ, ezt általában egy nagyobb területre – például egy tagállam egészére – vonatkozóan teszi meg. Amíg a nagykereskedő korlátozás nélkül eladhatja a termékeket az értékesítési piacokon működő kiskereskedőknek, addig nem valószínű érzékelhető versenyellenes hatások jelentkezése. A nagykereskedelem szintjén folyó márkán belüli verseny esetleges csökkenését könnyen ellensúlyozhatja a logisztikából, a promócióból stb. adódó hatékonyságnövelés, különösen akkor, ha a gyártó székhelye más országban van. A márkák közötti versenyt érintő lehetséges kockázatok a többmárkás kizárólagos forgalmazás esetén azonban nagyobbak a nagykereskedelem szintjén, mint a kiskereskedelemben. Ha egyetlen nagykereskedő jelentős számú szállító kizárólagos forgalmazójává válik, az nemcsak növeli annak kockázatát, hogy csökken az érintett márkák közötti verseny, hanem kizáráshoz is vezet nagykereskedelmi szinten.
- (161) A (155) bekezdésben megállapítottaknak megfelelően más szállítók kizárása nem merül fel, ha a kizárólagos forgalmazáshoz nem kapcsolódik egyedüli márkakikötés. Ugyanakkor még abban az esetben is, ha a kizárólagos forgalmazást egyedüli márká kikötésével kapcsolják össze, valószínűtlen a többi szállító versenyellenes kizárása – kivéve esetleg azt, ha az egyedüli márkakikötést kis területekkel rendelkező kizárólagos forgalmazók sűrű hálózataira alkalmazzák, vagy halmozott hatás esetében. Ilyen esetekben szükséges lehet az egyedi márká kikötésével kapcsolatos, a 2.1 szakaszban meghatározott elvek alkalmazása. Ha viszont a fenti összekapcsolás nem vezet jelentős kizáráshoz, akkor a kizárólagos forgalmazás és az egyedüli márká kikötése elő is segítheti a versenyt azáltal, hogy növeli a kizárólagos forgalmazó arra való ösztönzését, hogy tevékenységét egy adott márkára összpontosítsa. Ennek következtében – a fenti kizáró hatás hiányában – a kizárólagos forgalmazás és a versenytilalom összekapcsolása határozottan eleget tehet a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek a megállapodás teljes időtartamára nézve, különösen a nagykereskedelem szintjén.
- (162) A kizárólagos forgalmazásnak a kizárólagos beszerzéssel történő összekapcsolása növeli a márkán belüli verseny csökkenésének, valamint a piac felosztásának kockázatát, s ez különösen az árdiszkriminációt erősítheti. Már maga a kizárólagos forgalmazás is korlátozza a vevők szabadságát, mivel korlátozza a forgalmazók számát, és általában korlátozza a forgalmazókat is az aktív értékesítések szabadságában. A kizárólagos beszerzés – amely előírja a kizárólagos forgalmazók számára, hogy az adott márkából készleteiket közvetlenül a gyártótól szerezzék be – megszünteti ezen kívül a kizárólagos forgalmazók szabad választási jogát azáltal, hogy megtiltja számukra a rendszer más forgalmazóitól történő vásárlást. Ez javítja a szállító azon lehetőségeit, hogy korlátozza a márkán belüli versenyt, és – a fogyasztók rovására – eltérő értékesítési feltételeket alkalmazzon, kivéve, ha az összekapcsolás lehetővé teszi olyan hatékonyságnövelés megteremtését, amely valamennyi végső fogyasztó számára alacsonyabb árakat eredményez.
- (163) Kizárólagos forgalmazás esetén a „termék jellege” nem különösebben fontos szempont a lehetséges versenyellenes hatások értékelése során. Lényeges azonban a lehetséges hatékonyságnövelés kérdésének tárgyalása során, azaz az érzékelhető versenyellenes hatás megállapítását követően.
- (164) A kizárólagos forgalmazás eredményezhet hatékonyságnövelést, különösen akkor, ha a forgalmazó beruházásait a márka arculatának védelme vagy kialakítása teszi szükségessé. A hatékonyságnövelésre történő hivatkozás általában az új termékek esetében, az összetett termékek esetében, illetve azon termékek esetében a legmegalapozottabb, amelyeknek minősége nehezen megítélhető a fogyasztás előtt (úgynevezett tapasztalati termékek), illetve amelyeknek minősége még a fogyasztás után is nehezen ítéltető meg (úgynevezett bizalmi termékek). Ezen túlmenően a kizárólagos forgalmazás – a szállítás és a forgalmazás terén elért méretgazdaságosságnak köszönhetően – logisztikai költségek megtakarítását is eredményezheti.
- (165) Példa a nagykereskedelmi szintű kizárólagos forgalmazásra
- Egy tartós fogyasztási cikk piacán „A” a piacvezető. Kizárólagos nagykereskedőkön keresztül értékesíti termékét. A nagykereskedők területei kisebb tagállamok esetében az egész tagállamra, nagyobb tagállamok esetében pedig egy-egy régióra terjednek ki. Ezek a kizárólagos nagykereskedők végzik az értékesítéseket a területükön található összes kiskereskedő felé. Végső fogyasztók részére nem értékesítenek. A nagykereskedők felelősek a piacokon folytatott promócióért, amibe beletartozik a helyi események szponzorálásán túl az is, hogy a területükön található kiskereskedők számára az új termékeket elmagyarázzák és népszerűsítik. Ezen a piacon meglehetősen gyors a technológiai és a termékinnováció, és így a kiskereskedőknek és a végső fogyasztóknak biztosított értékesítés előtti szolgáltatásoknak fontos szerep jut. A nagykereskedők nem kötelesek az „A” szállító márkájára vonatkozó valamennyi beszerzési szükségletüket a gyártón keresztül kielégíteni, a nagykereskedők vagy a kiskereskedők pedig szabadon mérlegelhetnek, mivel a szállítási költségek a termék értékéhez képest viszonylag alacsonyak. A nagykereskedőket nem terheli versenytilalmi kötelezettség. A kiskereskedők szintén számos versenytárs szállító márkáját értékesítik, és kiskereskedelmi szinten nincsenek kizárólagos vagy szelektív forgalmazási megállapodások. Az uniós nagykereskedelmi értékesítési piacon „A” körülbelül 50 %-os piaci részesedéssel rendelkezik. A különböző nemzeti kiskereskedelmi piacokon részesedése 40 % és 60 % között mozog. „A”-nak minden nemzeti piacon 6-10 versenytársa van. „B”, „C” és „D” a legnagyobb versenytársai, akik szintén jelen vannak minden nemzeti piacon, 5 % és 20 % közötti piaci részesedéssel. A többi gyártó nemzeti szinten működik és piaci részesedésük is kisebb. „B”, „C” és „D” hasonló forgalmazási hálózattal rendelkezik, míg a helyi gyártók közvetlenül a kiskereskedők részére értékesítenek.

Az e példában ismertetett nagykereskedelmi piacon alacsony a márkán belüli verseny csökkentésének és az árdiszkriminációnak a kockázata. A mérlegelési lehetőség nincs korlátozva, a márkán belüli verseny hiánya pedig nagykereskedelmi szinten nem túl jelentős kérdés. Kiskereskedelmi szinten sem a márkán belüli, sem a márkák közötti verseny nincs korlátozva. Ezenfelül a márkák közötti versenyt alapvetően nem érintik a nagykereskedelmi szintű kizárólagos megállapodások. Ezért valószínű, hogy a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek még versenyellenes hatások esetén is teljesülnek.

(166) Példa többmárkás kizárólagos forgalmazásra egy oligopolisztikus piacon

Egy végtermék nemzeti piacán négy piacvezető működik, mindegyikük piaci részesedése 20 % körüli. Ez a négy piacvezető termékeit kizárólagos forgalmazókon keresztül értékesíti kiskereskedelmi szinten. A kiskereskedők kizárólagos területtel rendelkeznek, amely megegyezik azzal a várossal, ahol működnek, illetve nagyobb városok esetén az adott városrészrel. A legtöbb területen a négy piacvezető ugyanazokat a kizárólagos forgalmazókat bízta meg („többmárkás forgalmazói minőség”), amelyek gyakran a városközpontban helyezkednek el és meglehetősen termékspecifikus üzletek. A nemzeti piac fennmaradó 20 %-án kis helyi gyártók osztoznak, amelyek közül a legnagyobb 5 %-os részesedéssel rendelkezik a nemzeti piacon. Ezek a helyi gyártók általában más kiskereskedőkön keresztül értékesítik termékeiket, részben azért, mert a négy legnagyobb gyártó kizárólagos forgalmazói általában nem mutatnak készséget a kevésbé ismert és olcsóbb márkák forgalmazására. A piacon erős a márka- és termékdifferenciálódás. A négy piacvezető nagy országos reklámkampányokat folytat és erős márkaarcuallal rendelkezik, míg a kisebb gyártók nem reklámozzák termékeiket országos szinten. A piac érettnek mondható, a kereslet stabil, nincs jelentős termék- és technológiai innováció. A termék viszonylag egyszerű.

Egy ilyen oligopolisztikus piacon fennáll a négy piacvezető közötti összejátszás kockázata. Ezt a kockázatot növeli a többmárkás forgalmazás. A márkán belüli versenyt korlátozza a területi kizárólagosság. Kiskereskedelmi szinten korlátozott a négy vezető márka közötti verseny, hiszen minden területen egy-egy kiskereskedő határozza meg mind a négy márka árát. A többmárkás forgalmazási helyzet azzal jár, hogy ha az egyik gyártó csökkenti a márkája árát, akkor a kiskereskedőnek nincs készletese arra, hogy ezt az árcsökkentést továbbítsa a végső fogyasztó felé, mivel ezzel csökkentené a másik márkák értékesítését és az azokból származó nyereségét. Következésképpen csökken a gyártók azon érdeke, hogy árversenybe lépjenek egymással. A márkák közötti árverseny főként a kisebb gyártók által értékesített, gyenge márkaarcuallal rendelkező áruk tekintetében létezik. A (közös) kizárólagos forgalmazók esetleges hatékonyság-

növelési érvei korlátozottak, mivel a termék viszonylag egyszerű, a viszonteladás nem igényel különös beruházást vagy oktatást, a reklámozást pedig főként a gyártók végzik.

Bár mindegyik piacvezető piaci részesedése a küszöbérték alatt van, előfordulhat, hogy nem teljesülnek a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek, és szükség lehet a csoportmentesség visszavonására azon forgalmazókkal kötött megállapodások esetében, akiknek a piaci részesedése 30 % alatt van a beszerzési piacon.

