

**GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL**

VERSENY- TÜKÖR

- Az érintett piac meghatározásáról szóló bizottsági közlemény megújítása
- Az új vertikális csoportmentességi rendelet és iránymutatás – a fő változások bemutatása
- Az influenszermarketing kérdései a versenyfelügyeleti eljárásokban
- A technológiai fejlesztést korlátozó kartell az autópiacon
- Maciej Bernatt: Populism and Antitrust (szemle)
- Egy versenyjogi témájú nagydoktori dolgozatról (szemle)

**XVIII. évfolyam
2022/1. szám**

Tartalom

Előszó	4
Berezvai Zombor	
Az érintett piac meghatározásáról szóló európai bizottsági közlemény megújítása	5
Gál Gábor	
Az új vertikális csoportmentességi rendelet és iránymutatás – a fő változások bemutatása	13
Réger Ákos	
Versenyjogi probléma vagy hatékony üzletmenet? A Google szerepe az online hirdetésközvetítő piacokon.	25
Szalatkay Judit	
IoT versenyjogi szemmel – Az Európai Bizottság ágazati vizsgálata a fogyasztói IoT-szektorban	39
Szász Dávid	
A ne bis in idem-elv mint a versenyfelügyeleti szankcionálást korlátozó princípium, különös tekintettel az Európai Unió Bíróságának a C-117/20. számú bpost-ügyben tett megállapításaira	52
Szoboszlai Izabella	
Az influenszermarketing kérdései a versenyfelügyeleti eljárásokban	62
Bedő Renáta	
Az Európai Unió Törvényszéke ítéletének megállapításai a Scania AB és társai kontra Európai Bizottság ügyében (T-799/17. sz. ügy), különös tekintettel a „hibrid” eljárásokra	82
Merrikin Gina	
Az Európai Unió Bíróságának a C-151/20. sz. Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ügyben hozott ítélete – a ne bis in idem elvének korlátozása.	87
Papp Bianka	
Az EUMSZ 101. cikk megsértéséből eredő kártérítési igények nemzeti bíróságok előtti érvényesíthetőségéről, figyelemmel az EUMSZ 104. és 105. cikk átmeneti rendelkezéseire – az Európai Unió Bíróságának C-819/19. sz. ügyben hozott ítélete.	93
Számel Kristóf Artúr	
A technológiai fejlesztést korlátozó kartell az autópiacon.	99
Vass Anna	
Felelhet-e a leányvállalat az anyavállalat versenyellenes magatartásával okozott kárért? – A Bíróság C-882/19. sz. ügyben született ítélete	104
Zelember-Berencsi Nikolett	
Az Európai Unió Bíróságának C-306/20. számú „Visma Enterprise” SIA-ügyben született ítélete, figyelemmel a szállító és forgalmazó között létrejött megállapodás nyilvántartásba vételi kötelezettségre vonatkozó és elsőbbségi jogot biztosító kikötésére	112
Kopácsi István	
Maciej Bernatt: Populism and Antitrust	119
Sándor István, DSc	
Egy versenyjogi témájú nagydoktori dolgozatról	122

VERSENYTÜKÖR 2022/1. (XVIII. évfolyam, 1. szám)

ISSN 1787-5196 (Nyomtatott) [megj.: 2005-2019]
ISSN 2939-6751 (Online)

A Versenytükör a Gazdasági Versenyhivatal szakmai folyóirata.

A lapban közölt írások és az azokban megfogalmazott vélemények kizárólag a szerzők álláspontját tükrözik és azok nem tekinthetők a Gazdasági Versenyhivatal álláspontjának.

Megjelenik: évente két alkalommal, a nyári és a téli hónapokban.
Kiadja a Gazdasági Versenyhivatal (1026 Budapest, Riadó u. 1–3.)

A kiadásért felel a szerkesztőség: Tóth András felelős főszerkesztő, Bara Zoltán, Nagy Csongor István, Püskösty András, Osztovits András,
Tóth Tihamér

Szerkesztőbizottság: Rigó Csaba Balázs a Szerkesztőbizottság elnöke, Bak László, Domokos László, Koltay András, Kovács László, Varga Zs. András
Szerkesztőasszisztens: Büki Renáta

A folyóirat ingyenes.

Megrendelni és lemondani az alábbi e-mail-címre küldött üzenettel lehet: versenytukor@gvh.hu

A Versenytükör egyes számai elérhetők és letölthetők a www.gvh.hu [Kiadványok/Versenytükör/Lapszámok](#) oldalról. A www.gvh.hu [Kiadványok/Versenytükör/Szerzőknek](#) oldalról letöltött módszertani útmutató alapján készült publikálásra szánt írások a versenytukor@gvh.hu e-mail-címre küldhetők.

Tisztelt Olvasó!

A Versenytükör tematikájának megfelelő versenyjogi és versenypolitikai területeket érintő fejlemények, aktualitások mellett nagy örömünkre szolgál, hogy jelen kiadványunkban helyet kapott szerkesztőségi tagunk, Nagy Csongor István Magyar Tudományos Akadémiai doktori értekezésének elismerő bírálata, amely jól példázza a Versenytükör tudományos életben betöltött súlyát.

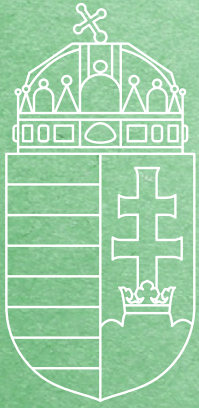
Idei első lapszámunkban olvashatnak az egyre szélesebb körben elterjedő influenszermarketing jelenségről, ennek versenyfelügyeleti eljárásokban felmerülő alapvető kérdéseiről, és megismerhetik a Gazdasági Versenyhivatal e téren kialakult joggyakorlatát. A technológiai fejlődés eredményeképpen kialakult fogyasztói IoT (Internet of Things) piac kapcsán bemutatjuk az Európai Bizottság közelmúltban zárult ágazati vizsgálatának tanulságait, és a lehetséges szabályozási és jogalkalmazási irányokat.

Betekintést nyerhetnek az olvasók az új, 2022-ben hatályba lépett vertikális csoportmentességi rendelet, és az ahhoz kapcsolódó, a vertikális korlátozásokra vonatkozó iránymutatás újdonságaiba, és helyzetjelentést kaphatnak a jelenleg még folyamatban levő, az érintett piac meghatározásáról szóló bizottsági közlemény megújításának állásáról. Mindezek mellett az Európai Unió Bírósága és a Törvényszék ítéleteiben lehet elmélyedni, többek közt a ne bis in idem elv értelmezéséről, magánjogi jogérvényesítésről és az ún. hibrid eljárásokról.



Dr. Tóth András
főszerkesztő

*elnökhelyettes, Gazdasági Versenyhivatal
a Versenytanács elnöke
tanszékvezető egyetemi docens (KRE-ÁJK)*



Berezvai Zombor¹

Az érintett piac meghatározásáról szóló európai bizottsági közlemény megújítása

Revision of the Market Definition Notice of the European Commission

Abstract: *The Market Definition Notice of the European Commission was published in 1997. The review process of this notice started in 2020. The aim of this paper is to briefly introduce the review process and to summarize the results of the five evaluation questions (relevance, effectiveness, efficiency, coherence, and EU added value) based on the documents published by the European Commission.*

Tárgyszavak: piacmeghatározás, Európai Bizottság közleménye, megújítás
Keywords: market definition, Commission Notice, revision

1. Bevezetés

A versenyfelügyeleti eljárások egyik sarkalatos pontja az érintett piac meghatározása. A fúziók engedélyezése, az erőfölényes ügyek kimenetele alapvetően függ attól, hogy az érintett piac mennyire szűk vagy éppen tág, hiszen ezen az érintett piacon szükséges megvizsgálni a piacszerkezeti struktúrákat, meghatározni a vállalkozások piaci részesedését, értékelni a belépési korlátokat. Az Európai Bizottság („Bizottság”) a közösségi versenyjog alkalmazása során az érintett piac meghatározásával kapcsolatban alkalmazott alapelveit és tapasztalatait, követett módszereit az 1997-ben kiadott közleményében² foglalta össze. Az elmúlt 25 évben a piacok jelentősen átalakultak, tovább bővült

a nemzetközi kereskedelem, a digitális piacok jelentősége megnőtt, illetve mind a Bizottság, mind a nemzeti versenyhatóságok jelentős tapasztalatokra tettek szert a piacmeghatározás terén. Eközben pedig új bírósági döntések is születtek, amelyek további útmutatással szolgáltak többek között a piacmeghatározással kapcsolatban is. Ezek időszzerűvé tették a közlemény felülvizsgálatát és megújítását, amelyet 2020-ban indított el a Bizottság. A megújított közlemény várhatóan 2023 elején fog megjelenni.

Jelen tanulmány a felülvizsgálat során eddig keletkezett két dokumentum, a Bizottság munkatársai által készített összefoglaló³ és a külső szakértők által készített értékelési tanulmány⁴ legfontosabb tapasztalatait és megállapításait foglalja össze.

¹ Irodavezető, Gazdasági Versenyhivatal – Versenyközgazdasági és Piackutatási Iroda; egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem. A jelen írás nem minősül a Gazdasági Versenyhivatal álláspontjának, az a szerző véleményét tükrözi.

² Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law, OJ C 372/5, 9.12.1997. (magyarul: A Bizottság közleménye a közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról), 1997. 12. 09., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31997Y1209%2801%29>, letöltés: 2022. 06. 08.).

³ Commission staff working document evaluation of the Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law of 9 December 1997, SWD/2021/0199 final, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021SC0199> (letöltés: 2022. 06. 08.)

⁴ Support study accompanying the evaluation of the Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law. Final report. 2021, <https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-06/>

2. A közlemény megújításának folyamata

Az érintett piac meghatározásával foglalkozó közlemény megújítása négy fő fázisból állt. Elsőként a Bizottság kialakította a folyamat főbb lépéseit és a megújítás ütemtervét.

Ezt követően az 1997-ben kiadott közlemény értékelésére került sor. Ennek keretében több konzultáció és workshop is volt az EU-tagállamok versenyhatóságaival, illetve nyilvános konzultációra is sor került, ahol vállalkozások, szakmai és érdekvédelmi szervezetek, az akadémiai szféra, illetve jogi és közgazdasági szakértők, tanácsadók is kifejtették álláspontjukat. Ennek részeként a Bizottság megbízásából egy tanácsadó és kutató cégekből álló konzorcium részletesen áttekintette a vonatkozó akadémiai szakirodalmat, és az egyes nemzeti versenyhatóságok tapasztalatait, jogalkalmazását.

Az értékelési folyamat során alapvetően öt kritérium mentén történt a meglévő közlemény értékelése:

- relevancia (A közlemény mennyire jelentős szerepet tölt be a versenyjog területén?);
- eredményesség (Megfelelő és transzparens tájékoztatást, útmutatást nyújt-e, figyelembe véve az 1997 óta bekövetkezett változásokat?);
- hatékonyság (Kellően érthető-e, illetve hozzájárul-e a versenyjogi jogalkalmazás és megfelelés költségeinek csökkentéséhez és eredményeinek növeléséhez?);
- koherencia (A közlemény egyes részei összhangban vannak-e egymással, illetve az európai bíróságok döntéseivel, a Bizottság gyakorlatával és más EU-s szakpolitikákkal?);
- EU-szintű hozzáadott érték (Elősegíti-e, hogy az Európai Unióban egységes legyen a jogalkalmazás?).

Az ezekre a kérdésekre adott válaszok adják meg, hogy a meglévő piacmeghatározási közleményt mely pontokon szükséges módosítani, frissíteni.

Harmadik lépésként a Bizottság publikálta az értékelések eredményeit, majd ez alapján került

– negyedik lépésként – az új közleménytervezet megírására, ami újabb egyeztetési körökön keresztül véglegesedik majd. Jelenleg a harmadik lépés lezárása már megtörtént, és megszületett a megújított közleménytervezet első változata, amely azonban még nem nyilvános.

3. A piacmeghatározással kapcsolatos tapasztalatok összefoglalása

A piacmeghatározással foglalkozó közlemény megújítása során az Európai Bizottság elsődleges célja tehát az volt, hogy felmérje, hogy az 1997-es közlemény mennyire releváns, eredményes, hatékony, koherens, és mennyiben segíti az egységes jogalkalmazást az Európai Unió területén. Az ezekkel kapcsolatos megállapításokat foglalja össze a Bizottság értékelő dokumentuma,⁵ amelynek legfontosabb megállapításait mutatom be ebben a fejezetben.

3.1. Relevancia

A piacmeghatározási közlemény relevanciájának értékelése két részre bontható. Egyrészt a versenypolitikai jogérvényesítés jelentőségét szükséges értékelni, hiszen ennek fontossága alapvetően befolyásolja azt, hogy mennyire lehet társadalmilag jelentős bármilyen olyan közlemény vagy iránymutatás, ami magához a versenypolitikai jogalkalmazáshoz kapcsolódik. Az elmúlt évtizedekben a versenypolitika szerepe világszerte növekedett. Egyre több olyan fúzió történt, ami versenyhatósági engedélyezhez kötött,⁶ egy-egy tiltás (pl. a Siemens/Alstom-ügy) pedig egészen megszemélt hullámokat is tud verni. A vállalati árreszek növekedésével, a digitális piacokon tapasztalt koncentráció növekedésével pedig egyre többször kerül elő az antitröszt szerepe is.⁷ Ez ugyanakkor csak azt mutatja, hogy van feladata a versenyhatóságoknak, de azok hatásait nem. Utóbbi bemutatására a meghozott döntések hatásértékelése lehet alkalmas, ami alapján középtávon a GDP 0,37 százaléka tehető a versenypolitika közvetlen és

[kd0221712enn_market_definition_notice_2021_1.pdf](#) (letöltés: 2022. 06. 08.).

⁵ Commission staff working document (3. lj.).

⁶ Commission staff working document (3. lj.), 3. ábra.

⁷ Az elmúlt időszakban több tanulmány és könyv is foglalkozott ezzel a témával, például: BAKER, Jonathan. B.: *The Antitrust Paradigm: Restoring a Competitive Economy*. Harvard University Press, Cambridge, 2019, valamint ECKHOUT, Jan: *The Profit Paradox: How Thriving Firms Threaten the Future of Work*. Princeton University Press, Princeton és Oxford, 2021.

közvetett (elrettentésen keresztüli) hatása az EU-ban a 2012 és 2020 közötti időszakot vizsgálva.⁸

Másrészt a versenypolitikai jogalkalmazás területén belül szükséges értékelni a piacmeghatározás szerepét, hiszen ez mutatja meg, hogy mennyire lehet hasznos egy specifikusan a piacmeghatározási gyakorlatokat és alapelveket bemutató közlemény. A Bizottság által megkérdezett nemzeti versenyhatóságok, piaci, szakmai és civil szereplők szerint a piacmeghatározás a versenyfelügyeleti eljárások egyik kulcspontja, ami 1997 óta nem változott. A releváns piac meghatározásával azonosíthatók egy termék/vállalat versenytársai, így enélkül nem értékelhetők a versenyviszonyok és a vállalati magatartások sem.

A közlemény relevanciáját igazolja, hogy mind a nemzeti versenyhatóságok, mind az Európai Bizottság gyakran hivatkozik rá döntéseiben, illetve több nemzeti versenyhatóságnak van saját piacmeghatározási közleménye is, ami szintén azt mutatja, hogy értéket teremtenek ezek a közlemények.

Végezetül, 1997 óta jelentősen bővült az Európai Unió, és az egyes tagországok nemzeti versenyhatóságai is alkalmazzák az európai versenyjogot (az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. és 102. cikkelyeit). Ezáltal pedig a nemzeti bíróságok is alakítják az európai versenyjogot. A transzparencia és a harmonizált döntéshozatal különösen fontos ilyenkor, amit szintén elő tud segíteni a piacmeghatározási közlemény. Ezt tovább erősíti, hogy a vállalkozásoknak saját maguknak kell értékelniük magatartásuk versenyjogi megfelelőségét, így pedig jelentős könnyebbséget jelent számukra, ha ismertek előttük a versenyhatóságok által követett gyakorlatok és elemzési módszerek.

Mindezek alapján a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a piacmeghatározási közlemény jelenleg még fontosabb szerepet tölt be, mint 1997-ben.

3.2. Eredményesség

Az előző alfejezet eredményei alapján tehát a Bizottság piacmeghatározási közleményére szükség van, ugyanakkor kérdés, hogy az 1997-es közlemény tartalmában megfelelő iránymutatást bizto-

sít-e mind a mai napig. A versenyhatósági jogérvényesítés, a bírósági gyakorlat, illetve az akadémiai kutatások jelentősen változtak, fejlődtek 1997 óta, és ezek legújabb eredményei természetesen nem jelennek meg a jelenleg hatályos közleményben. A jelenleg hatályos közlemény egyes részeit eltérően érintik ezek a változások. A továbbiakban négy fő területre fogok koncentrálni.

3.2.1. A piacmeghatározás szerepe

A piacmeghatározás szerepe és fontossága nem vitatott a versenyfelügyeleti eljárásokban, azonban vannak olyan területek, ahol a közlemény pontosításra szorul.

Minden antitröszt és fúziós eljárása során előkerül a piacmeghatározás, ami még akkor is jelentőséggel bír, ha sok esetben végül nem kerül sor konkrét releváns piac meghatározására. A piacdefiniációt nyitva lehet hagyni, amennyiben a potenciálisan szóba jöhető releváns piacok közül mind egyik esetben ugyanaz a következtetés és döntés adódna. Ez nem feltétlenül csak olyan esetekben fordul elő, ahol nem merül fel versenyaggály egyik szóba jöhető releváns piac esetén sem, hanem például erőfölényes ügyeknél is elképzelhető, hogy szűkebb és tágabb releváns piac esetén is igazolható a vállalkozás erőfölénye, így nem szükséges állást foglalni a konkrét érintett piacról.

A releváns piac meghatározásának nyitva hagyása mellett felvetődött a konzultációk során a precedens ügyek kötőereje is. A versenyjogi gyakorlat fejlődésével és az idő múlásával egyre több hivatkozható ügy van, amelyek más időszakokban és/vagy (részben) más földrajzi területeken, de hasonló termékkategóriákat vizsgáltak, így az elvégzett piacmeghatározás irányadó lehet a későbbi ügyekben is. Ez sok esetben valós segítséget és támpontot adhat, a jelenlegi közlemény azonban erre egyáltalán nem tér ki. A piacok fejlődésével, változásával, illetve egyes piacok sajátosságai miatt viszont megvannak a korlátai is a precedensek alkalmazásának, ahogy ezt a Bizottság értékelő dokumentuma is kiemeli.⁹ Ez pedig nem csak a gyorsan változó digitális piacokra lehet jellemző. Ilyen esetre jó példa a MOL/ENI fúzió, amely-

⁸ European Commission: Modelling the macroeconomic impact of competition policy: 2021 update and further development, 2022, https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-03/kdaq22001enn_macroecomic_impact_of_competition_policy_2021.pdf (letöltés: 2022. 06. 08.).

⁹ Commission staff working document (3. lj.), 33. o.

nek során a Bizottság a benzin és a dízel magyarországi piacát országosként definiálta,¹⁰ miközben a GVH a Vj-46/2018. számú eljárásában a benzin-kutak 20 km-es (egy esetben 5 km-es) körzetét vette releváns földrajzi piacnak.¹¹

Fontos még kiemelni, hogy fúziós és antitröszt ügyekben eltérő piacmeghatározási mechanizmusnak lehet helye. Amíg fúziók esetén a jövőbeli versenyviszonyok értékelése az érdekes, addig antitröszt ügyekben a múltbeli magatartás, és annak versenyhatásainak megítélése a kérdés. A celofán-hiba elkerülése mellett egyes piacok gyors változásai miatt is elképzelhető, hogy a múlt- és a jövőbeli releváns piacok eltérnek egymástól.¹²

Végezetül még a differenciált termékes piacok kérdését vizsgálta meg a Bizottság. Lényegében a legtöbb termékpiacon differenciált termékek érhetők el, így a gyakorlatban nagyon gyakori ennek az előfordulása. Ehhez kapcsolódóan kérdéses, hogy mennyire fontos a konkrét piacmeghatározás, ami több szempontból is előkerült. Egyrészt, differenciált termékek esetén nehéz meghúzni azt a határt, hogy melyik termékvariáns tartozik még a releváns piachoz és melyik nem. Másrészt pedig nem is feltétlenül szükséges, hiszen például egy fúziós eljárás során a diverziós ráták megmutatják, hogy melyik termék milyen mértékben képes a vizsgált terméket helyettesíteni, mekkora versenynyomást fejt ki rá. Hasonló logika került elő néhány egyéb tanulmányban is.¹³ Ezek szerint főként a digitális piacokon a határok annyira összemósódnak, hogy a piacmeghatározás helyett a kárelméletekre és a versenyellenes stratégiákra kellene helyezni a hangsúlyt. Szintén érdekes kérdés, hogy többoldalú piacokon és digitális ökoszisztémáknál hogyan érdemes a piacmeghatározást elvégezni. Ezek a megfontolások pedig abba az irányba mutatnak, hogy nem feltétlenül szükséges minden esetben piacmeghatározást végezni. Ugyanakkor a Bizottság ezt a megközelítést nem tudta elfogadni, amely összhangban van az euró-

pai bíróságok elvárásaival is, miszerint a versenyfelügyeleti eljárásokban a piacmeghatározás központi szerepet játszik, és szükséges előfeltétele a versenyelemzésnek.¹⁴

Összességében viszonylag egybehangzó volt a nemzeti versenyhatóságok és a konzultációban részt vevő többi érdekelt fél véleménye arról, hogy a piacdefiníció a versenyfelügyeleti eljárások elengedhetetlen része. A Bizottság 1997-es közleményének célja és főbb pontjai a mai napig helytállóak, ugyanakkor szükséges az elmúlt 25 év piaci változásait, kutatási, esetjogi és bírósági fejleményeit figyelembe venni.

3.2.2. A helyettesítés kérdése

A piacmeghatározás kulcsa a termékek közötti helyettesítés értékelése. A helyettesítés elsősorban keresletoldali helyettesítést jelent, azonban a jelenlegi közlemény szerint a kínálati helyettesítést is figyelembe kell venni, amennyiben ugyanolyan gyorsan és hatékonyan képes reagálni, mint a keresleti helyettesítés. A legtöbb érdekelt egyetértett abban, hogy a kínálati helyettesítés fontossága és lehetséges szerepe elmarad a keresleti helyettesítésétől, de esetenként elképzelhető, hogy a kínálati oldali reakciók is annyira gyorsak tudnak lenni, hogy valós alternatívákat tudnak kínálni a fogyasztóknak, így van helye a piacmeghatározási közleményben. Azt viszont továbbra is megalapozottnak látja a Bizottság, hogy a potenciális verseny lehetősége a piacdefiníció helyett a versenyelemzés során kerüljön figyelembevételre.

A keresleti helyettesítés felmérésére az 1997-ben kiadott közlemény a hipotetikus monopolista tesztet javasolja,¹⁵ ami Bishop és Walker szerint is a piacdefiníció egyetlen helyes módszere.¹⁶ A tapasztalatok alapján ugyanakkor a hipotetikus monopolista teszt, bár az esetek döntő többségében megfelelő logikai alapot szolgáltat a piacmeghatározáshoz, sok esetben nem kivitelezhető. Szintén problémás a teszt azokban az esetekben, ami-

¹⁰ M.7849 – MOL Hungarian Oil and Gas / ENI Hungaria / ENI Slovenija, 4.2.3. rész.

¹¹ Vj-46-241/2018. számú határozat, 47–48. bekezdések.

¹² Erre jó példát mutat a Bizottság: Commission staff working document (3. lj.), 93. lábjegyzet.

¹³ Például a Bizottság megrendelésére készült alábbi tanulmányban: CRÉMER, J. – MONTJOYE, Yves-Alexandre de – SCHWEITZER, Heike: Competition Policy for the digital era. Final report, 2019, <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf> (letöltés: 2022. 06. 08.)

¹⁴ Commission staff working document (3. lj.), 27. o.

¹⁵ Commission Notice (2. lj.), 15–19. bekezdések.

¹⁶ BISHOP, Simon – WALKER, Mike: Az európai közösségi versenyjog közgazdaságtana. Alapfogalmak, alkalmazások és mérési módszerek. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest, 2011. 4.005. és 4.007. bekezdések.

kor nem (csak) árban versenyeznek a vállalatok. A digitális piacokon pedig a legtöbb esetben ez a helyzet. A valóságban a Bizottság csak ritkán alkalmazta empirikusan is a hipotetikus monopolista tesztet, és ezt a bíróságok sem követelik meg, más bizonyítékok (pl. szakértői nyilatkozatok, vállalatok belső dokumentumai, kvalitatív elemzések) is elegendők a releváns piac meghatározásához.

A GVH eljárásai során is ritkán került sor a hipotetikus monopolista teszt közvetlen alkalmazására, bár volt már erre példa, leginkább olyan esetekben, amikor valamilyen természetes kísérlet ezt lehetővé tette. A fő probléma a szükséges adatok köre, illetve a teszt hipotetikus jellege. Ezeket részben fogyasztói felmérésekkel lehet helyettesíteni, azonban ezekben az esetekben más típusú torzítások kerülhetnek elő, például, hogy az adatfelvétel során feltett hipotetikus kérdésekre adott válaszok mennyire tükrözik a fogyasztók valós viselkedését, mennyire hasonlóan döntenének a fogyasztók, ha az adott helyzet ténylegesen előállna.

A helyettesítés terén továbbá két olyan kérdés merült még fel, amelyek jelentősége az elmúlt években erősödött fel: a gyorsan változó piacok esete, illetve a földrajzi piacok bővülése a globalizáció következtében.

Egyes, főként digitális és technológiai piacokon egy-egy innováció sikere alapvetően átrajzolhatja a versenyviszonyokat. Ezeknél a piacoknál felvetődött, hogy dinamikus piacmeghatározásra lenne szükség, ami időben vizsgálja a helyettesítést, ezáltal a status quo szerint igen jelentős piaci részesedéssel rendelkező vállalkozások számára kedvezőbb lenne, egyben kifejezné, hogy milyen valós fenyegetésekkel néznek szembe. Ugyanakkor összességében a Bizottság úgy gondolja, hogy ezeknél a piacoknál is a hagyományos piacmeghatározási elveknek kell érvényesülniük, hiszen a lehetséges jövőbeli innovációk nem biztosítanak azonnali és gyors váltási lehetőséget a fogyasztóknak, és az sem vehető biztosra, hogy valójában meg fog történni az áttörés. Amennyiben a technológiai fejlődés előre látható, pl. a 4G hálózatok elterjedése

várható volt a Telefónica Deutschland/E-Plus fúzió során 2014-ben, akkor ezt figyelembe lehet és kell is venni (főként egy előre tekintő fúzió esetén).¹⁷ Azonban a bizonytalan és előre nem jól látható helyettesítés inkább a potenciális verseny körében értékelendő, a kompetitív elemzés során.

A földrajzi piacok kiterjedésével kapcsolatban amíg a nemzeti versenyhatóságok alapvetően megfelelőnek találták az iránymutatás jelenlegi szövegét, addig a társadalmi konzultáció során jobban megoszlottak a vélemények. A földrajzi piacokkal kapcsolatos viták legutóbb a végül megtiltott Siemens/Alstom fúzióban kerültek elő (2019-ben), azóta pedig olyan éllel élednek időnként újra, hogy amennyiben a Bizottság gyakrabban határozná meg globális szintű piacokat, akkor az európai szereplők könnyebben tudnának egyesülni, könnyebben alakulhatnának ki európai bajnokok.¹⁸ Ez a nézőpont a társadalmi konzultáció során is előkeült, főként a már korábban is említett gyorsan változó, illetve a digitális piacok esetében. A Bizottság azonban úgy látja, hogy az idő előrehaladtával amúgy is egyre több esetben határoz meg globális érintett piacokat, tehát a jelenleg követett gyakorlata megfelelő.

3.2.3. Felhasznált bizonyítékok

A Bizottság összegzésében megjelent, hogy a hipotetikus monopolista teszt ritkán kerül közvetlenül alkalmazásra, és a kvantitatív elemzés adat- és időszükséglete miatt gyakran kvalitatív eszközökkel történik a releváns piac meghatározása. Ugyanakkor azt is bemutatja a Bizottság összefoglalója, hogy a kvantitatív elemzés egyre könnyebben kivitelezhetővé vált az elmúlt időszakban, illetve újabb módszertanok is megjelentek, amelyeket a közleményben még nem említettek (pl. kritikusvesztesség-elemzés).

A szakértői tanulmány¹⁹ áttekintette a piacmeghatározás során használt kvantitatív elemzési módszereket. A versenyhatósági gyakorlat azt mutatja, hogy egyre szélesebb az az eszköztár, amit igénybe vesznek a piacmeghatározás során is. A természe-

¹⁷ European Commission: Case M.7018 – Telefónica Deutschland/E-Plus, 2014. 02. 07., https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7018_6053_3.pdf (letöltés: 2022. 06. 08.), 45–50. bekezdések.

¹⁸ A verseny- és az iparpolitika közötti vitákkal kapcsolatban lásd BEREZVAI Zombor: A versenypolitika és az iparpolitika valós és látszólagos ellentétei. In: VALENTINY Pál – NAGY Csongor István – BEREZVAI Zombor (szerk.): Verseny és szabályozás 2019, KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest, 2020, 79–95., illetve VALENTINY Pál (2020): Piaci és kormányzati kudarcok. Az iparpolitikai és a versenypolitikai beavatkozások változó kapcsolata. In: VALENTINY – NAGY – BEREZVAI i.m., 116–145.

¹⁹ Support study (4. lj.), 6. fejezet.

tes kísérletek és fogyasztói felmérések mellett esetenként összetett keresletbecslési modellek is megtalálhatók. Utóbbiak jellemzően a termékek saját és keresztárrugalmasságaira épülnek, és ezek alapján mutatják meg, hogy az egyes termékek hogyan befolyásolják a többi termék keresletét, mely termékek korlátozzák egy-egy termék áremelését, tehát képezik részét a releváns piacnak.

A hipotetikus monopolista teszthez nem közvetlenül kapcsolódó, de hasznos inputokat szolgáltatató elemzések lehetnek az árkorrelációs, illetve a különféle idősoros ökonometriai módszerekkel végzett elemzések. Ezek lényege, hogy különféle termékek ár-idő sorainak vizsgálatával azt elemzik, hogy az árak mennyire mozognak együtt, milyen gyorsan terjednek át az egy-egy terméket ért sokkok a többi termékre. Ezek alapján meg lehet határozni azon termékek (vagy földrajzi régiók) körét, amelyek árai együtt mozognak, így vélhetően egy releváns piachoz tartoznak. Természetesen ezeknél a módszereknél meg kell bizonyosodni arról, hogy az eredmények valóban két termék árainak egymásra hatásait mutatják, és nem egyéb háttértényezők mozgatják az idősorokat. Ezekről részletesen ír Bishop és Walker.²⁰

A piacmeghatározáshoz felhasznált adatok és információk köre leginkább a digitális piacok vonatkozásában igényel kiegészítést. A váltási költségek és korlátok ugyanis itt sokkal nagyobbak lehetnek, elsősorban a digitális ökoszisztémák léte, az interoperabilitás hiánya és a hálózati hatások miatt. Emellett pedig a digitális piacokon, online áruházakban és platformokon megjelenhet a személyre szabott árazás és az elsőfokú árdiszkrimináció, ami pedig a hagyományos árelemzéseket teszi még nehezebbé. Másrészt pedig a zéróáras piacokon jelentős problémát jelent az áremelés értelmezhetetlensége. A Bizottság a Google Android-ügyben alkalmazta a hipotetikus monopolista teszt áremelkedés helyett csökkenő minőségre fókuszáló párját („small but significant non-transitory decrease in quality”, SSNDQ), azonban mindössze kvalitatív elemzés keretében.²¹ A GVH digitális piacokat érintő fúziós vizsgálataiban alkalmazott

piacmeghatározási gyakorlatát pedig Buránszki Judit foglalta össze.²²

3.2.4. Piaci részesedések

A piaci részesedések meghatározása szorosan értelmezve már nem a piacmeghatározás része, hanem annak következménye. Ugyanakkor más bizottsági közlemény nem foglalkozik a piaci részesedések témakörével, ezért a piacmeghatározási közleményben helye lehet ennek a témakörnek is. A piaci részesedéseknek ráadásul fontos szerepe van a mentességek, csoportmentességek és fúziós eljárások során, tehát sok vállalkozás szempontjából releváns témáról van szó.

A konzultációk eredményeként a hagyományos piacokon számítandó piaci részesedések meghatározása megfelelő a közleményben, ugyanakkor vannak olyan kérdések, amelyek további tisztázást igényelnek. Ezek közé tartoznak a digitális piacok, a vállalkozás (csoporton) belüli értékesítés vagy az import termékek kérdése. Szintén tisztázást igényel, hogy milyen esetekben lehet megfelelő a statikus, adott pillanatot tükröző piaci részesedés, és dinamikusán változó piacokon milyen más mutatószámok lehetnek relevánsak. Ezen kérdések egy része ugyanakkor már túlmutat a piacmeghatározás kérdéskörén, és a versenyelemzéshez kapcsolódik.

3.3. Hatékonyság

A harmadik értékelési szempont a közlemény hatékonysága, vagyis annak vizsgálata, hogy a közlemény léte milyen költségeket és milyen előnyöket jelent az azt alkalmazók számára. A konzultáció egyöntetű eredménye az volt, hogy lényegében nincs költsége a közlemény létének, hiszen ez mindössze útmutatóul szolgál, az ennek való megfelelés semmilyen piaci szereplőtől nem elvárás. (Igazából nem is lehet elvárás, hiszen nem általános üzletmenethez kapcsolódó követelményeket fogalmaz meg a közlemény, hanem specifikus helyzetekben ad iránymutatást.)

Ennél tehát sokkal izgalmasabb kérdés, hogy milyen előnyöket hordoz a közlemény léte. Egyrészt, mivel a vállalkozások versenypolitikai meg-

²⁰ BISHOP – WALKER (16. lj.), III. rész.

²¹ European Commission: Case AT.40099 – Google Android. Antitrust procedure, Council Regulation (EC) 1/2003, https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/40099/40099_9993_3.pdf (letöltés: 2022. 06. 08.), 9.3.4. rész.

²² BURÁNSZKI Judit: A digitális piacokat érintő összefonódások vizsgálatainak tapasztalatai a Gazdasági Versenyhivatal legutóbbi ügyei során. Versenytükö, 2020/2. 5–24.

felelésük során önértékelésre kötelezettek, így egy-egy üzleti gyakorlat vagy fúzió előzetes értékelésekor a közlemény hiányában az abban bemutatott legjobb gyakorlatokat maguknak kellene összegyűjteniük, ami jelentős többletköltségekkel járna. Emellett a közlemény hozzájárul a jogbiztonsághoz, hiszen a vállalkozások tisztában lehetnek azzal, hogy az Európai Bizottság milyen alapelveket fog követni a versenypolitikai eljárásai során. Sok esetben a közlemény elősegíti, hogy a vállalkozások külső versenypolitikai tanácsadó nélkül végezhessek el az önértékelést (akár részben, akár egészben).

A közlemény ráadásul nemcsak a vállalkozásoknak, hanem a nemzeti versenyhatóságoknak is kedvező. Egyrészt, referenciaként szolgál a saját eljárásaik során (főként azoknak a hatóságoknak, akik saját piacdefiníciós közleményt nem adtak ki), másrészt, elősegíti az egységes jogalkalmazást az Európai Versenyhálózaton (ECN-en) belül, harmadrészt pedig segít abban, hogy a hozzájuk forduló vállalkozások tájékozottabbak legyenek a versenypolitikai jogalkalmazással kapcsolatban.

Ugyanakkor az előző alfejezetekben kifejtett hiányosságok feloldásával a közlemény előnyei tovább növelhetők, ami igazolja a megújítási folyamat szükségességét.

3.4. Koherencia

Az értékelési folyamat során a Bizottság szintén felmérte, hogy a jelenleg hatályos közlemény egyes részei mennyire koherensek, illetve a közlemény mennyire illeszkedik az egyéb versenypolitikai iránymutatásokhoz, az esetjoghoz és más EU-szintű szakpolitikákhoz.

Az értékelés alapvetően pozitív eredménnyel zárult, a nemzeti versenyhatóságok és a társadalmi konzultáción résztvevők is egyetértettek abban, hogy a piacmeghatározási közlemény koherens, illetve jól illeszkedik az egyéb dokumentumokhoz. Kisebb pontosításokra való igények természetesen felmerültek, ezek közül a legfontosabb, hogy a fúziós engedélyezéssel kapcsolatban a közlemény a dominanciatesztre hivatkozik,²³ miközben 2004 óta az EU-ban is a versenyhatásteszt kerül alkalmazásra. Emellett pedig az 1997 óta hozott bizottsági és – elsősorban – bírósági döntések elvi szintű mondásait is szükséges megjelentetni a megújított közleményben.

3.5. EU-szintű hozzáadott érték

A felülvizsgálati folyamat – az előző alfejezetekben írtakkal összhangban – megállapította, hogy a Bizottság által kiadott közlemény elősegítette az EU-n belüli egységes jogérvényesítést (antitröszt és fúziós ügyekben is), hozzájárult az egységes belső piac minél jobb működéséhez, illetve referenciaként szolgált az egyes nemzeti versenyhatóságok számára, akik gyakran hivatkozzák döntéseikben is a közleményt.

Mivel a nemzeti versenyhatóságok, és ezen keresztül a nemzeti bíróságok is alkalmazzák az európai versenyjogot, így kiemelten fontos, hogy azt hasonlóan értelmezzék. Ebben jelentős segítséget nyújt a piacmeghatározási – és a többi – közlemény is. Ugyanakkor a közlemény könnyebben lenne használható, ha több példát és hivatkozást tartalmazna, ezzel még jobban elősegítve a jogalkalmazás egységét az Európai Unión belül.

4. Összefoglalás

A versenyfelügyeleti eljárások során a piacmeghatározás adja meg azokat a kereteket, amelyek között a versenyelemzés, tehát a tervezett fúzió vagy a vállalati magatartás értékelése megtörténik. Roszszul meghatározott piacok esetén a fogyasztói jólétre káros döntések születhetnek. Éppen ezért a legtöbb versenyfelügyeleti eljárásban (elsősorban a hatásalapú vizsgálatoknál) a piacmeghatározás fontos szerepet játszik. Ebben a folyamatban nyújt segítséget a Bizottság érintett piac meghatározásával foglalkozó közleménye. Az 1997-ben kiadott közlemény megújított változata várhatóan 2023-ban fog megjelenni. Jelen tanulmányban a megújítási folyamat során keletkezett dokumentumok alapján mutattam be, hogy milyen tapasztalatok halmozódtak fel az elmúlt közel 25 évben, és ezek alapján milyen változtatások indokoltak a közlemény szövegében.

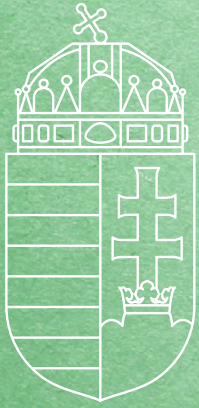
A tanulmány a Bizottság által megfogalmazott öt értékelési szemponton (relevancia, eredményesség, hatékonyság, koherencia, EU-szintű hozzáadott érték) ment végig. Ugyanakkor az látszik, hogy az egyes szempontok nem válnak el élesen egymástól, sok esetben egyező vagy nagyon hasonló következtetések adódtak.

Összességében az 1997-ben kiadott piacmeghatározási közlemény alapjait tekintve a mai napig

²³ Commission Notice (2. lj.), 10. bekezdés.

helytálló, és az elmúlt 25 évben jelentősen hozzájárult az európai versenyjogi jogérvényesítés egységéhez, illetve a megfelelés vállalati költségeinek csökkentéséhez, használata széles körben elterjedt. Ezzel együtt is 25 év távlatából szükséges a joggyakorlathoz és a piaci változásokhoz való hozzáigazítása. Ennek konkrét megvalósulását a megújított közlemény tervezete fogja majd tükrözni. Az igazán jelentős kérdés a megfelelő egyensúly meg-

találása. Egyik oldalról egy praktikus, sok példát és hivatkozást tartalmazó közlemény rövid távon könnyen használható, ugyanakkor gyorsan elavulttá válhat. Másik oldalról, az általános alapelveket rögzítő, hosszabb távon is releváns közlemény viszont konkrét ügyekben kevésbé direkt módon használható csak, nagyobb teret enged az egyéni értelmezéseknek. A Bizottság legfontosabb feladata az optimum megtalálása lesz ebben a kérdésben.



Gál Gábor¹

Az új vertikális csoportmentességi rendelet és iránymutatás – a fő változások bemutatása

The new vertical block exemption regulation and the new guidelines – review of the main changes.

Abstract: In May 2022, the European Commission has adopted its new vertical block exemption regulation (the VBER). The adoption concludes a long review process, which started in 2018. The main focus of the review was to adjust the existing rules in light of the evolution in the distribution of goods and service in the past decade, in particular the emergence of online retailing and platforms and also to adapt existing rules, in order to enhance legal certainty. The article gives an overview of the review process and the main changes in the vertical block exemption regime.

Tárgyszavak: vertikális csoportmentesség, vertikális megállapodások, VBER felülvizsgálata

Keywords: vertical block exemption, vertical agreements, VBER review

1. Bevezetés

Az Európai Bizottság („Bizottság”) 2022 májusában fogadta el az új vertikális csoportmentességi rendeletét („új VBER”)² és az ahhoz kapcsolódó, a vertikális korlátozásokra vonatkozó iránymutatást³ (a továbbiakban: „új Iránymutatás”), amely a Bizottság azonos tárgyú 2010-es rendeletét⁴ (a továbbiakban: „rég VBER”) és iránymutatását⁵ (a továbbiakban: „rég Iránymutatás”) váltotta fel. Az új rendelet 2022. június 1-jén lépett hatályba.