(167) Példa a kizárólagos beszerzéssel összekapcsolt kizárólagos forgalmazásra

„A” gyártó az európai piacvezető egy nagy terjedelmű tartós fogyasztási cikk tekintetében, piaci részesedése a legtöbb nemzeti kiskereskedelmi piacon 40 % és 60 % közötti. Azokban a tagállamokban, ahol magas piaci részesedéssel rendelkeznek, kevesebb versenytársa van, jóval kisebb piaci részesedéssel. A versenytársak csak egy vagy két nemzeti piacon vannak jelen. „A” hosszú távú politikája az, hogy termékét nemzeti leányvállalatain keresztül értékesíti kiskereskedelmi szintű kizárólagos forgalmazóinak, amelyek egymás területein nem folytathatnak aktív értékesítést. Ezek a forgalmazók ezáltal arra kapnak ösztönzést, hogy promóciót biztosítsanak a terméknek, és értékesítés előtti szolgáltatásokat nyújtsanak. A kiskereskedők ezenkívül újabban kötelesek arra, hogy „A” gyártó termékeit kizárólag a gyártó saját országukban működő nemzeti leányvállalatától vásárolják meg. Az „A” gyártó márkáját értékesítő kiskereskedők az adott terméktípus legjelentősebb viszonteladói a saját területükön. Versengő márkákkal is foglalkoznak, azonban változó sikerrel és lelkesedéssel. A kizárólagos beszerzés bevezetése óta a magasabb árakkal jellemzett piacok között „A” 10–15 %-os árdifferenciálást alkalmaz azokon a piacokon, ahol kevesebb versenytársa van. A piacok a keresleti és a kínálati oldalon viszonylag stabilak, és nincsenek jelentős technológiai változások.

A magas árakkal jellemzett piacokon a márkán belüli versenyt a kiskereskedelem szintjén nemcsak a területi kizárólagosság csökkenti, hanem a kiskereskedőket terhelő kizárólagos beszerzési kötelezettség is megnehezíti. A kizárólagos beszerzési kötelezettség azzal segíti a piacok és a területek egymástól való elkülönítését, hogy lehetetlenné teszi az adott terméktípus kizárólagos kiskereskedői (vagyis legfőbb viszonteladói) közötti szabad választást. A kizárólagos kiskereskedők sem folytathatnak aktív értékesítést egymás területein, és a gyakorlatban arra törekednek, hogy saját területeiken kívülre ne szállítsanak. Ennek eredményeként lehetséges az árdiszkrimináció, anélkül, hogy az összes értékesítés jelentős növekedéshez vezetne. A termék jelentős terjedelme miatt a fogyasztóknak és a független kereskedőknek kevés lehetőségük van szabad választásra.

Míg a kizárólagos forgalmazók kijelölését alátámasztó lehetséges hatékonyságnövelési érvek meggyőzőek lehetnek, különösen azért, mert ösztönzik a kiskereskedőket, nem valószínű, hogy a kizárólagos forgalmazás és a kizárólagos beszerzés összekapcsolására vonatkozó – főként a szállításban elérhető méretgazdaságossághoz kapcsolódó – lehetséges hatékonysági érvek ellensúlyozzák az árdiszkrimináció és a márkán belüli verseny csökkenésének negatív hatását. Következésképp nem valószínű, hogy teljesülnek a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek.

### 2.3. Kizárólagos ügyfélelosztás

- (168) Kizárólagos ügyfélelosztási megállapodásban a szállító vállalja, hogy termékeit csak egy forgalmazónak adja el egy adott fogyasztói csoportnak történő viszonteladásra. Ugyanakkor a forgalmazó általában korlátozott más (kizárólagosan kijelölt) ügyfélcsoportoknak történő aktív értékesítéseiben. A csoportmentességi rendelt nem korlátozza valamely kizárólagos ügyfélcsoport meghatározásának módját; így meg lehet határozni például egy adott foglalkozáson alapuló ügyféltípust, de ugyanígy lehet egy konkrét ügyfeleket tartalmazó lista, akik egy vagy több objektív kritérium alapján kerülnek kiválasztásra. A lehetséges kockázatok a versenyre nézve főként a márkán belüli verseny csökkenése és a piacelosztás, amelyek különösen az árdiszkriminációt segíthetik elő. Ha az összes vagy a legtöbb szállító kizárólagos ügyfélelosztást alkalmaz, ez enyhítheti a versenyt és erősítheti az összejátszást, mind a szállítók, mind pedig a forgalmazók szintjén. Végezetül a kizárólagos vevőelosztás más forgalmazók kizárásához vezethet, és ezáltal csökkentheti az adott szinten fennálló versenyt.
- (169) Ha sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-os küszöbértéket, a csoportmentességi rendelet mentességet biztosít a kizárólagos ügyfélelosztásra, még akkor is, ha az össze van kapcsolva más, nem különösen súlyos korlátozással, például versenytilalommal, mennyiségi átvételi kényszerrel vagy kizárólagos beszerzéssel. A kizárólagos ügyfélelosztás és a szelektív forgalmazás összekapcsolása általában különösen súlyos korlátozás, mivel legtöbbször nem hagyják meg a szerződéses forgalmazók szabadságát a végső fogyasztók felé történő aktív értékesítés terén. A 30 %-os piaci részesedési küszöbérték felett a (151)–(167) bekezdésben adott iránymutatás alkalmazandó a kizárólagos ügyfélelosztásra is, az e szakasz hátralevő részében tett külön megjegyzésekkel.
- (170) Az ügyfélelosztás általában megnehezíti a fogyasztók számára a szabad választást. Ráadásul, mivel minden szerződéses forgalmazónak megvan a saját fogyasztói csoportja, a nem szerződéses forgalmazók, akiknek nincs ilyen csoportjuk, nehezen tudják beszerezni a terméket. Következésképpen a nem szerződéses forgalmazók szabad választási lehetősége csökken.
- (171) A kizárólagos ügyfélelosztást főként közbelső termékek esetében alkalmazzák, valamint végtermékek esetében a nagykereskedelmi szinten, ha megkülönböztethetők olyan ügyfélcsoportok, amelyek a termékre vonatkozó eltérő különleges követelményekkel rendelkeznek.
- (172) A kizárólagos ügyfélelosztás eredményezhet hatékonyságnövelést, különösen akkor, ha a forgalmazóknak – az ügyfélcsoportjuk igényeihez való igazodás érdekében – beruházásokat kell megvalósítaniuk, például különleges berendezések, szakismertek vagy a know-how terén. Ezeknek a beruházásoknak az értékcsökkenési időtartama jelzi, hogy mennyi ideig indokolt a kizárólagos ügyfélelosztási rendszer fenntartása. Az indokoltság általában az új vagy összetett termékek, valamint az egyedi ügyfél igényeihez igazítandó termékek esetében a legmegalapozottabb. Azonosítható differenciált igények általában inkább a közbelső termékek esetében jelentkeznek, mivel ezeket különféle szakmai vevőknek értékesítik. Nem valószínű, hogy a végső fogyasztók elosztása hatékonyságnövelést eredményez.
- (173) Példa a kizárólagos ügyfélelosztásra
- Egy vállalkozás kifejlesztett egy bonyolult szórófejes tűzoltó berendezést. A vállalkozásnak jelenleg 40 %-os a piaci részesedése a szórófejes tűzoltó berendezések piacán. Amikor elkezdte értékesíteni ezt a bonyolult tűzoltó berendezést, 20 % volt a piaci részesedése egy régebbi termékkel. Az új típusú tűzoltó berendezés beszerelése függ attól, hogy milyen típusú épületben szerelik fel, valamint függ az épület rendeltetésétől (iroda, vegyi üzem, kórház stb.). A vállalkozás több forgalmazót bízott meg a tűzoltó berendezés eladásával és beszerelésével. Minden forgalmazónak ki kellett képeznie dolgozóit a tűzoltó berendezés egyes ügyfélcsoportoknál történő beszerelése általános és különös követelményeinek ismeretére. A forgalmazók specializálódásának biztosítására a vállalkozás minden forgalmazó számára kijelölt egy kizárólagos ügyfélcsoportot és megtiltotta, hogy aktív értékesítéseket végezzenek egymás kizárólagos ügyfélcsoportjaiban. Öt év elteltével minden kizárólagos forgalmazó jogosult lesz arra, hogy minden ügyfélcsoport irányában folytasson aktív értékesítést, így megszűnik a kizárólagos ügyfélelosztás rendszere. Ekkor a szállító is értékesíthet majd új forgalmazóknak. A piac meglehetősen dinamikus, két új piacraléppővel és számos technikai fejlesztéssel. A versenytársak, akiknek piaci részesedése 5 % és 25 % között van, szintén fejlesztik termékeiket.
- Mivel a kizárólagosság korlátozott időtartamú valamint elősegíti azt, hogy a forgalmazók befektetései megtérüljenek, és kezdetben értékesítéseiket egy meghatározott ügyfélcsoportra összpontosítsák annak érdekében, hogy beletanuljanak a szakmába, valamint tekintettel arra, hogy az esetleges versenyellenes hatások korlátozottnak tűnnek a dinamikus piacon, a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek feltehetően teljesülnek.

#### 2.4. Szelektív forgalmazás

(174) A szelektív forgalmazási megállapodások – a kizárólagos forgalmazási megállapodásokhoz hasonlóan – egyrészt a szerződéses forgalmazók számát, másrészt pedig a viszonteladás további lehetőségeit korlátozzák. A kizárólagos forgalmazáshoz képest az az eltérés, hogy a kereskedők számának korlátozása nem a területek számától, hanem olyan kiválasztási szempontoktól függ, amelyek elsősorban a termék jellegéhez kapcsolódnak. A kizárólagos forgalmazáshoz képest a másik különbség az, hogy a viszonteladási korlátozás nem egy adott területre vonatkozó aktív értékesítési tilalom, hanem a nem szerződéses forgalmazóknak történő bármely értékesítésre vonatkozik, így lehetséges vevőként csak a szerződéses kereskedők és a végső ügyfelek maradnak. A szelektív forgalmazást csaknem mindig márkás végtermékek forgalmazása esetében használják.

(175) A versenyt érintő lehetséges kockázatok közé tartozik a márkán belüli verseny csökkenése, valamint – különösen a halmozott hatás esetén – bizonyos típusú forgalmazók kizárása, a verseny enyhítése és a szállítók vagy a vevők közötti összejátszás megkönnyítése. A szelektív forgalmazás lehetséges versenyellenes hatásainak a 101. cikk (1) bekezdése szerinti értékelése céljából különbséget kell tenni a tisztán minőségi szelektív forgalmazás és a mennyiségi szelektív forgalmazás között. A tisztán minőségi szelektív forgalmazás során a kereskedők kiválasztása kizárólag olyan objektív szempontokon alapul, amelyeket a termék jellege indokol, például az értékesítést végzők képzettsége, az értékesítés helyén nyújtott szolgáltatások, az értékesítésre kínált termékkála stb. <sup>(1)</sup> Az ilyen szempontok alkalmazása nem jelent közvetlen korlátozást a kereskedők számára nézve. A tisztán minőségi szelektív forgalmazás általában a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya kívül esőnek minősül a versenyellenes hatások hiánya miatt, feltéve, hogy három feltétel teljesül. Először is, a szóban forgó termék jellegének szükségessé kell tennie a szelektív forgalmazási rendszert abban az értelemben, hogy egy ilyen rendszer alkalmazásának az érintett termék jellegére, minőségének megőrzésére és helyes használatának biztosítására való tekintettel jogos követelménynek kell lennie. Másodszor, a viszonteladókat olyan minőségi jellegű objektív szempontok alapján kell kiválasztani, amelyek mindenkire egységesen vonatkoznak és elérhetőek minden lehetséges viszonteladó számára, alkalmazásuk módja pedig nem diszkriminatív. Harmadszor, az alkalmazott kiválasztási szempontoknak nem szabad túllépniük a szükséges mértéken <sup>(2)</sup>. A mennyiségi szelektív forgalmazás esetén további olyan szempontokat alkalmaznak, amelyek közvetlenül korlátozzák a lehetséges kereskedők számát, például legkisebb vagy legnagyobb értékesítési korlát előírásával, a kereskedők számának rögzítésével stb.

<sup>(1)</sup> Lásd például az Elsőfokú Bíróság T-88/92. sz. Groupement d'achat Edouard Leclerc kontra Bizottság ügyben hozott ítéletét (EBHT 1996., II-1961. o.)

<sup>(2)</sup> Lásd a Bíróság 31/80. sz. L'Oréal kontra PVBA ügyben hozott ítéletének (EBHT 1980., 3775. o.) 15. és 16. pontját; a 26/76. sz. Metro I ügyben hozott ítéletének (EBHT 1977., 1875. o.) 20. és 21. pontját; a 107/82. sz. AEG-ügyben hozott ítéletének (EBHT 1983., 3151. o.) 35. pontját; és az Elsőfokú Bíróság T-19/91. sz. Vichy kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 1992., II-415. o.) 65. pontját.

(176) A minőségi és a mennyiségi szelektív forgalmazást a csoportmentességi rendelet mindaddig mentességben részesíti, amíg sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-ot; még akkor is, ha össze van kapcsolva más, nem különösen súlyos vertikális korlátozásokkal, mint például a versenytilalom vagy a kizárólagos forgalmazás, feltéve, hogy a szerződéses forgalmazók általi, egymás és a végső fogyasztók felé történő aktív értékesítéseket nem korlátozzák. A csoportmentességi rendelet a szelektív forgalmazás tekintetében a mentességet az érintett termék és a kiválasztási szempontok jellegére tekintet nélkül biztosítja. Ha azonban a termék tulajdonságai <sup>(3)</sup> nem teszik szükségessé a szelektív forgalmazást vagy az alkalmazott kiválasztási szempontokat, mint például amilyen a forgalmazók esetében a követelmény, hogy rendelkezzenek egy vagy több fizikai értékesítési ponttal vagy nyújtsanak különleges szolgáltatásokat, akkor az ilyen forgalmazási rendszer általában nem eredményez olyan hatékonyságnövelő hatásokat, amelyek képesek ellensúlyozni a márkán belüli versenyt érintő komoly csökkenést. Érzékelhető versenyellenes hatások felmerülése esetén valószínű, hogy a csoportmentességi rendelet által biztosított kedvezményt visszavonják. Ezenkívül e szakasz hátralevő része tartalmaz iránymutatást a szelektív forgalmazás olyan egyedi eseteinek értékelésére, amelyek nem tartoznak a csoportmentességi rendelet hatálya alá illetve a párhuzamos szelektív forgalmazási hálózatokból eredő halmozott hatások esetében.

(177) A szállító és versenytársai piaci pozíciója központi fontosságú a lehetséges versenyellenes hatások értékelése szempontjából, mivel a márkán belüli verseny csökkenése csak akkor jelenthet problémát, ha a márkák közötti verseny korlátozott. Minél erősebb a szállító helyzete, annál nagyobb problémát jelent a márkán belüli verseny csökkenése. Az azonos piacon jelen lévő szelektív forgalmazási hálózatok száma szintén fontos szempont. Ha a szelektív forgalmazást csak egy szállító alkalmazza, akkor a mennyiségi szelektív forgalmazás összességében nem jár negatív hatásokkal, feltéve, hogy a szerződés szerinti áruk jellege szükségessé teszi a szelektív forgalmazási rendszer alkalmazását, illetve, hogy az alkalmazott kiválasztási szempont szükséges a szóban forgó termék hatékony forgalmazásának biztosításához. A valóságban azonban a szelektív forgalmazást gyakran számos szállító alkalmazza egy adott piacon.

(178) A versenytársak piaci pozíciójának kettős jelentősége lehet, és különösen a halmozott hatás esetén játszik szerepet. Ha a versenytársak erősek, ez általában azt jelenti, hogy a márkán belüli verseny csökkenését könnyen ellensúlyozza a megfelelő mértékű márkák közötti verseny. Ha viszont a legnagyobb szállítók többsége szelektív forgalmazást alkalmaz, akkor jelentős

<sup>(3)</sup> Lásd például az Elsőfokú Bíróság T-19/92. sz. Groupement d'achat Edouard Leclerc kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 1996., II-1851. o.) 112–123. pontját; a T-88/92. sz. Groupement d'achat Edouard Leclerc kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 1996., II-1961. o.) 106–117. pontját és az előző lábjegyzetben hivatkozott ítélkezési gyakorlatot.

mértékben csökken a márkán belüli verseny, és megnő a veszélye bizonyos típusú forgalmazók esetleges kizárásának, valamint az említett fő szállítók közötti összejátszásnak. A hatékonyabb forgalmazók kizárásának kockázata mindig nagyobb a szelektív forgalmazás esetén, mint a kizárólagos forgalmazásban, mivel a szelektív forgalmazásban korlátozott a nem szerződéses kereskedőknek történő értékesítés. E korlátozás arra szolgál, hogy a szelektív forgalmazási rendszerek zárt jellegűek legyenek, lehetetlenné téve a nem szerződéses kereskedők számára a beszerzést. Ennek következtében a szelektív forgalmazás különösen alkalmas a gyártó valamint a szerződéses forgalmazók árrésére az (akár hagyományos akár kizárólag interneten keresztül forgalmazó) diszkontok által gyakorolt nyomás elkerülésére. Az ilyen forgalmazási módok kizárása csökkenti a fogyasztók lehetőségét az ezen módokból származó olyan előnyök kiaknázása tekintetében, mint az alacsonyabb árak, nagyobb átláthatóság és jobb hozzáférhetőség, függetlenül attól, hogy a kizárás a szelektív forgalmazás halmozott alkalmazásának vagy egy 30 %-osnál nagyobb piaci részesedéssel rendelkező szállító általi alkalmazásának a következménye.

(179) Ha a csoportmentességi rendelet egyedi szelektív forgalmazási hálózatokra vonatkozik, akkor halmozott hatások esetén elképzelhető a csoportmentesség visszavonása vagy a csoportmentességi rendelet alkalmazásának mellőzése. Nem valószínű viszont, hogy a halmozott hatás problémája jelentkezik, ha a szelektív forgalmazás által lefedett piaci részesedés nem éri el az 50 %-ot. Szintén nem valószínű, hogy problémát jelentene az 50 %-os piaclefedettségi arány túllépése, ha az öt legnagyobb szállító összesített piaci részesedése (a továbbiakban: CR5) 50 % alatt marad. Ha mind a CR5, mind pedig a szelektív forgalmazás által lefedett piaci részesedés meghaladja az 50 %-ot, akkor az értékelés attól függ, hogy mind az öt legnagyobb szállító szelektív forgalmazást alkalmaz-e. Minél erősebb a szelektív forgalmazást nem alkalmazó versenytársak piaci pozíciója, annál kisebb a többi forgalmazó kizárásának veszélye. Ha mind az öt legnagyobb szállító szelektív forgalmazást alkalmaz, akkor felmerülhetnek aggályok e megállapodások versenyre gyakorolt hatása tekintetében, különösen akkor, ha vannak olyan megállapodások, amelyek a szerződéses kereskedők számának közvetlen korlátozásával mennyiségi kiválasztási szempontokat alkalmaznak, vagy amelyek egyes forgalmazási módokat kizáró minőségi szempontokat alkalmaznak, mint például az egy vagy több fizikai értékesítési pont fenntartására vagy különleges szolgáltatások nyújtására vonatkozó követelmény. Általában nem valószínű a 101. cikk (3) bekezdésben foglalt feltételeknek való megfelelés, ha az adott szelektív forgalmazási rendszer akadályozza a szóban forgó terméket megfelelően forgalmazni képes forgalmazók piacra jutását – különös tekintettel a fogyasztók számára alacsonyabb árakat kínáló diszkontokra vagy a kizárólag interneten keresztül forgalmazókra – néhány létező csatorna javára és a végső fogyasztók kárára korlátozva ezáltal a forgalmazást. A mennyiségi szelektív forgalmazás közvettebb formái

esetében – például tisztán minőségi szempontok összekapcsolása a kereskedők arra való kötelezésével, hogy elérjenek egy minimális éves értékesítési szintet – kevésbé valószínű, hogy összességében negatív hatásokkal járjanak, ha ez az értékesítési szint nem meghatározó hányada a kereskedő teljes forgalmának a szóban forgó terméktípus tekintetében, és a korlátozás nem megy túl azon a határon, ami ahhoz szükséges, hogy a szállító számára megtérüljenek a kapcsolatfüggő beruházásai és/vagy méretgazdaságosságot érjen el a forgalmazásban. Ami az egyedi hozzájárulásokat illeti, az 5 %-nál alacsonyabb piaci részesedéssel rendelkező szállító általában nem tekinthető úgy, hogy jelentősen hozzájárul a halmozott hatáshoz.

(180) A „piacralépési korlátoknak” főként a nem szerződéses kereskedők piacról való kizárása esetén van jelentősége. A piacralépési korlátok általában jelentősek, mivel a szelektív forgalmazást főként márkás termékek gyártói alkalmazzák. A kizárt kiskereskedők számára általában sok időt és jelentős befektetést igényel, hogy saját márkákat dobjanak piacra, vagy máshonnan szerezzenek be versenyképes terméket.

(181) A „vevői erő” növelheti a forgalmazók közötti összejátszás kockázatát, és így érzékelhetően megváltoztathatja a szelektív forgalmazás esetleges versenyellenes hatásainak elemzését. A hatékonyabb kiskereskedők kizárása különösen akkor állhat fenn, ha egy erős kereskedői szervezet határozza meg a szállító számára a kiválasztási szempontokat azzal a céllal, hogy a forgalmazást csak a szervezet tagjai végezhessek.

(182) A csoportmentességi rendelet 5. cikke (1) bekezdésének c) pontja arról rendelkezik, hogy a szállító nem írhat elő olyan kötelezettséget a szerződéses kereskedők számára, amely – közvetve vagy közvetlenül – ahhoz vezet, hogy azok nem forgalmazhatják meghatározott versenytárs szállítók termékeit. Az ilyen feltétel kifejezetten az olyan horizontális összejátszások megelőzését célozza, amelyek kizárnak bizonyos márkákat azáltal, hogy létrehozzák a vezető szállítók kiválasztott márkáinak csoportját. Ez a fajta kötelezettség nem valószínű, hogy mentességet kap, ha a CR5 50 %, vagy annál magasabb, kivéve, ha az ilyen kötelezettséget előíró szállítók egyike sem tartozik a piac öt legnagyobb szállítója közé.

(183) A többi szállító kizárása alapesetben nem probléma, amíg a többi szállító igénybe veheti ugyanazokat a forgalmazókat, azaz addig, amíg a szelektív forgalmazási rendszert nem kapcsolják össze az egyedüli márká kikötésével. A

szerződéses forgalmazók sűrű hálózata, vagy halmozott hatás esetén a szelektív forgalmazás és a versenytilalmi kötelezettség összekapcsolása következtében előállhat a többi forgalmazó kizárásának veszélye. Ebben az esetben az egyedüli márkakikötéssel kapcsolatban a 2.1 szakaszban megállapított alapelveket kell alkalmazni. Ha nem is kapcsolják össze a szelektív forgalmazást versenytilalmi kikötéssel, még mindig problémát okozhat a versenytárs szállítók piacról való kizárása, ha a vezető szállítók nem tisztán minőségi kiválasztási szempontokat alkalmaznak, hanem bizonyos további kötelezettségeket írnak elő a kereskedők számára, például minimális polchely fenntartását a termékek számára, vagy annak biztosítását, hogy termékeiknek a kereskedő általi értékesítése legalább a kereskedő teljes forgalmának egy bizonyos százalékát érje el. Nem valószínű ilyen probléma felmerülése, ha a szelektív forgalmazás által lefedett piaci részesedés 50 % alatt van, vagy – ezen arány túllépése esetén – ha az öt legnagyobb szállító piaci részesedése 50 % alatt marad.