Az új VBER felülvizsgálata egy hosszú, 2018-ban megkezdett négyéves folyamat eredménye,

amelynek folyamán sor került a régi VBER tapasztalatainak kiértékelésére, a lehetséges alternatívák felvázolására és hatásainak elemzésére, illetve az érdekelt felekkel való és nyilvános konzultációra.⁶

A felülvizsgálat fő iránya egyrészt a vertikális megállapodásokra vonatkozó szabályok megváltozott piaci realitásokhoz való igazítása volt, főként az online értékesítés, platformok, és a szelektív forgalmazás növekvő szerepére reflektálva. Másrészt az Európai Bíróságnak („Bíróság”) az eltelt időben keletkezett ítélkezési gyakorlata is beépítésre került, illetve az új VBER és az új Iránymutatás célja volt a harmonizáció szintjének fokozása,

¹ Versenytanácsstag, Gazdasági Versenyhivatal.

² A Bizottság (EU) 2022/720 rendelete (2022. május 10.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról (EGT-vonatkozású szöveg), https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2022.134.01.0004.01.HUN&toc=OJ%3AL%3A2022%3A134%3AFULL (letöltés: 2022. 06. 23.).

³ A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás, HL C(2022) 10.5.2022 3006 final.

⁴ A Bizottság 330/2010/EU rendelete (2010. április 20.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról (EGT-vonatkozású szöveg), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=celex%3A32010R0330> (letöltés: 2022. 06. 23.).

⁵ A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás, HL C 130, 19.5.2010.

⁶ European Commission: Review of the VBER and Vertical Guidelines, https://ec.europa.eu/competition-policy/public-consultations/2018-vber_en (letöltés: 2022. 06. 23.).

a szabályozási hiányok kitöltése, vagy éppen a túl-szabályozás kiigazítása, és ahol szükséges, további iránymutatás nyújtása.

Az alábbiakban röviden ismertetjük a változtatások fő mozgatórugóit, a vertikális megállapodások csoportmentességére vonatkozó általános szabályozási keretrendszer, ezt követően pedig az új VBER-nek a régi VBER-hez képest bevezetett legfőbb változtatásait.

2. A változtatások fő mozgatórugói, szabályozási célok és előzmények

Az elmúlt évtizedben a kereskedelem átalakult, az e-kereskedelem lényeges változásokhoz vezetett a termékek és szolgáltatások elosztási láncában és a fogyasztókra nézve is. Bizonyosan állíthatjuk, hogy nagymértékben átformálta mindennapi életünk sok területét, a vásárlástól a szórakozásig. Az elmúlt évtizedben az online vásárló személyek száma megsokszorozódott, az OECD-tagországokban ez a szám 2017-re meghaladta a népesség 50 százalékát,⁷ az Európai Unióban („EU”, „Unió”) pedig a 2007-es 30 százalékról 2020-ra 74 százalékra nőtt.⁸ Az e-kereskedelem további térnyerése egyelőre megállíthatatlannak tűnik.

Új online piacterek, platformok jöttek létre, amelyek viszonylag hirtelen, hatalmas piaci erőt voltak képesek szerezni, és ezzel átformálták a létező elosztási modelleket és láncolatokat, valamint újakat hoztak létre, sokszor innovatív megoldásokat alkalmazva. Az e-kereskedelemnek köszönhetően a fogyasztók időt és pénzt spórolnak a termékek keresésére és összehasonlítására fordított idő csökkenésével. Bizonyos áruk és szolgáltatások le-

hetséges beszerzési területe Európa-szintűvé (vagy akár világszintűvé) vált.

Ugyanakkor az online kereskedelem előretörése új kihívás a gyártók és a szolgáltatások nyújtói számára, hiszen meg kellett/kell találniuk az offline és az online csatornán való értékesítés számukra legelőnyösebb egyensúlyát úgy, hogy közben az eddig offline kiskereskedelmi csatornára felépített és optimalizált márkaimázsuk⁹ is fennmaradjon.¹⁰ Ebben az adaptációs folyamatban pedig értelem-szerűen figyelemmel kell lenniük mind az új, növekvő piaci erejű online platformokra, mind pedig a hagyományos offline kiskereskedelemre és fogyasztói szokásokra is. Az offline kereskedelem, a „kőboltok” („brick and mortar shops”) szintén kénytelenek voltak alkalmazkodni ehhez a megváltozott környezethez, hogy versenyezni tudjanak a tisztán online kereskedőkkel.¹¹

Ezek a folyamatok sokszor a piaci szereplők közötti konfliktusokhoz vezetnek, amelyben a felek – piaci pozíciójuk védelmében, vagy újonnan szerzett piaci erejüket kihasználva – olykor olyan eszközökhöz folyamodnak, amelyekkel saját javukra próbálják befolyásolni a verseny folyamatát, és ezzel együtt versenykorlátozó hatásuk van.¹²

A fenti bekezdésekben ismertetett folyamatok a kereskedelmet, a termékek és szolgáltatások vertikális elosztási modelljeit érintik. Az EU versenyjogi rendszerében az ilyen vertikális megállapodásokkal külön szabályok, az előző pontban ismertetett, vertikális csoportmentességi rendelet foglalkozik.

Az Európai Bizottság az elmúlt években kiemelt figyelmet fordított a vertikális megállapodásokra és az e-kereskedelem kérdésére. Ennek háttérében a Bizottság által 2015 májusában közzétett Euró-

⁷ OECD: Implications of E-commerce for Competition Policy – Background Note, 2018. 06. 06., [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)3/en/pdf) (letöltés: 2022. 07. 22.), 5.

⁸ Lásd Eurostat: Online shopping ever more popular, 2022. 02. 02., <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-202202-1> (letöltés: 2022. 07. 22.).

⁹ A márkaimázs vagy márkacarulat egy adott termékről a fogyasztókban kialakult általános benyomás (lásd például a Bizottság 1991. december 16-ai határozatát a IV/33.242 – Yves Saint Laurent Parfums) ügyben (HL L 12, 18.1.1992, 24–35.), amely szerint: „Luxury cosmetic products differ from similar products that meet other consumer requirements, inter alia, through the image of exclusivity and prestige which, in the consumer’s mind, is associated with the brand under which they are sold. The manufacturer’s capacity to create and maintain an original and prestigious brand image is thus a key factor in competition).”

¹⁰ Lásd Competition and Markets Authority: Vertical restraints: new evidence from a business survey, 2016. 03. 30., www.gov.uk/government/publications/vertical-restraints-roundtable-discussion-and-business-survey (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹¹ FRIEDERISZICK, Hans W. – GŁOWICKA, Ela: Competition policy in modern retail markets. In: Journal of Antitrust Enforcement, 2016/4., <https://doi.org/10.1093/jaenfo/jnv030> (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹² Lásd OECD: Vertical restraints for On-line Sales, OECD paper, 2013. www.oecd.org/competition/VerticalRestrainsForOnlineSales2013.pdf (letöltés: 2022. 07. 22.).

pai Digitális Egységes Piaci Stratégia áll,¹³ amelynek egyik alapvető célkitűzése az internetes termékek és szolgáltatások elérhetőbbé tétele az európai fogyasztók és vállalkozók számára a tagállamközi internetes tevékenység útjában álló akadályok lebontásával. Ezen jogalkotási lendületből fakadóan számos jogszabály született az online kereskedelem kapcsán, mint például az online platformok mint kereskedelmi felületek egyenlő feltételeinek megteremtésével foglalkozó P2B-rendelet¹⁴, az online kereskedelem egységes EU-s belső piacának biztosítását szolgáló geo-blocking rendelet,¹⁵ online tartalom-előfizetés hordozhatósági rendelet,¹⁶ illetve a tévé-/rádiótartalmak határon átnyúló online közvetítése irányelve¹⁷.

Az Európai Digitális Egységes Piaci Stratégia ezen célkitűzéshez kapcsolódóan írta elő azt is, hogy az Európai Bizottság folytasson le vizsgálatot, amelynek célja, hogy megvizsgálja a versenyjog elektronikus kereskedelemre történő alkalmazását. E felhatalmazás alapján indította el a

Bizottság Versenypolitikai Főigazgatósága az e-kereskedelemre vonatkozó ágazati vizsgálatát.¹⁸

Ez, az e-kereskedelemre vonatkozó, 2015–2017 között lefolytatott vizsgálat¹⁹ arra kereste a választ, hogy az áruk és a digitális tartalomszolgáltatás online forgalmazása területén milyen piaci fejlemények, trendek figyelhetők meg, vannak-e potenciálisan versenykorlátozó üzleti modellek, és ha igen, milyen indokai vannak ezek alkalmazásának.

A vizsgálat 2017 májusában közzétett végső megállapításai²⁰ elsősorban arra világítottak rá, hogy az online kereskedelem fejlődése elsősorban az úgynevezett márkán belüli (intra-brand) versenyt korlátozó kikötések gyakoribb használatához vezetett, így többek között a szelektív forgalmazás előretöréséhez és olyan vertikális korlátozások használatához, amelyek az online csatorna gyártó általi kontrollját célozzák (például árkorlátozások, online piactereken való értékesítés korlátozása, árösszehasonlító oldalak használatának korlátozása vagy az online értékesítő kereskedők

¹³ A Bizottság COM/2015/0192 final közleménye az európai digitális egységes piaci stratégiáról. A stratégia szerint: „[A] digitális egységes piac olyan piac, amelyben biztosított az áruk, a személyek, a szolgáltatások és a tőke szabad mozgása, és ahol az egyének és vállalkozások akadálymentesen, a fogyasztó- és adatvédelmi szabályok messzemenő betartása és tisztességes versenyfeltételek mellett végezhetik internetes tevékenységeiket. A digitális egységes piac megvalósítása révén Európa megtarthatja a digitális gazdaságban elfoglalt vezető pozícióját, elősegítve az európai vállalkozások globális növekedését.” Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Digital Single Market Strategy for Europe, 2015. 05. 06., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192> (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹⁴ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1150 rendelete (2019. június 20.) az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról (EGT-vonatkozású szöveg), HL L 186/57, 11.7.19., 57–79., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX:32019R1150> (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹⁵ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/302 rendelete (2018. február 28.) a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról (EGT-vonatkozású szöveg), HL LI 60, 2.3.2018, 1–15., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=celex:32018R0302> (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹⁶ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/1128 rendelete (2017. június 14.) az online tartalomszolgáltatásoknak a belső piacon való, határokon átnyúló hordozhatóságáról, HL L 168, 30.6.2017, 1–11., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX%3A32017R1128> (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹⁷ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/789 irányelve (2019. április 17.) a műsorszolgáltató szervezetek egyes online közvetítéseire, valamint televíziós és rádiós műsorok továbbközvetítésére alkalmazandó szerzői jogok és szerzői joggal szomszédos jogok gyakorlására vonatkozó szabályok megállapításáról, valamint a 93/83/EGK tanácsi irányelv módosításáról (EGT-vonatkozású szöveg), HL L 130, 17.5.2019, 82–91., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32019L0789> (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹⁸ European Commission: Commission decision initiating an inquiry into the e-commerce sector pursuant to Article 17 of Council Regulation (EC) No 1/2003, HT.4607, C(2015) 3026 final, 2015. 05. 06., https://ec.europa.eu/competition/antitrust/e-commerce_decision_en.pdf (letöltés: 2022. 07. 22.).

¹⁹ European Commission: Antitrust, http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html (letöltés: 2022. 07. 22.).

²⁰ Végső jelentés az e-kereskedelmi ágazati vizsgálatról, Report from the Commission to the Council and the European Parliament. Final report on the E-commerce Sector Inquiry, COM(2017) 229 final, 2017. 05. 10., http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_en.pdf (letöltés: 2022. 07. 22.), 2.1 pont.

kizárása). Ezek a korlátozások sokszor megnehezítik vagy akár lehetetlenné teszik a határon átnyúló kereskedelmet.

Az ágazati vizsgálat által összegyűjtött tapasztalat, illetve a vizsgálat végső megállapításait kísérelő részletesebb munkadokumentum²¹ hasznos sorvezető a Bizottság e-kereskedelemmel kapcsolatos gondolatmenetének és következtetéseinek megértéséhez, és megalapozta a vertikális szabályok következő pontokban ismertetett felülvizsgálatát, amelynek fókuszja nagyrészt a vertikális rezsimnek az online kereskedelem fejlődése miatt szükségessé vált adaptálása, kiigazítása volt. Emellett a szabályozási célok közé tartozott az azonosított szabályozási hiányosságok kitöltése, az időközben létrejött bírósági gyakorlat kodifikálása, a szabályok értelmezésének megkönnyítése és egyszerűsítése is.²²

3. A vertikális megállapodások és a csoportmentesség fogalma

A vertikális megállapodás a termelési vagy értékesítési lánc különböző szintjein tevékenykedő két vagy több vállalkozás között jön létre, és azokra a feltételekre vonatkozik, amelyek mellett árúknak vagy szolgáltatásoknak a felek által történő vásárlása, értékesítése vagy viszonteladása történik.

Ezen megállapodásokra is vonatkoznak az Európai Unió működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) 101. cikke (1) bekezdése szerinti tilalmak. Ugyanakkor, mivel ezen szerződések esetében általában kevésbé valószínű a versenykorlátozás, illetve általában gazdasági hatékonysági előnyökkel járnak, ha a részes felek nem rendelkeznek számottevő piaci erővel, a jogalkotó ezen szerződéseket mint egy kategóriát mentesítette az EUMSZ 101. cikke alól – ez az úgynevezett csoportmentesség.

Így a csoportmentesség szabályai szerint, ha sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30 százalékot, akkor mentesülnek

az EUMSZ 101. cikke alól, vagyis a tilalom nem vonatkozik rájuk, feltéve, ha nem tartalmaznak súlyos korlátozásokat (mint pl. a viszonteladói ár megkötése). Amennyiben a piaci részesedés 30 százalék felett van, úgy a csoportmentesség nem alkalmazható, hanem a megállapodások egyedi értékelésére van szükség.²³

Amennyiben egy vertikális megállapodás súlyos korlátozást tartalmaz, úgy a csoportmentességi rendelet a megállapodás egészére nem alkalmazható. Ezen felül a csoportmentességi szabályok meghatározzák a nem mentesülő korlátozások fogalmát is, amelyekre a csoportmentesség szintén nem alkalmazható (de a megállapodás egyéb részeire igen, ha egyébként a feltételeknek megfelelő).²⁴

Az új VBER a korábbi szabályozáshoz képest egyrészt szűkíti, másrészt bővíti is a csoportmentesség hatályát, illetve az online közvetítő szolgáltatást nyújtó szolgáltatók esetében tisztázza, hogy az általuk kötött szerződések is az új VBER hatálya alá tartoznak.²⁵

A következőkben az új VBER-nek a régi VBER-hez képest bevezetett változtatásait ismertetjük, esetenként az új Iránymutatásban foglalt részletesebb magyarázatokra hivatkozással is.

4. Az új VBER által bevezetett módosítások

4.1. A kettős forgalmazás

Általánosságban a csoportmentességből csak vertikális megállapodások részesülhetnek. Kivételesen ez alól a régi és az új VBER által is ismert kettős forgalmazás esete, amely horizontális elemeket is tartalmaz, hiszen arra az esetre vonatkozik, amikor a szállító a kiskereskedelmi szinten is aktív.

Kettős forgalmazásról akkor beszélünk, ha a szállító a vele szerződéses kapcsolatban álló forgalmazókkal párhuzamosan maga is értékesít a kiskereskedelmi piacon. Bár az ilyen megállapodások alanyai a kiskereskedelmi piacon horizontális kapcsolatban állva versenytársai egymásnak, ennek el-

²¹ European Commission: Commissions Staff working document. Accompanying the document Report from the Commission to the Council and the European Parliament. Final report on the E-commerce Sector Inquiry, COM/2017/229 final, 2017. 05. 10., http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_swd_en.pdf (letöltés: 2022. 07. 22.).

²² Lásd a Bizottság sajtóközleményét: European Commission: Antitrust: Commission publishes findings of the evaluation of the Vertical Block Exemption Regulation, 2020. 09. 08., https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_1564 (letöltés: 2022. 07. 22.)

²³ Lásd az új VBER 4. cikkét.

²⁴ Lásd az új VBER 5. cikkét.

²⁵ Lásd az új VBER Preambulumának (10)–(11) pontjait és 1. cikkének d) és e) pontjait.

lenére a régi és az új szabályok szerint is vertikális csoportmentességben részesülhetnek, amennyiben az érintett megállapodás nem kölcsönös jellegű, és a felek a beszerzési piacon nem versenytársai egymásnak. Ezt a szabályt már a régi VBER is tartalmazta.

A kettős forgalmazásra vonatkozó alapelv tehát nem változott, ugyanakkor az új VBER a kettős forgalmazás esetkörület a gyártó által kötött szerződések mellett kiterjesztette az importőr és nagykereskedők által kötött megállapodásokra is (itt tehát a mentesség kibővült).

A mások oldalról szűkítést is bevezet, hiszen az új VBER szerint a kettős forgalmazás esetében bizonyos típusú információk cseréje horizontális aggályokat vethet fel. Ezért a rendelet csak akkor mentesíti a szállító és a vevő közötti információcserét a kettős forgalmazás esetében, ha az információcseréje közvetlenül kapcsolódik a vertikális megállapodás végrehajtásához, és arra szükség van a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások előállításának vagy forgalmazásának javításához.

A mentesítési szabályt szűkítő további kitétel, hogy az új VBER nem vonatkozik az online közvetítő szolgáltatásokat nyújtó vállalkozások – mint szállítók – által kötött nem kölcsönös jellegű vertikális megállapodásokra. Ennek az új VBER által megjelölt oka, hogy a vertikális megállapodások kettős forgalmazás esetén történő mentesítésének indoka nem vonatkozik az online közvetítő szolgáltatások nyújtására vonatkozó vertikális megállapodásokra, amennyiben az online közvetítő szolgáltatás nyújtója szintén versenytárs vállalkozás a közvetített áruk vagy szolgáltatások értékesítésének érintett piacán. Az ilyen hibrid funkcióval

rendelkező online közvetítő szolgáltatások nyújtói ugyanis képesek lehetnek arra, illetve érdekeltek lehetnek abban, hogy befolyásolják a verseny eredményét a közvetített áruk vagy szolgáltatások érintett piacán.²⁶

4.2. Az aktív értékesítés korlátozása

A régi VBER-től eltérően az új VBER-ben meghatározásra kerül az aktív és a passzív értékesítés fogalma²⁷, amelyek elhatárolásának a súlyos korlátozásoként való minősítés szempontjából van jelentősége a VBER alkalmazása során.

Az új VBER alapján a korábbinál jóval szélesebb, kibővített körben nyílik majd lehetőség a területi és vevőkört érintő korlátozások alkalmazására, ezáltal az eddigieknél nagyobb rugalmasságot biztosítva a forgalmazási rendszerek kialakítása során. Így például:

- i.) bevezetésre került a megosztott kizárólagosság – az új VBER a régi VBER-től eltérően már nem követeli meg, hogy a kizárólagos területet vagy vevőkört egyetlen vevőhöz rendelje hozzá (hanem akár öt kizárólagos forgalmazó is lehet), ezáltal is bővítve az aktív értékesítés korlátozásának alkalmazási körét (hiszen a kizárólagos forgalmazók és vevők nem értékesíthetnek aktívan más kizárólagos forgalmazóknak fenntartott területre vagy vevőkör részére);²⁸
- ii.) a kizárólagos forgalmazást érintő másik változás a szállító azon lehetőségét érinti, hogy korlátozzák közvetlen ügyfeleiket abban, hogy aktívan értékesítsenek olyan kizárólagos területeken vagy olyan kizárólagos ügyfélcsoportok részére, amelyeket a szál-

²⁶ Lásd az új VBER Preambulumának (12)–(14) pontjait, és 2. cikkének (4)–(6) bekezdését.

²⁷ Az új VBER 1. cikk (1) bekezdésének l) és m) pontja értelmében: i) „aktív értékesítés”: az ügyfelek aktív megcélzása látogatásokkal, levelekkel, e-mailekkel, telefonhívásokkal vagy más közvetlen kommunikációs eszközökkel, vagy célzott reklámozással és promócióval offline vagy online, például nyomtatott vagy digitális média útján, ideértve az online médiát, az árröszehasonlító szolgáltatásokat vagy a keresőmotorokban megjelenő, adott területen található vevőket vagy vevőcsoportokat célzó hirdetéseket, meghatározott területeknek legfelső szintű domainnel rendelkező weboldal üzemeltetésével, vagy egy weboldalon olyan nyelvek kínálásával, amelyeket bizonyos területeken általánosan használnak, amennyiben ezek a nyelvek eltérnek a vevő letelepedési helye szerinti területen általánosan használt nyelvektől; ii) „passzív értékesítés”: az egyéni vevők kéretlen megkeresése nyomán történő értékesítés, beleértve az áruk vagy szolgáltatások ilyen vevőknek történő szállítását anélkül, hogy az értékesítést az adott vevőt, vevőcsoportot vagy területet aktívan megcélzó reklámmal kezdeményezték volna, valamint ideértve a közbeszerzésben való részvételtől vagy a magán ajánlattételi felhívásra való jelentkezésből eredő értékesítéseket.

²⁸ A kizárólagosan kijelölt területek és ügyfélcsoportok védelme azonban nem teljes mértékű. A piac felosztásának megakadályozása érdekében az ilyen területekre vagy ügyfélcsoportok részére történő passzív értékesítés nem korlátozható. Az új VBER 4. cikkének b) pontja csak a vevővel szemben előírt korlátozásokra vonatkozik. Továbbá a végfelhasználók részére történő passzív értékesítésre vonatkozó korlátozások bizonyos körülmények között az (EU) 2018/302 európai parlamenti és tanácsi rendelet 6. cikkének (2) bekezdése értelmében semmisek lehetnek.

lító kizárólagosan más forgalmazók részére jelölt ki vagy saját magának tartott fenn. Az új VBER és az új vertikális iránymutatások egyértelművé teszik, hogy a csoportmentesség akkor is alkalmazandó, ha a szállító előírja forgalmazói számára, hogy „átadják” közvetlen ügyfeleknek a vonatkozó korlátozásokat. A szállító azonban nem írhatja elő a vevők számára, hogy az aktív értékesítésre vonatkozó korlátozásokat továbbítsák az értékesítési lánc alsóbb szintjein lévő ügyfelek felé.

- iii.) kizárólagos forgalmazási rendszerben korlátozható mind a vevő, mind a vevő ügyfelei általi (aktív vagy passzív) értékesítés olyan terület nemhivatalos márkakereskedői irányába, amely a szállító szelektív forgalmazási rendszerének része;
- iv.) kizárólagos forgalmazási rendszerben a nagykereskedőként működő vevő végső fogyasztók irányába történő értékesítése (aktív vagy passzív) korlátozható;
- v.) szelektív forgalmazási rendszerben korlátozható lesz mind a vevő, mind a vevő ügyfelei általi aktív értékesítés olyan terület vonatkozásában, amely a szállító kizárólagos forgalmazási rendszerének része.²⁹

4.3. Az online értékesítés korlátozása

A régi VBER értékelése rámutatott, hogy a piac jelentősen megváltozott annak 2010-es elfogadása óta, különösen az online értékesítés növekedése és az új piaci szereplők, például az online platformok miatt.

Ez számos változáshoz vezetett a forgalmazási rendszerekben, például a gyártók általi közvetlen online értékesítés növekedéséhez és a szelektív elosztási rendszerek fokozottabb használatához, amelyek lehetővé teszik a szállítók számára a viszonteladási feltételek szigorúbb ellenőrzését. Hasonlóképpen elterjedtek az új típusú vertikális korlátozások, mint például az online piactere-

ken keresztül történő értékesítésre, illetve online hirdetésekre vonatkozó korlátozások, valamint a kiskereskedelmi paritásos kikötések.

Ennek fényében az értékelés számos problémát azonosított a szabályok működésével kapcsolatban. Így azt, hogy egyes rendelkezések nem kellően egyértelműek, például az ügynökségi megállapodásokat meghatározó szabályok, más rendelkezéseket pedig nehéz értelmezni/alkalmazni, vagy már nem alkalmazhatók a megváltozott üzleti környezetben, például a meglévő szabályok új piaci szereplőkre történő alkalmazásának esetében, olyan új értékesítési modelleknél, amelyek nem illeszkednek a hagyományos ellátási és forgalmazási koncepciókhoz, valamint az új online értékesítési korlátozások vonatkozásában.

A régi VBER nem is tartalmazott külön az interneten történő értékesítésre vonatkozó szabályokat, de a régi Iránymutatás³⁰ több helyen is érdemben és részletesen foglalkozott az internetes kereskedelemmel, így például a súlyos korlátozásokkal foglalkozó részben,³¹ valamint a szelektív és exkluzív forgalmazással kapcsolatban.³² A régi Iránymutatásból az volt kiolvasható, hogy az internet termékértékesítésre való használatának korlátozása általánosságban passzív értékesítésnek tekinthető, és mint ilyen, annak korlátozása különösen súlyos versenykorlátozásnak minősül.³³

Ugyanakkor a régi Iránymutatás kifejezetten nevesített olyan, az online kereskedelmet korlátozó kikötéseket is, amelyeket a szállítók jogszerűen alkalmazhattak.³⁴

Azonban az online értékesítés terjedése és fejlődése számos olyan gyakorlati kérdést vetett fel, amelyet az Európai Bizottság a 2010-es szabályok megalkotásakor még nem látott, nem is láthatott előre. Ezért az online értékesítésre vonatkozó vertikális szabályok nem kínáltak egyértelmű választ a felmerülő kérdésekre, ami pedig így az Európai Bíróság ítélkezési gyakorlatában is felmerült, rendszerint előzetes döntéshozatali kérelmek formájában.

²⁹ Lásd az új VBER 4. cikkét.

³⁰ A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás (EGT-vonatkozású szöveg), HL C 130, 19.5.2010, 2010/C 130/01, <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:130:0001:0046:HU:PDF> (letöltés: 2022. 07. 22.), 1–46.

³¹ A régi Iránymutatás III.3. pontja.

³² Lásd különösen a régi Iránymutatás exkluzív és szelektív forgalmazással foglalkozó VI.2.2 és VI.2.4 pontjait.

³³ A régi Iránymutatás 52. cikk (a)–(d) pontja konkrét példákat sorol fel ennek lehetséges eseteire.

³⁴ A régi Iránymutatás 52. cikk (c) pontja.

A Bíróság 2010-es Pierre Fabre-ítéletének³⁵ köszönhetően már viszonylag régóta egyértelmű, hogy az online értékesítés tiltása különösen súlyos versenykorlátozásnak minősül, mert e kikötés általánosan kizárja azokat a végfelhasználókat,³⁶ akik a termékhez csak online tudnának hozzájutni. Mindez pedig a passzív értékesítés korlátozásának minősül, és így a csoportmentesség nem alkalmazható.³⁷ Vagyis az internetes értékesítés lehetőségének teljes kizárása nem részesülhet a csoportmentesség kedvezményében.

Kérdésként merült fel a gyakorlatban az is, hogy hogyan kell kezelni azokat a korlátozásokat, amelyek nem zárják ki a saját webshopban történő értékesítést, hanem a termékeknek harmadik személy által üzemeltetett felületen való viszonteladását tiltják, vagy az internetes értékesítés reklámozását, illetve az árösszehasonlító oldalak használatát korlátozzák.

A platformon történő értékesítés kérdését az Európai Bíróság végül a Coty-ügyben³⁸ válaszolta meg. A jogvita a Coty Germany GmbH („Coty”) és egy forgalmazója között keletkezett egy, a Coty által alkalmazott kikötés miatt, amellyel a Coty megpróbálta megakadályozni, hogy szerződéses forgalmazója az Amazon.de platformon forgalmazza termékeit. Az elsőfokú német bíróság elutasította a kérelmet, mert álláspontja szerint a tilalom az EUMSZ 101. cikkébe, illetve a Vertikális Rendelet 4. cikk c) bekezdésébe ütköző súlyos versenykorlátozás volt. A Coty fellebbezését követően a fellebbviteli bíróság négy kérdésben kérte a Bíróság előzetes álláspontját.

A Coty-ügy két szempontból is jelentős: egyrészt a szelektív forgalmazási rendszerek és a presztízsimázs kapcsolatát illetően a Bíróság lehetőséget kapott arra, hogy a szelektív forgalmazásra vonatkozó, e-kereskedelem előtti esetjogot, illet-

ve a Pierre Fabre-ügy erre vonatkozó megállapítását az aktuális piaci körülmények fényében (újra) értékelje,³⁹ másrészt pedig arra is, hogy a platformon történő értékesítés tilalmára vonatkozóan útmutatást adjon.

Ez utóbbival kapcsolatban az Európai Bíróság úgy ítélte meg, hogy az ügy tárgyát képező kikötés nem minősül súlyos korlátozásnak, mivel nem tiltja meg teljes egészében az internet használatát, a platformon vásárlók csoportja nem képez egy körülhatárolható vevőkört, illetve, hogy az alapeljárás tárgyát képező szelektív forgalmazási szerződés bizonyos feltételek mellett megengedi a szerződéses forgalmazóknak, hogy az interneten keresztül harmadik felek platformjain reklámozzanak, valamint hogy online keresőmotorokat alkalmazzanak, vagyis az ügyfeleknek módjukban áll a szerződéses forgalmazók kínálatát ilyen keresőmotorok alkalmazásával megtalálni.⁴⁰

A Bizottság a fent bemutatott fejlemények fényében az új VBER-ben explicite módon beillesztett a súlyos korlátozások körébe, egy, az online értékesítése korlátozására vonatkozó szabályt. Az új VBER 4. cikk e) pontja értelmében a rendelet 2. cikkben előírt mentességet nem lehet alkalmazni azokra a vertikális megállapodásokra, amelyeknek célja, közvetlenül vagy közvetve, önmagukban vagy más, a felek irányítása alatt álló tényezőkkel együtt, annak megakadályozása, hogy a vevő vagy ügyfelei hatékonyan használják az internetet a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások értékesítése céljából, mivel ez korlátozza azt a területet, ahol, vagy a vevők körét, akiknek a szerződés szerinti árukat vagy szolgáltatásokat értékesíthetik. Ugyanakkor, ugyanezen cikk két alpontja azt is tartalmazza, hogy ettől függetlenül a vevő kötelezhető: (i) az online értékesítésre vonatkozó más korlátozások bevezetésére; vagy (ii) az online hirdeté-

³⁵ Az EUB C439/09. sz. Pierre Fabre Dermo-Cosmétique-ügyben 2011. október 13-án hozott ítélete [EU:C:2011:649] („Pierre Fabre-ítélet”), a konkrét ügyben a Pierre Fabre egy szelektív forgalmazási rendszert működtetett, amelyben előírta termékei forgalmazói részére, hogy az érintett kozmetikai és testápoló termékek értékesítése helyiségben, okleveles gyógyszerész kötelező jelenléte mellett történjék (vagyis e termékek értékesítése tekintetében *de facto* megtiltotta az internet használatát).

³⁶ Ideértve akár a szakmai végső felhasználókat, akár a végső fogyasztókat.

³⁷ Az ítéletet a francia és az angol versenyhatóság is követte a Bang & Olufsen (Décision n° 12-D-23 du 12 décembre 2012) és a Roma-branded mobility scooters (CE/9578-12) ügyekben.

³⁸ Az EUB C-230/16. sz. Coty Germany-ügyben 2017. december 6-án hozott ítélete [EU:C:2017:941] („Coty-ítélet”).

³⁹ A Pierre Fabre-ítélet 46. pontjában a Bíróság megállapította, hogy „A presztízst sugalló arculat megővésére irányuló célkitűzés nem minősülhet a versenykorlátozás alapjául szolgáló jogszerű célkitűzésnek, és így nem igazolhatja, hogy az ilyen célkitűzésre irányuló szerződéses kikötésre ne vonatkozzék az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdése.”

⁴⁰ Coty-ítélet 59–69. pont.

sekre vonatkozó olyan korlátozások bevezetésére, amelyeknek nem az a célja, hogy megakadályozzák egy teljes online hirdetési csatorna használatát.

Noha az új rendelkezés önmagában olvasva meglehetősen absztraktnak tűnik, az új Iránymutatás 203., és 206–210. pontjai jobban kifejtik ennek az új szabálynak a tartalmát és könnyebben érthető példákkal is illusztrálják a korlátozások lehetséges típusait.

Először is, ezek szerint az online értékesítésekre vagy online hirdetésekre vonatkozó, olyan korlátozást tartalmazó vertikális megállapodásnak, amely de facto megakadályozza a vevőt abban, hogy a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások értékesítése céljából az internetet használja, legalább az a célja, hogy korlátozza az online úton vásárolni szándékozó és a vevő fizikai kereskedési területén kívül található végfelhasználók részére történő passzív értékesítést, és emiatt súlyos korlátozásnak minősül.

Az új Iránymutatás szerint ugyanez vonatkozik azokra a szerződéses kikötésekre is, amelyek, bár közvetlenül nem tiltják az online értékesítést, de annak megakadályozását szolgálják, hogy a vevő vagy annak ügyfelei hatékonyan használhassák az internetet a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások meghatározott területekre irányuló vagy meghatározott ügyfelek részére történő értékesítése céljából. Ez a helyzet például az olyan rendelkezések esetében, amelyek célja a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások összesített online értékesítési volumenének jelentős csökkentése vagy a végfelhasználók azon lehetőségének jelentős szűkítése, hogy a szerződés szerinti árukat vagy szolgáltatásokat online vásárolják meg. Ugyanez vonatkozik azokra a vertikális megállapodásokra is, amelyek célja annak megakadályozása, hogy a vevő egy vagy több teljes online hirdetési csatornát – például keresőmotorokat vagy árösszehasonlító szolgáltatásokat – vegyen igénybe, vagy amelyek célja annak megakadályozása, hogy a vevő saját online boltot hozzon létre vagy ilyet használjon.⁴¹

Az új VBER 4. cikk e) pontjának szövege szerint a súlyos korlátozások célja irányulhat akár közvetlenül vagy közvetetten is az online értékesítés korlátozására. Az új Iránymutatás útmutatást kí-

nál arra is, hogy az internetes értékesítés közvetlen tilalma mellett milyen egyéb kötelezettségek vannak, amelyek közvetett céljának tekinthető az online értékesítés korlátozása. Különösen ilyenek tekinthető e szerint:

- a) a vevő kötelezése arra, hogy megakadályozza, hogy más területen található vevők megtekinthessék honlapját vagy online boltját, vagy, hogy a vevőket a gyártó, vagy egy másik eladó online boltjába irányítsa át. Azonban nem minősül különösen súlyos korlátozásnak, ha a vevőt arra kötelezik, hogy adjon meg a szolgáltató vagy más eladók online boltjaira mutató linkeket;⁴²
- b) a vevő kötelezése arra, hogy szakítsa meg ügyfelei interneten keresztüli ügyleteit, amennyiben hitelkártyaadataik alapján olyan lakcím azonosítható, amely nem tartozik a vevő területéhez;⁴³
- c) a vevő kötelezése arra, hogy a szerződés szerinti árukat vagy szolgáltatásokat csak fizikai térben vagy szakosodott személyzet fizikai jelenlétében értékesítse;⁴⁴
- d) a vevő kötelezése arra, hogy az egyedi online értékesítési ügyletek megkezdése előtt kérje a szállító előzetes engedélyét;
- e) annak tilalma, hogy a vevő a szállító védjegyeit vagy márkaneveit honlapján vagy online boltjában használja;
- f) annak tilalma, hogy a vevő egy vagy több online boltot hozzon létre vagy üzemeltessen, függetlenül attól, hogy az online boltot a vevő saját szerverén vagy harmadik fél szerverén tárolják-e;
- g) egy teljes online hirdetési csatorna – például keresőmotorok vagy árösszehasonlító szolgáltatások – vevő általi használatának a tilalma, vagy egy teljes online hirdetési csatorna használatát közvetve tiltó korlátozások, például az a korlátozás, amely szerint tilos a szállító védjegyeinek vagy márkaneveinek használata a keresőmotorokon történő hivatkozásokért folyó licithez, illetve az árösszehasonlító szolgáltatásokhoz szükséges, árakkal kapcsolatos információk nyúj-

⁴¹ Új Iránymutatás, 203. pont.

⁴² Az (EU) 2018/302 rendelet 3. cikke.

⁴³ Az (EU) 2018/302 rendelet 5. cikke.

⁴⁴ Lásd C-439/09. sz., Pierre Fabre-ügy 36. és 37. pontját.

tásának korlátozása. Ugyanakkor konkrét árösszehasonlító szolgáltatások vagy keresőprogramok használatának tilalma általában nem minősül különösen súlyos korlátozásnak, mivel a vevő más online hirdetési szolgáltatásokat is igénybe vehet abból a célból, hogy felhívja a figyelmet online értékesítési tevékenységeire.

Nem jár azonban feltétlenül a mentesség elvesztésével, ha a szállító követelményeket támaszt a vevővel szemben a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások online értékesítésének módjával kapcsolatban. Így a konkrét online értékesítési csatornákon – például online piactereken – történő online értékesítésre vonatkozó minőségi szabványok előírása általában mentességben részesülhet, feltéve, hogy közvetett módon nem célja annak megakadályozása, hogy a vevő hatékonyan használhassa az internetet a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások meghatározott területekre irányuló vagy meghatározott ügyfelek részére történő értékesítése céljából. A Bizottság értelmezése szerint az online értékesítést érintő korlátozásoknak általában nincs ilyen céljuk, amennyiben a vevő továbbra is szabadon üzemeltetheti saját online boltját⁴⁵ és szabadon folytathat online reklámozást⁴⁶. Ebben az esetben a vevő nincs megakadályozva abban, hogy hatékonyan használhassa az internetet a szerződés szerinti áruk vagy szolgáltatások értékesítése céljából.⁴⁷

Fontos változás az is, hogy az új Iránymutatás szerint már nem minősül feltétlenül súlyos korlátozásnak az olyan szerződéses kikötés, amelynek értelmében a forgalmazó magasabb árat fizet az interneten keresztül értékesíteni kívánt termékekért, mint azokért, amelyeket hagyományos módon kíván értékesíteni.⁴⁸ A korábbi megközelítéssel szemben a Bizottság egy rugalmasabb, a kereskedelmi realitásokhoz jobban illeszkedő megközelítést választott. Így, ha a nagykereskedelmi ár különbsége észszerűen összefügg az egyes csatornákon történő értékesítés során a vevőnél felmerült beruházások

és költségek különbségével, a mentesség alkalmazható. Hasonlóképpen a szállító felszámíthat eltérő nagykereskedelmi árat az offline és online csatornák kombinációján keresztül történő értékesítésre szánt termékekért, amennyiben az árkülönbség figyelembe veszi az adott forgalmazási típushoz kapcsolódó beruházásokat vagy költségeket.

Szintén újdonság az új iránymutatásban az online hirdetéseket érintő korlátozásokra vonatkozó szabályok és az ahhoz kapcsolódó magyarázat megléte. E szerint az online hirdetést érintő korlátozások részesülhetnek az új VBER-rendelet 2. cikkének (1) bekezdésében biztosított mentességben, feltéve, hogy nem céljuk a teljes hirdetési csatornának a vevő általi használatának megakadályozása. Ilyenek például az online hirdetések minőségi sztenderdeknek való megfelelésére való elvárások, vagy az a követelmény, hogy a vevő online üzletének domainnevében ne használja a szállító márkanevét.⁴⁹

Végül, az új Iránymutatásba beillesztésre került egy-egy kifejezetten az online piacterek használatának, illetve az árösszehasonlító szolgáltatások korlátozására vonatkozó pont (az új Iránymutatás 8.2.3 and 8.2.4 pontjai).

4.4. Online közvetítő szolgáltatók (platformok)

Az interneten történő értékesítés egyik jellegzetes fejleménye az online platformok felemelkedése. Mint ahogyan azt az új VBER preambuluma is hangsúlyozza, az onlineplatform-gazdaságban tevékenykedő vállalkozások az üzletkötés új formáit honosították meg, amelyek közül néhányat nem könnyű a hagyományos gazdaságra jellemző vertikális kapcsolatokat leíró fogalmak alapján kategorizálni.

Az online közvetítő szolgáltatások ugyanis lehetővé teszik a vállalkozások számára különösen, hogy árukat vagy szolgáltatásokat kínáljanak más vállalkozások vagy a végső felhasználók számára azzal a céllal, hogy megkönnyítsék a közvetlen ügyletek kezdeményezését a vállalkozások között, valamint a vállalkozások és a fogyasztók között.

⁴⁵ Lásd a C-439/09. sz., Pierre Fabre-ügy, 56–57. pontjait, és az új Iránymutatás 208. bekezdését.

⁴⁶ Lásd még a Bizottság határozatát az AT.40182. sz., Guess-ügyben, a (118)–(126) preambulumbekendést, és az új iránymutatás 200. bekezdését.

⁴⁷ Az új Iránymutatás 208. bekezdése konkrét példákat sorol fel a mentesség elvesztését nem eredményező, megengedhető korlátozásokra.

⁴⁸ A régi Iránymutatás 52. cikk (c) pontja.

⁴⁹ Az új Iránymutatás 208. bekezdése.