(184) Fontos a piac érettsége, mivel a márkán belüli verseny csökkenése és a szállítók vagy kereskedők esetleges kizárása érett piacon komoly probléma lehet, de kevésbé jelentős egy olyan növekvő keresletű piacon, ahol változnak a technológiák és a piaci pozíciók.

(185) A szelektív forgalmazás akkor lehet hatékony, ha a logisztikai költségek csökkenését eredményezi a szállítás terén elérhető méretgazdaságosság következtében, és ez a termék jellegétől függetlenül bekövetkezhet (a (107) bekezdés b) pontja). Azonban az ilyen hatékonyságnövelés általában csak marginális a szelektív forgalmazási rendszerekben. Nagyon fontos viszont a termék jellege a forgalmazók közötti potyázás problémájának megoldásában (a (107) bekezdés a) pontja), illetve a márkaarculat megteremtésének elősegítésében (a (107) bekezdés i) pontja). A hatékonyságnövelésre történő hivatkozás általában az új termékek esetében, az összetett termékek esetében, valamint azon termékek esetében a legmegalaposabb, amelyeknek minősége nehezen megítélhető a fogyasztás előtt (úgynevezett tapasztalati termékek), illetve amelyeknek minősége még a fogyasztás után is nehezen ítéltető meg (úgynevezett bizalmi termékek). A szelektív forgalmazásnak a helyszínre vonatkozó rendelkezéssel való összekapcsolása, valamely szerződéses kereskedőnek a közelében üzletet nyitó szerződéses kereskedőkkel szembeni védelme különösen eleget tehet a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek, ha az összekapcsolás nélkülözhetetlen a szerződéses kereskedő lényeges és kapcsolatfüggő beruházásainak védelméhez (a (107) bekezdés d) pontja).

(186) Annak biztosításához, hogy a legkevésbé versenyellenes korlátozást válasszák azt kell megvizsgálni, hogy ugyanez a hatékonyságnövelés elérhető-e hasonló áron, például kizárólag szolgáltatási előírások segítségével.

(187) Példa a mennyiségi szelektív forgalmazásra:

Egy tartós fogyasztási cikk piacon a piacvezető („A” márka) 35 %-os piaci részesedéssel rendelkezik, és termékeit szelektív forgalmazási hálózaton keresztül értékesíti a végső fogyasztóknak. A hálózatba történő belépésnek számos feltétele van: képzett személyzetet kell alkalmazni az üzletben, értékesítés előtti szolgáltatásokat kell nyújtani, az üzletben a terméket – és hasonló magas műszaki színvonalú termékeket – egy erre a célra elkülönített részen kell értékesíteni, az üzlet köteles a szállító modelljeinek széles skáláját értékesíteni és azokat vonzó módon elhelyezni. Ezen túlmenően a hálózatba történő belépésre jogosult kiskereskedők számát közvetlenül korlátozzák azzal, hogy meghatározzák minden tartományban vagy városi körzetben az egységnyi lakosságszámra jutó kiskereskedők maximális számát. „A” gyártónak 6 versenytársa van ezen a piacon. Legnagyobb versenytársainak: „B”-nek, „C”-nek és „D”-nek 25, 15, illetve 10 %-os a piaci részesedése, míg a többi gyártó kisebb piaci részesedéssel rendelkezik. Csak „A” gyártó alkalmaz szelektív forgalmazást. Az „A” márka szelektív forgalmazói mindig értékesítenek néhány versengő márkát is. A versengő márkákat viszont széles körben értékesítik az „A” szelektív forgalmazási hálózatába nem tartozó üzletek is. A forgalmazási csatornák változatosak: a „B” és „C” márkákat például értékesítik a legtöbb olyan üzletben, amelyek „A” szelektív hálózatához tartoznak, de más olyan üzletekben is, amelyek magas szintű szolgáltatást nyújtanak, valamint hipermarketekben is. A „D” márkát főként magas szintű szolgáltatást nyújtó üzletekben értékesítik. A piacon meglehetősen gyorsan fejlődik a technológia, és a fő szállítók reklámozással tartják meg termékeik jó minőségének arculatát.

Ezen a piacon a szelektív forgalmazás 35 %-os részesedést ér el. A márkák közötti versenyt nem érinti közvetlenül az „A” szelektív forgalmazási rendszere. Az „A” márka márkán belüli versenye esetleg csökkenhet, de a fogyasztók hozzáférnek az „A” márka minőségi arculatával összemérhető „B” és „C” márka alacsony szintű szolgáltatást és alacsony árat kínáló kiskereskedőikhez. Ráadásul nincs kizárva a más márkákat forgalmazó, magas szintű szolgáltatást nyújtó kiskereskedőkhöz való hozzáférés, mivel a kiválasztott forgalmazók szabadon forgalmazhatnak versengő márkákat, és az „A” márkát értékesítő kiskereskedők számának mennyiségi korlátozása következtében más, magas szintű szolgáltatást nyújtó kiskereskedők szabadon forgalmazhatnak versengő márkákat. Ebben az esetben – tekintettel a szolgáltatási követelményekre és az ezektől feltehetően várható hatékonyságnövelésre, valamint a márkán belüli versenyre gyakorolt korlátozott hatásra – valószínű, hogy teljesülnek a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek.

(188) Példa a halmozott hatásokkal járó szelektív forgalmazásra:

Egy bizonyos sportszer piacon hét gyártó található az alábbi piaci részesedésekkel: 25 %, 20 %, 15 %, 15 %, 10 %, 8 % és 7 %. Az öt legnagyobb gyártó termékeit mennyiségi szelektív forgalmazás révén értékesíti, míg a két legkisebb más típusú forgalmazási rendszert használ, ennek következtében a szelektív forgalmazási mód piaci részesedése 85 %. A gyártók figyelemre méltóan egységes szempontokat alkalmaznak a szelektív forgalmazási hálózatokba való belépésre: a forgalmazók számára előírják egy vagy több fizikai értékesítési pont fenntartását, ezen üzletekben képzett személyzetet kell alkalmazni és értékesítés előtti szolgáltatásokat kell nyújtani, az üzletben lennie kell az árucikk értékesítése céljára elkülönített területnek, és ennek a területnek a minimális méretét is meghatározzák. Az üzlet köteles az adott márka széles termékskáláját értékesíteni és a terméket a közönség számára vonzó módon elhelyezni, az üzletnek vásárlóutcában kell lennie, és az adott árucikktípus a bolt teljes forgalmának legalább 30 %-át kell, hogy képviselje. Általában ugyanazon kereskedő mind az öt márka értékesítésére szerződött szelektív forgalmazó. A szelektív forgalmazást nem alkalmazó két márka gyártója általában kevésbé szakosodott, alacsonyabb szolgáltatási szintű kiskereskedőkön keresztül forgalmaz. A piac mind a kínálati, mind pedig a keresleti oldalon stabil, jellemző az erős márkaarculat és a termékek differenciáltsága. Az öt piacvezető márkaarculata erős, ezt reklámozással és szponzorálással érik el, míg a két kisebb gyártó stratégiája az, hogy gyengébb márkaarculatú, de olcsóbb termékeket értékesítenek.

Ezen a piacon az öt vezető márkához való hozzáférést megtagadják az általános árengedményt kínáló forgalmazóktól (diszkontok) és a kizárólag interneten keresztül forgalmazóktól. Valójában az a követelmény, hogy az ilyen termék a kereskedő forgalmának legalább 30 %-át képviselje, valamint a termékelhelyezésre és az értékesítés előtti szolgáltatásokra vonatkozó szempont az árengedményre alapozó kereskedők többségét eleve kizárja a szerződéses kereskedői hálózathoz. Egy vagy több fizikai értékesítési pont fenntartásának előírása kizárja a kizárólag interneten keresztül forgalmazókat a hálózathoz. Következésképpen a fogyasztóknak nincs más választásuk, mint a magas szintű szolgáltatást magas áron kínáló üzletekben megvásárolni az öt vezető márkát. Ez csökkentti az öt vezető márka tekintetében a márkák közötti versenyt. Az a tény, hogy a két legkisebb márka beszerezhető az alacsony szolgáltatási szintet alacsony áron kínáló üzletekben, nem kompenzálja ezt, mert az öt piacvezetőnek sokkal jobb a márkaarculata. A márkák közötti versenyt a többmárkás forgalmazói rendszer is korlátozza. Bár van bizonyos szintű márkán belüli verseny, és a kiskereskedők száma közvetlenül nem

korlátozott, a forgalmazás feltételei elég szigorúak ahhoz, hogy az öt vezető márkát minden területen csak kis számú kiskereskedő forgalmazza.

Az ezen mennyiségi szelektív forgalmazási rendszerekhez kapcsolódó hatékonyságnövekedés alacsony: a termék nem túlzottan összetett és nem indokol különösen magas szintű szolgáltatást. Hacsak a gyártók nem tudják bizonyítani, hogy a szelektív forgalmazási hálózatukhoz egyértelmű hatékonyságnövelés kapcsolódik, valószínű, hogy a csoportmentességet vissza kell majd vonni a halmozott hatások miatt, amelyek a fogyasztók részére kisebb választékot és magasabb árakat idéznek elő.

## 2.5. Franchise

(189) A franchise-megállapodások védjegyekkel vagy megjelölésekkel, valamint áruk felhasználására és forgalmazására, illetve szolgáltatásnyújtásra szolgáló know-how-val kapcsolatos szellemi tulajdonjogokra vonatkozó licenciákat tartalmaznak. A szellemi tulajdonjogok licenciába adásán túl a franchise-adó a franchise-vevő részére általában kereskedelmi vagy technikai segítséget is nyújt a megállapodás időtartama alatt. A licencia és a segítségnyújtás elválaszthatatlan elemei a franchise tárgyát képező üzleti módszernek. A franchise-adó részére a franchise-vevő általában franchise-díjat fizet az adott üzleti módszer használatáért. A franchise lehetővé teszi a franchise-adó számára, hogy termékeit – korlátozott mértékű befektetéssel – egységes hálózaton keresztül forgalmazza. Az üzleti módszer szolgáltatásán felül a franchise-megállapodások általában a forgalmazott termékre vonatkozó különböző vertikális korlátozások kombinációit tartalmazzák, így különösen szelektív forgalmazást és/vagy versenytilalmat és/vagy kizárólagos forgalmazást, illetve ezek enyhébb formáit.