Az új VBER világossá teszi, hogy az online közvetítő szolgáltatások nyújtására vonatkozó megállapodások vertikálisak, ezért a rendeletben meghatározott feltételek mellett részesülhessenek az e rendeletben megállapított csoportmentességben.⁵⁰ Ebből a célból definiálja az online közvetítő szolgáltatások fogalmát, és tisztázza, hogy a szállító fogalma kiterjed az online közvetítő szolgáltatást nyújtó vállalkozásokra is.⁵¹

Az új Iránymutatás ehhez kapcsolódva azt is tisztázza, hogy az online közvetítő szolgáltatást nyújtó vállalkozások nem minősülnek valódi ügynököknek.⁵²

Mindezek alapján tehát az új VBER értelmében az online közvetítő szolgáltatók által az ügyfelekkel kötött szerződések – az irányadó piaci részesedési küszöb alatt, különösen súlyos versenykorlátozás hiányában – főszabály szerint csoportmentességet élveznek. Ez alól két kivétel van az új VBER szerint. Egyrészt, mint a fenti 3.1 pontban ismertetésre került, a kettős forgalmazás esetén a mentesség az új VBER szerint nem vonatkozik az online közvetítő szolgáltatásokat nyújtó vállalkozások – mint szállítók – által kötött nem kölcsönös jellegű vertikális megállapodások egészére. A másik kivétel a következő pontban részletesebben elemzett, paritásos kikötésekre vonatkozik, amelyek nem részesülhetnek mentességben a

nem mentesülő korlátozásokra vonatkozó 5. cikk értelmében (de a megállapodás többi része mentesülhet).⁵³

4.5. Paritásos kötelezettségek

A platformokon átívelő paritásos megegyezésként vagy kiskereskedelmi MFN-klauzulaként⁵⁴ is emlegetett kikötés gyakran felbukkant az utóbbi években az európai versenyhatóságok gyakorlatában.⁵⁵ Ez a kikötés tipikusan egy online piactér (mint vevő) és egy áru/szolgáltató gyártója/szolgáltatója (eladó) között jön létre abból a célból, hogy az adott platform legalább olyan kedvező feltételekkel értékesíthesse az adott árut/szolgáltatást, mint amennyiért az eladó ugyanazt a terméket más online platformon értékesíti,⁵⁶ vagy más szavakkal ugyanazt a terméket az eladó nem értékesítheti olcsóbban vagy kedvezőbb feltételekkel más platformon keresztül.

A közgazdaságtani és versenyjogi irodalomban általános egyetértés van a tekintetben, hogy ez a vertikális korlátozás a márkán belüli versenyre van hatással, mivel az ugyanazt a terméket értékesítő, és alapvetően versengő platformok közötti versenyt gyengíti, illetve a piacra újonnan belépni szándékozó platformok kizárására alkalmas.⁵⁷ A káros hatások függnék a platform piaci erejétől és az MFN-kikötés hatókörétől is. Ez utóbbi

⁵⁰ Lásd az új VBER Preambulumának (10) pontját.

⁵¹ Lásd az új VBER 1. cikkének d) és e) pontjait.

⁵² Lásd az új Iránymutatás 3.2.3 pontját.

⁵³ Lásd továbbá ebben az összefüggésben az új Iránymutatás 4.4.4 pontját is.

⁵⁴ Most Favoured Nation clause (MFN); a legnagyobb kedvezmény elve.

⁵⁵ Lásd az Európai Bizottság összefoglalóját az online hotelfoglalásra vonatkozó ügyeket illetően: Report on the monitoring exercise carried out in the online hotel booking sector by EU competition authorities in 2016, http://ec.europa.eu/competition/ecn/hotel_monitoring_report_en.pdf (letöltés: 2022. 07. 22.); illetve hasonló ügyek biztosítási és energetikai árösszehasonlító oldalakkal kapcsolatban is voltak: Competition and Markets Authority: Private motor insurance market investigation. The CMA investigated the private motor insurance market and has published its final order, 2015. 03. 18., www.gov.uk/cma-cases/private-motor-insurance-market-investigation#final-order (letöltés: 2022. 07. 22.); Competition and Markets Authority: Price comparison website: use of most favoured nation clauses, 2017. 09. 26., www.gov.uk/cma-cases/price-comparison-website-use-of-most-favoured-nation-clauses (letöltés: 2022. 07. 22.); Bundeskartellamt: Verivox vows to stop using 'best price' clauses, 2015. 06. 03., www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemittelungen/2015/03_06_2015_Verivox.html (letöltés: 2022. 07. 22).

⁵⁶ Innen ered a „most favoured nation” elnevezés.

⁵⁷ Lásd például az OECD ezzel kapcsolatos összefoglalóját és a benyújtott hozzájárulásokat: OECD: Competition and Across Platform Parity Agreements, <http://www.oecd.org/daf/competition/competition-cross-platform-parity.htm> (letöltés: 2022. 06. 29).

tekintetben a versenyjogi gyakorlat⁵⁸ és a szakirodalom⁵⁹ megkülönbözteti az úgynevezett szűk MFN-t a széles MFN-től. Az előbbi esetben (szűk MFN) a platform azt írja elő a szállító számára, hogy az az adott platformon keresztüli értékesítések vonatkozásában legalább olyan kedvező árakat köteles alkalmazni, mint a saját értékesítési csatornáin. Széles MFN esetében a kikötés nemcsak a saját csatornákat illetően ír elő árparitásra vonatkozó követelményt, hanem valamennyi egyéb értékesítési platformra is.

Az MFN-kikötések ugyanakkor járhatnak versenyjogi értelemben vett hatékonysággal is, amelyek a fogyasztók számára előnyösek. A platformok rendszerint jelentős beruházásokat eszközölnek az online felület kialakítására és fejlesztésére, továbbá a minél szélesebb fogyasztói bázis kialakítása érdekében sokat költenek a reklámozásra, marketingre és egyéb támogató funkciókra (tanácsadás, fogyasztói vélemények, garancia stb.). Ha a platform nem alkalmazhatna MFN-kikötést, a szállítók a platform ezen szolgáltatásait kihasználva saját csatornáikon olcsóbban árulhatnák a terméket, akik az online kereskedelem egyszerűségét kihasználva egyszerűen átklikkelhetnének a szállító internetes felületére, hogy ott vásárolják meg a terméket (ún. potyautas jelenség). Az MFN-kikötésekkel ugyanakkor az ilyen jellegű potyázások kiküszöbölhetőek, miáltal az adott platform beruházásokra, keresletnövelő intézkedésekre való ösztönöztsége fennmarad. A hatékonyság azonban nagyban függhet az adott piac jellemzőitől (például az alacsonyabb árú termékeknél a potyázás kevésbé lehet jellemző).

Az elmúlt évtizedben az európai versenyhatóságok nagy számban indítottak vizsgálatot MFN-kikötésekkel kapcsolatban (például az olasz, német, francia, holland, svéd, magyar és brit versenyhatóságok), elsősorban a hotelfoglalással kapcsolatos

ügyekben,⁶⁰ részben eltérő következtetésekre jutva.⁶¹ Ennek talán részben az is oka lehetett, hogy sem a régi VBER, sem a régi Iránymutatás nem tartalmazott útmutatót erre nézve. A versenyfelületi eljárások eredményét az érintett hatóságok a Bizottsággal közösen elemezték és tették közzé.⁶²

A hotelfoglaláson kívül a versenyhatóságok gyakorlata szerint más piacokon is problematikusnak bizonyult ez a fajta vertikális korlátozás, Magyarországon a Gazdasági Versenyhivatal („GVH”) is foglalkozott ilyen kikötésekkel az online ételrendelés piacán.⁶³

Az új VBER most egyértelműen foglal állást abban a tekintetben, hogy a széles paritás kötelezettség nem mentesített, így az 5. cikk (1) bekezdésének d) pontja értelmében nem mentesül bármely olyan közvetlen vagy közvetett kötelezettség, amelynek értelmében a vevő nem kínál, nem ad el vagy viszonteladás keretében nem értékesít árukat vagy szolgáltatásokat a végső felhasználók részére kedvezményesebb feltételek mellett, versenytárs online közvetítő szolgáltatók révén.

Ehhez képest a szűk paritásos kötelezettségekre nem vonatkozik ilyen szabály, tehát a vevő (például egy hotel) saját felületén (weboldalán) történő értékesítésre vonatkozó korlátozások továbbra is részesülhetnek majd a csoportmentesség kedvezményében, feltéve, ha a rendelet egyéb feltételeinek megfelelnek.

Azonban az új VBER a szűk paritásra vonatkozóan is tartalmaz egy biztonsági fétet, ha azok kumulatív hatása miatt erre szükség lenne. Ebben a körben előírja, hogy az új VBER által biztosított mentesség visszavonható, amennyiben az online közvetítő szolgáltatások nyújtásának érintett piaca erősen koncentrált, és az ilyen szolgáltatások nyújtói közötti versenyt korlátozza a hasonló megállapodások párhuzamos hálózatainak halmozott hatása, amelyek korlátozzák az online közvetítő

⁵⁸ Lásd például Gazdasági Versenyhivatal: Jelentés az online szálláshelyfoglalás piacán lefolytatott ágazati vizsgálatról, 2016. május, http://gvh.hu/data/cms1034253/Agazati_vizsgalat_online_szallashelyfoglalas_piacan_vegleges_jelentes_2016_06_08.pdf (letöltés: 2022. 07. 22.).

⁵⁹ HVID, Morten: Vertical agreements between suppliers and retailers that specify a relative price relationship between competing products or competing retailers, 2015. 10. 27–28. [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP\(2015\)6&doclanguage=en](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP(2015)6&doclanguage=en) (letöltés: 2022. 06. 29.).

⁶⁰ Az MFN-kikötésekkel a magyar versenyhatóság is részletesen foglalkozott az online szálláshelyfoglalás piacán lefolytatott ágazati vizsgálatában (Gazdasági Versenyhivatal: 59. lj.).

⁶¹ Lásd az Európai Bizottság összefoglalóját (56. lj.).

⁶² Lásd az Európai Bizottság összefoglalóját (56. lj.).

⁶³ Netpincér-ügy – Vj-89/2015, http://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2015/vj_89_2015_236.html (letöltés: 2022. 06. 29.).

szolgáltatások vevőit abban, hogy a közvetlen értékesítési csatornáikon kedvezőbb feltételek mellett kínáljanak, értékesítsenek vagy viszonteladás keretében értékesítsenek árukat vagy szolgáltatásokat a végső felhasználóknak.⁶⁴

4.6. Egyéb változások

4.6.1. Viszonteladási ár

A viszonteladási árra vonatkozó szabályok nem változtak, a viszonteladási ár megkötése továbbra is súlyos korlátozásnak minősül az új VBER 4. cikkének a) pontja alapján. Kiegészült viszont az új Iránymutatás a viszonteladási ár meghatározása tekintetében annak egyértelmű kimondásával, hogy az olyan minimális reklámozott áraknak az előírása, amelyek megtiltják a forgalmazó számára, hogy a szállító által meghatározott szint alatti árakat reklámozzon, szintén viszonteladási ár meghatározásának minősül.⁶⁵

4.6.2. A mentesség visszavonása

Az új vertikális iránymutatás célja, hogy megerősítse a nemzeti versenyhatóságok azon képességét, hogy a VBER által biztosított kedvezményt visszavonhassák. Ebből a célból az új Iránymutatás 7.1 pontja az az alkalmazandó feltételekre és eljárásra vonatkozóan részletes iránymutatással szolgál.

4.6.3. Fenntarthatóság

Az új Iránymutatás az előzővel ellentétben már foglalkozik a fenntarthatósággal kapcsolatos szempontokkal is. Elismerve, hogy a fenntartható fejlődés az uniós szakpolitikák egyik kiemelt célja rögzíti ugyanakkor, hogy azok a vertikális megállapodások, amelyek fenntarthatósági célkitűzések megvalósulását szolgálják, nem képezik az uniós versenyjog szerinti vertikális megállapodások külön kategóriáját, az ilyen megállapodásokat az általános elvek és szabályok mentén kell értékelni. Ennek megfelelően az új VBER által biztosított mentesség azokra a vertikális megállapodásokra vonatkozik, amelyek fenntarthatósági célkitűzések megvalósítására törekednek, feltéve, hogy megfelelnek a rendeletben előírt feltételeknek. Az új

iránymutatás a fenntarthatósági célkitűzések elérését szolgáló vertikális megállapodások értékelését szemléltető példákat is tartalmaz.⁶⁶

4.6.4. Változások a VBER és az új Iránymutatás struktúrájában

A tartalmi változtatásokon túl az új VBER és az új Iránymutatás struktúrája is egyszerűsödött, áttekinthetőbb és logikusabb lett. Így különösen a 4. cikk b) pontjában felsorolt különösen súlyos területi és vevői korlátozások szerkezete került átalakításra, három alcsoport, kizárólagos forgalmazás, szelektív forgalmazás és szabad forgalmazás szerint csoportosítva. Ezen kívül az új Iránymutatás struktúrája is egyszerűsödött és jobban követhetővé, áttekinthetőbbé vált.

5. Összefoglalás

A fentieket összefoglalva, mint ahogyan az látható, forradalmi, koncepcionális változtatás nem történt a vertikális csoportmentességi rendszerben.

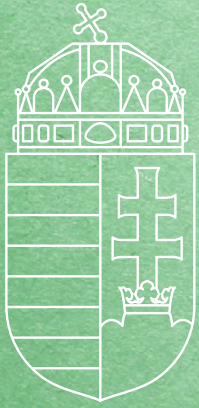
Az új VBER szabályai ennek megfelelően nem jelentenek gyökeres változást a korábbi rezsimhez képest, hanem a régi VBER szabályait módosítják, fejlesztik tovább a fenti szempontok mentén.

Az újdonságok döntő része az online kereskedelem miatti változásokra reflektálva a keretek kiigazítását, átszabását jelenti. Az új VBER és a kapcsolódó iránymutatás választ kíván adni a kereskedelemben és a joggyakorlatban az utóbbi bő egy évtizedben felmerült kérdésekre. Ezt a célkitűzést a szerző szerint el is éri, habár továbbra is marad némi kétség, hogy az online korlátozásokra vonatkozó új szabályok mennyire lesznek alkalmazhatók, praktikusak a jogérvényesítés során. Végül megemlítendő, hogy a VBER elfogadásával indokolttá vált a hazai csoportmentesség részletes szabályait tartalmazó, a vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alóli mentesítéséről szóló 205/2011. (X. 7.) Kormányrendelet módosítása, így ez is várható a közeljövőben.

⁶⁴ Lásd az új VBER 6. cikkét.

⁶⁵ Lásd az új Iránymutatás 187. pontját.

⁶⁶ Lásd az új Iránymutatás 8., 144., és 316. pontjait.



Réger Ákos¹

Versenyjogi probléma vagy hatékony üzletmenet? A Google szerepe az online hirdetésközvetítő piacokon

Competition law problem or efficient business operation? The role of Google in the online advertising intermediation services markets

Abstract: *This study examines the developments of competition law enforcement with respect to online advertising intermediation services. I discuss the competition issues in the market through (i) the findings of the British, Australian and French competition authorities, (ii) the arguments of Google, and (iii) the economic literature. The relevant provisions of the Digital Markets Act and a potentially anti-competitive agreement involving Google are also touched upon.*

Tárgyszavak: online hirdetésközvetítés, valós idejű aukció, transzparencia, erőfölény, Google

Keywords: online ad-intermediation, real-time auction, transparency, dominance, Google

1. Bevezető

Bizonyára észrevette, hogy online újságolvasás közben egyes honlapok felületein reklámok jelennek meg. Azt is megfigyelhette, hogy ugyanazt a weboldalt más időpontokban megnyitva más reklámokkal találkozhat, továbbá nem feltétlenül ugyanazok a reklámok jelennek meg az asztali számítógépen, illetve mellette az okostelefonon internetezőnek, habár ugyanazt az internetes újságot ugyanakkor olvassák.

Ezek a megfigyelések nem a véletlen művei, hanem – nagy valószínűséggel – automatizált online reklámfelület-aukciók lefolyásának kimenetei. Az előző mondat elolvasása több időt vehetett igénybe, mint egy online aukció lefolyása, a honlap behívása és a tartalmának betöltése között eltelt kevesebb mint egy másodperc.² A villámgyors lefolyás megkülönböztető jegye ezen online aukcióknak.

Az online reklámozást célzottsági alapon két csoportra, keresési és „display” reklámokra lehet bontani. Keresési reklámokkal az internethasználók egy keresőmotor (pl. Google Search, Bing) használata során, a keresési találatokkal egy lapon találkozhatnak; ezek célja a vásárlási tranzakció végrehajtására ösztönzés. A digitális célzott reklámok másik típusa az ún. display reklám, amivel a fogyasztók különféle tartalmú weboldalak megnyitásakor találkozhatnak (pl. internetes újságok tetején megjelenő reklámszpot, reklámok a közösségi médiában). Ezek célja, hogy felkeltse az olvasó érdeklődését egyes termékek vagy szolgáltatások iránt. Ilyenkor a reklámok nem az éppen olvasott honlap tartalmához kötődnek leginkább, hanem az olvasóhoz, felhasználóhoz.³

A display reklámozáson belül megkülönböztethetünk saját tulajdonú platformokat (pl. Facebook (Meta), Youtube stb.) illetve hirdetésközvetítőkön keresztül lefolytatott reklámozást. Ez utóbbi kate-

¹ Közgazdász; ügyvezető, Allegro Consulting.

² Egyes esetekben az online aukció az oldal betöltését követően, késve fejeződik be, ekkor az olvasó úgy érezheti, hogy a honlap tartalma „ugrik” egyet.

³ Mind a keresési, mind a display reklámokra jellemző, hogy azok a fogyasztók látják, akiknek profilja, online aktivitása és internetes fogyasztási szokásai megfelelnek a reklámozó (vagy a reklámügynökség) által beállított kritériumoknak. A reklámhely-szolgáltató is meghatározhat bizonyos feltételeket, amelyek alapján kiszűrheti a nem a profiljába illő reklámokat.

górián belül pedig különbséget tehetünk a hirdető által előre meghatározott weboldalon vagy platformon megjelenő, illetve automatizált reklámok között. Automatizáció esetén a reklámot aukción keresztül kötik össze az optimális reklámfelülettel. Jelen tanulmány középpontjában ezen aukciós mechanizmusok állnak.

Az elmúlt időkben a világ minden táján elterjedt az online aukciós piacok versenyjogi vizsgálata. A brit, a francia, az ausztrál versenyhatóságok mélyen foglalkoztak már a témával, az Egyesült Államokban pedig jelentős számú állam jogászai aktivizáltak magukat, hogy minél sikeresebb versenyjogi pereket indítsanak a piacon fontos szerepet játszó Google ellen.

Mi a különlegessége az online reklámhely-aukcióknak, hogy a piac a versenyhivatalok reflektorfényébe került? Miben rejlik a (potenciális) versenyprobléma? A Google erőfölényben van-e az aukciós piacokon? Ha igen, milyen üzleti motivációk mozgathatják, és el lehet-e mondani, hogy a Google kihasználja ezt az erőfölényt az online hirdetőkkal vagy kiadókkal szemben?

E tanulmányban ezekre a kérdésekre keresem a válaszokat, amelynek során áttekintést nyújtok a fentebb említett versenyjogi vizsgálatokról is. Először azonban vessünk egy pillantást az online aukciós piac magyarországi helyzetére. A következő fejezetből kiderül, hogy az online reklámozás (és benne a valós idejű aukciók) egyre erőteljesebb szerepet játszanak.

2. Online hirdetésközvetítés Magyarországon

2021-ben Magyarországon összesen 156 milliárd forintot költöttek digitális reklámra (az összes költés 2019-ben még csak 113 milliárd forint volt),⁴ így mértéke a magyarországi médiatortában meghaladta az 50 százalékot.⁵ A digitális reklámok döntő többsége display reklám: a hirdetők összesen 80 milliárd forintot költöttek ilyen típusú hirdetésre 2021-ben⁶ (2019-ben ez még csak 53

milliárd volt), volumenük két év alatt 50 százalékkal növekedett.

A display reklámokon belül az automatizált online reklámpiac mérete a teljes display reklámpiachoz képest még viszonylag kicsi, éves szinten mindössze 5,9 milliárd forint. Ám 2020-ról 2021-re 75 százalékkal nőtt a piac mérete, ami jelentősen meghaladta az online reklámozás más szegmenseire jellemző éves növekedési számokat. Ebbe az 5,9 milliárd forintba minden automatizált online reklámozás beletartozik, e tanulmány témája ezen belül a valós idejű aukciókon keresztül végrehajtott hirdetésközvetítói tranzakciók, amelyek összértéke 2021-ben Magyarországon 4,8 milliárd forint volt. Ehhez hozzá kell tenni, hogy 2021-ben 80 százalékos növekedést generált ez a piaci szegmens, és a növekedés előreláthatólag a további években is dinamikus marad.

A tanulmány témája tehát a magyarországi piaci folyamatok tekintetében is releváns.

3. Az online hirdetésközvetítői szegmensek vertikális felépítése

Az online hirdetésközvetítői („ad-tech”) piacok szerkezetéről és a piac időbeli változásairól külön értekezést lehetne írni. Ebben a fejezetben csak átfogó jelleggel mutatom be a piaci szereplők működését, az e tanulmányban használt fogalmak bemutatására szorítkozva.⁷

Ahogy fentebb említésre került, az online kiadók alapvetően kétféle módon kínálják eladásra a honlapjukon reklámozásnak fenntartott helyeket. Vagy előre meghatározott hirdetőkkal szerződnek (direkt eladás), vagy nyílt aukcióra bocsátják a hirdetési helyeket az ad-tech hirdetésközvetítői piacokon – ez utóbbi esetben nem tudják előre, hogy ki lesz a hirdető, és mennyit fog fizetni a reklámhelyért.

Amennyiben egy online kiadó nyílt aukcióra bocsátja reklámhelyeit, a felajánlás a másodperc töredéke alatt jut el a potenciális hirdetőkhöz egy bonyolult hirdetésközvetítői mechanizmuson ke-

⁴ Az ebben a fejezetben megjelenő reklámpiaci adatok az IAB Hungary Adex 2021 Digitális reklámköltési adatok című előadásanyagából származnak, https://iab.hu/wp-content/uploads/2022/03/IAB_HU_Adex_2021.pdf (letöltés: 2022. 04. 06.).

⁵ Magyar Reklámszövetség: 2021 MRSZ Média- és Kommunikációs torták, 2022. 03. 24., https://mrsz.hu/cmsfiles/aa/df/MRSZ_2021_media_komm_tortak_20220324.pdf (letöltés: 2022. 04. 06.), 6. A médiatorta a Magyarországon realizálódott összes médiaköltését tartalmazza szegmensek szerint (digitális, televízió, sajtó, közterület, rádió, mozi).

⁶ Ebbe a saját tulajdonú platformon történő reklámozás is beletartozik.

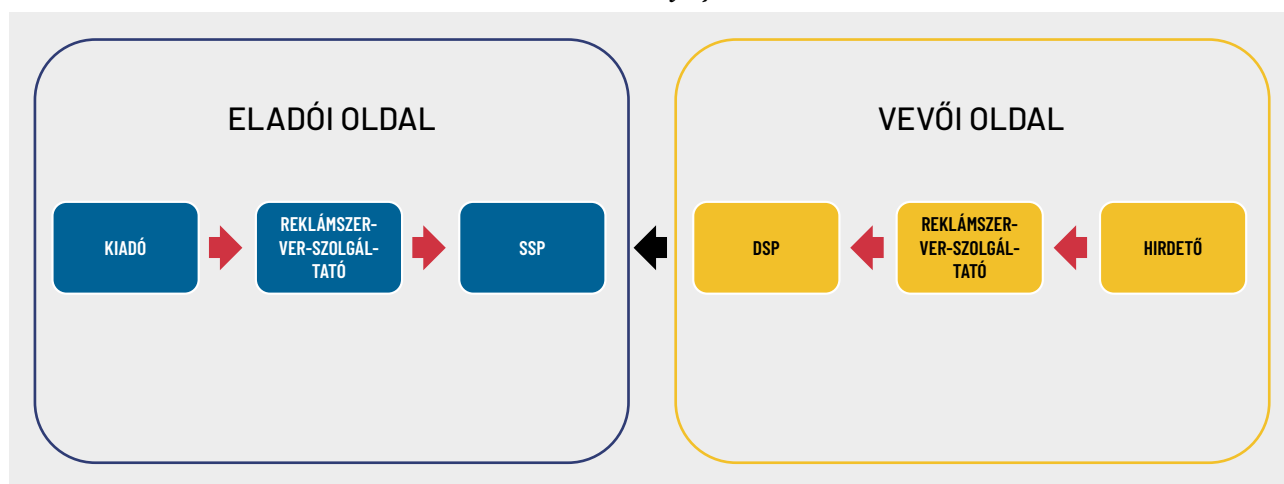
⁷ Az ad-tech-piac működéséről jelentős számú forrást lehet találni, a témában mélyebben elmerülni szándékozóknek a brit versenyhatóság ágazati elemzését (hivatkozás a 11. lj.-ben) ajánlom figyelmébe.

resztül. A hirdetőket ezután megküldik ajánlataikat, a kiadó reklámszervere pedig kiválasztja az optimális (tipikusan a legmagasabb árú) ajánlatot az adott platformokról. Végül a legjobb ajánlatot tevő

hirdető hirdetése megjelenik az aukcióra bocsátott reklámfelületen.

Az ad-tech-szolgáltatásokat funkciójuk alapján kiadókhoz köthető eladói és hirdetőkhöz köthető vevői oldalra lehet bontani (kétoldalú piac).

1. ábra: Ad-tech-folyamatábra



Forrás: a brit versenyhatóság (Competition and Markets Authority, CMA).

Eladói oldal

- A kiadók leginkább reklámszerver-szolgáltatókkal (ad server) szerződnek, akik – a kiadó által meghatározott célok és kritériumok alapján – a hirdetési bevételek optimalizálásában nyújtanak segítséget. Amikor egy felhasználó megnyit egy honlapot, a böngészőjét a honlapot működtető kiadó ad serveréhez irányítják, amely a böngészőt a hirdetési helyek típusától függően aukcióra bocsátja. Az ad serverek jellemzően impresszió⁸ alapuló díjakat szabnak. A versenyhatóságok célkeresztjében álló Google a Doubleclick for Publishersen (DFP) keresztül van jelen ebben a piaci szegmensben.
- A reklámpiaci platformok (Supply Side Platformok [SSP], illetve korábban külön kategóriaként a hirdetési piacterek [ad exchange]) helyezkednek el a vertikális piaci struktúra következő lépcsőfokán. Ezek a platformok rendezik az online valós idejű aukciókat: minden egyes felajánlott reklámhelyért külön aukció folyik. A kiadó ad servere általában több reklámpiaci platformot is „felkeres”, hogy egy adott hirdetési felületet értéke-

sítsen, mert nem minden potenciális hirdető versenyez egymással ugyanazon a platformon. A reklámpiaci platformok általában a hirdetési felület bevételeinek bizonyos százalékát fölérik le a szolgáltatásért cserébe. A Google az AdX platformon, illetve az AdMobon és AdSense-en keresztül van jelen. Elterjedt üzleti gyakorlat, hogy az ad server és SSP-szolgáltatásokat együttesen adják el a kiadónak (vertikálisan integrált szolgáltatások). A Google az AdX SSP-t a DFP szolgáltatásaival együttesen is értékesíti. Az AdSense integráltan nyújtja a platform- és ad servereket a kisebb kiadók számára.

Vevői oldal

- A hirdetőket a hirdetői oldali ad servereken keresztül jelennek meg a piacon. Ahogy a kiadói oldalon, a szolgáltatók a hirdetői oldalon is az üzletileg legoptimálisabb kimenetel elérését segítik elő – a cél, hogy a reklámkampány költségvetéséhez mérten minél több helyen és a legcéltobb módon jelenítsék meg a hirdetést. A Google a Campaign Manageren

⁸ 1 impresszió = 1 hirdetés megjelenítése 1 internetező számára. A díjak mértékegysége CPM („cost-per-mille”), vagyis ezer megjelenés.

(nagyobb hirdető) és a Google Adsen (kisebb hirdető) keresztül van jelen ebben a piaci szegmensben.

- Ahhoz, hogy a hirdető részt vehessen az online aukciókon, a hirdető reklámügynökségének (vagy a hirdetőnek) ún. hirdetőoldali platformokkal (Demand Side Platform, DSP) szükséges szerződnie. A hirdető ezen platformokon keresztül küldik el ajánlataikat az SSP-ken felajánlott reklámhelyért. A DSP-k bevétele lehet a megszerzett hirdetési felület értékének egy bizonyos százaléka, számos esetben azonban a hirdető nem impresszió, hanem kattintás-alapon⁹ fizet. A Google a hirdetőoldali reklámpiaci platformok szegmensében a DV360-on (nagyobb hirdető) és a Google Ads-en (kisebb hirdető) keresztül van jelen. A Google Ads integráltan nyújtja a platform- és ad server szolgáltatásokat a kisebb hirdető számára.

A globális ad-tech-piacon jelentős számú szereplő van jelen, a fent említett szegmensek mindegyikén azonban csak kevés vertikálisan integrált vállalat nyújt szolgáltatást. Például, az ausztrál versenyhatóság később bemutatásra kerülő ága-

zati elemzése¹⁰ alapján Ausztráliában a Google-ön kívül csak az AppNexus/Xandr és az Adform vannak jelen a kiadói és hirdetői oldal minden szegmensében. A Google-höz képest e vállalatok piaci pozíciója is gyenge. A következő fejezetben bemutatom, hogy az ágazati elemzést és vizsgálatot lefolytató versenyhatóságok milyen jellegű versenyaggályokat fogalmaztak meg eddig a piaccal kapcsolatban.

4. A versenyhatóságok álláspontja

4.1. Ágazati elemzések

A közelmúltban számos versenyhatóság vizsgálta az ad-tech-szegmensekben a piaci versenyt. Az alapvető megállapítás minden vizsgálat során ugyanaz volt: a Google-nek jelentős piaci pozíciója van az online hirdetésközvetítői piacokon (1. táblázat: a Google-höz tartozó vállalatok piaci részesedései az ad-tech-szegmenseken), és az ad-tech-szegmensek árazása nem elég átlátható. A brit,¹¹ az ausztrál,¹² és részben a francia¹³ versenyhatóság által kiadott ágazati elemzések alapján az országok között az azonosított versenyproblémákat tekintve nincs lényeges különbség.

⁹ Ebben az esetben a DSP csak akkor jut bevételhez, ha az internetező nemcsak látja a reklámot a megnyitott honlapon, hanem rá is kattint.

¹⁰ Hivatkozást lásd a 12. lj.-ben.

¹¹ Competition and Markets Authority: Online platforms and digital advertising market study. The Competition and Markets Authority has completed its market study into online platforms and the digital advertising market in the UK, 2019. 07. 03., <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study> („CMA-vizsgálat”), 2019. 07. 03./2020. 07. 01., <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study> (letöltés: 2022. 04. 06.).

¹² Australian Competition and Consumer Commission: Digital advertising services inquiry, Final Report („ACCC-vizsgálat”), 2021. 09. 28., <https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries-finalised/digital-advertising-services-inquiry> (letöltés: 2022. 04. 06.).

¹³ Autorité de la concurrence, 18-A-03 vélemény, 2018. 03. 06., „on data processing in the online advertising sector” (angol fordítás, az eredeti francia változat a hiteles). A francia versenyhatóság 2018. évi, a teljes online reklámpiacra kiterjedő elemzésében az ad-tech-piacokat csak részlegesen tárgyalta. A hatóság 2021-es Google ellen hozott döntésében (hivatkozást lásd a 31. lj.-ben) a piac részletesebben került bemutatásra.

1. táblázat: a Google-höz tartozó vállalatok piaci részesedései az ad-tech-szegmenseken

Piaci szegmens	Google entitás	Google piaci részesedése (százalék)	
		Brit ágazati elemzés	Ausztrál ágazati elemzés
Kiadóoldali ad serverek*	Google Ad Manager (DFP)	90–100%	90–100%
Kiadóoldali reklámpiaci platform**	Google AdX / AdMob / AdSense	50–60%	50–60%
Hirdetőoldali reklámpiaci platform**	DV 360 / Google Ads	50–60%	60–70%
Hirdetőoldali ad serverek*	Google Ads / Campaign Manager	80–90%	80–90%

* a letöltések arányában

** a vásárolt hirdetések értékének arányában

Forrás: a brit (CMA) és ausztrál versenyhatóság (Ausztrál Versenyügyi és Fogyasztói Bizottság (Australian Competition & Consumer Commission, ACCC)).

A brit versenyhatóság feltárta, hogy az automatizált online aukciós piacokon a Google erőteljes pozícióban van, ráadásul annak minden szegmensében.¹⁴ Mind a reklámozókat, mind az online reklámhelyek tulajdonosait (pl. online újságok, blogok) kár érheti, mert a Google által dominált ad-tech piaci szegmenseken lefutó komplex aukciók nem elég transzparenszek. Nincs elegendő információ ahhoz, hogy a reklámozási hatékonyságot megfelelően mérjék, és nem átlátható, hogy az ad-tech-közvetítők mi módon jutnak bevételhez egyes aukciók során. Fontos megállapítás, hogy a Google részben előnyben részesíti a saját, egymással vertikális viszonyban álló szolgáltatásait a versenytársak szolgáltatásaihoz képest (pl. a DV360, a Google DSP-je előnyben részesíti az AdX-et, a Google SSP-t). Habár ennek a versenyre gyakorolt tényleges (akár káros) hatását nehéz megbecsülni¹⁵ – írja elemzésében a brit versenyhatóság.

Számításaik szerint az ad-tech piaci szegmens résztvevői a reklámfelület értékének átlagosan 35 százalékát tartják maguknál.¹⁶ Abban az eset-

ben pedig, ha egy hirdetési felületre érkező ajánlat a kiadói és a hirdetői oldalon is a Google-höz tartozó piaci szereplőn fut át (pl. Google Ads + AdX), a Google átlagosan 30 százalékot tart magánál a hirdetőközvetítői szolgáltatásért.¹⁷ Ez azt jelenti, hogyha például egy online újság reklámfelületét egy hirdető 10 forintért nyerte el az online aukción, abból az online újság ténylegesen átlagosan 7 forintot kap kézhez a Google-től. A brit versenyhatóság számításait a Google saját adatán végzett analízise is alátámasztja.¹⁸ A versenyhatóság megállapítása szerint az átláthatóság növelése versenynyomást gyakorolna az ad-tech piaci szereplőkre, ami alacsonyabb közvetítői díjakhoz vezetne.¹⁹

Az ausztrál versenyhatóság (ACCC) hasonló tendenciákat tárt fel az ország hirdetési piacain. Az ad-tech piaci szegmens résztvevői – médiaügynökségek nélkül – a hirdetési felületek értékének 27 százalékát tartják maguknál.²⁰ Úgy tűnik, hogy országok között nincsenek jelentős eltérések az ad-tech-szereplők „take rate”-jei között, és a rendel-

¹⁴ Részben a versenyhatóság digitális reklámpiacról szóló vizsgálata vezetett Nagy-Britanniában a Digital Markets Unit (DMU) felállításának javaslatához. A cikk megírásának idején publikált sajtóértesülések szerint a brit kormány nem támogatja a javaslatot (BEIOLEY, Kate – PARKER, George – PICKARD, Jim: UK ministers ditch plans to empower tech regulator, In: Financial Times, 2022. 05. 03., <https://www.ft.com/content/bc4cc9d4-3ff8-49da-9279-2dba23b54ec0>, letöltés: 2022. 05. 03.)

¹⁵ CMA-vizsgálat, 5.275.

¹⁶ A médiaügynökségeket is beleszámítva (a médiaügynökségek díja átlagosan a reklámfelület értékének 5 százaléka). CMA-vizsgálat, 5.214.

¹⁷ CMA-vizsgálat, 5.242.

¹⁸ A Google saját számításai szerint a hirdetési felület értékének 31 százaléka marad náluk, lásd HSIAO, Sissie: How our display buying platforms share revenue with publishers, 2020. 06. 23., <https://blog.google/products/admanager/display-buying-share-revenue-publishers/> (letöltés: 2022. 04. 22.).

¹⁹ CMA-vizsgálat, 211. o.

²⁰ ACCC-vizsgálat, 10.

kezésre álló adatok azt mutatják, hogy tendenciális jelleggel a DSP és SSP szolgáltatók fölözik le a reklámfelület értékének legnagyobb részét: a brit és az ausztrál versenyhatóság elemzései alapján is több mint 10-10 százalékot.²¹

Az ausztrál versenyhatóságnak is az az álláspontja, hogy az ad-tech-díjak túl magasak. Ugyanakkor az ACCC elemzéséből az is kiderül, hogy a Google DSP-k és SSP-k bevételen alapuló részese-
dése csökkent az elmúlt években, amíg az impresszió alapuló részese-
désük növekedett.²² Ez főként abból adódik, hogy a Google szolgáltatásait leginkább a kisebb piaci szereplők használják, amelyek esetében a hirdetési felület értéke alacsonyabb. Mindenesetre ebből nem egyértelműen következik, hogy a Google kihasználná piaci erejét ezen a piaci szegmenseken, legalábbis nem minden hirdetői és kiadói csoport vonatkozásában. További elemzés szükséges annak eldöntésére, hogy a kisebb hirdető, illetve kiadó az átlagnál nagyobb mértékben vannak-e kitéve a Google erős piaci helyzetének.

Itt meg kell jegyezni, hogy a brit versenyhatóság nem találta bizonyítottnak azt, hogy a Google magasabb díjakat vagy árakat alkalmazna a nála jelentősen kisebb piaci jelenlétű versenytársainál – akár a kiadók, akár a hirdetők fele.²³ Az ACCC piacelemzéséhez szolgáltatott egyik beadvány²⁴ alapján a Google úgy véli, hogy a kiegészítő szolgáltatások integrációjából fakadó költségoptimalizálásnak köszönhetően ez a tendencia az árak folyamatos csökkenését mutatja.

4.1.1. Vélemény

Iparági adatok nélkül a fentieket nehéz megerősíteni vagy cáfolni, ugyanakkor a versenytársak dí-

jainak hasonlósága nem feltétlenül jelenti azt, hogy a piac versenyzői szinten határozná meg az árakat (azaz a hirdetés költségeit).

Azonos árakra magyarázatot adhat például, ha hallgatólagos összejátszás van a piacon. Minthogy a Google egyetlen versenytársa sem rendelkezik erős versenynyomás gyakorlására alkalmas kiterjedt hálózattal (hálózati hatásokból adódó kapacitáskorlátok), és a versenytársak legalább egy része vertikálisan függ a Google-től (pl. versenytárs SSP függ a Google DSP-jétől²⁵), elméletileg lehetséges, hogy e versenytársak profitmaximalizáló magatartása az, ha saját ármeghatározásuk során a Google árazását követik. Bár a Google által alkalmazott díjak nem publikusak, a piacon egy napon többmillió tranzakciót végrehajtó versenytársak szoftverei (mesterséges intelligenciával megerősítve) nagy valószínűséggel meg tudják határozni az optimális, hallgatólagos összejátszásnak megfelelő ár szintjét. Az is elképzelhető, hogy a Google-től vertikálisan függő versenytársak a későbbi retorziótól való félelem miatt nem kezdenek árháborút a Google ellen, még akkor sem, ha erre képesek lennének.

A Google és versenytársai közötti átlagos díjkülönbség hiányának az átlagolás módszertana is lehet az oka. A brit versenyhatóság a Google különböző entitásaira külön-külön, ám azon belül minden impresszióra kiterjedő átlagértékeket számított, amelynek alapja különféle jellemzőkkel rendelkező hirdetési felületek, illetve hirdetők alapján lettek kiszámítva.²⁶ Elképzelhető azonban, hogy a Google explicit vagy implicit árdiszkriminációt²⁷ alkalmaz, alacsonyabb díjakat számítva fel az olyan hirdetőknél, akikért a Google versenytársai is erőteljesebben versenyeznek. *Vice versa*, azon hirdetők felé pedig magasabb díjakat alkal-

²¹ CMA-vizsgálat, 5.237., ACCC-vizsgálat, 10.

²² ACCC-vizsgálat, 58., 65.

²³ CMA-vizsgálat, 5.239.

²⁴ RBB Economics: Google's ad tech take rates. Analysis of Google auction level data sets, 2020. 10. 20., 14–15., <https://bit.ly/3xJci2E> (letöltés: 2022. 04. 21.).

²⁵ Lásd PubMatic és Google DV360 együttműködése, How PubMatic's premium inventory and Google audiences delivered better open market performance for Amnet, <https://pubmatic.com/case-studies/pubmatics-and-google-audiences-delivered-better-performance-for-amnet/> (letöltés: 2022. 04. 07.).

²⁶ CMA-vizsgálat, R melléklet, Table R.2.

²⁷ Az árdiszkriminációt itt közgazdasági értelemben használom. Árdiszkriminációnak számít minden olyan árazási forma, amely során különböző jellemzőkkel rendelkező vevők különböző árakat fizetnek ugyanazért az áruért és szolgáltatásért. Az árdiszkrimináció nem minden formája versenyjogellenes. Explicit árdiszkrimináció esetén a vevők látható, érzékelhető jellemzői adják a diszkrimináció alapját (pl. gyerekjegy a moziba). Implicit árdiszkrimináció abban az esetben áll fenn, amikor a vevő saját maga dönt arról, hogy melyik árdiszkriminációs csoportba sorolja az eladó (pl. nagyobb mennyiség vásárlása esetén árengedmények).

maz, akikért kis méretüknél vagy más jellemzőjük-nél fogva a Google-nak nem szükséges erőteljesen versenyeznie. Az átlegértékek ebben az esetben el-fedhetik a versenyproblémát, amivel a kisebb ki-adók és hirdetőik szembesülhetnek.

A brit versenyhatóság piacelemzéséből részben következtethetünk arra, hogy a Google piaci szituációjában az árdiszkrimináció sikeresen végrehajtható. A hirdetőik jelentős része ugyanis megkerülhetetlen piaci szereplőként tekint a Google DV360 hirdetésoldali platformszolgáltatóra: a versenyhatóság által megkérdezett 17 online hirdető cég közül 6 kizárólag a DV360-t használja a reklámkampánya során. További négy reklámozó két DSP-t használ, amelyek közül az egyik minden esetben a DV360. A maradék hét online reklámozó cég több mint két DSP-t használ, és legalább kettő ezek közül az esetek többségében a DV360-ot használja.²⁸ Nem arról van tehát feltétlenül szó, hogy a DV360 teljes mértékben uralja a hirdetésoldali platformszolgáltatók szegmensét, ám a hálózati hatásokból adódó piacvezető, és egyes hirdetőik számára megkerülhetetlen szerepe nem vitatható. Mindemellett érdemes újból megemlíteni, hogy a DV360 a nagyobb hirdetőcégeket szolgálja ki. Kiseb-bb hirdetőik számára a Google Adsen kívül nincs sok választási lehetőség, ha programmatikus hirdetés-közvetítést kívánnak igénybe venni. Ennek ellenére a brit versenyhatóság becslése alapján a Google Ads díjai sem magasabbak a más DSP-k által alkalmazott díjaknál (habár az árazási transz-

parencia hiánya a Google Ads esetében különösen feltűnő a versenyhatóság szerint²⁹).

Az árdiszkriminációval foglalkozó közgazdasági szakirodalom alátámasztja, hogy erőteljes hálózati hatások jelenléte esetén az erőfölényben lévő vállalat hatékonyan alkalmazhat (implicit) árdiszkriminációt arra, hogy kisebb versenytársai előtt lezárja a piacot.³⁰ Amennyiben a domináns vállalat versenytársai nem jelentősen költség-hatékonyabbak, a domináns vállalat által alkalmazott (implicit) árdiszkrimináció esetén a kisebb versenytársak piacról való kiszorítása alkotja a piaci egyensúlyt.

Az ad-tech-piacokon mindehhez egy igen jelentős adatállomány áll a résztvevők rendelkezésére, és főként a Google üzleti vállalatok hozhatnak jól informált döntéseket, tekintve hogy a hálózati hatásokból adódóan, illetve a más üzleti környezetből (pl. Youtube-nézettségi adatok, Googlemaps-adatok) beszerzett információk versenyelőnyhöz juttathatják őket.

Mindezekből persze nem feltétlenül következik, hogy a versenytársakéhoz hasonló árazás explicit és/vagy implicit árdiszkrimináció következménye, ám az mindenesetre bizonyos, hogy a hasonló árazás ellenére a Google versenytársai folyamatosan kiszorulóban vannak a piacról, vagy legalábbis nincs reális lehetőségük arra, hogy erőteljesebb versenytársakká váljanak. Ezt mutatja a francia versenyhatóság ad-tech-döntésének³¹ két releváns diagramja is, amely mindezedig az egyetlen lezárt versenyjogi vizsgálat.

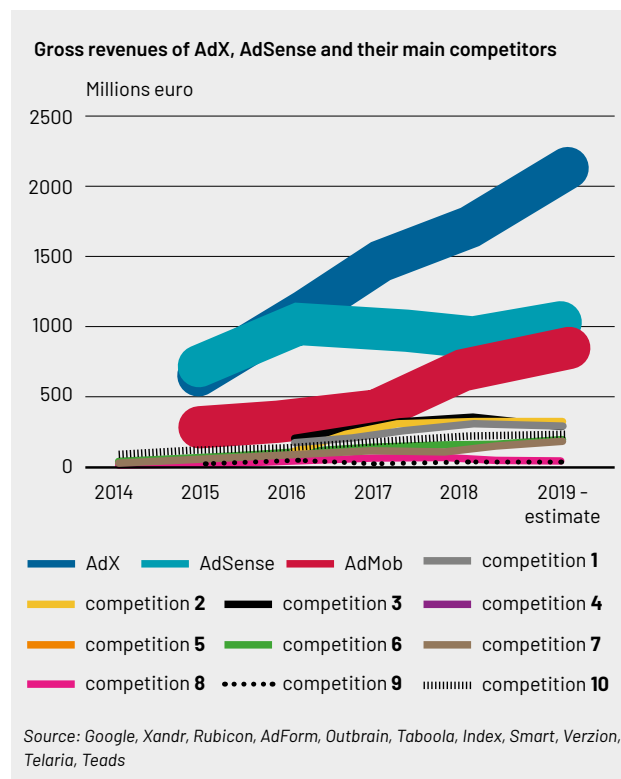
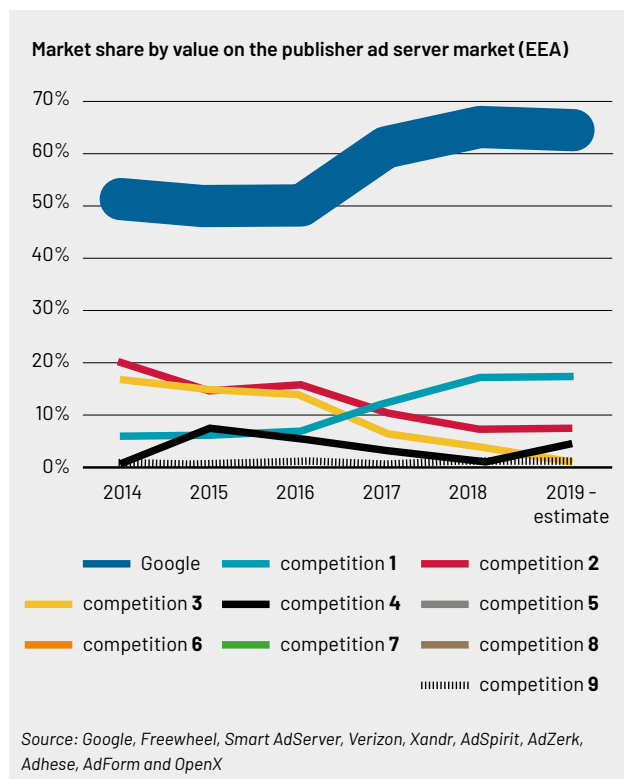
²⁸ CMA-vizsgálat, M melléklet, 192.

²⁹ CMA-vizsgálat, M melléklet, 343.

³⁰ FUMAGALLI, Chiara – MOTTA, Massimo – CALCAGNO, Claudio: Exclusionary Practices. The Economics of Monopolisation and Abuse of Dominance, Cambridge University Press, 2018, 146.; valamint GIARDINO-KARLINGER, Liliane – MOTTA, Massimo: Exclusionary Pricing and Rebates When Scale Matters, EUI Working Paper ECO 2007/30, 2007 10. 18., <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/7255/ECO-2007-30.pdf?sequence=1> (letöltés: 2022. 04. 25).

³¹ Autorité de la concurrence: Decision 21-D-11 of 7 June 2021 regarding practices implemented in the online advertising sector, („Aut. conc.-döntés”), 2021. 06. 07. (angol fordítás, az eredeti francia változat a hiteles), https://www.autoritedelaconurrence.fr/sites/default/files/attachments/2021-07/21-d-11_ven.pdf (letöltés: 2022. 04. 20.).

2. ábra: Bal oldalon az ad serverek bevételalapú piaci részesedése, az EGT-ben, százalékban; jobb oldalon az SSP-szolgáltatók összbevételei, az EGT-ben, millió euróban



Forrás: Aut. conc.-döntés

A következő fejezetben ez a versenyhatósági döntés kerül bemutatásra.

4.2. A francia versenyhatóság „ad-tech” döntése

A francia versenyhatóság egyezségi eljárással zárta le a 2019-ben indított versenyfelügyeleti eljárást, amelynek néhány kötelezettségvállalás³² mellett része volt a Google-ra kiszabott 220 millió eurós bírság is. A versenyhatóság kimondta, hogy a Google az ad serverek piacán kihasználta az erőfölényét azáltal, hogy az egymással vertikális viszonyban álló kiadóoldali ad serverek és platformok szegmenseiben a Google előnyben részesítette saját vállalkozásait. A DFP ad server előnyben részesítette az AdX platformot és, *vice versa*, az AdX platform előnyben részesítette a DFP-t a hirdetés-piaci aukciók során a versenytársakkal szemben.³³

A francia versenyhatóság döntése sok szempontból érdekes. Ez az első (és a cikk írása idején az egyetlen) versenyhatósági döntés, amely kimondja, hogy a Google domináns a releváns piacokon. A versenyhatóság jóval 50 százalékot meghaladó piaci részesedéseket mért mind a kiadóoldali ad serverek piacán (ahol a Google a DFP-n keresztül van jelen), mind a kiadóoldali hirdetési platformok piacán (ahol a Google az AdX-en, AdSense-en és AdMobon keresztül van jelen). Ezen megállapításokhoz elengedhetetlen a releváns piacok meghatározása, amely során a versenyhatóság a szűk piacdefiníció mellett állt ki.

A kiadóoldali ad servereket és a kiadóoldali platformokat (SSP-k) két elkülönülő releváns piacként definiálta.³⁴ Ugyanakkor úgy vélte a hatóság, hogy a két piac között szoros az összefüg-

³² Autorité de la concurrence: The Autorité de la concurrence hands out a €220 millions fine to Google for favouring its own services in the online advertising sector, 2021. 06. 07., <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/en/communiqués-de-presse/autorite-de-la-concurrence-hands-out-eu220-millions-fine-google-favouring-its> (letöltés. 2022. 04. 15.)

³³ Aut. conc.-döntés, 101. o.

³⁴ Aut. conc.-döntés, 263-tól.

gés.³⁵ A piacok hirdetésfelület-típus (honlapok, mobil applikációk stb.) szerinti szegmentálásának kérdését a francia versenyhatóság ugyanakkor nyitva hagyta.³⁶

A francia versenyhatóság az ad-tech-szegmens kiadói oldalára fókuszált (a panaszosok online újságok kiadói voltak). Az ad-tech hirdetői oldalát, és benne a Google üzleti megoldásainak versenyellenes jellegét jelenleg az Európai Bizottság vizsgálja.³⁷

Figyelemreméltó, hogy a vizsgálat lefolytatása során a Google nem harcolt messzemenőig az igazáért. A brit, és különösen az ausztrál versenyhatóság ágazati vizsgálatai során számos beadványt készítettek, amelyek alapján jóval erőteljesebb fellépést vártam volna a francia versenyhatóság álláspontjával szemben is. E beadványokat alapul véve a következő fejezetben a Google ad-tech-vizsgálattal kapcsolatos álláspontjának ismertetésére kerül sor.

5. A Google álláspontja

Nem meglepő módon a Google nem ért egyet azokkal a brit és az ausztrál versenyhatósági megállapításokkal, amelyek szerint az ad-tech-piacon versenyprobléma állna fenn bármilyen formában.³⁸

A releváns piacmeghatározás vonatkozásában a Google kifejti, hogy a versenyhatóságok hibát követnek el azzal, ha kizárólag a webalapú hirdetésközvetítő piac programmatikus (valós idejű aukciós) részére koncentrálnak. Szerintük egyrészt a nem programmatikus hirdetésközvetítő szolgáltatások (pl. Facebook- [Meta-] hirdetések, közvetlen megállapodások a hirdető és a kiadó között), másrészt pedig a mobil applikációkon és más modern készülékeken (pl. okostévé) szolgáltatott

hirdetésközvetítés erős versenynyomást fejtenek ki. A hirdető és kiadó más szolgáltatási típusra váltásának, ha a Google (és versenytársai) megemelnék a programmatikus hirdetésközvetítés díjait. Az érvelés alapján a Google piaci részesedései is jóval alacsonyabbak.

A piaci versenyhez kapcsolódóan a Google megjegyzi, hogy az ad-tech-vállalatok között erős a versenynyomás, amit alátámaszt, hogy lényegében az összes nagy online kiadó egy időben több kiadóoldali ad serverrel, illetve reklámpiaci platformmal áll üzleti viszonyban.

A piaci erőfölény kihasználására vonatkozólag a Google álláspontja szerint nincs túlárazás a piacon. A hirdetésközvetítői szolgáltatás minőségének fenntartása magas költségekkel jár, a szolgáltatás hozzáadott értéke jelentős. Továbbá az ad-tech-platformok magas kockázatot vállalnak azzal, hogy a piac egyik oldalán a kiadónak folyamatos bevételt biztosítanak impresszió alapon, amíg a hirdető nagy része csak abban az esetben fizet a szolgáltatásért, ha a felhasználó a hirdetésre kattint.³⁹ Ezenkívül a Google nem alkalmaz a versenytársainál magasabb díjakat, és az ad-tech-költségek folyamatosan csökkennek. Ez utóbbi tekintetében a Google kifejezetten kiemeli a vertikális integráció előnyeit (ugyanakkor úgy véli, hogy nem szükséges a teljes ad-tech-piacra kiterjedő vertikális integráció ahhoz, hogy egy vállalat hatékonyan tudjon versenyezni a piacon).

A Google szerint a vállalat csak minimális mértékben használja fel a felhasználók által közvetlenül begyűjtött adatokat (pl. amit a Chrome böngésző vagy a YouTube használatkor gyűjtenek) az ad-tech-szolgáltatások nyújtása során, és azokat is csak aggregált formában teszi, így ebből nem származik versenyelőnye.

³⁵ Aut. conc.-döntés, 312.

³⁶ Aut. conc.-döntés, 285. A releváns földrajzi piac nem képezi vita tárgyát. Úgy tűnik, hogy a piaci szereplők és versenyhatóságok egyetértenek abban, hogy a releváns földrajzi piac széles minden ad-tech-szegmens tekintetében. A francia versenyhatóság a releváns földrajzi piacot az EGT területeként határozta meg a kiadóoldali ad serverek és SSP-k tekintetében is (Aut. conc.-döntés, 286. és 305.).

³⁷ Antitrust: Commission opens investigation into possible anticompetitive conduct by Google in the online advertising technology sector, 2021. 06. 22., https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_21_3143 (letöltés: 2022. 04. 15.).

³⁸ E fejezetben a Google-nek az ACCC-vizsgálat időközi jelentése utáni beadványára hagyatkozom. Google: ACCC Digital Advertising Services Inquiry. Google's Response to the Interim Report, 2021. 03. 12., <https://www.accc.gov.au/system/files/Google%20%28March%202021%29.pdf> (letöltés: 2022. 04. 27.), III. fejezet: Comments on substantive preliminary findings.

³⁹ Meg kell jegyezni, hogy jelentős számú hirdető impresszióalapú célokat tűz ki CPM („cost per mille”) alapon, azaz a kattintások helyett a megjelenések számát optimalizálja.

Az árazási mechanizmus átláthatatlanságára át-
térve⁴⁰ a Google több példát hoz fel arra, hogy a ki-
adóknak milyen eszközök állnak a rendelkezésére
ahhoz, hogy biztosítsák a reklámhelyek optimá-
lis árazását (a hirdetőik számára a hirdetői oldalon
ugyanúgy hatékony reklámkampány-optimalizáló
eszközök állnak rendelkezésre). A Google azonban
– leginkább adatvédelmi okokra hivatkozva – ha-
tározottan ellenzi az ausztrál versenyhatóság által
javasolt megoldást, amely lehetővé tenné, hogy az
ad-tech-tranzakciókat minden piaci szereplő által
beazonosítható módon lássák el azonosító jelekkel.

5.1. Vélemény

A Google talán leginkább megfontolásra ér-
demes állítása a szűken definiált releváns piacok
megkérdezőjelezése. A 4.2. fejezetben leírtak alapján
a francia versenyhatóság a kiadói oldalon szűken
határozta meg a piacot, ami a Google piaci erejé-
nek jelenlétéhez vezet. Nincs még azonban joggya-
korlat a hirdetői oldali piacmeghatározásra. A szé-
lesebb piacmeghatározás lehetőségére utalhat az
ausztrál versenyhatóság ágazati elemzésében az a
megjegyzés, hogy a Facebook közelebbi helyette-
sítőnek számíthat a Google Adst használó kisebb
hirdetők számára.⁴¹

Ugyanakkor ne felejtsük el, hogy a közgazda-
sági értelemben vett piacmeghatározás egyik alap-
vető eszköze a SSNIP-teszt (Small but Significant
and Non-transitory Increase in Prices) alkalmaz-
ása.⁴² A versenyhatóságoknak (és a Google-nak)
azt kell bemutatni, hogy az ad-tech-piac díjainak
5–10 százalékos emelésére miként reagálnának a
hirdetők és a kiadók (kétoldali piacelemzés).⁴³ E

helyettesítési hatások pontosabb értékelésére fon-
tos lenne a piaci szereplőket bizonyos jellemzők
szerint csoportosítani, mert nem bizonyos, hogy
minden hirdető és kiadó hasonló módon reagálna.

Végezetül, az ad-tech-díjak elmúlt időszakban
megfigyelt átlagos csökkenése nem jelzi egyértel-
műen, hogy a piaci árak versenykonformak. Erő-
sebb verseny fennállása esetén elképzelhető, hogy
a csökkenés mértéke nagyobb lenne. Jelentős piaci
ereje miatt a Google kevésbé ösztönzött arra,
hogy a költséghatékonyságból adódó előnyöket tel-
jes mértékben áthárítsa a kiadókra és hirdetőkre.
A 4.1. fejezetben kifejtettek alapján elmondható,
hogy az sem feltétlenül mutatja a negatív verseny-
hatás hiányát, ha a Google a versenytársakkal meg-
egyező árakat alkalmaz.

6. Versenykorlátozó megállapodás a láthatáron („Kék Jedi”)?

A fent bemutatottak alapján a versenyhatósá-
gok nincsenek könnyű helyzetben. A piac gyorsan
változik, a piaci mechanizmusok bonyolultak, ne-
héz egyértelműen megállapítani, hogy egy bizo-
nyos üzleti megoldás versenykonform-e.

Ebben a szituációban villámcsapásként érte a
közvéleményt, amikor 2021 októberében 17 ameri-
kai állam Google ellen készített beadványa az eddi-
gieken felül jóval erősebb, versenykorlátozó meg-
állapodáshoz köthető vádat fogalmazott meg.⁴⁴
A beadvány szerint a Google a Facebookkal össze-
játszva akadályozta meg a Header Bidding-megol-
dások⁴⁵ széleskörűbb elterjedését. Azóta az Euró-
pai Bizottság és a brit versenyhatóság is elindította

⁴⁰ ACCC-vizsgálat, Google's Further Submission to the ACCC Digital Advertising Services Inquiry, 2021. 07. 28., <https://www.accc.gov.au/system/files/Google%2C%20supplementary%20submission%203%20%28July%202021%29.pdf> (letöltés: 2022. 04. 27.).

⁴¹ ACCC-vizsgálat, 65-66.

⁴² OECD Directorate for Financial and Enterprise Affairs – Competition Committee: Roundtable on Market Definition – Note by the Delegation of the European Union, DAF/COMP/WD(2012)28, https://ec.europa.eu/competition/international/multilateral/2012_jun_market_definition_en.pdf (letöltés: 2022. 04. 25.), 9.

⁴³ Megjegyzés: a SSNIP-teszt – módszertani hibából adódóan (*cellofán-hiba*) – a Google számára előnyös helyzethez vezethet abban az esetben, ha az árak jelenleg a versenyzői szint felett vannak. Ebben az esetben ugyanis az 5–10 százalékos áremelkedést hibásan szélesebb releváns piacot mutathat ki.

⁴⁴ United States District Court Southern District of New York: In re: Google Digital Advertising Antitrust Litigation, Amended Complaint – Document #152, <https://www.courtlistener.com/docket/60149069/152/in-re-google-digital-advertising-antitrust-litigation/> (letöltés: 2022. 04. 28.), 77–84.

⁴⁵ A Header Biddinget a Google kiadói oldali ad-tech versenytársai fejlesztették ki, hogy (részben) feloldják a Google AdX gyakorlatilag megkerülhetetlen pozícióját az online aukciós folyamatokban. A Header Bidding a felhasználók által megnyitott oldal láthatatlan fejlécmezőjében egy elsődleges aukciót (aukció az aukcióban) futtat, ami a kiadók számára lehetővé teszi, hogy széleskörűbb kontroll alatt tartsák az ajánlattételi folyamatot. Header Bidding használatakor a kiadói ad serverek egyidőben több SSP-t is meghívhatnak elsődleges rangsorolás nélkül, hogy versenyezzenek az adott hirdetési felü-

saját vizsgálatait az ügyben.⁴⁶ Mindkét versenyhatóság úgy véli, hogy a megállapodás megsérthette a versenyellenes magatartásra és az erőfölénnyel való visszaélésre vonatkozó versenyszabályaikat.

A 17 amerikai állam beadványa alapján – idézve a Google alkalmazottait – a Google egzisztenciális fenyegetésnek tekintette a Header Bidding elterjedését az ad-tech-piacon, amit a Google saját Header Bidding-szerű szolgáltatása, az Exchange (később Open) Bidding sem ellentételezett eléggé. Amikor a Facebook is fontolóra vette a Header Bidding-megoldások támogatását, a Google felajánlotta a „Kék Jedi” kódnevű megállapodást.

Az egyezség értelmében a Facebook tartózkodott attól, hogy Header Bidding-jellegű megoldásokat alkalmazzon, ellentételezésként a Google bizonyos előnyöket kínált a Facebooknak az online ad-tech-aukciók során. A 17 állam beadványa alapján a Facebook kedvezményes díjakat, kiadókhoz való közvetlen kapcsolatokat, hasznosabb felhasználói adatokat, és még néhány egyéb előnyt élvezhetett, amíg a Google ezen előnyök egyikét sem biztosította más ajánlattevőknek.

Ezenkívül a Google és a Facebook megállapodtak, hogy tartózkodnak az egymás elleni piaci versenytől abban az esetben, ha együtt licitálnak az Exchange (Open) Bidding-platformon. A megállapodásban szerepelt a Facebook aukciókon elérendő minimum 10 százalékos „nyerési aránya” is.

Ebben a kontextusban különösen érdekes megvilágításba helyeződik a Google azon beadványa az ausztrál versenyhatósághoz, amelyben értékelésük alapján nincs arra utaló jel, hogy a Google üzleti megoldásai a Header Bidding-megoldások piacról

való kizorítását eredményezték volna.⁴⁷ Ellenkezőleg, korlátozó jellege miatt a „Kék Jedi” megállapodás jelentős anyagi károkat okozhatott az online hirdetőknél és kiadóknál. Kérdés ugyanis, hogy ha a Facebook a Header Bidding-megoldást választotta volna, a Google pozíciója az online hirdetésközvetítő piacon megtámadhatóbb lenne-e. A Bizottság és a brit versenyhatóság vizsgálatait érdemes lesz nyomon követni.

Az eljáró amerikai bíróság „lapzártá” után adta ki véleményét, amelyben a 17 amerikai állam beadványában nem találta megalapozottnak a „Kék Jedivel” kapcsolatos panaszokat.⁴⁸ Nem világos, hogy ennek milyen hatása lesz a folyó vizsgálatokra.

A következő fejezetben röviden ismertetem a közgazdasági kutatások jelenlegi állapotát a hirdetési platformokhoz kapcsolódó aukciós mechanizmusok témakörében, amelyek releváns állításait érdemes a versenyhatóságok által vizsgált problémák tükrében figyelembe venni.

7. Mit mond a releváns közgazdasági szakirodalom?

A hirdetések ad-tech-piacának aukciós mechanizmusai egy sor közgazdasági és üzleti jellegű tanulmány alapját adják, habár a kutatási terület nagy része még felfedezetlen. Choi és társai (2019)⁴⁹ kiterjedt irodalmi összefoglalót nyújtanak a témában eddig megjelent tanulmányokról, illetve kijelölik a javasolt kutatási irányokat. A jelen tanulmányhoz legközelebb álló értekezések Cor-

letért. Részben a korábbi megkerülhetetlenséget fenntartva a Google AdX nem vesz részt a Header Biddingben, azonban a technológia népszerűségének hatására a Google kifejlesztette saját megoldását, amit Exchange Bidding-ként (jelenleg Open Bidding néven fut) vezetett be a piacra (gyakorlatilag a Header Biddinggel azonos ötlet alapján). Bővebben lásd pl. a CMA-vizsgálatot.

⁴⁶ Antitrust: Commission opens investigation into possible anticompetitive conduct by Google and Meta, in online display advertising, sajtóközlemény, 2022. 03. 11., https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1703 (letöltés: 2022. 04. 15.); Competition and Markets Authority: CMA investigates Google and Meta over ad tech concerns, sajtóközlemény, 2022. 03. 11. <https://www.gov.uk/government/news/cma-investigates-google-and-meta-over-ad-tech-concerns> (letöltés: 2022. 04. 15.).

⁴⁷ BITTON, Daniel S. – LEWIS, Stephen: Clearing Up Misconceptions about Google’s Ad Tech Business, 2020. 05. 05., <https://bit.ly/3KjswH2> (letöltés: 2022. 04. 24.).

⁴⁸ United States District Court Southern District of New York: In re: Google Digital Advertising Antitrust Litigation – Document #209, <https://www.nysd.uscourts.gov/sites/default/files/2022-09/In%20re%20Google%20Digital%20Advertising%20Antitrust%20Litigation.pdf> (letöltés: 2022. 09. 21.).

⁴⁹ CHOI, Hana – MELA, Carl F. – BALSEIRO, Santiago – LEARY, Adam: Online Display Advertising Markets: A Literature Review and Future Directions, 2017. 12. 06./2019. 09. 29., https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3070706 (letöltés: 2022. 04. 06.).

nière és Nijs (2016)⁵⁰, illetve és Balseiro és társai (2020)⁵¹ munkái.

Mindkét tanulmány játékelméleti módszerekkel keresi a választ, hogy egy Vickrey-féle második árás ad-tech aukciós mechanizmus⁵² során van-e optimális szintje annak, hogy az aukciót rendező platform mennyi információt árul el a fogyasztókról (internetes oldalak olvasóiról) az aukción részt vevő reklámozó cégek számára.

A két tanulmány közgazdasági modelljei alapján a platformoknak nem minden esetben éri meg a lehető legtöbb információt megosztani a reklámozókkal. Cornière és Nijs kifejti, hogy kevés számú hirdető esetén a profitmaximalizáló platform arra van ösztönözve, hogy a hirdetők számára optimálisnál kevesebb fogyasztói információt osszon meg az aukció során. Elegendő számú résztvevő esetén pedig a platform számára is kifizetődő a lehető legtöbb információt megosztani a weboldal látogatóiról.

Amennyiben az aukciót rendező platform üzletileg motivált arra, hogy ne minden esetben osszon meg megfelelő mennyiségű (és minőségű) információt a reklámozókkal ahhoz, hogy a reklámok a legoptimálisabb mértékben célzottak legyenek, akkor a brit és ausztrál versenyhatóságok aggodalmi valóságok lehetnek. Versenyproblémát generálhat, ha az ad-tech-szegmensekben lefolyó piaci mechanizmusok nem elég transzparenssek (a hirdetők számára).

Meg kell jegyezni, hogy a Google AdX és néhány más platform a közelmúltban áttért elsőárás mechanizmusra, így nem bizonyos, hogy Cornière és Nijs, illetve Balseiro és társai modelljei ugyanúgy alkalmazhatóak. A reklámpiaci platformok

második árásról elsőárás aukcióra áttérése mögött a Header Bidding-megoldások elterjedése állhat. Egy harmadik tanulmány szerint ugyanis Header Bidding esetén a platformok profitja elsőárás aukció esetén maximalizált.⁵³ Ez adhatja a motivációs indokot arra, hogy – ha már nem vett részt a Header Biddingben – a Google saját Header Bidding-jellegű terméket (Exchange Bidding) fejlesztett ki.⁵⁴

Az ad-tech-piac mechanizmusai azonban nagyrészt még felfedezetlenek. A versenyhatóságok jelentős előnyt kovácsolhatnának abból, ha a témában több közgazdasági (akár empirikus) kutatás jelenne meg.

8. Kitekintés: mit várhatunk a digitális piacokról szóló jogszabály bevezetésétől?

Továbblépve a versenyhatóságok eddigi döntéseinek és joggyakorlatának, ebben a fejezetben röviden véleményt formálok arról, hogy az ad-tech-piaci szereplők mit várhatnak a jogalkotási folyamatban lévő digitális piacokról szóló jogszabály bevezetésétől.

Az Európai Bizottság 2020 decemberében készítette el a digitális piacokról szóló jogszabályt (DMA), az ehhez kapcsolódó módosító javaslatokat az Európai Parlament 2021 decemberében fogadta el.⁵⁵ Bár a végső jogszabály elfogadására és kihirdetésére pár hónapot még várni kell, az Európai Parlament hivatalos kommunikációja szerint 2022. március 24-én a Parlament és az Európai Tanács képviselői megállapodtak a végső változtatások mibenlétéről.⁵⁶ A sajtóközlemény alapján a programmatikus hirdetési piacot jelentős változás

⁵⁰ CORNIÈRE, Alexandre de – NIJS, Romain de, Online advertising and privacy, The RAND Journal of Economics 2016/47, 48–72.

⁵¹ BALSEIRO, Santiago R. – CANDOGAN, Ozan – GURKAN, Huseyin: Multistage Intermediation in Display Advertising, Manufacturing & Service Operations Management, 23/3, 2020. 04. 07., 714–730.

⁵² Az aukción nyertes vállalat a második legmagasabb ajánlatot fizeti a reklámhelyért.

⁵³ DESPOTAKIS, Stylianos – RAVI, R. – SAYEDI, Amin: First-price Auctions in Online Display Advertising, Working Paper, 2019. 11., <https://faculty.washington.edu/aminsa/papers/fpa.pdf> (letöltés: 2022. 04. 29.). Ugyanakkor, ahogy egyre több platform áll át elsőárás aukcióra, egyre jobban lecsökkennek az ad-tech díjai – a kiadók javára.

⁵⁴ A Header Biddingről bővebben lásd a 45. l.j.-et.

⁵⁵ A digitális piacokról szóló jogszabály, Az Európai Parlament 2021. december 15-én elfogadott módosításai a digitális ágazat vonatkozásában a megtámadható és méltányos piacokról szóló európai parlamenti és tanácsi rendeletre irányuló javaslathoz (a digitális piacokról szóló jogszabály) (COM/2020/0842 – C9-0419/2020 – 2020/0374(COD); P9_TA(2021)0499, (Rendes jogalkotási eljárás: első olvasat), https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0499_HU.html (letöltés: 2022. 04. 17.).

⁵⁶ Deal on Digital Markets Act: EU rules to ensure fair competition and more choice for users, sajtóközlemény, 2022. 03. 24., <https://bit.ly/3MfNmZh> (letöltés: 2022. 04. 20.).

nem érinti, ezért az Európai Parlament 2021 decemberi szövegváltozatából érdemes kiindulni.^{57, 58}

A DMA a hirdetési szolgáltatások piacát jelentős mértékben szabályozni fogja. A „kapuöröknek” titulált nagy platformszolgáltatók rá lesznek kényszerítve, hogy az eddiginél transzparensabb módon nyújtsanak hirdetésközvetítő platformszolgáltatást, beleértve az aukciós folyamatok átláthatóságának javítását is. Minthogy a Google nagy valószínűséggel kapuőr lesz, ezért a DMA valószínűleg nagy hatással lesz az európai (és benne a magyarországi) automatizált online aukciós reklámpiacra.

Úgy tűnhet, hogy a jogszabály a legtöbb (összes?) versenyproblémát kezelni fogja az online hirdetési piacokon. A kapuöröknek ingyenes, folyamatos, valósidejű hozzáférést kell biztosítaniuk a hirdetési szolgáltatásokkal kapcsolatban gyűjtött és felhasznált információkhoz, mind a hirdető, mind a kiadók számára.⁵⁹ Ez magában foglalja majd a hirdető ajánlatokra vonatkozó díjakat, az árképzési mechanizmusokat, az aukciós folyamatok árát össze nem függő feltételrendszerét, a hirdető és kiadók által fizetett tényleges árakat és díjakat. A kiadók árazásának és a tőlük beszedett díjak átláthatóságának fontosságára külön hangsúlyt fektet a jogszabály szövegtervezete.⁶⁰ A DMA általános szabályainak megfelelően a kapuőr nem használhatja a felhasználoktól beszer-

zett (nem publikus) adatokat saját szolgáltatásainak előnyben részesítésére.⁶¹ A hirdetési szolgáltatások körében továbbá fontos változás, hogy a kapuőr sem a saját platformjai által gyűjtött, sem harmadik fél által nyújtott szolgáltatásokból (leginkább „sütiken” keresztül) beszerzett személyes adatokat nem használhat fel a hirdetési szolgáltatások nyújtásakor – kivéve, ha a felhasználó abba egyértelműen beleegyezik.⁶²

8.1. Vélemény

Nem kétséges, hogy a jelenlegi állapothoz képest a DMA jelentősen növelni tudja majd az aukciós mechanizmus transzparenciáját, amiből a hirdető és a kiadók egyaránt profitálni tudnak. Erősen vitatható azonban, hogy ez elegendő lesz a versenyproblémák teljeskörű megoldásához. Az online hirdetési piacon fennálló, leginkább a Google vertikális integrációjából és hálózati hatásokból adódó status quo-t nehezen lehet megváltoztatni. A széleskörű adatvédelmi szabályozás jelenléte miatt kérdéses, hogy a transzparencia növelése milyen formában fog megjelenni. Továbbá az átláthatóság növelése önmagában nem jelenti, hogy a Google és más online hirdetésközvetítők minden körülmények között versenykonform üzleti modelleket fognak alkalmazni.

Amennyiben a versenyproblémák valóságok, akkor jelentős változást az ad-tech-piacon addig ne-

⁵⁷ A cikk írásának idején versenyjogi körökben megjelent a DMA szövegének „kiszivárgott” változata, amely állítólag a 2022 márciusi tanácskozás során elfogadott szövegváltoztatásokat tartalmazza. Bár a jogszabálytervezetet jelentős mértékben átirták, az online (programmatikus) hirdetési szolgáltatások vonatkozásában leginkább – a gyakorlati megvalósítást elősegítő – egyértelműítő változások várhatóak: Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) (Text with EEA relevance) 2020/0374(COD), Non-versioned, 2022. 04. 08., <https://bit.ly/3voIV7G> (letöltés: 2022. 04. 20.).

⁵⁸ „Lapzárta” után publikálta az Európai Tanács a DMA szövegének általa véglegesített változatát. Conseil de l'Union européenne: Dossier interinstitutionnel: 2020/0374(COD), 8722/22, 2022. 05. 11., <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-8722-2022-INIT/x/pdf> (letöltés: 2022. 05. 12.). Ahogy arra számítani lehet, a jogszabálytervezet 5. cikkelyének 9. és 10. pontjai vonatkoznak az online hirdetésközvetítő-szolgáltató kapuörökre, az e fejezetben ismertetetteknek megfelelően.

⁵⁹ A digitális piacokról szóló jogszabály, Rendes jogalkotási eljárás: első olvasat (lásd 55. l.), módosítás 111, Rendeletre irányuló javaslat 5(1)g. A „kiszivárgott” szöveg (lásd 57. l.) alapján a hirdető és a kiadók helyzetét két külön bekezdés alapján szabályoznák (182–185. o.), ám a szöveg jelentősen nem tér el az Európai Parlament által közzétett 2021 decemberi szövegváltozattól.

⁶⁰ A digitális piacokról szóló jogszabály, Rendes jogalkotási eljárás: első olvasat (lásd 55. l.), módosítások 112–116, Rendeletre irányuló javaslat 5(1)g i-v.

⁶¹ A digitális piacokról szóló jogszabály, Rendes jogalkotási eljárás: első olvasat (lásd 55. l.), módosítás 117, Rendeletre irányuló javaslat 5(1)g a.

⁶² A digitális piacokról szóló jogszabály, Rendes jogalkotási eljárás: első olvasat (lásd 55. l.), módosítás 104, Rendeletre irányuló javaslat 5(1)a. A „kiszivárgott” szöveg (lásd 57. l.) ehhez társítja az általános adatvédelmi rendeletnek (2016/679) rendelet a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről [2016] HL L 119, 2016. 05. 04., 1–88.) való megfelelési kényszert.

héz elképzelni, amíg a hirdetőik és kiadók egyaránt függenek a Google által ajánlott szolgáltatásuktól, és a Google versenytársaival leginkább csak kiegészítő jelleggel szerződnek (lásd 4.1. fejezet). A platformok közötti verseny támogatandó cél, ám erős a gyanú, hogy a DMA ehhez csak rész megoldást nyújt a transzparencia növelésén keresztül.

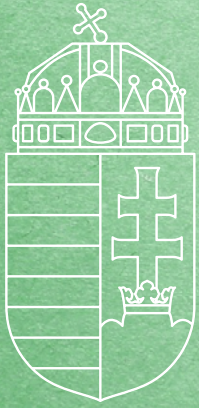
Ezért véleményem szerint a versenyhatóságok szerepe nem tűnik el: ágazati elemzések, erőfölényes és – adott esetben – kartellvizsgálatok továbbra is jelentős szerepet fognak játszani az ad-tech piacok versenyképességének fenntartásában.

9. Összegzés

A tanulmányban a display reklámozással összefüggő online programmatikus hirdetésközvetítői piacot mutattam be, benne külön figyelmet

fordítva a legnagyobb piaci szereplő, a Google jelentőségére. Arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a versenyhatóságok által feltárt üzleti folyamatok inkább a piac hatékonyságát vagy versenyprobléma fennállását sugallják. Körbejártam és véleményt formáltam azokról a kérdésekről, amik az eddigi versenyhatósági ágazati elemzésekben, döntésekben, és egyéb folyamatban lévő ügyekben előkerültek.

A tanulmány elsődleges célja nem az volt, hogy a címben szereplő kérdésre egyértelmű választ adjon. Ehhez még jelentősen több és mélyrehatóbb versenyhatósági vizsgálatra van szükség. Az elsődleges cél azon piaci megfigyelések megvilágításba helyezése volt, amelyektől azt várhatjuk, hogy a folyamatban lévő és jövőbeli versenyhatósági vizsgálatok központi elemeit fogják alkotni.



Szalatkay Judit¹

IoT versenyjogi szemmel – Az Európai Bizottság ágazati vizsgálata a fogyasztói IoT-szektorban

IoT with competition eyes – The sector inquiry of the European Commission into the consumer IoT

Abstract: The European Commission has published the findings of its competition sector inquiry on the consumer Internet of Things sector. In its report the Commission points out the main characteristics of consumer IoT products and services, the features of the competition, and the main potential competition concerns raised by the stakeholders. Following the answers it seems that the providers of the general-purpose voice assistants and operating systems play a crucial role in the connection and communication among devices and services. The companies have identified number of unfair terms and practices, like exclusivity and tying practices, or the extensive access to data, or the lack of interoperability which stems from partly because of the prevalence of proprietary technologies, and partly because of the unilateral control of the providers of the leading voice assistants and operating systems on interoperability and integration processes. The report can give a solid base for the Commission to do its regulatory tasks and/or initiate proceedings due to the breach of Article 101 or 102.

Tárgyszavak: fogyasztói IoT, ágazati vizsgálat, hangsegédek és operációs rendszerek szolgáltatói, tisztességtelen szerződési feltételek, versenyjog

Keywords: consumer IoT, sector inquiry, providers of voice assistants and operating systems, unfair commercial practices, competition law

Az Európai Bizottság („Bizottság”) 2020. július 16-án ágazati vizsgálatot indított² a fogyasztói IoT (Internet of Things, a dolgok internete) piac megismerésére abból a célból, hogy képet alkothasson a fogyasztói IoT-szektor résztvevői közötti versenyről, és arról, hogy vannak-e olyan üzleti gyakorlatok, amelyek torzíthatják a versenyt. A vizsgálat a tervezetthez képest kevesebb időt – másfél évet – vett igénybe, és a jelentés, valamint a kísérő munkaanyag 2022. január 20-án megjelent.³

Az IoT-termékek népszerűsége folyamatosan nő, és a piaci várakozások főként a fogyasztói IoT terén számolnak komoly növekedéssel az elkövetkező években. A IoT-terület jelentőségét a számok is mutatják: amíg az IoT-ból származó világszintű éves forgalom 2019-ben 388 milliárd USA dollár volt, addig az idei év végére 496,6 milliárdra, 2030-ra pedig 1.058,3 milliárd dollárra számítanak,⁴ amelynek több mint egyharmadát a fogyasztói IoT piacáról származó forgalomra⁵ becsülik.

¹ Irodavezető-helyettes, Gazdasági Versenyhivatal – Döntéshozatal Támogató Iroda.

² Antitrust: Commission launches sector inquiry into the consumer Internet of Things (IoT). 2020. 07. 16. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1326 (letöltés: 2022. 04. 25.).

³ European Commission: Report from the Commission to the Council and European Parliament, Final report – sector inquiry into consumer Internet of Things, COM/2022/19 (2022. 01. 20.); <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52022DC0019> (letöltés: 2022. 04. 25.).

⁴ Internet of Things (IoT) total annual revenue worldwide from 2019 to 2030 (in billion U.S. dollars), <https://www.statista.com/statistics/1194709/iot-revenue-worldwide/> (letöltés: 2022. 04. 25.).

⁵ Allied Market Research: Global Consumer IoT Market to Reach \$292.83 Billion by 2030: Allied Market Research (2021. 11. 09.), <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/11/09/2329906/0/en/Global-Consumer-IoT-Market-to->

Csak az okosotthoneszközökből származó forgalomnövekedésben az idei év végére világszerte 14 százalékos emelkedésre számítanak a szakértők.⁶

Az IoT-ban érdekelt üzleti oldal a fogyasztóknak az infrastruktúrával elérhető, a kényelemben, biztonságban és energiaoptimalizálásban rejlő előnyöket hangsúlyozzák. Az IoT-val a tárgyak és az otthonok a szokásainkhoz és életvitelünkhöz igazodnak, a biztonságunk garantált (pl. a tűzoltó azonnal tudja, hogy jönnie kell, és csőtörés és gázszivárgás esetén is a megfelelő helyen szól a riasztás), továbbá sokat teszünk a fenntarthatóságért is, hiszen energiafogyasztásunk a lehető legoptimálisabb (diagramot tanulmányozhatunk az elmúlt időszakunk energiafogyasztásáról, rezsiköltségünk előtervezhető lesz, és a lakás egyes helyiségei is a funkciójuknak megfelelő hőre szabályozhatók). A fogyasztó pedig távolról vezérel, szabályoz, igényeinek megfelelően.

Az előnyök vitathatatlanok, de nem mindegy, milyen áron. A fogyasztó fizet. Fizet az adataival, amit folyamatosan begyűjthetnek róla, de megfizeti annak is az árát, ha a versenyt torzító gyakorlatok révén drágábban juthat egy termékhez, vagy csak gyengébb minőségű szolgáltatás áll rendelkezésére, esetleg az összekapcsolható eszközök egymás közötti kompatibilitásának hiánya miatt van arra kényszerülve, hogy a következő eszközt is csak egy bizonyos márkából vásárolhassa meg. A Bizottság az ágazati vizsgálatában e piaci versenyt korlátozó tendenciák beazonosítását, feltárását tűzte célul.