(190) A csoportmentességi rendelet hatályát a szellemi tulajdonjogok franchise-megállapodásokban található licenciába adása tekintetében a (24)–(46) bekezdés részletezi. Áruk és szolgáltatások vásárlására, értékesítésére és viszonteladására vonatkozó, franchise-megállapodások keretén belüli vertikális korlátozások – például szelektív forgalmazás, a versenytilalmi kötelezettség vagy a kizárólagos forgalmazás – esetében a csoportmentességi rendelet a 30 %-os piaci részesedési küszöbértéig alkalmazható<sup>(1)</sup>. Az ilyen típusú korlátozásokkal kapcsolatban korábban ismertetett iránymutatások a franchise-ra is vonatkoznak, az alábbi két külön megjegyzésre figyelemmel:

a) Minél fontosabb a know-how átadása, annál valószínűbb, hogy a korlátozások hatékonyságnövekedést teremtenek és/vagy nélkülözhetetlenek a know-how védelméhez, valamint az, hogy a vertikális korlátozások eleget tesznek a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek.

<sup>(1)</sup> Lásd még a (86)–(95) bekezdést is, különösen a (92) bekezdést.

b) A franchise-vevő versenytilalmi kötelezettsége az általa vásárolt áruk és szolgáltatások tekintetében nem tartozik a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá, ha ez a kötelezettség szükséges a franchise-hálózat egységes jellegének és színvonalának fenntartásához. Ilyen esetekben a versenytilalmi kötelezettség időtartamának sincs jelentősége a 101. cikk (1) bekezdése szempontjából, ha az nem haladja meg a franchise-megállapodás időtartamát.

(191) Példa a franchise-ra:

Egy gyártó új módszert fejlesztett ki a bonbonok eladására, ahol az úgynevezett „kedvenc boltokban” („fun shop”) a bonbonokat a vevő kérése alapján színezik. A bonbonok gyártója kifejlesztette a bonbonok színezésére alkalmas gépeket is. A gyártó állítja elő a színező folyadékokat is. A folyadék minősége és frissessége alapvető fontosságú a jó bonbonok készítéséhez. A gyártó sikeresen forgalmazta bonbonjait néhány saját kiskereskedelmi üzletében, amelyek mindegyike ugyanazon márkanév alatt és egységes „fun”-arculattal működött (az üzletek megjelenése, közös reklámozás stb.). Az értékesítések növelése érdekében a gyártó franchise-rendszert indított be. A franchise-vevők kötelesek a gyártótól megvenni a bonbonokat, a folyadékot és a színezőgépet, ugyanazon arculat és márkanév alatt működni, kötelesek franchise-díjat fizetni, hozzájárulni a közös reklámozáshoz, és titokban tartani a franchise-adó által készített működési kézikönyv tartalmát. Ezen kívül a franchise-vevők csak a megállapodás szerinti üzlethelyiségben árusíthatnak, csak végső fogyasztóknak vagy a többi franchise-vevőnek adhatnak el, és nem forgalmazhatnak más bonbonokat. A franchise-adó nem jelölhet ki másik franchise-vevőt, és ő maga sem üzemeltethet kiskereskedelmi üzletet az adott szerződéses területen. A franchise-adó arra is köteles, hogy korszerűsítse és fejlessze a termékeit, az üzlet külső képét, valamint a működési kézikönyvet, és ezeket a fejlesztéseket az összes franchise-vevő kiskereskedő részére hozzáférhetővé tegye. A franchise-megállapodásokat 10 éves időtartamra kötik.

A bonbon-kiskereskedők a bonbonokat az országos piacon szerzik be, olyan nemzeti gyártóktól, akik a nemzeti ízlést kielégítik, illetve olyan nagykereskedőktől, akik a nemzeti gyártók termékei mellett külföldi gyártóktól is importálnak bonbont. Ezen a piacon a franchise-adó termékei más bonbonmárkákval vannak versenyben. A franchise-adó 30 %-os piaci részesedéssel rendelkezik a kiskereskedők részére értékesített bonbonok piacán. A versenytársak között számos nemzeti és nemzetközi márka található, amelyek közül némelyeket nagy, széles termékskálával rendelkező élelmiszergyártók állítanak elő. A bonbonok forgalmazására sok lehetséges értékesítési hely áll rendelkezésre: dohányboltok, élelmiszerboltok, kávézók és bonbon szaküzletek. Az élelmiszerszínező gépek piacán a franchise-adó piaci részesedése 10 % alatti.

A franchise-megállapodásokban foglalt kötelezettségek zöme szükségesnek értékelhető a franchise-hálózathoz kapcsolódó szellemi tulajdonjogok védelme vagy a közös identitás és jó hírnév fenntartása érdekében, így ezek nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá. Az értékesítésre vonatkozó korlátozások (szerződéses terület és szelektív forgalmazás) arra ösztönzik a franchise-vevőket, hogy fektessenek be a színezőgép megvásárlásába és a franchise-módszerbe, valamint hozzájárulnak (még ha ez esetleg nem is feltétlenül szükséges) a közös identitás fenntartásához, így a márkán belüli versenyt érő veszteség kiegyenlítésre kerül. A versenytilalmi rendelkezés, amely a megállapodás teljes időtartamára kizár más bonbonmárkákat az üzletekből, biztosítja a franchise-adó számára az üzletek megjelenésének egységességét és annak megelőzését, hogy a versenytársai előnyt szerezzenek az ő márkanévéről. Tekintettel arra, hogy a más bonbongyártók részére számos lehetséges értékesítési hely áll rendelkezésre, ez nem vezet semmiféle komoly kizáráshoz. A szóban forgó franchise-adó franchise-megállapodásai feltehetően megfelelnek a 101. cikk (3) bekezdése szerinti mentességi feltételeknek, amennyiben az azokban foglalt kötelezettségek a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartoznak.

#### 2.6. Kizárólagos szállítás

(192) A kizárólagos szállítás címszó alá azok a korlátozások tartoznak, amelyeknek központi eleme, hogy a szállító köteles arra, vagy a szállítót arra készítetik, hogy a szerződés szerinti árukat általában csak egyetlen vevőnek vagy leginkább egy vevőnek, illetve meghatározott felhasználási célra értékesítse. Az ilyen korlátozás olyan kizárólagos szállítási kötelezettség formájában valósulhat meg, amely arra korlátozza a szállítót, hogy csak egyetlen vevőnek értékesítsen viszonteladás vagy meghatározott felhasználás céljára, de megvalósulhat például a szállítóra alkalmazott mennyiségi kényszer formájában is, amennyiben a szállító és a vevő között olyan, ösztönzőkre vonatkozó megállapodás jön létre, amely miatt az előbbi értékesítéseit főként egy vevőre összpontosítja. Közbenes termékek és szolgáltatások esetében a kizárólagos szállítást gyakran ipari szállításként említik.

(193) Ha sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-os küszöbértéket, a csoportmentességi rendelet mentességet biztosít a kizárólagos szállításra, még akkor is, ha az össze van kapcsolva más, nem különösen súlyos korlátozással, például versenytilalommal. E szakasz hátralevő része tartalmaz iránymutatást a kizárólagos szállítással összefüggő egyedi esetek értékelésére a piaci részesedési küszöbérték felett.

(194) A kizárólagos szállítás legfőbb versenykockázata más vevők versenyellenes kizárása. Hasonlóság figyelhető meg a kizárólagos forgalmazás lehetséges hatásaival, különösen akkor, ha a kizárólagos forgalmazó a piac egésze vonatkozásában kizárólagos vevővé válik (lásd a VI.2.2. szakaszt, különösen a (156) bekezdést). A vevő piaci részesedése a beszerzési piacon nyilvánvalóan fontos szempont annak értékelése során, hogy a vevő képes-e olyan kizárólagos szállítást „előírni”, amely kizárja a többi vevőt a szállított termékekhez való hozzáféréstől.

Azonban a vevőnek az értékesítési piacon való fontossága az a tényező, amely meghatározza, hogy felmerülhet-e versenyprobléma. Ha a vevőnek nincs piaci ereje az értékesítési piacon, akkor nem várható érzékelhető negatív hatás a fogyasztókra nézve. Negatív hatások akkor jelentkezhetnek, ha a vevő részesedése a downstream kínálati piacon és az upstream beszerzési piacon egyaránt meghaladja a 30 %-ot. Akkor is jelentkezhetnek számottevő kizárási hatások, ha a vevő piaci részesedése a beszerzési piacon nem haladja meg a 30 %-ot, különösen, ha a vevő piaci részesedése az értékesítési piacon viszont meghaladja a 30 %-ot, és a kizárólagos szállítás a szerződés szerinti áruk meghatározott felhasználásához kapcsolódik. Ha egy vállalkozás erőfölényben van az értékesítési piacon, akkor minden olyan kötelezettség, amely a termékek kizárólag vagy túlnyomórészt csak az erőfölényben lévő vevőnek történő értékesítésére vonatkozik, könnyen eredményezhet komoly versenyellenes hatásokat.

- (195) Nemcsak a vevő beszerzési és értékesítési piacokon betöltött pozíciója fontos, hanem az is, hogy milyen terjedelemben és milyen időtartamra alkalmaz kizárólagos szállítási kötelezettséget. Minél magasabb a leköötött szállítás aránya, és minél hosszabb a kizárólagos szállítás időtartama, valószínűleg annál jelentősebb a kizárás. Az erőfölénnyel nem rendelkező vállalkozások által öt évnél rövidebb időre vállalt kizárólagos szállítási kötelezettségek esetében általában a versenyellenes és a versenyt támogató hatások megfelelő kiegyensúlyozása szükséges, míg az öt évet meghaladó kizárólagos szállítási kötelezettségeknél a legtöbb beruházástípus esetén feltételezhető, hogy azok nem szükségesek az állított hatékonyságnövelés megvalósításához, illetve a hatékonyságnövelés nem ellensúlyozza kellő mértékben az ilyen hosszú távú kizárólagos szállítási megállapodások kizáró hatását.
- (196) Fontos a versenytárs vevők piaci pozíciója a beszerzési piacon, mivel valószínűsíthető, hogy a versenytárs vevőket versenyellenes okokból kizárják, például a költségeik növelésével, ha azok jelentősen kisebbek, mint a kizárást alkalmazó vevő. A versenytárs vevők kizárása nem túl valószínű, ha ezek a versenytársak hasonló vevői erővel rendelkeznek és a szállítóknak hasonló értékesítési lehetőségeket kínálnak. Ilyen esetben kizárás csak a lehetséges piacralépők esetében jelentkezhet, akik esetleg nem lesznek képesek beszerzéseiket biztosítani, ha a legnagyobb vevők jelentős számban kizárólagos szállítási megállapodásokat kötnek a piaci szállítók többségével. Az ilyen halmozott hatás a csoportmentességi rendelet által biztosított kedvezmény visszavonásához vezethet.
- (197) A szállító szintjén jelentkező piacralépési korlátoknak annak megállapítása szempontjából van jelentőségük,

hogy van-e tényleges kizárás. Amíg a versenytárs vevők számára hatékony az, hogy maguk részére az árukat és szolgáltatásokat az értéklánc megelőző szintjén megvalósított vertikális integrációval biztosítsák, addig nem valószínű, hogy a kizárás valódi problémát jelent. Viszont gyakran komoly piacralépési korlátok állnak fenn.

- (198) Figyelembe kell venni a szállítók kiegyenlítő erejét, mivel a jelentősebb szállítók nem hagyják egykönnyen, hogy elzárják őket az alternatív vevőktől. A kizárás kockázata ezért főként gyenge szállítók és erős vevők esetén áll fenn. Erős szállítók esetén a kizárólagos szállítás versenytildalmi kötelezettséggel összekapcsolva fordulhat elő. A versenytildalmi kötelezettséggel való összekapcsolás esetén az egyedüli márkakijelölésre kifejlesztett szabályokat is figyelembe kell venni. Ha mindkét oldalon vannak kapcsolatfüggő beruházások (feltartási probléma), akkor a kizárólagos szállítás és a versenytildalmi kötelezettség összekapcsolása, azaz a kölcsönös kizárólagosság gyakran indokolt lehet az ipari szállítási megállapodásokban, különösen az erőfölény szintje alatt.
- (199) Végezetül a kizárás szempontjából lényeges a kereskedelem szintje és a termék jellege. A versenyellenes kizárás kevésbé valószínű közbenső vagy homogén termék esetén. Először is, az a kizárt gyártó, amely bizonyos alapanyagot használ, általában rugalmasabban képes változtatni a saját ügyfelei igényére, mint a nagy-/kiskereskedő a fogyasztók igényeire, akik számára a márka szerepe nagyobb lehet. Másodsor, valamely lehetséges beszerzési forrás elvesztése kisebb jelentőséggel bír a kizárt vevők számára, ha homogén termékről van szó, mint az eltérő jellemzőkkel és minőségi szintekkel rendelkező heterogén termékek esetében. Márkás végtermékek vagy differenciált közbenső termékek esetén, ha vannak piacralépési korlátok, a kizárólagos szállítás érzékelhető versenyellenes hatásokkal járhat, ha a versenytárs vevők viszonylag kicsik a kizáró vevőhöz képest – még akkor is, ha az utóbbi nincs erőfölényben az értékesítési piacon.
- (200) Hatékonyságnövelésre lehet számítani a feltartási probléma esetében (a (107) bekezdés d) és e) pontja), és ez a közbenső termékeknél valószínűbb, mint a végtermékeknél. Más hatékonyságnövekedés kevésbé valószínű. Nem tűnik valószínűnek, hogy a forgalmazásban jelentkező esetleges méretgazdaságosság (a (107) bekezdés g) pontja) indokolná a kizárólagos szállítást.
- (201) Feltartási probléma, és még inkább a forgalmazás területén elért méretgazdaságosság esetén a szállítót kötelező mennyiségi kényszer – például minimális szállítási kötelezettség – sokkal kevésbé korlátozó jellegű alternatív megoldás lehet.

## (202) Példa a kizárólagos szállításra:

Egy bizonyos típusú alkatrész piacán (közbenső termék-piac) „A” szállító megegyezik „B” vevővel, hogy saját know-how-ját felhasználva, új gépekbe történő komoly beruházással és a „B” vevő által adott műszaki leírás segítségével kifejleszti egy adott alkatrész újabb változatát. „B”-nek komoly beruházást jelent az új alkatrész beépítése. Megegyeznek, hogy az első piacrálépést követő öt évben „A” az új terméket csak „B” vevőnek értékesíti. Ugyanezen öt év alatt „B” csak „A”-tól vásárolhatja meg az új terméket. Mind „A”, mind pedig „B” továbbra is jogosult máshol értékesíteni, illetve megvenni az alkatrész más kiviteleit. „B” vevő piaci részesedése mind a beszerzési alkatrészpiacon, mind pedig az értékesítési végtermékpiacon 40 %. Az alkatrész szállítójának piaci részesedése 35 %. Van még a piacon két másik alkatrészszállító körülbelül 20–25 %-os piaci részesedéssel, valamint számos kisebb szállító.

A jelentős beruházásokra tekintettel valószínű, hogy a megállapodás – a hatékonyságnövelésre és a korlátozott kizárási hatásra tekintettel – megfelel a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek. A további vevők a 35 %-os piaci részesedéssel rendelkező szállító termékének egy adott változata tekintetében vannak kizárva, és vannak más alkatrészszállítók, akik ki tudnak fejleszteni hasonló új termékeket. A „B” vevő általi, más szállítók felé irányuló kereslet kizárása legfeljebb a piac 40 %-át érinti.

## 2.7. Előzetes hozzáférési kifizetések

(203) Az előzetes hozzáférési kifizetések olyan rögzített díjak, amelyeket a szállítók vertikális kapcsolat keretében egy érintett időszak kezdetén annak érdekében fizetnek a forgalmazóknak, hogy hozzáférést szerezzenek forgalmazási hálózatukhoz, és amellyel a kiskereskedő által a szállítónak nyújtott szolgáltatásokat ellentételezik. Ez a kategória különböző gyakorlatokat foglal magában, például a polcpénzt <sup>(1)</sup>, az úgynevezett listán tartási díjakat <sup>(2)</sup>, valamint forgalmazó promóciós kampányaihoz való hozzáférésre jogosító kifizetéseket stb. Az előzetes hozzáférési kifizetések csoportmentességben részesülnek, ha sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-ot. E szakasz hátralevő része tartalmaz iránymutatást az előzetes hozzáférési kifizetésekkel összefüggő egyedi esetek értékelésére a piaci részesedési küszöbérték felett.

(204) Az előzetes hozzáférési kifizetések időnként más forgalmazók versenyellenes kizárásához is vezethetnek, ha az ilyen kifizetések arra készítetik a szállítót, hogy termékeit

csak egyetlen vagy korlátozott számú forgalmazón keresztül értékesítse. A magas díjak oda vezethetnek, hogy a szállító az értékesítési jelentős részét e forgalmazón keresztül kívánja intézni a díjból fakadó költségei fedezése érdekében. Ebben az esetben az előzetes hozzáférési kifizetéseknek ugyanolyan, az értéklánc következő szintjére gyakorolt kizárási hatása lehet, mint egy kizárólagos szállítás típusú kötelezettségnek. Ennek a negatív hatásnak az értékelése a kizárólagos szállítási kötelezettségek értékeléséhez hasonlóan történik (lásd különösen a (194)–(199) bekezdést).

(205) Kivételesen az előzetes hozzáférési kifizetések más szállítók versenyellenes kizárásához vezethetnek, ha az előzetes hozzáférési kifizetések széles körű alkalmazása növeli a kisebb piacrálépők belépési korlátait. E lehetséges negatív hatás értékelése az egyedüli márka kikötésére vonatkozó kötelezettségek értékeléséhez hasonlóan történik (lásd különösen a (132)–(141) bekezdést).

(206) A lehetséges kizárási hatásokon túlmenően az előzetes hozzáférési kifizetések enyhíthetik a versenyt és elősegíthetik a forgalmazók közötti összejátszást. Az előzetes hozzáférési kifizetések valószínűsíthetően növelik a szállító által a szerződés szerinti termékekre felszámított díjat, mivel a szállítónak fedeznie kell e kifizetések kiadásait. A magasabb beszerzési árak csökkenthetik a kiskereskedők azon készletét, hogy árversenyt folytassanak az értékesítési piacon, míg a forgalmazók nyeresége a hozzáférési kifizetések következtében növekszik. A forgalmazók közötti, az előzetes hozzáférési kifizetések halmozott alkalmazásán keresztül ilyen versenyenyhítéshez általában erősen koncentrált forgalmazási piacra van szükség.

(207) Az előzetes hozzáférési kifizetések alkalmazása azonban sok esetben hozzájárulhat az új termékek vonatkozásában a polcfelületek hatékony elosztásához. A forgalmazóknak gyakran kevesebb információjuk van a piacra bevezetendő új termékek lehetséges sikeréről, mint a szállítóknak, következésképp a készletezendő termékek mennyisége az optimális alatt lehet. Az előzetes hozzáférési kifizetések felhasználhatók arra, hogy csökkenjen a szállítók és a forgalmazók közötti aránytalan információmegoszlás, mivel határozottan lehetővé teszik a szállítók számára a polcfelületért való versenygést. A forgalmazó így jelzést kaphat arra vonatkozóan, hogy valószínűsíthetően mely termékek lesznek sikeresek, mivel a szállító általában akkor egyezik bele előzetes hozzáférési díj fizetésébe, ha megítélése szerint kicsi a valószínűsége annak, hogy a termék bevezetése sikertelen lesz.

<sup>(1)</sup> Olyan rögzített díjak, amelyeket a gyártók fizetnek a kiskereskedőknek azért, hogy hozzáférjenek a polcfelületeikhez.

<sup>(2)</sup> Olyan általánosságú kifizetések, amelyek annak biztosítására szolgálnak, hogy egy meglévő termék további időszakon keresztül polcon tartható legyen.

(208) Ezen túlmenően – a (207) bekezdésben említett aránytalan információ-megoszlás miatt – a szállítók megpróbálhatnak az optimálisnál gyengébb termékek bevezetése érdekében potyázni a forgalmazó promóciós erőfeszítéseiből. A termék sikertelensége esetén a forgalmazók fizetik a termék sikertelensége miatti költségek egy részét. Az előzetes hozzáférési díjak alkalmazása megakadályozhatja az ilyen potyázást azáltal, hogy a termék sikertelenségének kockázatát visszahárítja a szállítókra, hozzájárulva ezáltal a termékbevezetések optimális arányához.

### 2.8. Kategóriamenedzsment-megállapodások

(209) A kategóriamenedzsment-megállapodások olyan megállapodások, amelyekkel egy forgalmazási megállapodás keretében a forgalmazó megbízza a szállítót (a „kategóriavezetőt”) valamely termék-kategória marketingjével, amely általában nem csak a szállító, hanem versenytársainak termékeit is tartalmazza. A kategóriavezető így befolyásolhatja például a termékek elhelyezését és promócióját, illetve az üzlet termékválasztékát. A kategóriamenedzsment-megállapodásokat a csoportmentességi rendelet mentesíti, ha sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-ot. E szakasz hátralevő része tartalmaz iránymutatást a kategóriamenedzsment-megállapodásokkal összefüggő, a piaci részesedési küszöbértéket meghaladó egyedi esetek értékelésére.

(210) A kategóriamenedzsment-megállapodások ugyan a legtöbb esetben nem okoznak problémát, de bizonyos esetekben torzíthatják a szállítók közötti versenyt, és végül más szállítók versenyellenes kizárásához vezethetnek, ha a kategóriavezető – a forgalmazó marketingdöntései feletti befolyásának köszönhetően – képes korlátozni vagy hátrányos helyzetbe hozni a versenytárs szállítók termékeinek forgalmazását. Noha a legtöbb esetben a forgalmazónak nem fűződik érdeke termékinálatának szűkítéséhez, ha azonban saját márkaneve alatt versengő termékeket is értékesít (sajátmárkás termékek), hathatnak rá ösztönzők egyes szállítók kizárása irányába is, különösen a közepes árfekvésű termékek esetében. Ennek az értéklánc megelőző szintjére irányuló kizárási hatásnak az értékelése az egyedüli márka kikötésére vonatkozó kötelezettségek értékeléséhez hasonlóan történik (lásd különösen a (132)–(141) bekezdést), olyan kérdések vizsgálatával, mint az ilyen megállapodások által lefedett piac nagysága, a versenytárs szállítók piaci pozíciója, vagy a megállapodások lehetséges halmozott alkalmazása.

(211) Ezen túlmenően a kategóriamenedzsment-megállapodások elősegíthetik a forgalmazók közötti összefűzést, amikor egy adott piacon a versengő forgalmazók mindegyike vagy többsége szempontjából kategóriavezetőnek minősülő azonos szállító ezen forgalmazók számára közös hivatkozási pontot biztosít marketingdöntéseikhez.