1. Az IoT rövid bemutatása

Az IoT egy olyan infrastruktúra⁷ vagy ökoszisztéma⁸, amelyben olyan adatok irányítják az alkalmazásokat és a szolgáltatásokat, amelyeket a fizikai

világot szenzorokkal észlelő eszközök gyűjtenek. Ez olyan technológiákon és eszközökön keresztül történik, amelyek lehetővé teszik a különböző eszközök vagy dolgok hálózati kapcsolódását és interakcióját.⁹ Az IoT a kiterjedt adatkezelés elvén működik, ahol az eszközökbe épített szenzorokat arra tervezték, hogy akadálytalanul kommunikálnak egymással és cseréljenek egymás között adatokat, amely gyakorlatilag a mindenütt jelenlévő és mindent átható technológia és informatika megvalósulása.

Az IoT alapvetően két főbb, egymástól jelentősen elkülönülő piacra osztható, az ipari célú és a fogyasztói felhasználásra. Vannak további alkalmazási területek is, úgy mint az önvezető járművek vagy olyan nagyszabású kezdeményezések, mint pl. az okosvárosok, okosközlekedés tervezése. Az Európai Bizottság ágazati vizsgálata kizárólag a fogyasztói IoT-szegmensre vonatkozott, a tanulmány is csak e területtel foglalkozik.

A fogyasztói IoT-val mára az élet legkülönbözőbb területein találkozhatunk. Az okoseszközöket tekintve népszerűségük, elterjedtségük alapján kiemelhetők i) a viselhető eszközök („wearables”), ezen belül pl. okosórák, okos szemüvegek, orvosi viselhető eszközök (pl. művétagok), ii) az okosotthonok vagy az otthonautomatizáció („domotics”), ezen belül pl. riasztórendszerek, füstjelzők, intelligens világítás, fűtésrendszerek, iii) az összekapcsolt háztartási gépek (pl. hűtő, mosógép, háztartási kisgépek), iv) az összekapcsolt gyerekjátékok vagy babafigyelők, v) a hangsegédék vagy otthonvezérlő asszisztensek („voice assistant” vagy „home assistant”).¹⁰

Az IoT-k jellemzői, hogy egy-egy rendszer felépítése rendkívül összetett, kiterjedt vertikumot ölel fel, beleértve az eszközök gyártóit, az alkal-

[Reach-292-83-Billion-by-2030-Allied-Market-Research.html](#) (letöltés: 2022. 04. 25.)

⁶ DataReportal: Digital 2021 Global Overview Report (January 2021) v03 (2021. 03. 08.), <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-global-overview-report-january-2021-v03> (letöltés: 2022. 06. 15.)

⁷ Article 29 Data Protection Working Party: Opinion 8/2014 on the on Recent Developments on the Internet of Things, 2014. 09. 16., 14/EN WP223, <https://www.pdpjournals.com/docs/88440.pdf> (letöltés: 2022. 04. 25.)

⁸ OECD: Consumer Product Safety in the Internet of Things, OECD Digital Economy Papers, 2018. március.

⁹ Lásd Consumer Product Safety Commission, USA: Status Report on the Internet of Things (IoT) and Consumer Product Safety, 2019. 09. 25., <https://www.cpsc.gov/s3fs-public/Status-Report-to-the-Commission-on-the-Internet-of-Things-and-Consumer-Product-Safety.pdf> (letöltés: 2022. 04. 25.)

¹⁰ Commission Staff Working Document, Advancing the Internet of Things in Europe . Accompanying the document Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Digitising European Industry Reaping the full benefits of a Digital Single Market, SWD/2016/110, 2016. 04. 19., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A52016SC0110> (letöltés: 2022. 04. 25.)

mazástervezőket és alkalmazásszolgáltatókat, az operációs rendszerek szolgáltatóit, felhőszolgáltatókat és más, az adatfeldolgozásban közreműködő feleket.

A keresleti oldalról elmondható, hogy a fogyasztói igény évről évre nő. Főként Németország, Franciaország, Olaszország és Spanyolország piacain kelendők az okosothneszközök és IoT-szolgáltatások, de a vizsgálattal érintett okosothneszközök fele, fogyasztói IoT-szolgáltatások 40 százaléka mára minden tagállamban megtalálható.

Az ágazati vizsgálat során a Bizottság négy olyan területre fókuszált, amely a leginkább népszerűnek mondható a felhasználók között: ezek az okosothon-, illetve a viselhető eszközök, a fogyasztói IoT-szolgáltatások, és a mindezek koordinálására szolgáló hangsegédek. A Bizottság ezen területi szegmensek szereplőit, ezen belül a gyártókat és szolgáltatókat, továbbá az egyes tanúsító és ipari szakmai szervezeteket kereste meg a piac feltárása érdekében. A válaszadó több mint kétszáz cég között a legnagyobb vállalatok mellett kkv-k és start-up vállalkozások is lehetőséget kaptak álláspontjuk kifejtésére. A hangsegéd-szolgáltatók főként az online világ technológiai óriásai közül valók,¹¹ ebből kifolyólag valamennyi fogyasztói IoT-területen jelen vannak. Ők azok, akik egyre szélesebb körű, integrált fogyasztói IoT-megoldásokat tudnak kínálni (a felhőalapú szolgáltatásoktól kezdve a hangasszisztens gyártásán át a kapcsolódó fogyasztói IoT-szolgáltatásokig). Az okosothneszközök gyártói leginkább az okosothon háztartási gépek, világítási és más komfort rendszerek, illetve szórakoztató eszközök gyártásával foglalkoznak, amíg a fogyasztói IoT-szolgáltatók nagy része kreatív tartalomszolgáltató, vagy online bevásárlást vagy más közvetítő szolgáltatást nyújtanak.

2. Az ágazati vizsgálatlal érintett fogyasztói IoT-termékszegmensek

A vizsgálat négy terméktípust vett górcső alá: a hangsegédtermékeket, az okosothneszközöket, a fogyasztói IoT-szolgáltatásokat és a viselhető eszközöket. Általánosságban elmondható, hogy a különböző termékek közötti kapcsolathoz egy közös felhasználói interfész szükséges: a felhasználó

ezen keresztül tud kapcsolatba lépni az irányítandó eszközzel vagy szolgáltatással, ettől függenek tehát a termékek és szolgáltatások elérhetősége. Ezt az interfészt leginkább az okostelefonok, illetve az azokon lévő applikációk vagy hangsegédek biztosítják. Jelenleg még inkább az okostelefonos applikációk a legnépszerűbb felhasználói interfészek, de a hangsegédek fokozatos előretörése figyelhető meg. 2021-es adat szerint világszerte az internethasználók majdnem fele (45,3 százaléka) havi rendszerességgel használja a hangsegédeket és hangvezérlést a kereséseik, utasításaik során.¹² A telefonok kapcsán kiemelendő az okostelefonokon futó operációs rendszerek megkerülhetlensége. E piacokon a Google (Android) és az Apple (iOS) tekinthető vezető szolgáltatóknak.

A *hangsegédek* vagy *hangasszisztensek* olyan hangalapú szoftverek, amelyekkel a felhasználó utasítást tud adni, és információt tud fogadni, illetve amelyen keresztül elérheti más vezérelni kívánt eszköz/szolgáltatás funkcióit. Ezek a leggyorsabban fejlődő felhasználói interfészek (azaz, amelyen keresztül a felhasználó kapcsolatba tud lépni más okoseszközökkel és szolgáltatásokkal), hiszen kéz nélkül, kényelmesen, egyszerűen és könnyedén használhatók lényegében bármilyen okoseszköz vagy szolgáltatás működtetéséhez. A legismertebbek az általános célokra használható hangsegédek, amelyek a zenehallgatástól kezdve az okosothonok irányításán át a napi rutinok, útvonalak, bevásárlások tervezéséig bármilyen elérésekre alkalmasak. Az EU-ban az Amazon „Alexa”, a Google „Google Assistant” és az Apple „Siri” a vezető hangasszisztensek. Ezekon kívül léteznek más hangasszisztensek is (pl. az Orange „Djingo” vagy a Microsoft „Cortina”), ezek azonban korlátozott funkcionalitással, és leginkább a saját rendszereiken belül használhatók.

Az *okosothon-eszközökön* belül a főbb termék kategóriák az okosothon háztartási eszközök, a szórakoztató cikkek, a komfort- és világítási, valamint a biztonsági rendszerek. Ahhoz, hogy a felhasználó megteremtse a kapcsolatot, először fiókot kell létrehoznia a gyártói alkalmazáson. A gyártók általában biztosítják, hogy többféle operációs rendszerrel működjenek a termékeik, és a különböző márkájú és típusú okoseszközök ezáltal tudnak csatlakozni egymáshoz. A felhasználói in-

¹¹ Google, Amazon, Apple.

¹² DataReportal (6. lj.).

terfészek sokfélék lehetnek, pl. mobiltelefonok a szükséges okosothon-alkalmazásokkal, hangsegéddek, érintőképernyők távirányítók. Az, hogy melyik interfész a népszerűbb, az adott termékkategóriától függ. A gyártók többsége a vezető általános célú, azaz a Google Assistant, Alexa és Siri hangsegédekkel való összekapcsolhatóságot kiépítette. Mindamelllett, hogy a Google előretörése figyelhető meg, az Amazon Alexája az abszolút piacvezető¹³ mind az Egyesült Államokban, mind az EU-ban, és az okosothoneszközök majdnem kétharmadában az Alexa biztosan megtalálható.¹⁴

A *viselhető eszközök* központi eleme egy operációs rendszer, de a gyártók általában hangsegédek is beleépítenek (főként fülhallgatóba, okosórákba).

A *fogyasztói IoT szolgáltatások* lehetnek például olyan egészségügyi vagy fitness-, valamint kreatív tartalom- (zene streaming, video-on-demand platformok, keresőmotorok), digitális közvetítő (pl. piacterek, ételszállítás vagy autómegosztás), illetve bevásárlási szolgáltatások, amelyeket a felhasználó okoseszközökön ér el egy hangsegéden és/vagy más felhasználói interfészen keresztül. A megkérdezettek szolgáltatásainak jó része elérhető mind az Apple (iOS), mind a Google (Android) operációs rendszerén, valamint hangsegéddek közül az Alexán és a Google Asssistenten, páran más hangsegédekben is (pl. Siri, Samsung Bixby).

3. A fogyasztói IoT piac legfontosabb mutatói

A verseny mutatóit alapvetően két nézőpontból közelítette meg a Bizottság. Egyrészt kíváncsi volt arra, hogy a megkérdezettek mely jellemzőket

emelik ki az integrációért (azaz az IoT rendszerben való elhelyezkedését) folytatott versenyben, másrészt mik a főbb versenyfeltételek a felhasználókért folytatott versenyben.

Az *okosothon-eszköz gyártói* mindkét szempontból első helyre tették a minőség, a kiberbiztonság és a márkaismertség szerepét, kicsivel mögötte a megkerülhetetlen hangsegédekhez és a fontosabb okoseszközökhöz kapcsolhatóságot, valamint a technikai támogatások rendelkezésre állását. A fogyasztókért folytatott versenyben továbbá kiemelkedő szerepet tulajdonítottak a felhasználóbarát megjelenésnek, amíg az árat nem jelölték meg a leglényegesebb szempontok között, ami arra enged következtetni, hogy a minőségnek egyelőre nagyobb a jelentősége a felhasználók számára.

A *viselhető eszközök gyártói* számára a márkaismertség és az árverseny a legfontosabb a felhasználókért folytatott versenyben, csak úgy, mint a felhasználóbarát megjelenés.

A *fogyasztói IoT szolgáltatásnyújtók* számára a minőség, a márkahírnév, a kiberbiztonság és a felhasználók száma játszik különösebb szerepet a harmadik feles eszközökhöz való kapcsolódásért folytatott versenyben. A felhasználók számának kiemelése jól illusztrálja, hogy a hálózati hatásokból származó előnyök milyen fontosak a szolgáltatóknak, hiszen esetükben a verseny különösen éles az integrációért az okoseszközön, tekintettel arra, hogy az elérhető, rendelkezésre álló helyek szűkössége miatt nem minden szolgáltató fog „bejutni” az eszközre. A felhasználók megszerzése érdekében a minőség, márkahírnév, felhasználóbarát megjelenés és az ár szerepét tették az első helyekre.

¹³ Market share of global smart speaker shipments from 3rd quarter 2016 to 2nd quarter 2021, by vendor, <https://www.statista.com/statistics/792604/worldwide-smart-speaker-market-share/> (letöltés: 2022. 06. 20.)

¹⁴ GATTO, Marco: Alexa vs Google Home market share (2020. 02. 25.), <https://www.fing.com/news/alexa-vs-google-home-market-share> (letöltés: 2022. 06. 10.)

A hangsegédek szerint a harmadik feles eszközön való megjelenésért folyó versenyben a minőség, márkaismertség és biztonság mellett a felhasználók száma az elsődleges. Az érték folytatott

verseny érdekében pedig rendkívül fontosnak tartják, hogy kizárólagos hozzáférést szerezzenek az egyes eszközökhöz, szolgáltatásokhoz.

Az integrációért és az IoT rendszerben való elhelyezkedésért folytatott verseny

	Minőség	Márkaismertség	Felhasználók száma	Kiberbiztonság	Adatvédelem	Kapcsolódás más eszközökhöz	Technikai támogatások elérhetősége
Okosotthoneszközök gyártói	●	●		●	●	●	●
IoT-szolgáltatásnyújtók	●	●	●	●	●		
Hangsegédek	●	●	●	●	●		

A felhasználókért folytatott verseny

	Minőség	Márkaismertség	Ár	Kizárólagosság az okoseszközökön	Felhasználóbarát megjelenés	Kiberbiztonság	Adatvédelem	Kapcsolódás más eszközökhöz	Technikai támogatások elérhetősége	Akku fogyasztás
Okosotthoneszközök gyártói	●	●			●	●	●		●	
Viselhető eszközök gyártói		●	●		●					●
IoT-szolgáltatásnyújtók	●	●	●		●			●		
Hangsegédek	●	●	●	●			●	●		

4. Az ágazati vizsgálat által feltárt versenyproblémák

4.1. A technológiai beruházások költsége

A piaci szereplők egyöntetűen piacra lépési akadálynak tartják a technológiai beruházások (pl. felhőalapú tárolás) magas költségét. Itt említhető meg, hogy a felhőalapú tárolás és szervezés – amelyek vezető cégei pl. az Amazon, a Microsoft, az Alibaba és a Google – rendkívül fontos része az egyes okoseszközök és szolgáltatások működésének. Az általános célú hangsegédek fejlesztési és működtetési költségei szinte elrettentően magasak, új belépőre nem is számítanak a piacon, így a big tech cégek piaci pozíciója rövidtávon biztosan támadhatatlan. Ebből kifolyólag a legtöbb okoseszköz és fogyasztói IoT-szolgáltatásnyújtó a vezető hangsegédekre épít.

4.2. A piaci szerkezetből adódó korlátok – kitekintés a platformok üzleti modelljének versenyjogi kihívásaira

Minden fogyasztói IoT-szegmens szereplője az Amazont és a Google-t, kicsivel mögötte pedig az Apple-t nevezték meg a legfőbb versenytársnak. Sokak szerint az új termékek és szolgáltatások fej-

lesztésének legnagyobb akadályát azt jelenti, hogy ezekkel a cégekkel szemben nem lehet hatékonyan versenyezni. Egyszerűen ők váltak a vezető technológiai vállalatokká, kiépítve a saját ökoszisztémájukat, a teljes vertikumokat. A Google, Amazon és Apple hangsegédei kulcsszereplőkké váltak az ökoszisztémába való belépéshez, egyszerűen más lehetőség híján ezekbe kell beilleszkedni. Így a legtöbb piaci szereplő célja, hogy termékeik vagy szolgáltatásaik a vezető hangsegédeken keresztül hozzáférhetőek legyenek.

A piaci szereplők válasza nem meglepő, hiszen az említett cégek a digitális platformipar hatalmasai, egyben egy-egy teljes digitális ökoszisztéma urai. Amíg az online platformok alapvető jellegzettsége a két- vagy többoldalúság, ahol kettő vagy több, egymástól elkülönülő felhasználói csoport összekapcsolása valósul meg, lehetővé téve közöttük az interakciókat, addig a digitális ökoszisztéma több átjárható, egymással együttműködni képes (interoperabilis) alkalmazásból, operációs rendszerből, platformból, hardverből tevődhet össze. A gyakorlatban egy digitális ökoszisztéma több ezer vállalkozásból áll, tulajdonosuk lehet különböző, de lehet akár egyetlen anyavállalat, mint például a Google vagy az Apple. A fogyasztói IoT-pia-

con a több különböző termék és szolgáltatás egy rendszeren (ökoszisztémán) belüli használata egyrészt elősegíti a rendszer jobb működését és a választékgazdaságosság révén az egymást kiegészítő szolgáltatásaikkal szélesebb körben tudják kielégíteni a keresletet, másrészt lehetőségeket teremt a vásárló elkötelezésére, megfogására. A rendszer a fogyasztók számára kényelmet jelent, ahol a fogyasztó a megszokott megjelenéssel és funkciókkal találkozhat, megkönnyítve a felhasználást a „mindent egy helyen” elvén. A rendszerek különböznek aszerint, hogy melyik mennyire nyitott a versenytársak vagy harmadik felek felé. Minél nagyobb egy digitális ökoszisztéma piaci ereje, versenyjogilag annál aggályosabb lehet a zártság.¹⁵

A platformokon és a digitális ökoszisztémákon belül erősek a hálózati hatások. Minél többen vannak a hálózatban, annál jobban működnek a szolgáltatások, ami aztán még több felhasználót vonz be, és a hálózat így akár monopolhelyzetre is szert tehet. Hozzá tartozik ehhez az a vevői feltetés is, hogy ami nagyobb, az biztosan jobb is, hiszen ezért van több felhasználója. Ehhez kapcsolódik az extrém mértékű méretgazdaságosság, hiszen a terjeszkedéssel egy bizonyos szint elérése után gyakorlatilag nem nőnek a költségek, továbbá a keresztfinanszírozásban rejlő lehetőségek, valamint a határok nélkülség, hiszen bárkit bárkikor elérhetnek.

A platformok több negatív hozadékkal járnak a gazdasági versenyre, ezen túlmutatóan pedig a gazdasági fejlődésre, amely negatívumok többek között a platformok piaci méreteiből és a visszaélészerű magatartásokból fakadnak. A platformoknál könnyen alakulhat ki kényszerkötődés¹⁶ (vagy lock-in, azaz a rendszerben való bennragadás), ami mind a felhasználói, mind az üzleti vállalkozások oldaláról nézve igen erős tényező. Így például a hálózati hatások a fogyasztót maradásra

kényszerítik: észszerűen jár el az a fogyasztó, aki ha már beruházott egy okoseszközbe, olyat fog következőnek választani, ami kapcsolódni tud a már meglévőhöz, különben a teljes rendszere lecserélése jelentős költséget okozhat számára. Említhető továbbá a tanulás nyüge, amely szintén visszatarthatja a váltástól a fogyasztókat, hiszen egy megszokott rendszer használatáról egy újra váltani fásasztó és kezdetben nehéz lehet.

Vállalkozói oldalról nézve szintén tetemes költségberuházásokkal jár az adott rendszerhez való kapcsolódás kialakítása, továbbá, ha a többi, összekapcsolni kívánt termék vagy szolgáltatás már egy adott rendszerben jelen van, azok átcsábítása vagy rábírása egy másikra való átállásra szintén rendkívül nehézkesen kivitelezhető. A rendszerből való kitörés súlyos költségeket okozhat mind a fogyasztónak, mind a vállalkozásoknak. Hiába lenne adott az online környezet a gyors és innovatív változásra, ha a felsorolt tényezők ezeket az előnyöket kioltják. A hálózati hatások révén végül egy vállalkozás javára billenhet a mérleg (ezt a jelenséget tippingként nevezik¹⁷), és a népszerűsége, mérete erejével képes versenytársai teljes leközöcsésére.¹⁸ Az ilyen helyzetben – amint azt a piaci szereplő válaszai is megerősítik (lásd még az 5. pontot) – észszerűbb magatartássá válhat a vertikumban elhelyezkedő többi vállalkozás részéről, ha versenyt már nem az inkumbens piaci helyzetének megdöntéséért, hanem a vele való lehető legjobb gazdasági kapcsolat kialakításáért folytatják, amelynek egyenes következménye az inkumbens piaci erejének további erősödése.

Visszatérve az ágazati vizsgálatban résztvevő piaci szereplők válaszaihoz, többen jelezték, hogy vertikális integráción keresztül próbálnának terjeszkedni, amelyet felvásárlásokkal és/vagy közös vállalatokkal kívánnak elérni. Emellett a kereskedelmi megállapodásoknak is jelentős szerepe van

¹⁵ OECD: An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation, 2019. 05. 13., https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation_19e6a0f0-en#page (letöltés: 2022. 06. 15.).

¹⁶ BELÉNYESI Pál: A digitális piacok időszerű versenyjogi vonatkozásai. A digitális piacokra vonatkozó joggyakorlat és a kapcsolódó joggazdasági megfontolások összehasonlítása az Egyesült Államokban és az Európai Unióban, 2015. 10. 02., https://www.gvh.hu/data/cms1033315/12_Belenyesi_Pal_a_digitalis_piacok.pdf (letöltés: 2021. 01. 01.)

¹⁷ Lásd pl. KATZ, M. L. – SHAPIRO, C.: Systems Competition and Network Effects, Journal of Economic Perspectives, 1994, 8/2, 93–115.

¹⁸ Lásd a Furman-jelentést. HM Treasury: Unlocking digital competition, Report of the Digital Competition Expert Panel. An independent report on the state of competition in digital markets, with proposals to boost competition and innovation for the benefit of consumers and businesses, 2019. 03. 13., <https://www.gov.uk/government/publications/unlocking-digital-competition-report-of-the-digital-competition-expert-panel> (letöltés: 2021. 09. 10.)

e téren, amelyek vonatkozhatnak többek között az ökoszisztémához kapcsolódásra, vagy termékek/ szolgáltatások promótálására például árukapcsolás, kizárólagosság, „co-branding” vagy bevétel-megosztó megállapodások révén.

A kialakult piaci helyzet támadhatóságát megnehezítő tényezőként említették a piaci szereplők az átjárhatóságból, az adatokhoz való hozzáférés hiányából és a szabályozásból fakadó akadályokat.

4.3. A fogyasztói IoT-rendszerek közötti átjárhatóság kérdése

Az átjárhatóság a fogyasztói IoT lényege, a képesség, hogy egy ökoszisztémán belül a különböző – akár heterogén termékekből álló, különböző márkájú – részek egymással kapcsolatba léphessenek és kommunikáljanak. Ez szükséges ahhoz is, hogy felhasználóknak valós választási lehetőségük legyen saját maguk összeállítani a fogyasztói IoT-rendszerüket, és amellyel elkerülhetővé válik a rendszerben való bennragadás.

Az IoT-ban a különböző hardver- és szoftverelemek kapcsolódásában két fontos csomópont, platform emelhető ki: az eszközökön futó operációs rendszerek, valamint a hangsegédek. Ezek teszik lehetővé, hogy az egyes elemek kommunikálhassanak egymással, valamint biztosítják a központi elérhetőséget és irányítást az integrált eszközök és szolgáltatások felett. A vezető platformok a Google, az Amazon és az Apple, mindhárman operációs rendszereket és hangsegédeket egyaránt kínálnak. Ezen technológiai platformokhoz való hozzáférés és az azokon való jó megjelenés elengedhetetlen versenyfeltétel. Az átjárhatóság kiépítése egyben technológiai és üzleti elköteleződést is jelent.

A platformokhoz való csatlakozási eljárást is a három vezető cég (a három vezető operációsrendszer- és hangasszisztens-szolgáltató) diktálja, többek között a szabadalmi jogaik által. Ők szabják meg a tanúsítási eljárásokat, amelyekhez a csatlakozni kívánó feleknek igazodniuk kell. Az átjárhatóságra jogosító specifikációkat és szoftvertípusokat általában általános szerződési feltételek formáját öltő szerződések írják elő, amelyektől az ellenérdeklő felek nem térhetnek el, kivéve egy-két igen nagy céget, akiknek sikerült alkupozícióra szert tenniük.

Mivel a vezető IoT technológiai platformok (Google, Amazon, Apple) ellenőrzik és határozzák meg a hangsegédekhez és operációs rendszerekhez való hozzáférést, az integrálás szerződési és

technikai feltételeit is ők határozzák meg az eszközgyártókkal és szolgáltatókkal szemben. Ezek a szerződési feltételek általában változtathatatlanok és tárgyalhatatlanok, a gyártók és a szolgáltatásnyújtók egyszerűen nincsenek alkupozícióban.

A Bizottság szerint a tanúsítási eljárások valóban szükségesek a minőség és az IoT-ökoszisztéma biztonságának garantálásához, de egyes kikötések már aránytalanul terhesek, főként a kisebb piaci szereplőkre nézve.

A piaci szereplők arról panaszkodtak, hogy az átjárhatóság biztosításának jegyében a vezető platformok más tisztességtelen szerződési feltételt is kikötnek. Így például hozzáférést követelnek az okosotthoneszközök adataihoz a saját céljaik érdekében, korlátozzák a szolgáltatók valósidejű adatakhoz való hozzáférést és a technikai megkötésekre hivatkozva korlátozzák egyes harmadik felek termékeinek funkcionalitását. Ezen kívül egyes technikai előírásaik a felhasználói élmény testreszabását is ellehetetlenítik azzal, hogy az okoseszközök és szolgáltatások egyes funkcióinak működését nem engedik.

Az átjárhatóságért való küzdelmet azonban nemcsak a vezető cégek nehezítik meg, hanem a technológiák sokfélesége is komoly kihívások és jelentős költségek elé állítják a cégeket. Nincsenek ugyanis általánosan elfogadott szabványok vagy egységes technikai megoldások, ezért a fogyasztói IoT-szolgáltatásnyújtók és eszközgyártók számára nem kis problémát jelent az eszközök és szolgáltatások közötti kompatibilitás megteremtése (a fogyasztói IoT-szolgáltatásnyújtók a gyártókra, a gyártók pedig leginkább a hangsegédekre panaszkodnak). Előfordul, hogy egy platform kizárólag az általa meghatározott közvetítő partneren keresztül engedi az integrációt elvégezni, ami szintén növeli a költségeket. Gyakorlatilag nem lehet olyan szoftvermegoldásokat vagy applikációkat fejleszteni, ami több platformhoz is jó lenne, ez növeli a költségeket, továbbá időigényes, ezért lassítja az új termékek bevezetését.

Az összekapcsolódás és az átjárhatóság megteremtését követően további nehézségekkel szembeüthetnek a cégek azáltal, hogy a nagy platformok csak korlátozott funkcionalitással teszik elérhetővé a harmadik feles termékeket és szolgáltatásokat, holott a felhasználók számára fontos az okoseszközök és szolgáltatások jó megjelenése. A vezető IoT tech platformok általában vertikálisan integrált vállalatok, saját termékeket és szolgáltatásokat

kat is nyújtanak, amely arra ösztönzheti őket, hogy korlátozzák a harmadik feles termékek teljes funkcióinak működését, ezzel rontva a felhasználói élményt, az elérhető funkciók körét vagy a megbízhatóságot. Példaként említhető, hogy a harmadik felek korlátozott hozzáférést kapnak a hangsegéd-ekhez, így a termékeik hangvezérelhetősége gyengébb lesz, összehasonlítva a hangsegéd-szolgáltató saját termékével.

Bár bizonyos korlátozások biztonsági okokra való tekintettel indokolhatóak lehetnek, azonban a válaszadók szerint az átjárhatósági korlátozások nagy része nem igazolható, illetve nincsenek összefüggésben a biztonsággal, viszont jelentős akadályt képeznek a vezető platformok saját termékeivel való versenyzésben.

4.4. A szabványok és szabványosító eljárások sokféleségéből származó nehézségek

A Bizottság kiterjedt vizsgálatot folytatott a szabványrendszerek és tanúsító szervezetek feltárása, valamint a technológiai megállapodások és engedélyezési szerződések megismerése érdekében. Ennek során megállapította, hogy szabványokra szükség van az eszközök és szolgáltatások integrálásához és kapcsolódásához, valamint az IoT-kommunikációk minőségéhez és biztonságához, hiszen számos különböző hardvernek és szoftvernek kell egymással egy időben csatlakoznia. A válaszadók szerint túl sokféle szabvány és tanúsító szervezet létezik, a terület túlságosan szegmentált, a vezető platformok a védett technológiáik útján uralják a helyzetet, és a különálló technológiák csak az összekapcsolással lesznek életképesek, így csupán az ökoszisztémákban tudnak nagyobb piaci részesedést elérni.

A piacon lévő túl sok tanúsító szervezet és szabvány megakadályozza egy szélesebb felhasználói és elismertségi bázis elérését, valamint átláthatatlan és nehezen követhető a hardverek gyártói számára, mert nehéz beazonosítani az aktuális engedélyezési kötelezettségeket és költségeket. Ez leginkább az új belépőket és a kkv-kat sújtja. Több piaci szereplő felvetette, hogy szükség lenne a meglévő szabványok összefoglalására és egységesítésére.

A tanúsítási eljárások és engedélyezési díjak igen költségesek, a tanúsító szervezetekben való

részvételért fizetendő tagsági díjak magasak, elriasztják a kisebb szereplőket. A szabványosításban és a szervezetekben is a nagy tech cégek diktálnak, és saját technológiai megoldásaikat vizik keresztül.

A szabványok átláthatatlansága is problémát jelent. A szabadalmi leírások nem hozzáférhetőek teljes mértékben, vagy nem követik a frissítéseket, ami szintén belépési akadály.

A fogyasztói jólét szempontjából az eszközök és szolgáltatások kompatibilitása mindenképp előnyös, és a piaci szereplő szerint a fogyasztók szívesen választanának különböző márkákat. Megfelelő – egységes – szabványokkal ez biztosítható lenne, azonban jelenleg nem ez van. A nagyobb platformoknak inkább az az érdeke, hogy saját, levédett rendszerükbe (ökoszisztémájukba) bezárják a fogyasztókat.

4.5. Az adathalmazból, adatáramlásból fakadó kihívások

A fogyasztói IoT kulcsa a kapcsolat és a kommunikáció, amely az eszközökről, szolgáltatásokról és a fogyasztókról gyűjtött – ökoszisztémán belül megvalósuló – adatáramlás segítségével történik. Az adatmegosztásban is a központi helyet elfoglaló hangsegéd-ek és operációs rendszerek azok a szereplők, akik aktív adatmegosztás nélkül is képesek információkat gyűjteni a felhasználók eszközökkel és szolgáltatásokkal folytatott interakcióiról. Egy digitális ökoszisztémában hatalmas mennyiségű adat kapcsolódhat össze, amelyek aztán egy központi közvetítőn, például egy hangsegéden keresztül összekapcsolódva további adatot vagy információt hoznak létre. Kérdés csak az, hogy az összekapcsolt adatok az egyes cégek számára megosztottan használhatók-e, vagy csak a központi közvetítő által lefőlözve, megsűrve jutnak el az érdekelt szerződéses partnerek felé.¹⁹

A válaszok szerint főként a vezető hangsegéd-szolgáltatók kötnek ki olyan általános szerződési feltételeket, amellyel korlátozzák, hogy a harmadik felek hozzáférjenek az adatokhoz, mialatt ők maguk kiterjedt adatkezelést folytatnak.

Az adatok elsődlegesen a működéshez szükségesek. Ezen kívül a személyre szabott felhasználói élményt, üzleti elemzéseket (business analytics),

¹⁹ A tanulmánynak nem célja a kérdés által felvetett adatkezelési és -védelmi szempontokra kitérni, amely szempontok amúgy fogyasztói szemszögből nézve legalább olyan fontos vizsgálati területek és kihívások elé állítják a hatóságokat (pl. az Európai Adatvédelmi Testületet és a tagállami felügyeleti hatóságokat) és jogalkotókat, mint a piaci versenyben azonosított anomáliák.

termékfejlesztést, valamint marketingcélokat és biztonsági szempontokat említették a válaszokban. A megkérdezettek azt állították, hogy nem kérnek ellenszolgáltatást a harmadik felektől az adatokhoz való hozzáférésért, azonban megemlítették a digitális reklámozást és felhasználói profilalkotást is mint közvetett adatmonetizációs lehetőséget is. Az IoT terjedésével gyűjthető adatok értéke a megkérdezett piaci szereplő számára is nő, azonban a megkérdezettek szerint ennek üzleti kiaknázása még erősen fejlődőben van, és az adatvédelmi szabályokkal való összeegyeztetése is szükséges. Itt hivatkoznék a 2019-es Bizottsági jelentésre,²⁰ amely kiemelt figyelmet fordít az adatvagyonra, amelyet több online szolgáltatás és termelési folyamat kritikus szükségletének tekint, tekintettel arra, hogy új, innovatív szolgáltatások és termékek előállításához az adatok használata nélkülözhetetlen elem. Külön kiemeli a jelentés, hogy bár bizonyos adatmegosztások szükségesek és indokoltak lehetnek a rendszerek működéséhez, azonban az azokon túli megosztási előírások vagy pont éppen az ellenkezője, az adatokhoz való hozzáféréseket megakadályozó magatartások erősen visszaélészerűek lehetnek.

A hangsegédeknek az adattovábbításban és feldolgozásban betöltött szerepe kiemelkedően fontos, hiszen közvetlenül a hangsegédekhez érkezik be a felhasználó kérése, ami alapján azok elindítják a kereső és ajánló funkciókat, és összeállítják a találati listát. A keresés azonban csak a szolgáltatások részletes ismeretében történhet, viszont ehhez – a vertikális integráltságára tekintettel – a saját termékeken túl a versenytársak termékeinek és szolgáltatásainak az adataihoz is könnyedén hozzá kell férjen, ezáltal kiterjedt adatbázissal rendelkezik a rivális termékekről és szolgáltatásokról. Ezen kívül hatalmas piaci előnyt szerezhetnek abból is, hogy hozzáférnek a vásárlói szokásokhoz és a piac működési adataihoz.

Egyes gyártók szerint az adattovábbítás biztonsági veszélyeket is felvetethet, különösen, hogy adataikat állandóan meg kell osztani a hangsegédekkel.

A nagy tech platformok a harmadik felekkel kötött szerződéseikben fenntartják maguk számára a jogot, hogy a megszerzett adatokat a platform teljes cégcsoportja használhatja és értékesítheti, mi-

közben a harmadik felek csak anonim adatokhoz juthatnak hozzá. Nem egyedülálló az a gyakorlat, amikor a nagy cégek adatvédelmi okokra hivatkozva nem továbbítják az adatokat.

Az adatok értékesítésével kapcsolatban a legtöbb piaci szereplő úgy gondolja, hogy az okoseszközök és fogyasztói IoT-szolgáltatások által gyűjtött adatok hasznos és értékes inputot jelentenek a digitális reklámozási szolgáltatások nyújtása során, azonban itt is csak az a kevés óriásplatform aratja le a hasznot.

4.6. Egyéb versenykorlátozó üzleti gyakorlatok

4.6.1. Kizárólagosság, árukapcsolás

A piaci szereplők szerint leginkább a hangsegéd-szolgáltatókkal kötött szerződésekbe kerülnek bele kizárólagossági kikötések. A legtöbb okoseszközbe egy hangsegédet építenek, ami lehet akár saját, akár harmadik féle. A gyártók egy része jelezte, hogy örülne, ha a termékükben több általános célú hangsegéd működne, és a vásárlók részéről is lenne igény több elérhető hangsegédre, azonban a vezető hangsegéd-szolgáltatók a szerződésekben kizárják ennek a lehetőségét. Több gyártó panaszkodott arra, hogy ezek a szolgáltatók egyes szoftveket, technológiákat és applikációkat is előírnak, illetve csomagban adnak a hangsegédjükkel együtt.

4.6.2. Az előzetes és alapbeállítások által felvetett problémák

A hangsegédek és az operációs rendszerek jó pár applikációt alapbeállításokként kezelnek, amely komoly versenyelőnyt jelent a kiválasztott cégek számára. Többen sérelmezték, hogy nem egyértelmű számukra, hogy mely cég kerülhet be az alapbeállítások közé, és gyakori, hogy a vezető platformok szolgáltatásai vagy nagy nemzetközi tartalomszolgáltatók szerzik meg ezeket a helyeket, amíg a kisebb cégek nem kapják meg ezt a lehetőségeket.

Az, hogy szükség van-e az alapbeállításokra, megosztja a megkérdezetteket. Van, aki szerint enélkül a felhasználói élmény sokkal rosszabb, mások szerint a fogyasztót aktív kiválasztásra kellene sarkallni, hogy legalább egyszer átnézze a beállításokat, megint mások arra hívták fel a figyelmet, hogy az alapbeállításoknak van egy erős lock-in hatása, azokba könnyen „bele lehet ragadni.”

²⁰ MONTJOYE, Yves-Alexandre de – SCHWEITZER, Heike – CRÉMER, Jacques: Competition policy for the digital era, Publications Office, 2019. 05. 20., <https://data.europa.eu/doi/10.2763/407537> (letöltés: 2021. 12. 01.).

Az alapbeállítások mellett a szerződések egyik legkritikusabb, legnehezebben megtárgyalt pontja a felületeken való megjelenés, hiszen ezen múlik egy IoT-szolgáltatás elérhetősége. A kérdés leginkább az audiovizuális szolgáltatások, zene vagy rádiótartalmak körében merült fel, de bármilyen szolgáltatást vagy hangsegéd elérhetőségét érinteti. Egyes fogyasztói IoT-szolgáltatások és hangsegéd-szolgáltatók megkövetelik a gyártóktól, hogy reklámozzák, jelezzék az elérhetőségüket vagy magát a hangsegédet például azzal, hogy a logóját fel kell tüntetni egy jól látható helyen vagy egy távirányítón lévő gombbal, amely azonnali elérést biztosít a szolgáltatáshoz. A megjelenés nemcsak a külső jegyekben, hanem az alapbeállításokban (pl. egy okostévé menüjében) vagy a keresési rangsorban való előresorolásban is igen fontos jelentőséggel bír. A válaszadók szerint a vezető platformszolgáltatók képesek az algoritmusokat a saját előnyükre fordítani, hogy a rangsorolás során a saját vállalkozásaikat hozzák az első helyekre.

4.6.3. A közvetítésből fakadó versenyaggályok

A felhasználók és a termékek között a vezető nagy tech platformok hangsegédei és operációs rendszerei a kapocs. A piaci szereplők nagy része ezt problémásnak tartja, mert ezáltal a vezető cégek kezében van a felhasználókkal való kapcsolattartás és a felhasználói élmények is alapvetően ezekről függenek, amíg a többi piaci szereplő attól fél, hogy elveszítik a márkaismertségüket és közvetlen kapcsolatukat a felhasználóval. Gyakori jelenség, hogy a nagy platformszolgáltató a beüzemeléskor (azaz amikor a felhasználó először kapcsolja össze az eszközöket és/vagy szolgáltatásokat egymással) a saját beállításait érvényesíti a harmadik felekkel szemben, hiszen a felhasználók az összekapcsolást a hangsegéd applikációján keresztül tudják elvégezni. Gyakran az összekapcsoláshoz ezen a közvetítőn kell felhasználói fiókot létrehozni, amivel az eszközök és/vagy szolgáltatások nyújtói elveszítik annak a lehetőségét, hogy közvetlen kapcsolatba kerüljenek a felhasználóval, továbbá a későbbi kapcsolattartáshoz szükséges legfontosabb adatokhoz ők maguk már nem jutnak hozzá.

Általánosságban elmondható, hogy minden szereplő – méretétől függetlenül – a hangsegédek és az operációs rendszerek szolgáltatóinak technikai támogatásától függ. Csakhogy ezek a technikai támogatások vagy a szoftverfrissítések nem

mindig elérhetőek. A viselhető eszközök gyártói kifogásolták, hogy nem kapják meg a teljes információt az operációs rendszer frissítéséről, ami technikai problémákhoz vezet a gyártóknál (például egy-egy frissítéssel elvesznek bizonyos funkciók, vagy más kapcsolódási problémák adódnak). Többen kiemelték, hogy főként egy vezető operációs rendszer frissítéseit követően igen költséges mérnöki munkát kell végezniük, hogy a viselhető eszköz funkciói kompatibilisek legyenek a megújult rendszerrel. Ha viszont a viselhető eszköz kezdeményezi a frissítéseket vagy új alkalmazások felvételét, azt a platformok csak jelentős keddellel hagyják jóvá.

4.6.4. Egyéb jellemző tisztességtelen szerződési feltétel

A felmondással kapcsolatos előírások körében több piaci szereplő megemlítette, hogy előfordul, hogy a szerződéses feltételek szerint az egyik fél egyoldalúan felmondhatja a szerződést, akár anélkül, hogy erről előzetesen értesítené a feleket. Egyes szerződésekben pedig külön olyan felmondási indokot is belefoglaltak, hogy ha az egyik fél szellemi tulajdon megsértése miatt pert indítana, a másik fél felmondhatja a szerződést.

Egy másik sérelmezett kikötés, hogy a nagyobb cégeknél a szerződő fél alatt a teljes – adott üzleti ágazaton túl is érintett – vállalatcsoportot érteni kell, ami az adathasználatot vagy hozzáférést rendkívül szélesre nyitja, komoly előnyt biztosítva a vertikálisan integrált vállalkozások számára.

5. Hogyan tovább?

A fogyasztói jólét szempontjából az eszközök és szolgáltatások kompatibilitása mindenképp előnyös, hiszen ezáltal megmarad a fogyasztó választási szabadsága, hogy például akár több márkából rendezze be okosotthonát, vagy tölthessen le különböző fogyasztói IoT-szolgáltatásokat a telefonjára. Ehhez szüksége van természetesen arra is, hogy ezek a szolgáltatások és eszközök minél szélesebb elérhető funkcióval rendelkezzenek.