(212) A kategóriamenedzsment a szállítók közötti összefűzést is elősegítheti a szenzitív piaci információk – például jövőbeli árképzéssel, promóciós tervekkel vagy reklámkampányokkal kapcsolatos információk – kiskereske-

dőkön keresztüli cseréjére való lehetőségek bővülése révén<sup>(1)</sup>.

(213) A kategóriamenedzsment-megállapodások alkalmazása azonban hatékonyságnövekedéshez is vezethet. A kategóriamenedzsment-megállapodások termékek meghatározott csoportja tekintetében hozzáférést biztosíthatnak a forgalmazók számára a szállító marketingszakértelméhez, valamint lehetővé teszik méretgazdaságosság elérését, mivel biztosítják, hogy a termékek optimális mennyisége a megfelelő időpontban, közvetlenül a polcokon jelenjen meg. Tekintve, hogy a kategóriamenedzsment az ügyfelek szokásain alapul, a kategóriamenedzsment-megállapodások nagyobb fokú ügyfél-éledegettséghez vezethetnek, mivel segítenek jobban megfelelni a keresleti várakozásoknak. Általában minél élesebb a márkák közötti verseny, és minél alacsonyabbak a fogyasztók váltási költségei, annál magasabbak a kategóriamenedzsment révén elért gazdasági előnyök.

### 2.9. Árukapcsolás

(214) Az árukapcsolás olyan helyzetekre vonatkozik, amelyekben valamely adott terméket (a kapcsoló terméket) megvásárló ügyfelek ugyanattól a szállítótól vagy ez utóbbi által kijelölt más személytől egy másik különálló terméket (a kapcsoló terméket) is kötelesek megvásárolni. Az árukapcsolás a 102. cikk szerinti visszaélésnek minősülhet<sup>(2)</sup>. Az árukapcsolás a 101. cikk hatálya alá tartozó vertikális korlátozásnak is minősülhet, ha a kapcsoló termék vonatkozásában egyedüli márkakikötés típusú kötelezettséget (lásd a (129)–(150) bekezdést) eredményez. Ez az iránymutatás csak az utóbbi helyzetre vonatkozik.

(215) Az, hogy a termékek különállónak minősülnek-e, az ügyfélkereslettől függ. Két termék különálló terméknek minősül, ha – árukapcsolás hiányában – jelentős számú ügyfél megvásárolná vagy megvásárolta volna a kapcsoló terméket, anélkül, hogy ugyanazon szállítótól megvette volna a kapcsoló terméket is, lehetővé téve ezáltal mind a kapcsoló, mind a kapcsoló termék önálló előállítását<sup>(3)</sup>. Annak bizonyítása, hogy két termék különálló termék, történhet azon közvetlen bizonyíték révén, hogy szabad választás esetén az ügyfelek különböző szállítási forrásokból külön-külön vásárolják meg a kapcsoló és a kapcsoló terméket, illetve magában foglalhat közvetett bizonyítást is, mint például a kapcsoló termék kapcsoló termék nélküli gyártására vagy értékesítésére szakosodott vállalkozások piaci jelenléte<sup>(4)</sup>, illetve történhet azon bizonyíték révén, amely azt jelzi, hogy a kevés piaci

<sup>(1)</sup> A versenytársak közötti közvetlen információcsere nem tartozik a csoportmentességi rendelet hatálya alá, lásd azon rendelet 2. cikkének (4) bekezdését, valamint ezen iránymutatás (27)–(28) bekezdését.

<sup>(2)</sup> A Bíróság C-333/94. P sz. Tetrapak kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 1996., I-5951. o.) 37. pontja. Lásd még az Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról szóló bizottsági közleményt, HL C 45., 2009.2.24., 7–20. o.

<sup>(3)</sup> Az Elsőfokú Bíróság T-201/04. sz. Microsoft kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 2007., II-3601. o.) 917., 921. és 922. pontja.

<sup>(4)</sup> Az Elsőfokú Bíróság T-30/89. sz. Hilti kontra Bizottság ügyben hozott ítéletének (EBHT 1991., II-1439. o.) 67. pontja.

erővel rendelkező vállalkozások – különösen a versengő piacokon – inkább nem kapcsolnak össze vagy értékesítenek csomagban ilyen termékeket. Például, mivel az ügyfelek a cipőt fűzővel együtt akarják megvásárolni, és a forgalmazók számára a gyakorlatban nem kivitelezhető, hogy az új cipőket a választásuk szerinti cipőfűzőkkel lássák el, az lett a kereskedelmi szokás, hogy a cipőgyártók fűzővel együtt szállítják a cipőket. Így a cipők fűzővel történő értékesítése nem minősül árukapcsolásnak.

- (216) Az árukapcsolás a kapcsolt áru piacán, a kapcsoló áru piacán, vagy mindkettőn versenyellenes kizárási hatásokhoz vezethet. A kizárási hatás attól függ, hogy a kapcsolt termék piacán végrehajtott összes értékesítésnek hány százaléka kapcsolt. Abban a kérdésben, hogy a 101. cikk (1) bekezdése alapján mi minősül érzékelhető kizárásnak, az egyedüli márkakikötésre vonatkozó elemzés alkalmazható. Az árukapcsolás azt jelenti, hogy a kapcsolt termék vonatkozásában a vevőre nézve a mennyiségi átvételi kényszer legalább egy formája fennáll. Ha a kapcsolt termék esetében még versenytilalmi kötelezettséget is kikötnek, ez növeli a kapcsolt termék piacán az esetleges kizárási hatást. Ez a kapcsolt termék iránt érdeklődő, de a kapcsoló termék iránt nem érdeklődő ügyfelekért folytatott verseny enyhüléséhez vezethet. Ha nincs elegendő számú olyan ügyfél, aki külön megvásárolná a kapcsolt terméket, fenntartva ezzel a szállító versenytársait a kapcsolt piacon, az árukapcsolás ezen ügyfelek számára magasabb árakat eredményezhet. Amennyiben a kapcsolt termék a kapcsoló terméket vásárló ügyfelek számára fontos kiegészítő termék, a kapcsolt termék más lehetséges szállítóinak csökkenése, és ennél fogva az adott termék csökkent elérhetősége megnehezítheti a kapcsoló piacra való önálló belépést.
- (217) Az árukapcsolás versenyár feletti árakhoz is vezethet, különösen három esetben. Először is, amennyiben a kapcsoló és a kapcsolt termék változó arányban használható előállítási folyamat alapanyagaként, az ügyfelek reagálhatnak úgy a kapcsoló termék áremelkedésére, hogy növelik a kapcsolt termék iránti keresletüket, ugyanakkor pedig visszafogják a kapcsoló termék iránti keresletüket. A két termék kapcsolásával a szállító törekedhet ennek a helyettesítésnek az elkerülésére, és ennek következtében emelni tudja árait. Másodsor, ha az árukapcsolás árdiszkriminációra ad lehetőséget attól függően, hogy az ügyfél hogyan használja a kapcsoló terméket, például tintapatron értékesítésének a fénymásoló gép értékesítéséhez való kötése (adagolás). Harmadsor, ha hosszú távú szerződések esetén vagy hosszú csereidejű eredeti berendezések helyettesítési célokra történő beszerzésének a piacon az ügyfelek nehezen tudják kiszámítani az árukapcsolás következményeit.
- (218) Az árukapcsolást a csoportmentességi rendelet mentesíti, amennyiben sem a szállítónak mind a kapcsoló mind a kapcsolt termék piacán meglévő piaci részesedése, sem a vevőnek az érintett beszerzési piacokon meglévő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-ot. Ez összekapcsolható más olyan vertikális korlátozásokkal is, amelyek nem különösen súlyos korlátozások a rendelet szerint, például versenytilalmi korlátozással vagy mennyiségi átvételi kényszerrel a kapcsoló termék tekintetében, illetve kizárólagos beszerzéssel. E szakasz hátralevő része tartalmaz iránymutatást az árukapcsolással összefüggő, a

piaci részesedési küszöbértéket meghaladó egyedi esetek értékelésére.

- (219) A lehetséges versenyellenes hatások értékelése tekintetében természetesen a szállítónak a kapcsoló termék piacán meglévő piaci pozíciója a legfontosabb szempont. Az ilyen jellegű megállapodást általában a szállító írja elő. A szállítónak a kapcsoló termék piacán betöltött jelentős pozíciója a fő oka annak, hogy a vevő esetleg nehezen utasít vissza árukapcsolási kötelezettséget.
- (220) A szállító piaci erejének értékeléséhez fontos a szállító versenytársainak a kapcsoló termék piacán betöltött piaci pozíciója. Amíg versenytársai kellő számban vannak jelen és kellően erősek, addig nem várhatók versenyellenes hatások, mivel a vevőknek elegendő választási lehetőségük van a kapcsoló termék kapcsolt termék nélküli megvásárlására – kivéve, ha más szállítók hasonló árukapcsolást alkalmaznak. Ezenkívül a kapcsoló termék piacának belépési korlátai is fontos információval szolgálnak a szállító piaci pozíciójának meghatározásához. Jelentősen megerősíti a szállító helyzetét, ha az árukapcsolást a kapcsoló termék tekintetében versenytilalmi kötelezettséggel kapcsolják össze.
- (221) A vevői erő azért lényeges, mert a fontos vevők nem kényszeríthetők egykönnyen az árukapcsolás elfogadására úgy, hogy a lehetséges hatékonyságnövekedés legalább egy részéből ne részesüljenek. A nem hatékonyságra épülő árukapcsolás tehát főként akkor jelent kockázatot, ha a vevők nem rendelkeznek jelentős vevői erővel.
- (222) Érzékelhető versenyellenes hatások megállapítása esetén felmerül a kérdés, hogy teljesülnek-e a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek. Az árukapcsolási kötelezettségek hozzájárulhatnak közös gyártásból vagy közös forgalmazásból adódó hatékonyságnövekedéshez. Ha a kapcsolt terméket nem a szállító állítja elő, akkor hatékonyságnövekedés abból is adódhat, ha a szállító nagy mennyiséget vásárol a kapcsolt termékből. A 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek teljesítésére törekedve azonban igazolni kell, hogy ezeknek a költségsökkentéseknek legalább egy részét továbbadják a fogyasztónak, ami nem szokásos gyakorlat, ha a kiskereskedő ugyanazt vagy az egyenértékű terméket rendszeresen ugyanolyan vagy jobb feltételekkel tudja beszerezni, mint amelyekkel az árukapcsolási gyakorlatot alkalmazó szállító kínálja a terméket. Másik lehetséges hatékonyságnövelő tényező akkor állhat fenn, ha az árukapcsolás elősegíti az egységesítést és a minőségi szabványok alkalmazását (lásd a (107) bekezdés i) pontját). Azt azonban bizonyítani kell, hogy a pozitív hatásokat nem lehetne ugyanilyen hatékonyan elérni azzal, ha a vevő részére előírnák, hogy a minimális minőségi szabványoknak megfelelő termékeket használjon vagy értékesítsen viszonteladóként – anélkül, hogy előírnák számára, hogy ezeket a szállítótól vagy az általa kijelölt más személytől vásárolja meg. A minimális minőségi szabványokra vonatkozó követelmények főszabály szerint nem tartoznának a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá. Ha a kapcsoló termék szállítója meghatározza a vevő részére, hogy az mely szállítóktól köteles megvásárolni a kapcsolt terméket – például

azért, mert minimális minőségi szabványok meghatározása nem lehetséges –, ez szintén a 101. cikk (1) bekezdésének hatályán kívül eshet, különösen akkor, ha a kapcsoló termék szállítójának nem származik közvetlen (pénzügyi) előnye a kapcsolt termék szállítóinak kijelöléséből.

#### 2.10. Viszonteladási árakra vonatkozó korlátozások

(223) A III.3. szakaszban kifejtetteknek megfelelően különösen súlyos korlátozásnak minősül a viszonteladási ár meghatározása, azaz az olyan megállapodás vagy olyan összehangolt magatartás, amelynek közvetett vagy közvetlen célja olyan rögzített összegű vagy minimális viszonteladási ár, illetve rögzített összegű vagy minimális árszint meghatározása, amelyet a vevőnek figyelembe kell vennie. Ha egy megállapodás viszonteladási ár meghatározást tartalmaz, vélelmezhető, hogy az korlátozza a versenyt, és a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik. Az is feltételezhető, hogy a megállapodás valószínűleg nem tesz eleget a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételeknek, ezért a csoportmentesség nem alkalmazandó. A vállalkozásoknak azonban lehetőségük van arra, hogy egyedi esetben a 101. cikk (3) bekezdése alapján hatékonyságnöveléssel érveljenek. A felekre hárul a viszonteladási ár meghatározásának a megállapodásukba foglalásából várható hatékonyságnövekedés bizonyítása és a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt valamennyi feltétel teljesülésének bemutatása. Ezt követően a Bizottságra hárul az a feladat, hogy a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek teljesüléséről való határozást megelőzően hatékonyan értékelje a versenyre és a fogyasztókra gyakorolt várható negatív hatásokat.

(224) A viszonteladási ár meghatározása számos módon korlátozhatja a versenyt. A viszonteladási ár meghatározása először is elősegítheti a szállítók közötti összejátszást – azáltal, hogy növeli a piacon az árak átláthatóságát, elősegítve annak kimutatását, hogy egy szállító árcsökkenéssel eltér-e az összejátszáson alapuló egyensúlytól. A viszonteladási ár meghatározása kioltja a szállító azon készítését is, hogy forgalmazói felé csökkentse az árakat, mivel a rögzített viszonteladási ár megakadályozza abban, hogy az értékesítés növekedéséből származzon előnye. Ez a negatív hatás különösen akkor valószínű, ha a piac hajlamos az összejátszásra, például ha a gyártók szoros oligopoliumot alkotnak, és a viszonteladási ár meghatározásáról szóló megállapodások a piac jelentős részét lefedik. Másodszor, a márkán belüli árverseny megszüntetésével a viszonteladási ár meghatározása elősegítheti a vevők közötti, azaz a forgalmazási szinten megvalósuló összejátszást is. Az erős vagy jól szervezett forgalmazók arra kényszeríthetnek egy vagy több szállítót, illetve meggyőzhetik őket arról, hogy a versenyszint felett rögzítsék a viszonteladási árakat, és ezáltal segítsenek nekik az összejátszáson alapuló egyensúly elérésében vagy stabilizálásában. Az árverseny megszűnése kifejezetten problémásnak tűnik, ha a viszonteladási ár meghatározását azok a vevők ösztönzik, akiknek a közös horizontális érdekei várhatóan negatívan hatnak a fogyasztókra. Harmadszor, a viszonteladási ár meghatározása

általánosságban enyhítheti a gyártók és/vagy a kiskereskedők közötti versenyt, különösen, ha a gyártók ugyanazon forgalmazókat veszik igénybe termékeik forgalmazásához, és valamennyien vagy közülük sokan alkalmazkodik a viszonteladási ár meghatározását. Negyedszer, a viszonteladási ár meghatározásának azonnali hatásaként valamennyi vagy bizonyos számú forgalmazó számára akadályba ütközik, hogy az adott márka vonatkozásában leszállítsa eladási árát. Másképp fogalmazva: a viszonteladási ár meghatározásának közvetlen hatása áremelkedés. Ötödször, a viszonteladási ár meghatározása csökkentheti a gyártó árrésére nehezedő nyomást, különösen akkor, ha a gyártónak kötelezettségvállalási problémája van, azaz akkor, ha érdeke fűződik a későbbi forgalmazóknak felszámított ár csökkentéséhez. Ilyen helyzetben elképzelhető, hogy a gyártó inkább hozzájárul a viszonteladási ár meghatározásához annak érdekében, hogy az elősegítse azt a kötelezettségvállalását, hogy a későbbi forgalmazók vonatkozásában nem csökkenti az árakat, és hogy csökkentse a saját árrésére nehezedő nyomást. Hatodszor, a viszonteladási ár meghatározását alkalmazhatja olyan gyártó, aki elégséges piaci erővel rendelkezik a kisebb riválisok kizárásához. A megnövekedett árrés, amit a piaci ár meghatározása a forgalmazók számára kínál, arra csábíthatja őket, hogy az ügyfeleknek nyújtott tanácsadás során akkor is egy meghatározott márkát hozzanak előnyös helyzetbe más, rivális márkákkal szemben, ha ez nem áll ezeknek az ügyfeleknek az érdekében, illetve, hogy egyáltalán ne értékesítsék a versenytárs márkákat. Végezetül a viszonteladási ár meghatározása a forgalmazás szintjén csökkentheti a dinamizmust és az innovációt. A viszonteladási ár meghatározása – azáltal, hogy akadályozza a különböző forgalmazók közötti árversenyt – megakadályozhatja, hogy hatékonyabb kiskereskedők alacsonyabb árakkal lépjenek a piacra és/vagy érjenek el elégséges méretet. Megakadályozhatja vagy megnehezítheti alacsony árakon alapuló forgalmazási módok, például diszkontok megjelenését és elterjedését is.

(225) A viszonteladási ár meghatározása azonban nem csak a versenyt korlátozhatja, hanem – különösen abban az esetben, ha szállítóvezérelt – hatékonyságnövekedést is eredményezhet, amelynek értékelésére a 101. cikk (3) bekezdése szerint kerül sor. Különösképpen, ha a gyártó bevezet egy új terméket, a viszonteladási ár meghatározása segíthet a forgalmazókat arra ösztönözni a keresletnövelési bevezető szakasz során, hogy nagyobb figyelmet fordítsanak a gyártónak a termék népszerűsítésére vonatkozó érdekeire. A viszonteladási ár meghatározása biztosíthatja a forgalmazók számára az értékesítési erőfeszítések fokozásához szükséges eszközöket, és amennyiben az e piacon belüli forgalmazókra versenyhelyzeti nyomás nehezedik, ez arra készítheti őket, hogy bővítsék a termék iránti általános keresletet, és sikeresse tegyék a termék bevezetését, ami a fogyasztók számára is kedvező<sup>(1)</sup>. Hasonlóképpen, a rögzített viszonteladási árak – és nem csak a maximális viszonteladási árak – szükségesek lehetnek ahhoz, hogy egy franchise-rendszerben vagy hasonló, egységes forgalmazási

<sup>(1)</sup> Ez feltételezi, hogy a szállító szempontjából nem praktikus hatékony promóciós követelményeket szerződéses úton előírni a vevők számára, lásd még a (107) bekezdés a) pontját.

formát alkalmazó forgalmazási rendszerben a fogyasztók szempontjából is előnyös, összehangolt, rövid távú (a legtöbb esetben 2–6 hét) árkampányt hajtsanak végre. Bizonyos helyzetekben a viszonteladási ármeghatározás kínálta extra árrés lehetővé teheti a kiskereskedők számára (kiegészítő) értékesítés előtti szolgáltatások nyújtását, különösen a tapasztalati vagy az összetett termékek esetében. Ha elég ügyfél használja ki az ilyen szolgáltatások kínálta előnyöket döntésük meghozatalához, de aztán alacsonyabb áron vásárolnak azoknál a kiskereskedőknél, akik nem kínálnak ilyen szolgáltatásokat (és akiknél így nem merülnek fel az ezzel kapcsolatos költségek), a kiterjedt szolgáltatásokat kínáló kiskereskedők csökkenthetik a szállító termékeinek keresletét növelő szolgáltatások színvonalát, vagy be is szüntethetik azokat. A viszonteladási ár meghatározása segíthet az ilyen, forgalmazók szintjén jelentkező potyázások megakadályozásában. A feleknek a 101. cikk (3) bekezdésében foglalt feltételek teljesítésének igazolása részeként meggyőzően be kell mutatniuk, hogy a viszonteladási ár meghatározásáról szóló megállapodás nem pusztán módszereket, hanem ösztönzőket is kínál az e szolgáltatásokat nyújtó kiskereskedők közti esetleges potyázás kiküszöbölésére, és hogy az értékesítés előtti szolgáltatások összességében a fogyasztók javát szolgálják.

- (226) Az a gyakorlat, hogy a viszonteladó részére viszonteladási árat ajánlanak, illetve a viszonteladó számára maximális viszonteladási ár betartását írják elő, a csoportmentességi rendelet hatálya alá tartozik, ha a szerződő felek egyikének piaci részesedése sem haladja meg a 30 %-os küszöbértéket, feltéve, hogy az nem válik minimális vagy rögzített eladási árrá a felek bármelyike által gyakorolt kényszer vagy ösztönző hatás következtében. E szakasz hátralevő része tartalmaz iránymutatást a maxi-

mális vagy ajánlott viszonteladási árak értékelésére a piaci részesedési küszöbérték felett, és a csoportmentesség visszavonásának eseteire.

- (227) A maximális vagy az ajánlott árak jelentette lehetséges veszély a versenyre nézve, hogy a viszonteladók számára központi árként fognak működni, és a viszonteladók többsége vagy mindegyike ezt fogja követni, és/vagy hogy a maximális vagy ajánlott árak enyhíthetik a versenyt vagy elősegíthetik a szállítók közötti összejátszást.
- (228) A maximális vagy ajánlott viszonteladási árak lehetséges versenyellenes hatásainak értékelése során a szállító piaci pozíciója is fontos tényező. Minél erősebb a szállító piaci pozíciója, annál nagyobb annak a kockázata, hogy a legnagyobb vagy az ajánlott viszonteladási ár az adott árszintnek a viszonteladók általi többé-kevésbé egységes alkalmazásához vezet, mivel azt esetleg központi árként alkalmazzák. Esetleg nehéz lehet számukra eltérni attól az ártól, amit úgy értékelnek, hogy az a piac egy ilyen fontos szállítója által ajánlott, preferált viszonteladási ár.
- (229) Amennyiben a maximális vagy ajánlott viszonteladási árak kapcsán érzékelhető versenyellenes hatásokat állapítanak meg, felmerül a 101. cikk (3) bekezdése szerinti lehetséges mentesség kérdése. A maximális viszonteladási árak vonatkozásában a (107) bekezdés f) pontjában ismertetett hatékonyságnövelés (a kettős marginalizáció elkerülése) különösen lényeges lehet. A maximális viszonteladási ár segíthet annak biztosításában is, hogy a kérdéses márka erőteljesebben versenyezzen a többi márkával, ideértve az azonos forgalmazó által forgalmazott saját márkát viselő termékeket.