Az ágazati vizsgálat feltárta, hogy az eszközök és szolgáltatások közötti kommunikáció kulcszereplője a hangsegéd és az operációs rendszer, két olyan platform, amit az európai piacon három nagy tech óriás ural: az Amazon, a Google és az Apple. Ezek a platformszolgáltatók olyan megkerülhetetlen féllé váltak, amelyekkel már nem lehet

hatékonyan versenyezni, mert elérték azt a kritikus pontot, ahonnan nem nagyon van visszaút, nemcsak az elért széles felhasználói bázis miatt, hanem azért is, mert a technológiai előny mára behozhatatlan mértéket öltött mind időben, mind anyagilag. A válaszok alapján az látszik, hogy a verseny már rég nem ezek helyettesíthetőségéért, hanem az ezeken való megjelenésért, az ezekhez való kapcsolódás kiépítéséért folyik a fogyasztói IoT-iparban.

Az egészséges versenyhez az egyes ökoszisztémák nyitására, a rendszerek közötti átjárhatóság akadálymentesítésére lenne szükség, amelynek érdekében egyrészt meg kell állítani a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat, másrészt meg kell teremteni a rendszerek közötti átjárhatóságot elősegítő szabványkörnyezetet. Nem szabad engedni, hogy azok a nagyok, akik a „nyílt piacnak köszönhetően érik el sikereiket, nyerik meg a versenyt, maguk után becsukják az ajtót”²¹.

Az IoT-val természetesen együtt járnak a hálózati hatások, amelyek az adatokhoz való hozzáférés vagy a rendszerek közötti átjárhatóság akadályozásával, vagy önpreferenciák és a szellemi tulajdonjogokkal kapcsolatos gyakorlatokkal kapcsolva komoly torzításokat eredményezhet a domináns digitális ökoszisztémák előnyére. Az ágazati vizsgálaton alapuló munkaanyag erős alapot teremt arra, hogy a Bizottság, ahol más megoldást nem lát, a szabályozásra tegyen javaslatot, amíg más esetekben a jogalkalmazási eszközeivel lépjen fel.

5.1. Szabályozási irányok

Az ágazati vizsgálat és az elkészült jelentés hasznos adalékul szolgálhatott a 2022. február 2-án útjára bocsátott új az uniós szabványosítási stratégia kialakításában és a nélkülözhetetlen szabadalmakra vonatkozó programhoz.²² Emellett, talán még

fajsúlyosabban, jelenleg is zajlik a Digital Market Act²³ (DMA) rendelettervezet vitája (ami talán még nyár előtt is le is zárulhat), amibe becsatornázták az ágazati vizsgálat eredményeit.

Előjáróban kiemelendő, hogy a DMA fogalomhasználatában kapuőröknek minősülnek az alapvető platformszolgáltatások, amelyeknek – ha valóban kapuőröknek bizonyulnak (ezt a Bizottság mondja ki bizonyos mennyiségi és minőségi küszöbszámok alapján) – bizonyos kötelezettségeknek kell megfelelniük, illetve bizonyos magatartások számukra ab ovo tilalmazottak lesznek. A Bizottság jelentésének egyik legjelentősebb eredménye, hogy a 2022 márciusában tárgyalat tervezetben²⁴ már a hangsegédek – a DMA szövegezésében a „virtuális asszisztensek” („virtual assistant”) – is megjelennek az alapvető platformszolgáltatások listáján (az operációs rendszerek eredetileg is ide tartoztak).²⁵

A következőkben – a kizárólagosság igénye nélkül – egy-két olyan szabályozási pontot emelek ki a DMA-ból, amelyek az ágazati vizsgálatban feltárt problémák orvoslására szolgálhatnak az átjárhatóság és az adatáramlás terén, vagy más kifogásolt tisztességtelen szerződési feltételek kioltását célozzák.

Először is az átjárhatóság biztosítása alapvető követelmény lesz a platformszolgáltatókkal szemben. A DMA tiltani fogja azokat a gyakorlatokat, amelyekben a kapuőr technikailag akadályozza a fogyasztó választását az egyes szolgáltatások vagy alkalmazások között,²⁶ emellett a platformnak a harmadik feles eszközgyártók vagy szolgáltatásnyújtók számára hatékony átjárhatóságot és csatlakozási lehetőséget kell biztosítania az operációs rendszer vagy virtuális asszisztens által irányított eszközökhöz és szoftverekhez, még hozzá ingyenesen.²⁷ Az alapbeállításokat érintően a DMA köte-

²¹ TÓTH András: Az adatmonopóliumok tüdőklése és letörése, In: SZABÓ Endre Győző: Az Infotörvénytől a GDPR-ig, Ludovika Egyetem Kiadó, Budapest 2021, 169.

²² An EU Strategy on Standardisation – Setting global standards in support of a resilient, green and digital EU single market, 2022. 02. 09., <https://www.standict.eu/eu-standardisation-strategy-2022> (letöltés: 2022. 04. 25.)

²³ Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on contestable and fair markets in relation to the digital sector (Digital Markets Legislation), COM/2020/842 final, 2020. 12. 15., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52020PC0842> (letöltés: 2022. 04. 15.)

²⁴ Deal on Digital Markets Act: EU rules to ensure fair competition and more choice for users, sajtóközlemény, 2022. 03. 24., <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/press-room/20220315IPR25504/deal-on-digital-markets-act-ensuring-fair-competition-and-more-choice-for-users> (letöltés: 2022. 04. 15.)

²⁵ DMA-tervezet 2. cikk f) és h) pontja.

²⁶ DMA-tervezet 6. cikk 6. bekezdés

²⁷ DMA-tervezet 6. cikk 7. bekezdés.

lezettségként írja elő a kapuőr számára az operációs rendszerének megnyitását, és azt, hogy tegye technikailag is lehetővé, hogy a végfelhasználó törölhessen egy előre telepített szoftvert vagy akár maga installálhasson egy másikat, kivéve ha ez a változtatás veszélyeztetné az operációs rendszer működését.²⁸ Nem korlátozhatja továbbá az alkalmazásáruházak kínálatát, hogy a harmadik feles szoftverek is elérhetőek legyenek.²⁹ Az adatáramlással kapcsolatban lehetővé kell tenni az adathordozhatóságot, valamint a harmadik feles termékkel kapcsolatban begyűjtött felhasználói adatokat ingyenesen, valós időben és folyamatosan rendelkezésre kell bocsátania az érintett harmadik fél számára is,³⁰ valamint tilalmazott lesz az üzleti felhasználók nem nyilvános adatainak felhasználása (lásd lentebb az Amazon-ügyet).³¹ Tilos lesz az a kereskedelmi gyakorlat, amely szerint az üzletfelek csak a platformszolgáltatáson keresztül érhetik el a fogyasztókat.³² Végül, de nem utolsónban tilos lesz a saját termékek előnybe részesítése a találati listákon.³³

5.2. A jogalkalmazási irányok

Az ágazati vizsgálatról készült munkaanyag a jogalkotáson túl a jogalkalmazásban is segítséget jelenthet: ahol a feltárt versenyproblémák a beavatkozást igénylik, a Bizottság eljárást indíthat az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) 101. vagy 102. cikkének megsértése miatt.

Jelenleg is eljárás van folyamatban az Amazon ellen,³⁴ mert a Bizottság 2020 novemberében közzölt előzetes kifogásai szerint az Amazon a piactérét használó független, a versenytársaiként működő eladók nem nyilvános üzleti adatait használja fel saját kereskedelmi tevékenységének előmozdítása érdekében. Megjegyezhető, hogy a gyakorlat a DMA alapján ex ante jelleggel eleve tiltott lesz.³⁵

A 2020 óta folyó vizsgálat technikai kihívásai között kiemelhető, hogy a Bizottság mintegy 18 millió tranzakcióból és 100 millió termékből készített adatmintát, és annak elemzésével azt látja, hogy a webhelyen áruló független kiskereskedőkkel kapcsolatos valós idejű üzleti adatokat az Amazon a saját algoritmusába vezeti be.

Az Európai Bizottság az Apple ellen több eljárást is folytat az EUMSZ 102. cikke alapján. A Bizottság 2022. május 2-án kifogásközlésében az iOS-eszközökön használt mobiltárcák piacán való visszaélésnek ment neki.³⁶ Az előzetes bizonyítékok szerint az Apple a saját fizetési rendszerre javára meggátolja a harmadik felek hozzáférését az érintés nélküli fizetésekhez használt NFC-chip szabványos technológiához, amelyek kulcsfontosságúak lennének ahhoz, hogy az Apple-készülékek az Apple Payjel szemben versenyképes mobiltárcamegoldásokat fejlesszenek ki. A kezdeti vizsgálódásokhoz képest a hivatalos eljárás szűkebb szegmensre, kizárólag csak az üzletekben fizetésre használható NFC-s fizetési rendszerre vonatkozik, és a versenytársak Apple Pay-szolgáltatáshoz való hozzáféréseinek korlátozására vagy megtagadására nem. A DMA alapján a fizetési rendszerek kötelező előírása is tiltott kereskedelmi gyakorlat lesz, tehát a kapuőr ilyen szerződési feltétele további vizsgálat nélkül is jogsértőnek lesz mondható.³⁷

Egy másik ügyben³⁸ a Bizottság azt vizsgálja, hogy az Apple visszaél-e erőfölényével a zenei streaming-szolgáltatást nyújtó fejlesztőkkel szemben, egyrészt azért, hogy előírja, hogy a szolgáltatás nyújtása során az Apple saját szabadalmi joga alatt álló rendszert kell használniuk az alkalmazáson belüli vásárlásoknál, amelyen az Apple viszonylag magas, 30 százalékos jutalékot számol fel, másrészt mert akadályozza a fejlesztőket abban, hogy felhívják a zenei tartalomszolgáltatásra előfizető felhasználók figyelmét arra, hogy a saját app-

²⁸ DMA-tervezet 6. cikk 3. és 4. bekezdés.

²⁹ DMA-tervezet 5. cikk 5. bekezdés.

³⁰ DMA-tervezet 6. cikk 8-10. bekezdés.

³¹ DMA-tervezet 6. cikk 1. bekezdés.

³² DMA-tervezet 5. cikk 3. és 4. bekezdések.

³³ DMA-tervezet 6. cikk 5. bekezdés.

³⁴ Az Európai Bizottság AT. 40462. számú eljárása.

³⁵ Lásd a 19. lábjegyzetet.

³⁶ Az Európai Bizottság 40.452. számú eljárása.

³⁷ DMA-tervezet 5. cikk 7. bekezdés.

³⁸ Az Európai Bizottság 40.437. számú eljárása.

ján kívüli alternatív, akár olcsóbb előfizetési lehetőségek is vannak.

6. Zárszó

Kérdés, vajon a szabályozási tervekben és a DMA-ban szereplő hangzatos tilalmak és kötelezettségek betartathatóak-e, és ezáltal képesek lesznek-e megállítani a káros piaci folyamatokat. Ehhez igen komoly erőforrásra lesz szükség, ha azt nézzük, hogy egy versenyügy kivizsgálása is jó pár évig tart.³⁹

Ráadásul a vezető platformok minden bizonyítással a biztonságra és minőségre hivatkozva is keresik majd a kibúvókat, amely érvek leütése komoly technológiai szakértelmet kíván. Figyelemre méltó volt a piaci szereplő azon kifogása is, miszerint egy-egy, a vezető platformszolgáltató által – a biztonság égisze alatt – végrehajtott szoftverfrissítés is tetemes költségek elé állítják a harmadik feleket, amíg, ha a harmadik felek szeretnék szoftverfrissítést végezni, annak elintézése rendkívül körülményes és jóval lassabban kivitelezhető a platformszolgáltató nehézkes, halogató reakciói miatt.

És ha a szabályozás sem segít, még mindig marad végső eszközként a vertikálisan integrált platformok feldarabolása, bár ennek valószínűségét elég nehéz elképzelni a Bizottság tollából, amikor szinte az egész piac által vitatott és megalapozott félelmekkel kezelt Google–Fitbit-fúzióra⁴⁰ is áldását adta, még ha széleskörű kötelezettségeket is írt elő.

A szabályozáson túl kérdés, vajon várható-e, hogy a Bizottság egy újabb platform ellen is frontot nyit, mi telik még a kapacitásaiból. Margaret-he Vestager minden esetre abban bízunk,⁴¹ hogy a cégek, látva a Bizottság aktivitását a digitális piacokon, maguktól jobb belátásra térnek, és mindent megtesznek a versenyaggályok felszámolása érdekében.

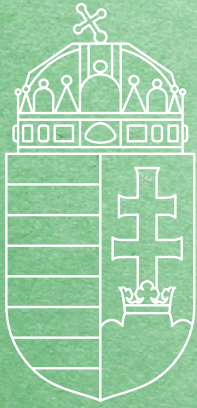
Végül, de nem utolsó sorban, a megoldás biztosan nem csak a versenyjogban keresendő. Amint az a digitális piacokról általánosságban elmondható,⁴² úgy a fogyasztói IoT-ra is igaz, hogy a felvetett problémák összetettek, a fogyasztóvédelem, a versenyjog, az adat- és az iparjogvédelem nem egymástól elszigetelten, hanem csakis közösen lehet képes a kihívások kezelésére.

³⁹ A Bizottság AT 39.740. számú Google Shopping ügye 7 évig tartott.

⁴⁰ A Bizottság M 9660 számú ügyben hozott 2020. december 17-ei döntése.

⁴¹ Antitrust: Commission launches sector inquiry into the consumer Internet of Things (IoT), sajtóközlemény, 2020. 07. 16., https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1326 (letöltés: 2022. 04. 10.).

⁴² Lásd pl. PÜNKÖSTY András: Versenyjogi megfontolások a technológiai óriások szabályozásával kapcsolatban. Az egyesült államokbeli és európai megoldási kísérletek összehasonlító elemzése, In: In Medias Res, 2021/2., 251–272.



Szász Dávid¹

A ne bis in idem-elv mint a versenyfelügyeleti szankcionálást korlátozó princípium, különös tekintettel az Európai Unió Bíróságának a C-117/20. számú bpost-ügyben tett megállapításaira

The ne bis in idem, as a principle that restricts competition supervision sanctioning, in particular to the judgment of the Court of Justice of the European Union in Case C-117/20. bpost

Abstract: The main aim of the present study is to examine the question of the extent, to which antitrust sanctions, in particular the imposition of fines, can be taken into account and be applied, combined with sanctions of criminal nature imposed in criminal or other administrative proceedings, based on the same facts, in the light of the prohibition of double sanctioning laid down in the ne bis in idem principle.

Tárgyszavak: versenyjog, előzetes döntéshozatali eljárás, ne bis in idem, kettős szankcionálás, a szankciók büntető jellege, szükségesség és arányosság

Keywords: competition law, reference to preliminary ruling, principle of ne bis in idem, double sanctioning, criminal nature of sanctions, necessity, and proportionality

1. Bevezetés

Jelen tanulmány fő célja, hogy a ne bis in idem elvével mint a modern büntetőjog egyik sarokkövét képező alkotmányos princípiummal kapcsolatos, a szakirodalomban felmerült, azon kérdést vegye vizsgálat alá, hogy a versenyfelügyeleti szankcionálás, különösen a bírságkiszabás mennyiben vehető figyelembe, hogyan értékelhető az azonos tényállás alapján lefolytatott büntetőeljárás vagy egyéb közigazgatási eljárás során kiszabott büntető jellegű szankcióval összekapcsolva, a ne bis in idem-elv által megfogalmazott kettős szankcionálás tilalma tükrében.

Ennek keretében az Európai Unió Bírósága („Bíróság”) által, előzetes döntéshozatali kérelem

alapján vizsgált C-117/20. számú bpost-ügyben² kifejtett jelentős megállapításokra szándékozom részletesebben kitérni, amely elbírálása során a Bíróság a jelen tanulmány tárgyát képező kérdést vizsgálta meg részletesen.

Mielőtt az említett ügy ismertetésére sor kerülne, szükséges az átláthatóság érdekében kitérni arra, hogy mit is takar a ne bis in idem-princípium, pontosan milyen tilalmat fogalmaz meg, melyek a forrásai, és milyen gyakorisággal merül fel értelmezésének szükségessége a Bíróság eljárásai során.

A ne bis in idem mint garanciális jelentőségű büntetőjogi princípium és az uniós jog egyik alapelve,³ a kétszeres eljárás, valamint a kétszeres büntetés tilalmát fogalmazza meg, ezáltal az állam büntetőhatalmának, büntetőigénye érvényesítésé-

¹ Versenytanácsí vizsgálgó, Gazdasági Versenyhivatal – Döntéshozatali Támogató Iroda.

² 2022. március 22-ei bpost-ítélet (C-117/20, ECLI:EU:C:2022:202, „bpost-ügy”, illetve „bpost-ítélet”), Judgement of the Court (Grand Chamber) in Case C-117/20, 2022. 03. 22., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=256247&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2435953> (letöltés: 2022. 04. 18.).

³ 2022. március 22-ei Nordzucker és társai-ítélet (C151/20, ECLI:EU:C:2022:203, 28. pont, „Nordzucker-ítélet”), Judgement of the Court (Grand Chamber), 2022. 03. 22. in Case C-151/20, 2022. 03. 22., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=256248&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=2436778> (letöltés: 2022. 04. 18.).

nek korlátját képezi, és nemcsak anyagi, hanem eljárásjogi szempontból is releváns.⁴

Szükséges leszögezni, hogy az elv korántsem újkeletű, hiszen a magját képező tilalom gyökerei egészen Démoszthenész⁵ és Iustinianus Digestájáig visszanyúlnak, amely kimondta: „nemo debet bis vexari pro una et eadem cause”, azaz senkinek sem kell elszenvednie, hogy ugyanazon cselekmény miatt kétszer büntetőeljárást folytassanak vele szemben.⁶

Ugyanakkor az a tény, hogy egy elv hosszú ideje fontos szerepet tölt be a jogalkalmazásban, nem szükségképpen eredményezi azt, hogy teljes az egyetértés értelmezését, alkalmazását, tartalmát illetően. Ez a *ne bis in idem* esetében is megmutatkozik. Az elvnek van egy szűkebb és tágabb értelmezése.

A tágabb értelmezés szerint: „a *ne bis in idem* elve, a jogállamiság részét képező, olyan alkotmányos princípium, amely mind a büntetőjogra, mind a büntetőeljárásjogra, valamint a büntetés-végrehajtási jogra is vonatkozik és tiltja, hogy az elkövetővel szemben, ugyanazért a cselekményért kétszer büntetőjogi hátrányt alkalmazzanak”⁷

A szűkebb értelmezés szerint: „a büntetőjogi felelősség megállapítása során a bíróság nem értékelheti súlyosító vagy enyhítő körülményként azokat az elemeket, amelyeket a törvényi tényállásban (minősítő vagy privilegizáló módon) már értékelt a jogalkotó, vagyis kizárja ugyanazon tény, állapot vagy körülmény kétszeres figyelembe vételét”⁸. Jól látható, hogy a *ne bis in idem* a tágabb értelmezés szerint a többszöri vagy kettős szankcionálás, amíg a szűkebb értelmezés szerint ugyanazon tény kétszeres értékelésének tilalmát hordozza magában.

Összegezve tehát, a princípium rendeltetése: „hogy a büntetőjogi felelősség kérdésében történő döntésre, egyazon elkövetővel szemben, ugyanazon cselekménye miatt – a rendkívüli jogorvoslati eljárások esetétől eltekintve – csupán egyetlen *ízben* kerülhessen sor, illetve az egyszer már figyelembe vett szempont ismételtelen ne juthasson *önálló* jelentőséghez a büntetés kiszabásánál”⁹

2. A *ne bis in idem* versenyjogi vetülete és forrásai

Fontos megjegyezni, hogy a *ne bis in idem*, bár a büntetőjog elveinek sorába tartozik, más jogágak vonatkozásában is relevanciával bír, különösen igaz ez a közigazgatási jogra, és ezen belül a közigazgatási szankciókra. Ennek megfelelően van versenyjogi vetülete is.

A Bíróság korábban kimondta,¹⁰ hogy a versenyjogi bírságok kiszabására irányuló eljárásokban a *ne bis in idem* elvét tiszteletben kell tartani, és értelmezése szerint a versenyjog területén „az említett elv tiltja, hogy egy vállalkozást olyan versenyellenes magatartás miatt marasztaljanak el vagy vonjanak újból eljárás alá, amely miatt vele szemben egy már meg nem támadható korábbi határozatban szankciót szabtak ki, vagy amellyel kapcsolatban egy ilyen határozatban megállapították a felelősségének hiányát”¹¹

Ugyanakkor az elv nem képezi akadályát annak, hogy ugyanazért a jogsértő magatartásért európai versenyjogi alapon, valamint párhuzamosan nemzeti versenyjogi alapon is elmarasztalásra kerüljön a jogsértő vállalkozás.¹²

Ezen szemlélet már egészen korán, a Bíróság 1969. február 13-án hozott Walt Wilhelm-ítéleté-

⁴ SZABÓ Judit: A *ne bis in idem* elvének hazai fejlődéstörténete, 2021. 04. 06., <https://ujbtk.hu/szabo-judit-a-ne-bis-in-idem-elvenek-hazai-fejlodestortenete/> (letöltés: 2022. 04. 18.).

⁵ PECSI Andrea Brigitta: A *ne bis in idem* elv érvényesülésével kapcsolatos legújabb kihívások. In: KURUNCZI Gábor – VARGA Ádám: Scindere Glacim: Válogatott tanulmányok joghallgatók tollából, Pázmány Press, Budapest, 2020, 55.

⁶ BRÓSZ Róbert – PÓLAY Elemér: Római Jog, Tankönyvkiadó Vállalat, Budapest, 1974, 117.

⁷ PECSI: (5. lj.) 56.

⁸ PECSI: (5. lj.) 57.

⁹ AMBRUS István: A *ne bis in idem* elve a legújabb európai joggyakorlatban, kitekintéssel a princípium érvényesülésére különböző jogterületek találkozására esetében, Európai Tükör 2019/3, 122.

¹⁰ 2012. február 14-ai Toshiba Corporation és társai ítélet (C17/10, EU:C:2012:72, 94. pont, „Toshiba-ítélet”), Judgement of the Court (Grand Chamber) in Case C-17/10, 2012. 02. 14., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=119427&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2441795> (letöltés: 2022. 04. 18.).

¹¹ Nordzucker-ítélet (3. lj.) 32. pont.

¹² TÓTH András: Versenyjog és határterületei. A versenyszabályozás jogági kapcsolatai, Budapest, 2016, HVG-Orac Kiadó Kft., 125.

ben¹³ megjelent, amelyben a Bíróság kimondta, a ne bis in idem elve nem képezi abszolút akadályát az Európai Bizottság („Bizottság”) eljárásának olyan vállalkozással szemben, amelyet ugyanazon jogsértő magatartásáért tagállami versenyhatóság korábban elmarasztalt.

A Bíróság úgy látta, a két párhuzamos eljárás csupán kiegészíti, és nem kizárja egymást, hiszen a tagállami eljárás a nemzeti versenyszabályok megsértésére reagál, amíg az uniós eljárás célja a közös piac védelme. Így ezen párhuzamos eljárások nem csupán jog által megengedettek, hanem szükségesek is. Ugyanakkor a Walt Wilhelm-ítéletben foglaltak szerint a „természetes igazságosság” megköveteli a korábban kiszabott szankció figyelembevételét.¹⁴

Fontos leszögezni, hogy a Bíróság joggyakorlata azt mutatja, ezen „természetes igazságosság” követelmény nem univerzális, nem minden viszonyra irányadó, csak akkor kíván meg érvényesülést továbbá, akkor szükséges a figyelembevétele, ha tagállam, és nem valamely harmadik állam hatósága által ugyanazon jogsértésért kiszabott bírságról van szó.

A „természetes igazságosság” követelmény ezen differenciált alkalmazását jól tükrözi a Bíróság Showa Denko-ítélete,¹⁵ amelyben kifejtésre került „a harmadik államok hatóságai által kiszabott bírságok a Bizottságnak a közösségi versenyjog megsértése miatti bírság kiszabására vonatkozó hatáskörében biztosított mérlegelési jogköre során vehetők csupán figyelembe. Következésképpen bár nem kizárt, hogy a Bizottság figyelembe vegye a harmadik államok hatóságai által korábban kiszabott bírságot, mindenesetre erre nem köteles”.¹⁶

Megállapítható, hogy tagállami hatóság által kiszabott bírság esetében a Bizottság köteles figye-

lembe venni a kiszabott bírságot eljárása során, amennyiben maga is szankcionálni kívánja ugyanazon jogsértő magatartást, és mérlegelés nem illeti meg ennek tekintetében. Ezen kötelezettségére a bpost-ítélet 51. pontjában is utalt a Bíróság, amely alapján a szankció kiszabásának szükségessége keretében értékelni kell, hogy a korábban kiszabott szankció figyelembe vételére sor került az időben később alkalmazott szankció kiszabására irányuló eljárásban. Ugyanakkor ezen kötelezettsége nem állapítható meg, ha a bírságot nem tagállam, hanem valamely harmadik állam hatósága szabta ki.

Fontos leszögezni, hogy az elv versenyjogi területen történő alkalmazásának vannak meghatározott feltételei. A Toshiba-ítéletben a Bíróság lefektette,¹⁷ hogy ezen elv csak akkor alkalmazható a versenyjog területén, ha három konjunktív feltétel teljesül, nevezetesen a tényállás azonossága, a jogsértők azonossága és a védett jogi tárgy azonossága.

A védett jogi tárgy azonossága feltétel esetében elmondható, hogy ez a Bíróság által támasztott speciális¹⁸ „versenyjogi” kritérium, amelynek a ne bis in idem-elv más területen történő alkalmazása esetén nem kell teljesülnie, és nem is alkalmazandó. Amennyiben a védett jogi tárgyazonossága feltétel nem teljesül, nem kell vizsgálni a ne bis in idem-elv sérelmének lehetőségét. Ezt alátámasztja a Bíróság Roquette Frères-ítéletének¹⁹ 281. pontja is, amelyben a Bíróság kimondta „a ne bis in idem elve nem alkalmazható olyan körülmények között, így a jelen ügyben sem, amikor az egyrészről a Bizottság, másrészről az amerikai hatóságok által lefolytatott eljárások, illetve kiszabott szankciók egyértelműen eltérő célra irányulnak. Előbbi ugyanis a torzítatlan versenynek az Európai Unió

¹³ 1969. február 13-ai Walt Wilhelm-ítélet (C-14/68, ECLI:EU:C:1969:4, „Walt Wilhelm-ítélet”), Judgment, 177C-14/68, 1962. 02. 06., <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=87643&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2444448> (letöltés: 2022. 04. 18.).

¹⁴ Walt Wilhelm-ítélet (13. lj.) 11. pont.

¹⁵ 2006. június 29-ei Showa Denko-ítélet (C-289/04 P, ECLI:EU:C:2006:431, „Showa Denko-ítélet”), Judgement of the Court (Second Chamber) in Case C-289/04 P, 2006. 06. 29., <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=55919&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2443826> (letöltés: 2022. 04. 18.).

¹⁶ Showa Denko ítélet (15. lj.) 60. pont.

¹⁷ Toshiba ítélet (10. lj.) 97. pont.

¹⁸ Ay Zoltán Nándor: Ne bis in idem – A versenyjogban továbbra is eltérő feltételek mellett alkalmazandó a jogelv? Versenytükör, 2019/2. szám, 69.

¹⁹ 2006. szeptember 27-ei Roquette Frères ítélet (T-322/01, ECLI:EU:T:2006:267, „Roquette Frères-ítélet”), Judgement of the Court of first instance (Third Chamber) in Case T-322/03, 2006. 03. 16., <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=57695&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2447200> (letöltés: 2022. 04. 18.).

és az EGT területén történő fenntartására irányul, utóbbi pedig az amerikai piac védelmét célozza.”

Ez a speciális kritérium azonban értelmezési és jogalkalmazási nehézségekhez vezetett, amelyek folytán kritikával illették a Bíróság jogértelmezését.

Így üdvözlendő, hogy a Bíróság a bpost-, valamint a Nordzucker-ítéletben is kevésbé tartotta hangsúlyosnak ezen kritériumot, és kifejtette „a Bíróság ítélkezési gyakorlatából kitűnik, hogy az ugyanazon jogsértés fennállásának megállapítása szempontjából a tényállás nemzeti jog szerinti jogi minősítése vagy a védett jogi tárgy nem releváns, mivel az Európai Unió Alapjogi Chartája („Charta”) 50. cikke által nyújtott védelem terjedelme nem változhat tagállamról tagállamra”,²⁰ valamint „a ne bis in idem elvének a versenyjog hatálya alá tartozó eljárások keretében történő alkalmazása két feltételtől függ, vagyis egyrészt attól, hogy legyen egy korábbi végleges határozat („bis” feltétel), másrészt pedig attól, hogy a korábbi határozat és a későbbi eljárások vagy határozatok ugyanarra a magatartásra vonatkozzanak („idem” feltétel)”²¹ A Bíróság egyértelműen nem mondta ki a védett jogi tárgy azonossága kritérium elvetését, ugyanakkor látszik, hogy gyakorlatában annak kisebb szerepet szán.

A tényállás azonossága kritérium tekintetében szükséges megjegyezni, hogy azt a Bíróság jogértelmezése alapján megszorítóan kell értelmezni, és nem elegendő a hasonlóság, azonosság szükséges. Erre a Bíróság is utalt a bpost-ítélet 36. pontjában „az idem feltétel megköveteli a történeti tényállás azonosságát. Ezzel szemben a ne bis in idem elve nem alkalmazandó, ha a szóban forgó tényállások nem azonosak, hanem csak hasonlóak.” Tehát, amennyiben az eljárás során megállapításra kerül, hogy a tények azonossága nem áll fent, a ne bis in idem elve nem alkalmazandó, így annak sérelme sem következhet be.²² Fontos megjegyezni, hogy ki-

emelt jelentősége van a tények azonossága szempontjából annak, hogy a kiszabott szankció a jogsértő magatartás mely hatásaira reagált, ugyanis a Bíróság leszögezte „amikor egy harmadik államban kiszabott szankció a kartell csupán az ezen állam piacára gyakorolt alkalmazásaira, illetve hatásaira vonatkozik, a közösségi szankció pedig a kartell közösségi piacra gyakorolt alkalmazásaira, illetve hatásaira vonatkozik, a tények azonossága nem megállapítható”.²³

Ami az elv forrásait illeti, a ne bis in idem elvének univerzalitását mutatja, hogy amellet, hogy számos nemzetközi jogi dokumentum (Emberi Jogok Európai Egyezménye, Schengeni Végrehajtási Egyezmény, Charta, Polgári és Politikai Jogok Nemzetközi Egyezségokmánya) tartalmazza, minden jelentős jogrendszerben megtalálható,²⁴ sok esetben alkotmányos szabályozási szinten. Fontos leszögezni, hogy az Emberi Jogok Európai Egyezménye, valamint a Polgári és Politikai Jogok Nemzetközi Egyezségokmánya csupán a belső jog vonatkozásában szabályozza a ne bis in idem elvét, amíg az uniós dokumentumok, a Schengeni Végrehajtási Egyezmény, valamint a Charta a tagállamok egymás közötti viszonya tekintetében is szabályozza az elv érvényesülését.²⁵

A ne bis in idem elve Magyarországon alkotmányos alapelvként érvényesül.²⁶ Az Alaptörvény XXVIII. cikkének 6. bekezdése kimondja „A jogorvoslat törvényben meghatározott rendkívüli esetei kivételével senki nem vonható büntetőeljárás alá, és nem ítéltethető el olyan bűncselekményért, amely miatt Magyarországon vagy – nemzetközi szerződés, illetve az Európai Unió jogi aktusa által meghatározott körben – más államban törvénynek megfelelően már jogerősen felmentették vagy elítélték.”

Jelen tanulmány, és az általam ismertetni kívánt ügy szempontjából azonban a Charta ne bis

²⁰ Nordzucker ítélet (3. lj.) 39.pont.

²¹ Nordzucker ítélet (3. lj.) 33. pont.

²² 2004. január 7-ei Aalborg Portland-ítélet (C-204/00 P, ECLI:EU:C:2004:6), Judgement of the Court (Fifth Chamber) In Joined Cases C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P and C-219/00 P, 2004. 01. 07., <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=48825&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2449266> (letöltés: 2022. 04. 18.).

²³ 2006. május 18-ai Archer Daniels Midland-ítélet (C-397/03 P, ECLI:EU:C:2006:328, 69. pont), Judgement of the Court (First Chamber) In Case C-397/03 P, 2006. 05. 18., <https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=56978&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2450206> (letöltés: 2022. 04. 18.).

²⁴ AMBRUS: (9. lj.).

²⁵ PECSI: (5. lj.) 58.

²⁶ SZABÓ: (4. lj.).

in idem elvét rögzítő 50. cikke a kiemelten fontos, amely kimondja „Senki sem vonható büntetőeljárás alá és nem büntethető olyan bűncselekményért, amely miatt az Unióban a törvénynek megfelelően már jogerősen felmentették vagy elítélték.”

3. Az elv értelmezésének szükségessége és gyakorisága

A ne bis in idem-princípium pontos tartalmának, helyes értelmezésének feltárása a jog egyes területeire vetítve nem lezárt folyamat, jelenleg is zajlik, mind nemzeti, mind nemzetközi fórumok előtt. Ez a folyamat jól tetten érhető az Európai Unió Büntető Igazságügyi Együttműködési Ügynöksége („Eurojust”) által 2021 decemberében közzétett „Az Európai Unió Bíróságának a ne bis in idem elv büntetőügyekben történő alkalmazásával kapcsolatos esetjogának áttekintése” című közleményében.²⁷

Az Eurojust ezen közleménye csak az elmúlt 20 évből 23 olyan ügyet, illetve 20 olyan ítéletet ismert, amely szorosan összekapcsolódik a ne bis in idem elvével, és amelyekben a Bíróságnak az elvvel kapcsolatos jogértelmező, jogfejlesztő szerepe megmutatkozik.

A közlemény továbbá 4 olyan ügyet is felsorol, amely a közzétételének időpontjában még folyamatban volt a Bíróság előtt, és amelyek elbírálása során úgy vélték, várhatóan jelentős megállapításokra kerül sor a Bíróság részéről a ne bis in idem-elv alkalmazását, értelmezését illetően versenyjogi ügyekben.

Ezen ügyek között található az általam bemutatni kívánt bpost.-ügy. Mielőtt azonban kitérnék ezen, a versenyjog területéhez, és különösen a versenyfelügyeleti szankcionáláshoz szorosan kapcsolódó ügyre, szükségesnek tartom az átláthatóság érdekében annak bemutatását, amely jelenleg a leggyakrabban felmerül a ne bis in idem elvének

alkalmazásával kapcsolatban a szakirodalomban és a jogalkalmazásban.

A kérdés az, hogy a ne bis in idem mint büntetőjogi princípium által megfogalmazott kettős szankcionálás tilalma mennyiben értelmezhető, illetve kíván meg érvényesülést más jogági szankciók esetében.²⁸ Ezen kérdés tekintetében elsősorban a közigazgatási jog és annak szankciórendszere bír relevanciával.

Természetesen más jogágak is rendelkeznek bizonyos szankciórendszerrel, a büntetőjogon és a közigazgatási jogon túl.

A polgári jog egyfajta speciális szankciójaként értelmezhető a kártérítés, ugyanakkor itt nem beszélhetünk a szankció punitív, megtorló jellegéről, a kártérítés ugyanis reparációs jellegű.²⁹ Ez kiemelkedően fontos, ugyanis a kettős szankcionálás tilalmába ütközés vizsgálatánál csak a punitív, megtorló (a Bíróság szóhasználatában „*sanctions of criminal nature*”) jellegű szankciók vehetőek figyelembe, azok, amelyek esetében célként jelenik meg a jogsértés megtorlása és a további jogsértésektől való elrettentés.

A Bíróság ennek tekintetében így fogalmazott „ily módon a ne bis in idem elve tiltja az e cikk értelmében büntető jellegű eljárások és szankciók halmozását ugyanazon cselekmények miatt ugyanazon személlyel szemben”.³⁰ Az alkalmazott szankció büntető jellegének vizsgálatát a Bíróság ugyanakkor a nemzeti fórumokra hárítja, és csupán egy szempontrendszert ad meg útmutatóként, amely segíthet a tagállami fórumoknak annak a meghatározásában, hogy az adott szankció büntető jelleggel bír vagy sem.

A szempontrendszert a Bíróság ekként határozta meg „Ami a szóban forgó eljárások és szankciók büntető jellegének értékelését illeti, amelyet a kérdést előterjesztő bíróságnak kell elvégeznie, emlékeztetni kell arra, hogy három kritérium releváns. Az első a jogsértés belső jog szerinti jogi minősítése, a második a jogsértés jellege, a harma-

²⁷ Lásd: European Union Agency for Criminal Justice Cooperation: Case-law by the Court of Justice of the European Union on the Principle of ne bis in idem in Criminal Matters, 2021. 12. 08., <https://www.eurojust.europa.eu/publication/case-law-court-justice-european-union-principle-ne-bis-idem-criminal-matters-december-2021> (letöltés: 2022. 04. 25.).

²⁸ BANA Imre: A „ne bis in idem” elv érvényesülése közigazgatási szankció és büntetőeljárás egyidejű alkalmazása során, https://kozszov.org.hu/dokumentumok/UMK_2017/2/04_Bana_Imre.pdf, (letöltés: 2022. 04. 25.).

²⁹ AMBRUS (9. lj.) 132.

³⁰ 2018. március 20-i Menci-ítélet, (C524/15, EU:C:2018:197, 25. pont, „Menci-ítélet”), Judgement of the Court (Grand Chamber) In Case C-524/15, 2018. 03. 20., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=200404&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2451856> (letöltés: 2022. 04. 18.).

dik pedig az érintett személlyel szemben kiszabható szankció súlya”.³¹

Tehát az ismertettek alapján megállapítható, amennyiben a Bíróság jogértelmezését követjük, kártérítés esetén fel sem merülhet a kétszeres szankcionálás tilalmának megsértése. A közigazgatási jog szankciórendszere ugyanakkor magába foglal olyan szankciókat, amelyek bírnak az említett punitív, büntető jelleggel.

Büntető jellegű szankciónak minősítette a Bíróság többek között a versenyfelügyeleti bírságot,³² de az adójog területén például az adóbírságot is.³³

Így megalapozott a kérdés, hogy két büntető jellegű közigazgatási szankció párhuzamos, de nem együttes kiszabása, ugyanazon jogsértővel szemben, azonos tényállás alapján és jogerős határozat megléte esetén, mennyiben vezet a ne bis in idem elv sérelméhez.

A bpost-ügyben a Bíróság ezen kérdést vette vizsgálat alá, és pontosította³⁴ a Charta 50. cikkében foglalt jog által, a kettős büntethetőséggel szemben a versenyjog területén biztosított védelem terjedelmét.

4. A bpost-ügy: tényállás és legfőbb megállapítások

Jelen alcímben a bpost-ügy tényállásának ismertetését fogom elvégezni, továbbá bemutatom a Bíróságnak az előző alcím végén ismertetett központi kérdésre adott válaszát. Magát a Bíróság eljárásának általános menetét, amelynek során megállapítja a ne bis in idem-elv alkalmazhatóságát az adott ügyben, és ismerteti, valamint vizsgálja ezen elv korlátozásának lehetőségét, a következő alcímben kívánom bemutatni.

A bpost-ügyben a Bíróság, a brüsszeli fellebbviteli bíróság³⁵ határozatával előterjesztett előzetes döntéshozatal iránti kérelme alapján fejtette ki álláspontját a bpost SA („bpost”) és a belga ver-

senyhatóság³⁶ között folyamatban lévő eljárásban. A kérelem előterjesztésére pedig azon határozat jogszerűségére vonatkozó jogvita keretében került sor, amellyel a bpostot erőfölénnyel való visszaélés miatt bírság megfizetésére kötelezte a belga versenyhatóság. Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem a Charta 50. cikkének értelmezését kérte a Bíróságtól. Ennek keretében két kérdést kellett a Bíróságnak megválaszolnia.

„Ügy kell-e értelmezni a Charta 50. cikkét [...], hogy az nem akadályozza a tagállam illetékes közigazgatási hatóságát abban, hogy az európai versenyjog megsértése miatt bírságot szabjon ki olyan helyzetben [...], amikor ugyanazon jogi személyt már jogerősen felmentették egy közigazgatási bírság megfizetése alól, amelyet ugyanazon, illetve hasonló tények alapján [szabott ki vele szemben a nemzeti szabályozó hatóság], amennyiben a védett jogi tárgy azonosságára vonatkozó feltétel nem teljesül [...]?”

„Ügy kell-e értelmezni a Charta 50. cikkét [...], hogy az nem akadályozza a tagállam illetékes közigazgatási hatóságát abban, hogy az európai versenyjog megsértése miatt bírságot szabjon ki olyan helyzetben, mint amely a jelen ügyben is fennáll [...], azon oknál fogva, hogy a ne bis in idem elvének korlátozását indokolja az, hogy a versenyjogi szabályozás további közérdekű célkitűzést követ [...] , és nem lépi túl az e szabályozás által követett jogszerű cél elérésére alkalmas és ahhoz szükséges mértéket, és/vagy e más piaci szereplőknek a vállalkozás szabadságához való, a Charta 16. cikkén alapuló jogának védelme érdekében szükséges?”³⁷

Összefoglalva, az előterjesztő bíróság arra várt választ, hogy a Charta 50. cikkét úgy kell-e értelmezni, hogy azzal ellentétes, ha valamely jogi személlyel szemben bírságot szabnak ki az uniós versenyjog megsértése miatt, amennyiben ugyanazon tényállás alapján e személlyel szemben már jogerős határozatot hoztak az érintett piac liberalizá-

³¹ Menci-ítélet (30. lj.) 26. és 27. pont.

³² Toshiba-ítélet (10. lj.) 94. pont.

³³ Lásd a 2013. február 26-ai Åkerberg Fransson-ítéletet, (C-617/10, ECLI:EU:C:2013:105), Judgement of the Court (Grand Chamber) In Case C-617/10, 2013. 02. 26., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=134202&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=2452817> (letöltés: 2022. 04. 18.).

³⁴ Az Európai Unió Bírósága: Eljárások és büntető jellegű szankciók halmozása a versenyjog terén: a Bíróság pontosítja az uniós jog által a kettős büntethetőséggel szemben biztosított védelmet (49/22. sz. sajtóközlemény), 2022. 03. 22., <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2022-03/cp220049hu.pdf> (letöltés: 2022. 04. 25.).

³⁵ Cour d'appel de Bruxelles.

³⁶ Autorité belge de la concurrence.

³⁷ bpost ítélet (2. lj.) 20. pont.

cióját célzó ágazati szabályozás megsértésére vonatkozó eljárásban.³⁸

A bpost-ügy a postai szolgáltatások piacát érintette Belgiumban, ahol a bpost inkumbens postai szolgáltató, amely postai kézbesítéssel kapcsolatos szolgáltatást nyújt mind a lakosság, mind az ügyfelek két sajátos kategóriája, vagyis a tömeges küldeményeket feladók és a postai előkészítő vállalkozások számára.

Az ügy és az erőfölénnyel való visszaélés alapját az szolgáltatta, hogy 2010-től kezdve a bpost az úgynevezett „feladónkénti” modellen alapuló új díjszabási rendszert vezetett be a címzett reklámküldemények és az adminisztratív küldemények kézbesítése tekintetében.

A „feladónkénti” modell szerint a közvetítőknek nyújtott mennyiségi engedményeket többé nem az azon feladók összességétől származó küldemények teljes mennyisége alapján számították ki, akiknek szolgáltatásaikat nyújtották, hanem az egyes feladók által egyedileg leadott küldemények mennyisége alapján.³⁹

Ezen modell bevezetése ahhoz vezetett, hogy a postai és telekommunikációs szolgáltatások belga intézete⁴⁰ („szabályozó hatóság”) a 2011. július 20-ai határozatával 2,3 millió euró összegű bírság megfizetésére kötelezte a bpostot a díjszabás terén a hátrányos megkülönböztetés tilalmának megsértése miatt.⁴¹

Időközben versenyfelügyeleti eljárás is indult azon az alapon, hogy a bpost a „feladónkénti” modell bevezetésével a belga versenyvédelmi törvény 3. §a és az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés 102. cikke által tiltott, erőfölénnyel való visszaélést követett el, amelynek eredményeképpen a belga versenyhatóság határozatával megállapította, hogy a rendszer kizorító hatással járt a közvetítőkre és a bpost potenciális versenytársaira nézve, valamint hűséget kialakító hatást gyakorolt a

bpost fő ügyfelei tekintetében, ami növelte a piacra lépés akadályait.

A visszaélés miatt a bpostot 37.399.786 euró összegű bírság megfizetésére kötelezte a versenyhatóság, amelyet a postai szolgáltatásokat szabályozó hatóság által korábban kiszabott bírság figyelembevételével számítottak ki.⁴²

Ezt követően, 2016. márciusában a brüsszeli fellebbviteli bíróság megsemmisítette a szabályozó hatóság határozatát azzal az indokkal, hogy a bpost árképzési gyakorlata nem volt hátrányosan megkülönböztető. Ebből kifolyólag 2016 novemberében ítéletével a fellebbviteli bíróság a ne bis in idem elvébe ütközés miatt megsemmisítette a versenyhatóság határozatát is.⁴³ Majd 2018 novemberében a belga semmítőszék⁴⁴ ítéletével hatályon kívül helyezte a megsemmisítő ítéletet, és az ügyet visszautalta a brüsszeli fellebbviteli bíróság elé, amely pedig kérelmével a Bírósághoz fordult.

A Bíróság a szabályozó hatóság által kiszabott bírságot, valamint a versenyfelügyeleti bírságot is büntető jellegű szankcióként ismerte el,⁴⁵ majd megvizsgálta, hogy a ne bis in idem-elv adott ügyben való alkalmazásának feltételei teljesülnek-e. A Bíróság arra a megállapításra jutott, hogy mind a tényállás azonossága, az eljárás alá vont azonossága és a jogerős határozat (megsemmisítő ítélet) kritérium teljesült, így alkalmazandó a ne bis in idem elve.

A Bíróság azonban kifejtette, hogy a szankciók halmozása *per se* nem eredményezi a ne bis in idem-elv sérelmét, ugyanis az elv érvényesülése a Charta 52. cikke alapján korlátozható.⁴⁶ Tehát, amennyiben a szükségességi és arányossági tesztnek megfeleltethető a szankciók halmozása, akkor nem beszélhetünk a kettős szankcionálás tilalmának sérelméről, csak az elv érvényesülésének jogi előírásoknak megfeleltethető korlátozásáról.

Végezetül a Bíróság kifejtette, hogy a szükségesség és az arányosság vizsgálata az előterjesztő

³⁸ bpost ítélet (2. lj.) 21. pont.

³⁹ bpost ítélet (2. lj.) 9. pont.

⁴⁰ Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT).

⁴¹ bpost ítélet (2. lj.) 10. pont.

⁴² bpost ítélet (2. lj.) 12. pont.

⁴³ bpost ítélet, 11., 13. pont.

⁴⁴ Cour de cassation.

⁴⁵ bpost ítélet (2. lj.) 27. pont.

⁴⁶ bpost ítélet (2. lj.) 40. pont.

bíróság feladata,⁴⁷ de megállapítja, hogy „Az Európai Unió Alapjogi Chartájának az 52. cikke (1) bekezdésével együttesen értelmezett 50. cikkét úgy kell értelmezni, hogy azzal nem ellentétes, ha valamely jogi személlyel szemben bírságot szabnak ki az uniós versenyjog megsértése miatt, ha ugyanazon tényállás alapján e személlyel szemben már jogerős határozatot hoztak az érintett piac liberalizációját célzó ágazati szabályozás megsértésére vonatkozó eljárásban, feltéve hogy léteznek olyan világos és pontos szabályok, amelyek lehetővé teszik, hogy előre láthassuk, hogy mely cselekmények és mulasztások vonhatják maguk után az eljárások és a szankciók halmozását, valamint lehetővé teszik a hatáskörrel rendelkező két hatóság közötti koordináció előrelátását, feltéve továbbá azt, hogy a két eljárást kellően összehangoltan és kellően rövid időn belül folytatják le, és hogy a kiszabott szankciók összessége megfelel az elkövetett jogsértések súlyának.”⁴⁸

Tehát a Bíróság azon álláspontra helyezkedett, hogy azonos tényállás alapján, két büntető jellegű közigazgatási szankció kiszabása, *per se* nem sérti a *ne bis in idem* elvét, amennyiben a szankciók halmozása jogszabályon alapul, és előrelátható, az eljárás összehangolt és a szankcionáló hatóságok közötti koordináció megvalósul, valamint a szankciókat egymásra tekintettel szabják ki.

5. Összegzés

A *ne bis in idem* elve nemcsak a büntető-, de a közigazgatási jog területén is relevanciával bír, és a közigazgatási szankciók kiszabása során is érvényesülést kíván meg. Így a versenyfelügyeleti

szankcionálás során is figyelemmel kell lenni az elv által megfogalmazott tilalomra.

Ugyanakkor, mint említettem, a kettős szankcionálás tilalmába ütközés vizsgálatánál csak a punitív, megtorló (a Bíróság szóhasználatában „sanctions of criminal nature”) jelleget öltő szankciók vehetőek figyelembe. Az elretentés mint a bírság célja és funkciója jól tetten érhető az Európai Unió Bizottságának bírságkiszabási gyakorlatában, ahol a bírság összegébe beépítésre kerül egy kifejezetten az elretentést szolgáló összeg, amely a Bizottság bírságkiszabási iránymutatása szerint „az elretentő hatás érdekében történő speciális növelés”.⁴⁹

Az uniós tagállamok versenyhatóságai által a versenyfelügyeleti eljárások során kiszabott bírsággal kapcsolatban le kell szögezni, hogy ezen a bírságokat a Bíróság a *bpost*-, valamint a Nordzucker-ítéletében is punitív, megtorló jellegű szankciónak minősítette.⁵⁰ A szankció megtorló jellege, mint említettem, a tagállami szabályozás, a nemzeti jog vizsgálatával állapítható meg, ugyanakkor a Bíróság azt is megállapította „a Charta 50. cikke nem csupán azon eljárásokra és szankciókra alkalmazandó, amelyeket a nemzeti jog „büntető” jellegűnek minősít, hanem – a belső jogi minősítéstől függetlenül – kiterjed mindazon eljárásokra és szankciókra, amelyeket az előző pontban hivatkozott másik két kritérium⁵¹ alapján büntető jellegűnek kell tekinteni”.⁵² Amennyiben a versenyfelügyeleti bírságot az ismertettek alapján punitív jellegű szankciónak minősítjük, akkor értelemszerűen kiszabásánál figyelemmel kell lenni a *ne bis in idem*-elv érvényesülésére.

Szükséges megjegyezni, hogy a Bíróság több ítéletében is kifejezésre juttatta azon álláspontját,⁵³ hogy a *ne bis in idem*, bár az uniós jog egyik alap-

⁴⁷ *bpost* ítélet (2. lj.) 54. pont.

⁴⁸ *bpost* ítélet (2. lj.) 59. pont.

⁴⁹ Lásd: Iránymutatás az 1/2003/EK rendelet 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja alapján kiszabott bírságok megállapításáról (2006/C 210/02) (EGT vonatkozású szöveg) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52006XC0901\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52006XC0901(01)&from=EN) (letöltés: 2022. 04. 18.), 30. pont.

⁵⁰ A Bíróság általi tényleges minősítésre, ugyanakkor nem került sor, célszerűbb a „megtorló jellegüként vette figyelembe” kifejezést használni, hiszen a Bíróság joggyakorlata alapján a szankció minősítése az előzetes döntéshozatali kérelmet előterjesztő fórum feladata, hiszen ez a kérdés a tagállami szabályozás (jogi minősítés, kiszabható szankció súlya) vizsgálatával válaszolható meg.

⁵¹ Ezen két kritérium: a jogsértés jellege és az érintett személlyel szemben kiszabható szankció súlya.

⁵² *Menci*-ítélet (31. lj.) 30. pont.

⁵³ 2014. május 27-ei *Spasic*-ítélet, C129/14 PPU, EU:C:2014:586, Judgement of the Court (Grand Chamber) In Case C 129/14 PPU, 2014. 05. 27., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152981&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2456857> (letöltés: 2022. 04. 18.), 55. és 56. pont, valamint *Menci* ítélet (31. lj.) 40. pont.

elve, nem kíván meg abszolút érvényesülést, más szóval nem minősül korlátozhatatlannak.

Korlátozása a Charta 52. cikkének (1) bekezdése alapján igazolható, amely kimondja „a Chartában elismert jogok és szabadságok gyakorlása csak a törvény által és e jogok lényeges tartalmának tiszteletben tartásával korlátozható. Az arányosság elvére figyelemmel korlátozásukra csak akkor és annyiban kerülhet sor, ha és amennyiben az elengedhetetlen és ténylegesen az Unió által elismert általános érdekű célkitűzéseket vagy mások jogainak és szabadságainak védelmét szolgálja”.

A versenyfelügyeleti szankcionálás esetében az Unió által elismert általános érdekű célkitűzés nem más, mint a belső piac védelme. Szankciók útján elérhető az adott piacon a verseny torzulásának megakadályozása.⁵⁴

A Charta 52. cikkének (1) bekezdése ugyanakkor nemcsak az Unió által elismert általános érdekű célkitűzés meglétét kívánja meg az elv korlátozásának megalapozottságához, hanem a szükségességet és az arányosságot is. A Bíróság gyakorlata szerint, a szükségesség és az arányosság „megköveteli, hogy az eljárások és a szankciók nemzeti szabályozásban előírt halmozása ne haladja meg az e szabályozás által kitűzött jogszerű célok eléréséhez alkalmas és szükséges mértéket, beleértve, hogy amennyiben több megfelelő intézkedés kínálkozik, a kevésbé korlátozó intézkedéshez kell folyamodni, és az okozott hátrányok a kitűzött célokhoz képest nem lehetnek aránytalanul nagyok”.⁵⁵

A kettős szankcionálás által okozott hátrányok vonatkozásában pedig a Bíróság kimondta, hogy „Ami az eljárások és a szankciók ilyen halmozásának szigorúan szükséges jellegét illeti, értékelni kell, hogy létezne-e olyan világos és pontos szabályok, amelyek lehetővé teszik, hogy előre láthassuk, hogy mely cselekmények és mulasztások vonhatják maguk után az eljárások és a szankciók ilyen hal-

mozását, valamint a különböző hatóságok közötti koordinációt; azt, hogy a két eljárást kellően összehangoltan és kellően rövid időn belül folytatták le, valamint hogy az időben első eljárás során esetleg kiszabott szankciót figyelembe vették a második szankció kiszabásakor, oly módon, hogy az érintett személy számára az ilyen halmozódásból fakadó terhek a szigorúan szükséges mértékre korlátozódtak, és hogy a kiszabott szankciók összessége megfelel az elkövetett jogsértések súlyának”.⁵⁶

Tehát a szankciók halmozása abban az esetben nem vezet a ne bis in idem-elv sérelméhez, amennyiben az jogszabályon alapul (jogszabályi rendelkezés írja elő az eljárás megindításának kötelezettségét) és előrelátható, a két szankció kiszabását megelőző eljárás összehangolt (megvalósul a szankcionáló szervek közötti együttműködés, kommunikáció) és szoros időbeli kapcsolatot mutat, valamint, ha a szankció kiszabásakor figyelembe veszik, az ugyanazon jogalannyal szemben, ugyanazon tényállás alapján korábban kiszabott szankció által okozott hátrány mértékét.⁵⁷

Fontos megjegyezni, hogy kettő punitív, büntető jellegű szankció kiszabása önmagában még nem alapozza meg a ne bis in idem-elv alkalmazását, és így a szükségesség és az arányosság vizsgálatát. A ne bis in idem-elv alkalmazásának vannak további feltételei, (azonos személy, azonos tényállás, jogerős határozat), amelyek korábban ismeretésre kerültek.

Így csak valamennyi említett feltétel együttes teljesülése esetén alkalmazandó a ne bis in idem elve és szükséges vizsgálni a szükségességet és az arányosságot.

Összefoglalva, az elv alkalmazásához szükséges két punitív, büntető jellegű szankció, amelyet ugyanazon jogalannyal szemben, azonos és nem hasonló tényállás alapján szabtak ki és szükséges, hogy valamely szankció jogerős határozaton alapuljon, vagy jogerős határozatban rendelkez-

⁵⁴ Lásd 2011. február 17-ei TeliaSonera Sverige-ítéletet, C52/09, EU:C:2011:83, Judgement of the Court (Grand Chamber) In Case C 52/09, 2011. 02. 17., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=81796&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2458066> (letöltés: 2022. 04. 18.), 20–22. pont.

⁵⁵ Lásd bpost ítélet (2. lj.) 48. pont.

⁵⁶ Lásd bpost ítélet (2. lj.) 51. pont.

⁵⁷ Szankciók halmozása esetén a korábban kiszabott szankció által okozott hátrány mértékének figyelembevétele nem vonja azt maga után, hogy a későbbi szankció csak kevésbé hátrányos lehet, hiszen a Bíróság bpost-ítélet (2. lj.) 57. pontjában kimondta „Végül az a körülmény, hogy a második eljárásban kiszabott bírság összege magasabb, mint amelyet az első eljárásban jogerős határozattal szabtak ki, önmagában nem teszi lehetővé annak megállapítását, hogy az eljárások és szankciók halmozása aránytalan lenne az érintett jogi személlyel szemben, tekintettel többek között arra, hogy e két eljárás egymást kiegészítő és egymással összefüggő, ugyanakkor eltérő jogi választ adhat ugyanazon magatartás tekintetében”.

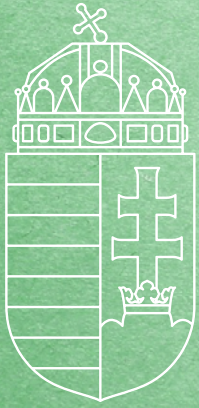
zenek az eljárás megszüntetéséről vagy az eljárása alá vont felmentéséről, és ugyanezen tényállás alapján kerüljön sor megtorló jellegű szankció kiszabására.⁵⁸ Ezen feltételek együttes fennállása esetén kerülhet sor a szükségesség és az arányosság vizsgálatára a korlátozás jognak való megfeleltethetősége érdekében.

A Bíróság gyakorlata alapján helytelen az elvnek azon értelmezése, hogy az teljesen gátat szab a szankciók halmozásának. A *ne bis in idem*-elv párhuzamos érvényesülése mellett sor kerülhet a

szankciók, akár versenyfelügyeleti bírságok halmozására, amely nem vezet az elv sérelméhez, csupán annak korlátozásához, ahogy ezt a Bíróságnak a *bpost*- és *Nordzucker*-ítéletben foglalt álláspontja is alátámasztja.⁵⁹ A korlátozás szükségessége és arányossága és ezáltal jogszerűsége azonban alátámasztható. Véleményem szerint a *ne bis in idem* a versenyjog területén nem a kettős szankcionálást, hanem a jognak nem megfeleltethető, a jogsértés súlyára tekintettel aránytalanak minősülő kettős szankcionálást tiltja meg.

⁵⁸ A Bíróság a *Nordzucker*-ügy (3. lj.) 63. pontjában kifejtette, hogy valamely büntető jellegű eljárás megindítása önmagában tartozhat a *ne bis in idem* elvének hatálya alá, függetlenül attól, hogy ez az eljárás ténylegesen szankció kiszabását eredményezze.

⁵⁹ A Bíróság a *Nordzucker*-ítélet (3. lj.) 52. pontjában megjegyezte, hogy a verseny védelme olyan kiemelt cél, ami alapot adhat a szankciók halmozására. „Tekintettel arra, hogy a Bíróság ítélkezési gyakorlata nagy jelentőséget tulajdonít ennek a közérdekű célnak, az eljárások és a büntető jellegű szankciók halmozása indokolt lehet, ha ezen eljárások és szankciók – az ilyen célkitűzés megvalósítása érdekében – olyan további célokat követnek, amelyek adott esetben a szóban forgó jogsértő magatartás más szempontjaira irányulnak.”



Szoboszlai Izabella¹

Az influencersmarketing kérdései a versenyfelügyeleti eljárásokban

Issues of the influencer marketing in the competition procedures

Abstract: The article provides a general overview of the rules and considerations regarding influencer marketing. The paper presents the most common problems with influencer marketing violating the prohibition of unfair commercial practices through some procedures, highlighting the possible issues of responsibility and evaluations from advertorials to expert recommendations. The paper has a special focus on the characteristics of one of the basic target groups (genZ) showing market research data as well.

Tárgyszavak: tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, felelősség, reklám, influencersmarketing
Keywords: unfair commercial practices, liability, advertising, influencer marketing

1. Az influencersmarketing jelentősége napjainkban

A Gazdasági Versenyhivatal 2017. év végén tette közzé influencersmarketinggel kapcsolatos útmutatóját,² és zárta le az első versenyfelügyeleti eljárásokat,³ amelyeknek célzottan ez a kommunikációs forma volt a tárgya. A döntések és az iránymutatás közzétételét követően népszerű téma lett az influencersmarketing, számos kérdést és megkeresést kapott a hatóság is, valamint az is megállapítható, hogy rövid időn belül érzékelhetően, érdemben módosult az érintettek gyakorlata, napjainkban az influencers⁴ és a piaci szereplők többsége tudatosan és szisztematikusan használ jelöléseket a fizetett tartalmak, a kereskedelmi gy-

akorlatok egyértelmű beazonosítására, a fogyasztók tájékoztatására.

Időközben azonban újabb szempontok merültek fel, így mára jelentősen meghaladta az influencersmarketing kapcsán felmerült vagy potenciálisan felmerülő problémák köre azt, hogy feltűntetik-e, és hogyan az influencers az, ha a megosztott tartalomért ellentételezést kaptak, azaz kereskedelmi gyakorlatról van szó. A tapasztalatok és egyes tendenciák miatt 2022-ben a Gazdasági Versenyhivatal úgy döntött, frissíti vonatkozó iránymutatását,⁵ hiszen az első versenyfelügyeleti eljárások és azok utóvizsgálata óta nemcsak az influencersmarketing terjedelme növekedett, de az online tartalmak előállítására kapcsán egyébként is egyre több magatartás vetheti fel a jogsértés koc-

¹ Versenytanácsstag, Gazdasági Versenyhivatal. A cikkben közölt álláspont nem tükrözi a Gazdasági Versenyhivatal vagy a Versenytanács álláspontját; az kizárólag a szerző véleménye.

² Gazdasági Versenyhivatal: #GVH#Megfeleles#Velemenyezer, 2017. 11. 20., https://www.gvh.hu/data/cms1037278/aktualis_hirek_gvh_megfeleles_velemenyezer_2017_11_20.pdf (letöltés: 2022. 05. 14.).

³ VJ/110/2016., VJ/111/2016., VJ/112/2016. számú versenyfelügyeleti eljárások.

⁴ A kifejezésnél, illetve annak írásmódjánál maradván kiemelhető, hogy nem vagy kevésbé terjedt el (feltehetően annak nehézsége és komolysága miatt) a véleményvezér fordulat, ellenben magyarítottuk az írásmódot influencerről influencersra.

⁵ Gazdasági Versenyhivatal: Elérhető a GVH frissített #GVH#Megfeleles#Velemenyezer című tájékoztatójának tervezete, 2022. 04. 20., https://gvh.hu/preview/aktualis_hirek/elerheto-a-gvh-frissített-gvhmegfelelesvelemenyezer-cimu-tajekoztatojanak-tervezete, (letöltés: 2022. 05. 14.).

kázatát ezen a területen is. A kérdéskör további jelentőségét adja, hogy a követők (tartalomfogyasztók) jelentős része fiatal vagy éppen gyermek, ez a fogyasztói kör pedig speciális védelmet élvez.

1.1. Az influencerszer személye

Az influencerszer kifejezésnek valójában nincsen általánosan irányadó definíciója, ahogyan jogi vagy széles körben elfogadott szakmai meghatározása sincsen, figyelemmel arra is, hogy minden tekintetben heterogén közegről van szó. Alapvetően – leegyszerűsítve – akkor beszélünk influencerserről, ha egy, a közösségi médiában (vagy bármely online platformon, ahol saját tartalom megjelenítésére van mód) szélesebb, de legalábbis jól megfogható, stabil követői bázissal rendelkező, digitális tartalmakat előállító, profiloldalát működtető személy olyan gazdaságilag is értelmezhető hatással, befolyással bírhat a követőire mint fogyasztókra, hogy egyes, általa előállított és/vagy közzétett, valamely terméket vagy vállalkozást népszerűsítő, bemutató, hivatkozó tartalomért cserébe ellentételezést kap a reklámozó partnerétől. Az ellentételezés formája is sokféle lehet, bár valószínűleg a leggyakrabban a posztokért, videókért pénzbeli kifizetést kapnak, vagy az érintett terméket kapják „használatba”. Egyáltalán nem újszerű, sőt nagyon is elterjedt és megszokott gyakorlat, hogy ismert emberek, celebritások, művészek, sportolók reklámoznak vagy képviselnek valamilyen terméket, az influencersmarketing újdonsága és ereje azonban abban rejlik, hogy a kommunikációs csatorna nem egy televíziós kampány, óriásplakát vagy PR-esemény, hanem az adott személy saját közösségi aloldala, blogja vagy videómegosztó csatornája. Ez a közvetlen, természetes, organikus kommunikáció teszi azt lehetővé, hogy a bizalomfaktornak köszönhetően az influencerszer követőire, kedvelőire a kereskedelmi tartalom jelentősebb hatást gya-

koroljon, érdeklődést keltsen, illetve fokozzon, és talán nem is a tartalom, hanem ezen csatornák jellemzői miatt lesz értékes és eredményes marketingeszköz. Véleményem szerint az egyes csatornáknak nem pusztán a követők száma a releváns jellemzője, hanem a követők egyéb jellemzőinek, szokásainak és aktivitásának összessége, amelyek alapján eredményesen, hatékonyan lesz elérhető egy fogyasztói kör, továbbá éppen emiatt a versenyfelügyeleti eljárások szempontjából az influencerszer alapvetően egy kommunikációs csatorna, az ellenérték fejében, illetve gazdasági céllal megosztott tartalom pedig kereskedelmi gyakorlat.

Fogyasztói (vagyis inkább követői, tartalomfogyasztói) szempontból alapvetően két típusú influencerszer különböztethető meg: vannak egyrészt azok a személyek, akik követőbázisukat korábbi teljesítményeik, ismertségük, népszerűségük vagy éppen hírhedségük miatt érik el, másrészt azok az influencerszer, akik pusztán az általuk közvetített, közösségimédia-tartalmakkal érnek el követőket, rajongókat (és válnak később esetlegesen a közösségi médián túl is ismertté).

Az influencerszer saját magukat is eltérő módon mutatják be a közösségi médiában: vannak, akik ismertségük alapját, teljesítményüket, egyéniségüket, egyedi voltukat emelik ki, de vállalkozónak, digitális tartalomkészítőnek vagy éppen közszereplőnek⁶ is nevezik magukat az adott közösségi oldalon. Jelen cikknek nem célja, hogy médiajogi vagy alkotmányos, illetve alapjogi kérdésekben foglaljon állást, így arról sem fejt ki határozott véleményt, hogy egy influencerszer közszereplő-e vagy sem, illetve ebben a tekintetben milyen terjedelemben illeti meg jogvédelem, csak röviden utal arra, hogy az Alkotmánybíróság 2018. április 23-án kelt IV/1628/2016. számú határozatában pontosította a közszereplői minőség megállapításának szempontrendszerét,⁷ és rögzítette, hogy:

⁶ A közéleti szereplő kifejezést a Polgári törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény („Ptk.”) vezette be, korábban a közszereplő megnevezés volt elterjedt. Mindkét kifejezés egyaránt használatban van, azok tartalma azonos, azonban mivel a törvényben nincs pontosan meghatározva, így a bírók szabadon értelmezhetik, ki számít közszereplőnek/közéleti szereplőnek (lásd ELTE Állam- és Jogtudományi Kar: A közszereplők személyiségvédelme, 2017. 10. 31., <http://www.mabie.hu/index.php/252-a-kozszerelok-turesi-kotelezettsegenek-hatarai>; letöltés: 2022. 05. 10.). A közszereplők személyiségi jogaik védelméről a Ptk. 2:44. § (1) bekezdése úgy rendelkezik, hogy „[a] közügyek szabad vitatását biztosító alapjogok gyakorlása a közéleti szereplő személyiségi jogainak védelmét szükséges és arányos mértékben, az emberi méltóság sérelme nélkül korlátozhatja; azonban az nem járhat a magán- és családi életének, valamint otthonának sérelmével.” (Lásd még Nagy Anna: A közéleti szereplők személyiségi jogainak védelme – az akaratlan kívüli közszereplővé válás speciális esetének vizsgálata, 2021. 01. 29., https://arsboni.hu/a-kozeleti-szerelok-szemelyisegi-jogainak-vedelme-az-akaratlan-kivuli-kozszerelove-valas-specialis-esetenek-vizsgalata/#_ftn2; letöltés: 2022. 05. 10.).

⁷ Pontosította a közszereplői minőség megállapításának szempontrendszerét az Alkotmánybíróság, 2018. 04. 25., <https://alkotmanybirosag.hu/kozlemeny/pontosította-a-kozszereloi-minoseg-megallapitasanak-szempontrendszeret-az-alkot->

- „[45] ... a megváltozott társadalmi viszonyok, különösen a telekommunikáció terjedése révén a közszereplői kör szélesedése figyelhető meg. Ennek a tendenciának az eredményeként olyan személyeknek is lehetősége nyílik egy-egy közéleti vita aktív alakítójává válni, akik korábban – státuszuk alapján – nem tartoztak a közszereplő fogalmi körébe. Ezek a személyek az ún. kivételes közszereplők.
- [46] Ebben a körben külön kiemelést érdemel az a személyi kör, amely a médiában tevékenykedő, széles körben ismert személyeket foglalja magában (ún. médiaszereplők). Esetükben meghatározó szempontként merül fel a személyi minőségük vizsgálata során, hogy a különböző közéleti vitákban jelentős véleményformáló hatással lépnek fel, amely a nemzetközi tendenciák alapján egyre több országban alapozza meg a közszereplői minőségük elismerését.
- [47] ... a közszereplői minőség mindig egyedi mérlegelés kérdése. Ennek fő szempontjai a konkrét közéleti vita jellegéhez igazodnak. A közéleti vitában érintettek személyi minőségének vizsgálata során az elsődleges szempont ezért az, hogy a megszólaló valamely közéleti (társadalmi, politikai) kérdésben fejtette-e ki nézeteit. A közszereplői minőség mérlegelése során ugyanis nem hagyható figyelmen kívül, hogy a véleménynyilvánítás szabadságának elsődleges funkciója a társadalmi, közösségi viták nyilvános lefolytatásának lehetősége.”
- [50] ... a közszereplői minőség megállapításának nem az a döntő szempontja, hogy az érintettnek mi a státusza, hanem az, hogy a közügyeket érintő, illetve közéletinek minősülő nyilvános vitában résztvevők önkéntes elhatározásuk folytán váltak-e a közügyek, a közélet alakítójává, rendszeres vagy időszakonként megjelenő szereplőjévé.”

Ahogy azt a későbbiekben hivatkozom, egyes esetekben jelentősége van annak, hogy az adott influenszer tekinthető-e közismertnek vagy ismert személyiségnek, miközben ezen fogalmaknak nincsen pontos definíciója. Álláspontom szerint az influenszer (minimum saját közösségében, amely-

ben a kereskedelmi gyakorlat maga is megvalósul) egyértelműen ismert személyiségnek minősül, a nagyobb követőszámmal bíró influenszerek esetében pedig – szükségszerűen, mivel a jelentősebb követőszám generálisabb érdeklődésre utal – közismertségről is beszélhetünk.

1.2. Az influenszermarketing mint kereskedelmi gyakorlat

Figyelemmel arra, hogy a jelen írás alapvetően a kereskedelmi gyakorlat csatornájaként, eszközeként tekinti az influenszert, így érdemes kiemelni, hogy a joggyakorlat alapján egy-egy fogyasztók felé irányuló magatartás vagy állítás, illetve ezek hatásának *értékelése kapcsán* jelentősége lehet a kereskedelmi gyakorlat csatornájának, a közvetítő közegnek is, különös tekintettel a képi, szóbeli és az írott üzenetek eltérő, de adott esetben egymást kiegészítő funkcióira is, így jellemzően a tartalmi és formai elemek együttes értékelésére van szükség a különböző csatornákon és eltérő megjelenési jellemzőkkel bíró reklámeszközök esetében. Itt említendő meg, hogy amíg a hagyományos médiában az ágazati szabályozás alapján szigorú tartalmi és megjelenési (időbeli, gyakorisági, egyértelműségi, célcsoportra vonatkozó) kritériumai, korlátai vannak a kereskedelmi gyakorlatoknak, addig a közösségi média – illetve részben a videómegosztó platform – alapvetően egy szabályozatlan terület ebből a szempontból (ide nem értve azokat a közvetett hatásokat és rendelkezéseket, amelyek a fogyasztói önrendelkezés révén szűrik a reklámokat és egyéb tartalmakat).

Az influenszermarketing jelentős része videós tartalom, amelyben az audiovizuális elemek hangsúlyos szerepet kapnak, így ezek hatásának értékelése kapcsán érdemes utalni az Alkotmánybíróság által tett azon megállapításra, hogy „[v]alamennyi – lineáris vagy lekérhető – audiovizuális tartalom esetében fennáll, hogy a médiatechnika által kínált sokrétű hatáskeltést leginkább kihasználó mozgóképek különös erővel befolyásolják az emberi gondolkodást. [...] Esetükben a közönség minden más tömegkommunikációs eszköznél passzívabb befogadója a sugárzott tartalomnak, így a műsor más médiumokhoz képest is »tolakodóbban«, általában a tudatosan választottnál is szélesebb körben gyakorol hatást a nézőre, hallgatóra.”⁸

[manybirosag](#) (letöltés: 2022. 05. 10.).

⁸ 165/2011. (XII. 20.) AB-határozat, ABH 2011, 478, 500.

A videómegosztókon és a közösségi médiában az influenszerek videós posztjai, bejegyzései esetében tehát a fenti, hagyományos audiovizuális tartalmakhoz hasonló fokozott hatás, befolyás az érintett influenszerek személyes, népszerűségéből fakadó hatásától függetlenül is fennáll, ezért is fontos, hogy egyértelműen kiderüljön, ha egy bejegyzésre valamiféle ellentételezésre tekintettel került sor, azaz reklámról van szó, illetve hogy az egyéb okból se valósítson meg tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot.

2. Az influenszermarketing alapvető kérdései a versenyfelületesi eljárásokban

Az influenszermarketing az influenszer által előállított és saját oldalon, csatornán közzétett, kereskedelmi célú tartalom, a kommunikáció formájából és az alkalmazott technológiától (fényképes poszt, szöveges bejegyzés, videó, hangfelvétel stb.) függetlenül.

Valószínűleg senki nem tudja pontosan megmondani, hogy Magyarországon jelenleg hány természetes személy és vállalkozás biztosítja jövedelmét, illetve annak egy részét influenszer-tevékenységből, azonban az látható, hogy a vállalkozások, hirdetőik aránya alkalmaz hosszabb-rövidebb távon a közösségi médiában influenszereket különböző termékek, vállalkozások, márkák népszerűsítésére.

Egy, az Amerikai Egyesült Államokban készült felmérés⁹ szerint a (100 főnél több alkalmazottat foglalkoztató) vállalkozások kb. 75 százaléka alkalmaz influenszert terméke népszerűsítésére (ez az arány 2020-ban 65 százalék volt, és 2025-re meghaladhatja a 85 százalékot). A költségeket illetően az Amerikai Egyesült Államokban a várakozások 12 százalék bővülést jeleznek 2022-re, bár az igazán nagy ugrás a pandémiás időszakban volt (2021-ben 33 százalék fölötti volt a növekmény). A pandémiás helyzet ugyanis kedvezett az új tartalomgyártóknak, ideértve a rövid videók és reklámbejegyzések alkotóit is, a hirdetőik pedig hamar

rájöttek, hogy az influenszereken keresztül könnyű elérniük a célközönségüket. A különböző tendenciáknak köszönhetően az Amerikai Egyesült Államokban az influenszermarketingre fordított költség 2022-ben 4 milliárd USD fölé emelkedhet.¹⁰

Érdekesség, hogy még a nagyobb piaci szereplők sem feltétlenül a legnagyobb követőtáborral rendelkező influenszereket tartják a leghasznosabbnak, ugyanis az eredmények szerint egy kisebb, de stabil követői táborral rendelkező influenszer a fiatalabb generációknak számára megbízhatóbb forrás. Az 1.000 és 100.000 fő közötti követővel rendelkező nano- és mikroinfluenszerek bázisa jellemzően valamilyen speciális érdeklődési kör szerint célozható, továbbá ezen influenszerek kommunikációs értékét a hitelességük, az alacsonyabb költségek és az elérhetőségük is növeli.¹¹

A fenti vállalatok között végzett kutatás szerint a hirdetőik az influenszermarketingben 2022-ben is az Instagramot fogják használni a legnagyobb arányban (több mint 70 százalékban), a Facebook használata 55 százalék feletti. Érdekesség, hogy a TikTok használata már 2021-ben is megelőzte a YouTube influenszermarketing célokra történő használatának arányát, 2022-re pedig tovább nő az előny. A becslések szerint 2022-ben a TikTOKot több mint 45 százalékban, a YouTube-ot valamivel több mint 40 százalékban alkalmazzák ezen célokra. 2025-re a becslések alapján a TikTok behozza a Facebook népszerűségét, de továbbra is az Instagram használata lesz a legnagyobb arányú, közel 85 százalékos.¹²

Ahogy arra már fentebb utaltam, a megjelenési jellemzők miatt egy-egy versenyfelületesi eljárás, pontosabban egy-egy sérelmezett kereskedelmi gyakorlat, jogsértő reklámozás szempontjából az influenszer – legyen bármilyen értékes tartalomelőállító is – elsősorban egy kommunikációs csatorna. Mielőtt néhány versenyfelületesi eljárás eredményein keresztül részletesebben bemutatnám, hogy milyen problémák merülhetnek fel az influenszermarketing kapcsán, röviden szükség-

⁹ LEBOW, Sara: Influencer marketing sees steady adoption and room for growth, <https://www.emarketer.com/content/influencer-marketing-growth> (letöltés: 2022. 05. 14.).

¹⁰ Insider Intelligence Editors: US influencer spending to surpass \$3 billion in 2021, <https://www.emarketer.com/content/us-influencer-spending-surpass-3-billion-2021> (letöltés: 2022. 05. 15.).

¹¹ JACOBS, Karen: Small influencers poised to win more brand followers in 2022, <https://www.emarketer.com/content/small-influencers-poised-win-more-brand-followers-2022> (letöltés: 2022. 05. 14.).

¹² Enberg, Jasmine: US Video Influencer Marketing 2022. TikTok Is Transforming Creator Video, but Don't Move Instagram and YouTube to B-Roll, <https://www.emarketer.com/content/us-video-influencer-marketing-2022> (letöltés: 2022. 05. 14.).

ges felvázolni azt, hogy mi a kereskedelmi gyakorlat, illetve milyen esetben lehet maga az influenzszer (és/vagy az őt képviselő, vele szerződésben álló vállalkozás, ügynökség, marketingszolgáltatót nyújtó piaci szereplő) felelős a jogsértő kereskedelmi gyakorlatért.

2.1. A kereskedelmi gyakorlat fogalma, terjedelme – az Fttv. hatálya

A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény („Fttv.”) rendelkezik a kereskedelmi ügyletek előtti, alatti és azokat követő tisztességtelen, tiltott tájékoztatási gyakorlatokról.¹³ A kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra – meghatározott eltérésekkel – a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a versenyfelügyeleti eljárásnak a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvényben („Tpv.”) megállapított rendelkezéseit kell alkalmazni.¹⁴

A tapasztalatok alapján elmondható, hogy a piaci szereplők az Fttv. hatályba lépése óta nehezen fogadják el, hogy a kereskedelmi gyakorlat érdemben meghaladja a reklám (az online kommunikáció térnyerésével egyébként sem egyértelműen elhatárolható) terjedelmét. Jelen írás nem kíván a versenyfelügyeleti eljárások, illetve az Fttv. rendelkezéseinek a keretein túlmutató kérdésekkel foglalkozni, így csak néhány fogalom kapcsán utal az Fttv.-vel párhuzamosan hatályba lépő reklámtörvény, a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény („Grt.”) rendelkezéseire, így különösen arra, hogy a Grt. a reklámozóként, reklámszolgáltatóként vagy reklám közzetevőjeként végzett gazdasági reklámtevékenységre, a szponzorálásra, a reklámközvetítésre, a médiahirdetési

felületek értékesítésére, valamint az ezek tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre terjed ki.¹⁵

Az Fttv. a reklám fogalma kapcsán visszautal¹⁶ a Grt.-re, amely pedig azt rögzíti, hogy a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely terméket értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére, vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.¹⁷ Az influenzaszerek csatornáin (posztjaiban, blogjaiban, videóiban stb.) ellentételezésért megjelenő tartalmak értékesítési irányultsága egyértelmű, így ezek reklám mivolta is megállapítható.

Bonyolultabb a kérdés, ha az influenzszer saját (vagy rokona, ismerőse) termékét¹⁸ mutatja be, vagy közvetlenül nem kap ellentételezést a posztért, bejegyzésért, de valamilyen közvetett (például egy későbbi együttműködést megalapozó vagy más módon áttételes) kapcsolat valószínűsíthető. Ezekben az esetekben – álláspontom szerint – az egyedi mérlegelésnek van helye, a rendelkezésre álló információk és a körülmények alapján szükséges azt értékelni, hogy beszélhetünk-e reklámról vagy kereskedelmi gyakorlatról. Irányultság hiányában értelemszerűen nem minősül reklámnak az a tartalom, ahol sem közvetlen, sem közvetett érdekeltség nem állapítható meg, ahol a termék, márka, vállalkozás nevének, logójának megjelenítése önkéntes, véletlen, céltalan, független, semleges.¹⁹ Azt is látni kell azonban, hogy nem aggálytalan az ilyen megjelenítés sem, ugyanis a népszerűsítési céltól függetlenül a bemutatott termék, márka vagy vállalkozás szempontjából mindez minősülhet kereskedelmi gyakorlatnak, illetve akár sértheti is annak érdekeit.²⁰

¹³ Fttv. 3. § (1) bekezdés: Tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

¹⁴ Fttv. 19. § c) pont.

¹⁵ Grt. 1. §

¹⁶ Az Fttv. 2. § f) pontja szerint a reklám a Grt.-ben ekként meghatározott fogalom.

¹⁷ Grt. 3. § d) pont.

¹⁸ Jellemzően nem természetes személyek termékeiről, hanem az adott influenzszert képviselő, a nevében szerződő vállalkozás termékéről, márkájáról.

¹⁹ Lásd a VJ/12-197/2020. számú döntést (https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/VJ/122020197, letöltés: 2022. 05. 22.).

²⁰ A VJ/12/2020. számú ügyben feltártak alapján a Reckitt Benckiser Kft. felszólította a Humbák Művek Kft.-t arra, hogy a Dettol márkát feltüntető (egyébként semleges) bejegyzését törölje, ugyanis álláspontja szerint az ábrás védjeggyel ellátott termék engedély nélküli feltüntetése által a Humbák Művek Kft. védjegybitorlást valósított meg, továbbá megsértette a Reckitt Benckiser jó hírnevét azzal, hogy a kérdéses közösségimédia-bejegyzés olyan benyomást keltett, mintha

Rendszeresen visszatérő kérdésként merül fel, hogy az a tartalomgyártó és -megosztó tevékenység, amiért semmilyen ellenszolgáltatást nem kap az érintett személy, egyáltalán minősülhet-e influenszerkedésnek. Mivel a befolyás, a bizalom, a követőbázis növelése történhet bármely motivációból, így tulajdonképpen fogalmilag lehetne véleményvezér az is, aki csak és kizárólag ellenszolgáltatás nélküli kommunikációt folytat valamilyen (például környezet- vagy egészségvédelmi) célból, stabil követőbázist építve. A tapasztalatok alapján azonban rendszeres termék megjelenítés esetén mindig sor kerül valamilyen ellentételezésre is (ha nem a reklámozótól, akkor az adott felülettől, platformtól – a követők számára, aktivitására és nem mellesleg a tőlük begyűjtött információkra, adatokra tekintettel – kapott kifizetések révén).

A reklámtörvény definiálja a reklámozási láncolat egyes mozzanatait is, amely fogalmak²¹ az Fttv. szerinti felelősség értelmezése körében is relevánsak lehetnek, azzal, hogy értelemszerűen a reklámokhoz képest a szélesebb tartalmú kereskedelmi gyakorlat megjelenítésében érintett piaci szereplők köre is szélesebb lehet. Mindenesetre az influenszerek tevékenysége jellemzően a fizetett tartalmak előállítását is magába foglalja, így reklámszolgáltatónak és -közvetítőnek is minősülnek, amíg az őket közvetítő (képviselő, segítő, koordináló stb.) ügynökségek reklámközvetítőként jelennek meg.

A kereskedelmi gyakorlat terjedelme kapcsán elsősorban az Fttv. hatályát érdemes tisztázni, ugyanis az Fttv. állapítja meg a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket. Az Fttv. alapján tehát nemcsak a szerződéskötéshez kapcsolódó fogyasztói tájékoztatásokat,

hanem az azt megelőző és követő kommunikációt is értékelni lehet. Az Fttv. hatálya²² arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint: azaz az Fttv. azokat a fogyasztókat védi, akik Magyarországon találkoznak valamely gyakorlattal vagy Magyarországról induló gyakorlattal találkoznak, így influenszermarketing esetében nincs jelentősége annak, hogy hol él a véleményvezér, továbbá mind a magyar, mind a külföldi, idegen nyelven kommunikáló, de hazai követőkkel bíró influenszer által közzétett tartalom lehet tárgya egy Fttv. rendelkezései szerinti vizsgálatnak. Ebben a körben érdemes azonban utalni arra, hogy a hatóságoknak hatékonysági szempontokat is szem előtt kell tartaniuk, így célszerű megfontolni, hogy külföldi vagy csak külföldi nyelven kommunikáló influenszer esetében milyen módon lépjenek fel.²³

Az Fttv. hatálya tehát minden (valamilyen módon hazai érintettségű) kereskedelmi gyakorlatra kiterjed, nem csak a reklámokra. Kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek a termék értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja.²⁴ Kiemelendő az Fttv. kereskedelmi kommunikációra vonatkozó meghatározása is, amely szerint a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszköztől kereskedelmi kommunikációnak minősül. A meghatározás egyértelművé teszi, hogy a kommunikáció, így a kereskedelmi gyakorlat formája nincs korlátozva.

a Facebook-oldal profilképén szereplő védjegy jogosultjával közvetlen kereskedelmi kapcsolatban állna a Humbák Művek Kft.

²¹ A Grt. 3. § l) és m) pontjai alapján a reklámozó az, akinek érdekében a reklámot közzéteszik, illetve aki a reklámot megrendeli, a reklámszolgáltató pedig az, aki önálló gazdasági tevékenysége körében a reklámot megalkotja, létrehozza, illetve ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt. A Grt. 3. § f) és k) pontjai szerint a közzététel a reklám megismerhetővé tétele, akár nagyobb nyilvánosság, akár egyedi címzett számára, a reklám közzevője pedig az, aki a reklám közzétételére alkalmas eszközökkel rendelkezik, és ezek segítségével a reklámot megismerhetővé teszi. A Grt. 3. § h) és i) pontjai szerint a reklámközvetítés a reklámozóval kötött közvetítői szerződés alapján, a reklám közzétételére irányuló szerződés megkötésének elősegítésére irányuló tevékenység, ide nem értve a reklámszolgáltatói tevékenységet, a reklámközvetítő pedig a reklámközvetítést végző természetes személy, jogi személy vagy jogi személyiséggel nem rendelkező szervezet.

²² Fttv. 1. § (2) bekezdés.

²³ Lásd a Tptv. XI/B. fejezetét [Eljárás az (EU) 2017/2394 rendelet alkalmazása során].

²⁴ Fttv. 2. § d) pont.

2.2. Felelősség a jogsértő kereskedelmi gyakorlatért

A felelősség témaköre alapvető kérdés az influenszermarketing kapcsán, hiszen miközben az influenszerek jelentős része jogi és gazdálkodási tapasztalatok nélküli természetes személy, addig akár több kisebb és nagyobb piaci szereplő is érdekelt vagy egyéb módon felelős lehet ezzel a kommunikációs csatornával megvalósított jogsértésért.²⁵ Az előző pontban bemutatottak szerint a nemzetközi adatok alapján nem pukkant ki az „influszer lufi”, nemcsak egyre többet szeretnének influenszerek lenni, de az igény is fokozódik ezen eszköz alkalmazására a termékek reklámozása során.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért való felelősség főszabálya szerint érdekelt, azaz érdekelti felelősség az Fttv. 9. § (1) bekezdés alapján: az a vállalkozás felel, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot más személy valósította meg a vállalkozás érdekében vagy javára.²⁶ Ennek az érdekeltségnek a forrása jellemzően a forgalomból származó bevétel, de más, a vállalkozás értékét növelő egyéb tényező is lehet, továbbá az értékesítési vertikumban több piaci szereplő érdekeltsége, és így felelőssége is megállapítható lehet egyszerre. A tapasztalatok alapján ugyan ritkábban, de előfordul, hogy az influenszerek vagy a közvetítő ügynökségek a kereskedelmi gyakorlatért, a közzétett tartalomért forgalomarányos juttatásban részesülnek, ilyen helyzetekben azonban a közvetlen érdekeltségük is egyértelműen megállapítható.

Az Fttv. 9. § (3) bekezdése alapján azonban bizonyos feltételek fennállása esetén nemcsak az

érdekelt, hanem a kereskedelmi gyakorlat közzétevője, megalkotója²⁷ is felelős lehet egy-egy magatartásért. Az értékesítési vertikumhoz hasonlóan a népszerűsítési, reklámozási vertikum is széles, így egyszerre akár több vállalkozás felelőssége is megállapítható lehet pusztán a közreműködésük alapján. Lényeges azonban, hogy ez az ún. közreműködői felelősség csak másodlagos, ugyanis valamely érdekeltnek mindenképpen van vagy legalábbis lehet érdekelti felelőssége az adott jogsértő magatartásért. Ez a felelősségi alakzat tehát egyrészt feltételezi egy olyan jogsértés létét, amelyért egy érdekelt felelőssége megállapítható, másrészt feltételezi azt is, hogy a jogsértés a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával függjön össze, és a jogsértés ne az érdekelti felelős utasításának végrehajtásából eredjen.

Tekintettel arra, hogy számtalan piaci szereplő lehet közreműködői felelős (a reklámozási vertikumban bárki, aki a kereskedelmi kommunikációt megismerhetővé teszi, megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt), ezért a felelősség megállapítása is sokféle gazdasági kapcsolatban, marketing-együttműködésben lehetséges. A tapasztalatok alapján azonban ebben a szegmensben egyrészt nagyon alacsony fokú a dokumentáltság, az írásbeliség, a hirdetői utasítások, iránymutatások rögzítése, másrészt mivel az influenszerközösség rendkívül heterogén, jelentős részük nem vesz tudomást a lehetséges felelősségükről.

2.3. Az európai iránymutatás megfontolásai és egy alapvető értelmezési kérdés

Az Fttv. által átültetett, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv („UCP-irányelv”)²⁸

²⁵ Az egyes felelősségi kérdések kapcsán lásd részletesebben: SZOBOSZLAI Izabella: Cui prodest scelus, is fecit – A felelősség kérdései a fogyasztóvédelmi tárgyú versenyfelügyeleti eljárásokban, *Versenytükök*, 2021/2., 24–37.

²⁶ A bírói joggyakorlatból kiemelendő, hogy a gazdaságilag érdekelt vállalkozások felelőssége anélkül is megállapítható, hogy bármilyen aktív magatartást tanúsítanak a jogsértés megvalósításában. Az Fttv. 9. §-a szerinti felelősségi szabályok pontosan azt szolgálják ugyanis, hogy azok a vállalkozások, amelyek a kereskedelmi kommunikációból származó haszon élvezői, ne bújhassanak ki a felelősség alól azáltal, hogy a kereskedelmi gyakorlat tényleges megvalósítását másokra bízzák (Kúria Kfv.VI.37.538/2017/11. számú ítélete).

²⁷ Az Fttv. 9. §-ának (3) bekezdése szerint az, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt.

²⁸ Az Európai Parlament és Tanács 2005. május 11-ei 2005/29/EK irányelve a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/71/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról.

értelmezéséhez és alkalmazásához készült legutóbbi, 2021. decemberi iránymutatás²⁹ („UCP-közlemény”) 4.2.6. Véleményformáló marketing című pontjában³⁰ részletesen foglalkozik az influenszermarketinggel.

A közlemény szerint a véleményvezér egy olyan természetes személy vagy „virtuális entitás”,³¹ aki az érintett platformon az átlagnál nagyobb közönséget ér el, továbbá az online hirdetések legtöbb más formájához képest a véleményformáló marketing még kevesebb olyan jellemzővel rendelkezik, amely lehetővé teszi a fogyasztók számára a tartalom kereskedelmi jellegének beazonosítását. A UCP-közlemény azt is rögzíti, hogy a fogyasztók, különösen a gyermekek és a fiatalok még abban az esetben is feltételezhetik, hogy a tartalom legalább részben személyes, nem kereskedelmi jellegű ajánlás, ha egyébként a véleményvezér közvetlenül utal a kereskedelmi közlemények jelenlétére. Ekként megtévesztő vagy más módon tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet, ha nem tüntetik fel egyértelműen a kereskedelmi elemet a véleményvezér tartalmában vagy gyakorlatában.

A közlemény többféle rendelkezés lehetséges sérelmét említi a kereskedelmi indíttatás jelzésének elmaradása esetére nézve. Kiemeli, hogy a UCP-irányelv mulasztásos megtévesztésről rendelkező 7. cikk (2) bekezdése szerint minden kereskedelmi kommunikációt egyértelműen azonosítani kell, kivéve, ha már a kontextusból kiderül, hogy arról van szó. Ezenkívül a véleményformáló marketing valamennyi esetére vonatkozó 6. és 7. cikk alkalmazása mellett a UCP-irányelv I. mellékletének 11. pontja tiltja azokat a gyakorlatokat, amelyek nem teszik egyértelművé, hogy a kereskedő fizetett a termék promóciójáért a szerkesztői tartalomban. A UCP-közlemény is egyetért azzal a hazai gyakorlattal, hogy a „szerkesztői tartalom” fogalmát tágan kell értelmezni, és magában foglalhatja a véleményvezér által létrehozott, vagy az általa a közösségimédia-platformokon közzétett tartalmakat is. Ezzel együtt a megfelelő tájékozta-

tás hiánya növeli az I. melléklet 22. pontja megsértésének kockázatát is, amely rendelkezés szerint tilos a hamis módon fogyasztóként való fellépés.

A közlemény rögzíti, hogy a kereskedelmi tartalom közzétételének egyértelműnek és megfelelőnek kell lennie, figyelembe véve azt a médiumot, ahol a marketingre sor kerül, beleértve a kontextust, a megjelenítést, az időzítést, az időtartamot, a nyelvet, a célközönséget és egyéb szempontokat. A közzététel nem tekinthető megfelelőnek, ha a kereskedelmi kommunikációra vonatkozó információ nem jelenik meg szembetűnően vagy további informálódásra, kutakodásra kötelezi a fogyasztót, valamint a fogyasztókhoz eljutó minden egyes kereskedelmi kommunikációt egyedileg meg kell jelölni, címkézni, még akkor is, ha a véleményvezér szélesebb körű ajánlási megállapodást köt egy kereskedővel vagy márkával.

A UCP-közlemény kitér arra az esetre is, ha a véleményvezér a saját termékeit vagy vállalkozását ajánlja, és rögzíti, hogy ugyanezek a szabályok alkalmazandók ilyenkor is, különös figyelemmel az I. melléklet 22. pontjára, amely tiltja annak valótlan állítását vagy olyan hamis benyomás keltését, hogy a kereskedő nem a saját kereskedésével kapcsolatos célból jár el, vagy a hamis módon fogyasztóként való fellépését. Jól érthető tájékoztatásra van szükség akkor is, ha a véleményvezérek olyan márkákat vagy termékeket ajánlanak, amelyek látható módon kapcsolódnak hozzájuk, például nevük vagy arcuk feltüntetésével.

Az érintett kereskedelmi gyakorlat jellegét, természetét nézve a közlemény arra is rámutat, hogy mivel az influenszer és követői közötti kapcsolat gyakran a bizalmon és a személyes kapcsolaton alapul, a magatartásuk bizonyos esetekben agresszív kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet a UCP-irányelv 8–9. cikkei értelmében tiltott jogtalan befolyásolás alkalmazása miatt. Ez különösen akkor lehet valós veszély, ha a véleményvezér csoportjában kiszolgáltattak, például gyermekek és fiatalok is vannak. A közlemény is hangsúlyozza ebben a körben, hogy mindezen túlmenően az

²⁹ Az Európai Bizottság 2009-ben, 2016-ban és legutóbb 2021. december 17-én tette közzé iránymutatását az irányelv alkalmazása kapcsán. Az utóbbi bizottsági közlemény formáját öltötte (A Bizottság közleménye – Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (EGT-vonatkozású szöveg), 2021. 12. 29., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX%3A52021XC1229%2805%29&qid=1645178593075>, letöltés: 2022. 05. 22.).

³⁰ A hivatalos magyar fordítás a véleményvezér kifejezést alkalmazza.

³¹ A kereskedő vagy a kereskedő nevében vagy javára eljáró személy felelőssége alá tartozó digitális karakter.

I. melléklet 28. pontja minden esetben tiltja a közvetlenül gyermekeknek szóló felhívásokat.

A UCP-közlemény kiemeli, hogy a kereskedelmi tartalom akkor állapítható meg, ha a véleményvezér az ajánlásért bármilyen ellentételezést kap, például kifizetés, árengedmények, partnerségi megállapodások, kapcsolt linkekből származó százalékos bevétel, ingyenes termékek, utak vagy rendezvényekre szóló meghívók formájában, azaz sem szerződés megléte, sem pénzbeli fizetés nem feltétele e szabályok alkalmazásának. Az ellentételezés tartalma kapcsán, adott területen az egyik legjelentősebb európai döntés az ún. Peek & Cloppenburg ügyben született.

A C371/20. számú, a Peek & Cloppenburg ügyben benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában 2021. szeptember 2-án hozott ítéletében³² az Európai Bíróság („Bíróság”) a UCP-irányelv I. melléklete 11. pontját³³ értelmezte. A felek azt a két összefüggő kérdést terjesztették a Bíróság elé, hogy csak akkor valósul meg a UCP-irányelv I. melléklete 11. pontjának első mondata értelmében vett, eladásösztönzésért való „fizetés”, ha az írott és elektronikus sajtóban megjelenő szerkesztői tartalom eladásösztönzésre történő használatáért pénzbeli ellenszolgáltatást nyújtanak, vagy a „fizetés” fogalma az ellenszolgáltatás minden fajtáját magában foglalja anélkül, hogy jelentőséggel bírna, hogy az ellenszolgáltatást pénz, áruk, szolgáltatások vagy egyéb eszközök képezik, továbbá hogy azt feltételezi a UCP-irányelv I. melléklete 11. pontjának első mondata, hogy a kereskedő szerkesztői tartalom használatának ellenszolgáltatásaként nyújtja a pénzben kifejezhető előnyt a médiavállalkozónak, és – amennyiben e kérdésre igenlő választ kell adni – abban az esetben is

ilyen ellenszolgáltatásról vane szó, amelyben a médiavállalkozó egy, a kereskedővel közösen szervezett reklámakcióról tudósít, ha a kereskedő a tudósításért képekkel kapcsolatos jogokat bocsátott a médiavállalkozó rendelkezésére, a két vállalkozás közösen viselte a reklámakció költségeit és ráfordításait, és a reklámakció mindkét vállalkozás termékeinek eladásösztönzését szolgálja.

Ítélete indokolásában a Bíróság kiemelte, hogy a tilalom a szerkesztői tartalom semlegességébe vetett fogyasztói bizalom fenntartására és a „bűjtatott” reklám megakadályozására irányul, mind a fogyasztó, mind pedig a hirdető esetleges versenytársainak érdekében. Az ügyben érintett cikk közléte a ruházati kiskereskedelmi társaság eladási és törzsvásárlói stratégiájába illeszkedő reklámakció meghirdetésére vonatkozott. E körülmények között az a tény, hogy a cikk egy médiavállalkozással együttműködésben szervezett olyan reklámakcióra irányult, amely ez utóbbi eladásainak ösztönzését is célozta, nem kérdőjelezheti meg a ruházati kiskereskedelmi társaságnak betudható akció „kereskedelmi gyakorlat” jellegét.

A Bíróság kiemelte, hogy a UCP-irányelv I. melléklete 11. pontjának első mondata alkalmazásában minden körülmény között tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül az, ha a kereskedő az írott és elektronikus sajtóban a szerkesztői tartalmat a termék eladásösztönzésére használja, ez azonban a fogyasztó számára nem derül ki világosan a tartalomból, a képekből vagy a hangokból, és a kereskedő fizetett az eladásösztönzésért: e gyakorlat közismert néven a szerkesztői reklám.

Az indokolása körében a Bíróság arra is kitért, hogy bár az irányelv egyes nyelvi változatai olyan fogalmakat használnak, amelyek pénzüsszeg

³² A Bíróság ítélete (hatodik tanács) a C-371/20. sz. ügyben, az EUMSZ 267. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Bundesgerichtshof (szövetségi legfelsőbb bíróság, Németország) a Bírósághoz 2020. augusztus 7-én érkezett, 2020. június 25-ei határozatával terjesztett elő a Peek & Cloppenburg KG (képviseli: Peek & Cloppenburg Düsseldorf Komplementär BV) és a Peek & Cloppenburg KG (képviseli: Van Graaf Management GmbH) között folyamatban lévő eljárásban, 2021. 09. 02., <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=CA7-CE11F3EE6A1B11D3C2A0E293BF1EE?text=&docid=245542&pageIndex=0&doclang=hu&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=7509662> (letöltés: 2022. 06. 15.).

³³ „[a]z írott és elektronikus sajtóban szerkesztői tartalom használata a termék eladásösztönzésére, amikor a kereskedő fizetett az eladásösztönzésért, ez azonban a fogyasztó számára nem derül ki világosan a tartalomból, a képekből, vagy a hangokból. (»advertorial«, szerkesztői reklám).” In: Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról („Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról”) (EGT vonatkozású szöveg), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005L0029&from=HU>, 2005. 06. 11., I. melléklet (Minden körülmény között tisztességtelennek minősülő kereskedelmi gyakorlatok).

megfizetésével kapcsolatos „fizetéseket” sugallnak, mint például a spanyol („pagando”), a német („bezahlt”), az angol („paid for”), a holland („betaald”) vagy a lengyel („zapłać”) változat, más nyelvi változatok – így a francia („financier”) vagy az olasz („i costi di tale promozione siano stati sostenuti”) – általánosabb kifejezést használnak, amely lehetővé teszi, hogy az e rendelkezés értelmében vett „fizetett” kifejezésbe a vagyoni értékkel bíró ellenszolgáltatás bármely formája beletartozzon. Mindazonáltal az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az uniós jogi aktusok egységes alkalmazásának és értelmezésének szükségessége kizárja, hogy azokat egyetlen nyelvi változatukban, elszigetelten vizsgálják: a rendelkezést ugyanis nemcsak az abban szereplő kifejezések alapján kell értelmezni, hanem a szöveggörnyezet, valamint annak a szabályozásnak a célkitűzései alapján is, amelynek részét képezi.

A Bíróság a UCP-irányelvvel kapcsolatban megállapította, hogy annak különösen széles a tárgyi hatálya, amely kiterjed minden olyan kereskedelmi gyakorlatra, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásöszönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával, és amely a gazdasági szereplő kereskedelmi stratégiájának keretében illeszkedik, továbbá hogy magas szintű fogyasztóvédelmet kell megvalósítania a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben, mivel a fogyasztó a kereskedőhöz képest – többek között a tájékozottság szintjét illetően – hátrányos helyzetben van. A kérdéses rendelkezés célja tehát annak biztosítása, hogy minden olyan közzétételt, amelyre az érintett kereskedő kereskedelmi érdekből befolyást gyakorolt, egyértelműen tüntessenek fel, a tény ismert legyen a fogyasztó előtt. Ebben az összefüggésben a fizetés konkrét formája – akár pénzben, akár bármely más vagyoni értékkel bíró ellenszolgáltatás révén történik – csekély jelentőséggel bír a fogyasztó védelme és az olvasónak a média semlegességébe vetett bizalma szempontjából.

A Bíróság hangsúlyozta, hogy a „fizetett” fordulat azon értelmezése, amely pénzüsszeg megfizetését követeli meg, nem felel meg az újságírói és hirdetési gyakorlat valóságának, és megfosztja a rendelkezést a hatékony érvényesülésétől. Ezt a megközelítést erősíti az Európai Parlament UCP-irányelv alkalmazásáról szóló 2013. december 19ei

jelentése is, amelynek 16. pontjában a Parlament felszólította az Európai Bizottságot és a tagállamokat, hogy biztosítsák az irányelv megfelelő végrehajtását, különös tekintettel az internetes közösségi oldalakon, fórumokon vagy blogokon olyan hozzászólások formájában megjelenő, megtévesztő, „bújtatót” internetes reklámokra, amelyek látszólag maguktól a felhasználóktól származnak, valójában azonban gazdasági szereplők által közvetlenül vagy közvetve megjelentetett vagy finanszírozott reklámok vagy kereskedelmi jellegű üzenetek, továbbá hangsúlyozza az ilyen gyakorlatok fogyasztói bizalomra és versenyszabályokra gyakorolt káros hatását.

A Bíróság tehát arra a megállapításra jutott, hogy az érintett rendelkezés első mondatát úgy kell értelmezni, hogy valamely termék eladásának szerkesztői tartalom közzététele révén történő ösztönzését a kereskedő „fizette” a rendelkezés értelmében, ha a kereskedő a közzétételért – pénzüsszeg megfizetése révén vagy bármely más formában – vagyoni értékkel bíró ellenszolgáltatást nyújtott, amennyiben egyértelmű kapcsolat áll fenn az említett kereskedő által ily módon teljesített fizetés és a közzététel között. Ez a helyzet többek között azon, szerzői jogi oltalom alatt álló fényképeknek ugyanezen kereskedő általi ingyenes rendelkezésre bocsátása esetén, amelyeken üzlethelyiségek és a kereskedő által értékesített termékek láthatók. Megjegyezte az ítélet azt is, hogy a UCP-irányelv I. melléklete 11. pontjának első mondata nem ír elő semmilyen szabályt a fizetési érték minimális összegére vagy a fizetésnek az érintett reklámakció összköltségeihez viszonyított arányára vonatkozóan, és nem zárja ki, hogy a médiavállalkozás saját érdekében viselje a közzététel költségeinek egy részét.

3. Influenzerek a versenyfelügyeleti eljárásokban

3.1. Szerkesztői tartalomnak álcázott reklám

Ahogy az a UCP-közleményből is kiolvasható, az influenzermarketing esetében a leggyakoribb probléma a kereskedelmi jelleg azonosíthatósága, illetve annak hiánya, amely kérdés azonban többféle jogalapon is vizsgálható lehet. A Gazdasági Versenyhivatal az eddig lezárult versenyfelügyeleti eljárásokban a jelenséget (a kereskedelmi jelleg

megjelölésének az elmaradását) az Fttv. mellékletének 11. pontja³⁴ alapján értékelte, figyelemmel az adott pont hagyományos, elsősorban nyomtatott sajtóbeli gyakorlatára is.³⁵ Lényeges, hogy az Fttv. 3. § (4) bekezdése alapján a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok önmagukban tisztességtelenek, így a jogsértés megállapíthatóságához nincs szükség további tényállási elemek, így sem annak értékelésére, hogy a fogyasztói üzleti döntés torzulhatott-e, sem annak vizsgálatára, hogy a szakmai gondosság követelményét megsértették-e a felek a megfelelő, jól érthető és észlelhető, a „fizetett” jellegre utaló megjelölés elmaradásával.

A Gazdasági Versenyhivatal először a VJ/110/2016. számú ügyben foglalt határozott álláspontot influenszermarketinggel, annak egy sajátos vetületével kapcsolatban. A 2017. november 20-án kelt határozat vállalásaik teljesítésére kötelezte – jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül – az aktuálisan egyik legnagyobb követői bázissal rendelkező hazai influenszert képviselő GoldenEye Kreatív Kft.-t és reklámozó partnerét, a Magyar Telekom Nyrt.-t. Az elfogadott kötelezettségvállalás alapvetően tükrözi a Gazdasági Versenyhivatal akkori elvárásait a fizetett tartalmak közösségimédia-oldalakon való megjelenítésének jelölése kapcsán.

A kötelezettségvállalás részletes tartalmának ismertetése nélkül kiemelendő, hogy a GoldenEye Kreatív Kft. vállalta, hogy egyértelműen és hangsúlyosan megkülönbözteti az érintett közösségi oldalon megjelenített reklámokat és egyéb támogatott, fizetett tartalmakat a független, nem fizetett tartalomtól. A megkülönböztetés során az együttműködés jellegétől és formájától függően a „reklám”, a „hirdetés”, a „... támogatásával”, illetve a „szponzorált tartalom” szöveges jelöléseket vállalta alkal-

mazni. A vállalkozás az észlelhetőséget illetően azt vállalta, hogy a megkülönböztető szöveges jelölések valamelyikét minden esetben oly módon teszi közzé, hogy a jelölés a fogyasztók számára keresés vagy egyéb fogyasztói aktivitás nélkül – az esetleges továbbkattintási lehetőséget megelőzően – egyértelműen láthatóvá váljon, továbbá

- kizárólag szöveges reklámüzenetet tartalmazó poszt esetében azzal azonos vagy nagyobb betűméretben, közvetlenül a szöveg előtt vagy után, ugyanakkor a szövegtől elkülönítve legyen látható a jelölés,
- amennyiben a szöveges üzenet fényképpel vagy videóval együtt alkotja a posztot, akkor elsőként a szöveges üzenet, ezt követően a megkülönböztető szöveges jelölés, majd ezek alatt a hirdetést tartalmazó fénykép vagy videófelvétel legyen látható,
- amennyiben a poszt kizárólag fénykép vagy videófelvétel közzétételéből áll a megkülönböztető szöveges jelölés közvetlenül a fénykép vagy videófelvétel fölött kerüljön közzétételre.

Az eljárás alá vont vállalkozások kötelezettségvállalásának elfogadhatóságát támasztotta alá, hogy mindketten tettek edukációs jellegű és előremutató, a szerződéses gyakorlataikat is érintő változtatásokat.

A kötelezettségvállalás elfogadása miatt az ügyben a sérelmezett magatartás értékelésére nem került sor ugyan, azonban a tényállás körében a határozat rögzítette, hogy a reklámozó az influenszert képviselő vállalkozásnak pénzbeli ellenszolgáltatást nyújtott a kereskedelmi kommunikáció megjelenítéséért cserébe, ami azonban a vizsgált tartalmakból nem tűnt ki egyértelműen, továbbá a vizsgált közösségimédia-posztok az elektronikus médiában megjelenő szerkesztői tartalomnak mi-

³⁴ Fttv. melléklet 11. pont: Az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevitelének előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).

³⁵ Lásd pl. a VJ/51/2010. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott döntést, illetve a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának elvi jelentőségű döntéseinek (2021) I.M11.1.-18. pontjait (A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel, a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény III. fejezetével, a gazdasági reklámtévékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvénnyel, az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvénnyel, a 2011. október 25-ei 1169/2011/EU Európai Parlamenti és Tanácsi rendelettel, és a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvénnyel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései 2021., https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/versenytanacsi_dokumentumok/Vt_elvi_jelentosegu_dontesek_Fttv_2021.pdf, letöltés: 2022. 05. 22.).

nősülnek, hiszen a profilon látható tartalmak kiválasztása és összeállítása az adott influenszer szerkesztői tevékenysége révén valósult meg. Ahhoz, hogy egy véleményvezér oldala, illetve posztjainak sorozata megfelelő marketingeszköznek bizonyuljon, valós érdeklődést kell generálni és fenntartani. A fogyasztói oldalt tekintve is megállapítható, hogy a fogyasztók azokat az oldalakat kedvelik és követik, ahol számukra érdekes (informatív, szórakoztató, akár provokatív – tehát alapvetően magazinszerű, esetleg bulvárjellegű, a figyelem és az érdeklődés kiváltását és fenntartását célzó) tartalmak jelennek meg. Kétségtelen, hogy a magazinok lényegi tartalmát, vázát (jellegét, színvonalát, a célközönség számára releváns minőséget) a különböző szerkesztői tartalmak adják, így a véleményvezérek által működtetett profiloldalok, az általuk előállított és közzétett posztok (szövegek, képek, linkek stb.) és ezek összessége szerkesztői tartalomnak minősül.

Az Fttv. mellékletének 11. pontja szerinti tényállás esetében valójában tehát nem annak van relevanciája, hogy az egyes médiumok esetében mi a szerkesztői tartalom pontos definíciója, illetve van-e egyáltalán ilyen definíció, hanem annak, hogy elhatárolhatóak-e a fogyasztók számára a különböző célú (független és fizetett) tartalmak az adott felületen, ahol a fogyasztók alapvetően független, szórakoztató tartalmakat várnak.

Szintén kötelezettségvállalással zárult ugyanebben az időszakban a VJ/111/2016. és a VJ/112/2016. számú versenyfelügyeleti eljárás. Utóbbiban a két eljárás alá vont az egyik, mai napig legismertebb hazai influenszert képviselő Alakreform Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. és a The Body Shop kozmetikumok magyarországi forgalmazója, az Avanzo-Trade Kft. volt.

A VJ/112/2016. számú ügy érdekessége az volt, hogy a szintén népszerű, jelentős követőszámmal bíró influenszert képviselő „With Love” Szolgáltató Kft. mellett nem egy reklámozó, hanem egy mar-

ketingszolgáltató, egy influenszerügynökség, a Red Lemon Media Group Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. került eljárásba. A hatóság az eljárás alá vontak felelősségét egyaránt az Fttv. 9. § (3) bekezdésére, azaz a közreműködésükre alapozta, ugyanis egyetlen poszt esetében sem volt megállapítható, hogy annak formai kialakításába (a fizetett jelleg feltüntetésébe, illetve annak hiányába) a megrendelők, a hirdető beleszóltak volna, továbbá az influenszer cége részére a posztok megjelenítésére vonatkozó tartós közvetítői jogviszonyban folytatott tevékenységet az ügynökség, amiért megbízási díj, valamint az egyes megjelenések kapcsán jutalék is megillette, továbbá a kereskedelmi gyakorlat kialakításában, az egyeztetésekben közvetítőként, szakmai közreműködőként közvetlenül részt vett.

A fenti kötelezettségvállalások ellenőrzésére indult utóvizsgálati eljárásokban hozott döntéseket³⁶ is hangsúlyosan kommunikálta a Gazdasági Versenyhivatal, és a megszüntetéssel zárult VJ/48/2018. számú ügyben hozott ügyzáró végzésben azt is kiemelte a hatóság (ahogyan a 2019. áprilisban közzétett sajtóközleményében³⁷ is), hogy „jelzésül szolgálhat az esetleges jövőbeli, azonos vagy hasonló vizsgálati irányú versenyfelügyeleti eljárások során a jogkövetkezmények mérlegelése körében, ha egy széles körben kommunikált, jelentősebb visszhangot és érdeklődést kiváltó kötelezettségvállalás egyes piaci szereplőket nem ösztönözött jogkövető magatartásra, illetve nem rettentett el attól, hogy ne a kereskedelmi gyakorlat jellegének megfelelő, egyértelmű és jól észlelhető megjelöléseket alkalmazzanak a közösségi médiában.”

A fenti eredményeket követően jogsértés megállapításával és bírság kiszabásával zárult a VJ/44/2019. számú versenyfelügyeleti eljárás 2020. július 20-án. Az ügyben hozott határozat szerint az érintett influenszert képviselő B&B Media Group Kft. és az influenszer által népszerűsített karórákat forgalmazó NEXT-TIME Kereskedelmi és Szolgál-

³⁶ A 2019. március 17-én hozott megszüntető végzés a VJ/48/2018. számú utóvizsgálatban, a 2019. szeptember 16-án hozott, bírságot kiszabó határozat a VJ/49/2018. számú utóvizsgálatban, valamint a 2019. november 22-én hozott, bírságot kiszabó határozat a VJ/5/2019. számú utóvizsgálatban.

³⁷ Gazdasági Versenyhivatal: Teljesítette a Gazdasági Versenyhivatalnak tett kötelezettségvállalását Kasza Tibor és a Telekom, 2019. 04. 04., https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2019_es_sajtokozlemenyek/teljesitette_a_gazdasagi_versenyhivatalnak_tett_ko.html (letöltés: 2022. 05. 22.): „A fenti kötelezettségvállalás céljainak megvalósulása azonban nem jelenti azt, hogy minden piaci szereplő követi az iránymutatásokat, vagy hogy a fogyasztói tudatosság erősödése indokolatlanná tenné az esetleges későbbi beavatkozásokat. Továbbá – bár az első eljárások ezen a piacon kötelezettségvállalások elfogadásával zárultak – nem feltétlenül várható ugyanez hasonló tárgyú, később lefolytatandó eljárásokban. Az iránymutató döntéseket és tájékoztató háttéranyagot figyelmen kívül hagyó gyakorlatok ugyanis szigorúbb fellépést is indokoltá tehetnek.”

tató Kft. a fizetett posztok megjelölésének elmaradásával tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg, amiért az előbbi 2.200.000 Ft, utóbbit 1.200.000 Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte a hatóság. Kiemelendő, hogy az ügyben eljáró versenytanács nem tartotta megalapozott, hatékony, illetve a többi, jogszerűen kommunikáló piaci szereplőre nézve méltányosan alkalmazható eszköznek az eljárás alá vontak Tpv. 76. és 78. §-ai szerinti figyelmeztetését,³⁸ hiszen a megelőző – türelmi időszaknak is tekinthető – években jelentős sajtóvisszhangot kapott ügyek³⁹ és útmutatások ellenére nem érvényesült a fizetett tartalom megjelölésével kapcsolatos elvárás a posztokban (bár a szerződéses feltételek között megjelent). A döntés ebben a helyzetben a bírság prevenciók szerepének különös jelentőséget tulajdonított.

Kiemelendő továbbá, hogy a határozat szerint ugyan az eljárás alá vontak közötti szerződésekben szerepelt, hogy minden poszt esetében fel kell tüntetni a fizetett jelleget, azonban ezen szerződéses kitétel eredményes kontrolljára nem került sor, illetve annak ellenére, hogy a forgalmazó felhívta a véleményvezér figyelmét a mulasztásra, a gyakorlat módosítására csak a versenyfelügyeleti eljárás indításához köthetően került sor, és a forgalmazó a tudomása ellenére semmilyen kényszerítő intézkedést, szankciót nem alkalmazott. Egyébiránt a vonatkozó joggyakorlat⁴⁰ – és egyben elvi jellegű megállapítás – szerint „a jogsértés megállapításához nem szükséges annak vizsgálata, hogy milyen okok vezettek arra, hogy a támogatás ténye a kifogásolt megjelenésben nem került feltüntetésre”.

A fenti ügyek és a mindenkori formális iránymutatás lényegi mondanivalója, hogy az influencerszereknek valós, tisztességes, hiteles képet kell köz-

vetíteniük a bemutatott termékekről, így többek között a fennálló gazdasági motivációról. A joggyakorlat szerint az Fttv. rendelkezéseire figyelemmel alapvetően akkor jogszerű a közösségi médiában egy véleményvezér posztjai között megjelenő fizetett tartalom, ha abban egyszerűen, egyértelműen, közérthetően, továbbá jól észlelhetően, hangsúlyosan, a fogyasztók számára szembeűnően és szükségszerűen érzékelhetően megjelenik, hogy az nem egy független, semleges vélemény vagy ajánlás, hanem valamilyen ellenszolgáltatás vagy egyéb közvetlen gazdasági érdek (is) van mögötte, ideértve azokat az eseteket is, amikor az oldal fenntartója, a magánszemély valamilyen kedvezményt, ajándékot vagy szolgáltatást kap a posztért, az ajánlásért cserébe, valamint azt is, ha valaki saját vállalkozását vagy vállalkozásának termékét reklámozza (de ez a kapcsolat nem derül ki a kereskedelmi gyakorlatból, illetve nem is köztudott). Lényeges tehát, hogy a kereskedelmi gyakorlatból (a posztból, videóból magából) egyértelműen derüljön ki, hogy kereskedelmi gyakorlatról, azaz a szerkesztettől eltérő tartalomról van szó.

A fenti versenyfelügyeleti eljárások további üzenete, hogy a jogi megfelelés biztosítása érdekében a hirdetőknak (ideértve az őket segítő ügynökségeket, szakmai közvetítőket) olyan szerződési feltételeket, rendszereket és programokat kellene kialakítaniuk, amelyekkel biztosítani tudják azt, hogy a megbízásukból tevékenykedő, illetve a velük kapcsolatban álló véleményvezérek megismerjék a közzétételre vonatkozó jogszabályokat, illetve elvárásokat.

3.2. Gyermekeket célzó influencersmarketing

A joggyakorlat alapján mára elmondható, hogy az influencersmarketing területén nem pusztán az

³⁸ A Tpv. 76. § (1) bekezdés l) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában a 78. § (8) bekezdése szerinti figyelmeztetést alkalmazza arra vonatkozó kötelezettség előírása mellett, hogy az ügyfél alakítson ki a versenyjogi előírásoknak való megfelelést és a jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet. A Tpv. 78. § (8) bekezdés alapján a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvénynek a hatósági ellenőrzést végző szervek részéről a bírságtól való eltekintésre vonatkozó rendelkezései a versenyfelügyeleti eljárásban nem alkalmazhatók. Az említett törvény szerinti mikro-, kis- vagy középvállalkozással (a továbbiakban együtt: kis- vagy középvállalkozás) szemben az első esetben előforduló jogsértés esetén az eljáró versenytanács bírság kiszabása helyett figyelmeztetést is alkalmazhat, ha a vállalkozásnak az eljárás során tanúsított magatartása alapján alaposan feltételezhető, hogy a vállalkozás jövőbeni magatartásának jogszerűsége, az újabb jogsértés elkövetésétől való tartózkodása így is biztosítható. A (9) bekezdés b) alpontja szerint az eljáró versenytanács nem tekinthet el a bírságtól a (8) bekezdés alapján, ha a jogsértésre a személyeknek koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportjához tartozó személlyel szemben került sor.

³⁹ A 2017. november 20-án kelt határozat a VJ/110/2016. számú ügyben, a 2017. november 30-án kelt határozat a VJ/112/2016. számú ügyben és a 2017. december 18-án kelt határozat a VJ/111/2016. számú ügyben.

⁴⁰ A VJ/60/2011. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat.

az elvárás, hogy a fizetett tartalmakat meg kell jelölni az Fttv. mellékletének 11. pontja alapján, hiszen más sérelmes magatartások is összefüggésben lehetnek a megjelenítési móddal.

A VJ/3/2020. számú versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás esetében a szolgáltatás célcsoportjának megfelelően a szolgáltatás népszerűsítésére a közösségi médiában (főleg influenszerek révén), illetve egyéb, közvetlenül gyerekeknek, kamaszoknak szóló csatornákon (pl. a Középsuli című websorozatban) került sor. A feltárt kereskedelmi gyakorlat (videók, közösségimédia-bejegyzések vagy hirdetések) jellemző vonása, hogy használat közben, az eléréshez szükséges telefonszám megadásával, annak alkalmazására buzdítva mutatta be a szolgáltatást, azonban anélkül, hogy egyes lényeges jellemzőkről (így az áráról, az adatkezelésről) adott volna tájékoztatást. A kereskedelmi gyakorlatra jellemző volt az is, hogy a közvetve, az influenszerek nem tették egyértelművé, hogy fizetett posztokat, videókat láthat a fogyasztó.

A fogyasztóvédelmi tárgyú versenyfelügyeleti eljárások körében a gyermekeket érintő, illetve az árakkal kapcsolatos megtévesztő gyakorlatok különösen súlyos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek. A vizsgált magatartást továbbá súlyosította, hogy a reklámok kiemelten tartalmazták a szolgáltatás nevét, a hívószámát és az igénybevétel módját, így a szolgáltatás minden további tájékozódás, illetve szükséges (korrekció esélyét biztosító) lépés nélkül igénybe vehető, megrendelhető volt a reklámok alapján.

A VJ/3/2020. számú ügyben a Gazdasági Versenyhivatal arra jutott, hogy a szolgáltatás játékos jellege és az alkalmazott reklámok kialakításának jellemzői miatt a gyermekek vásárlásra való közvetlen felhívása a megjelenítési móddal összefüggő okból eredő jogsértés, a felhívások közvetlenségét a kommunikáció egésze, az influenszerek és ügynökségeik által megalkotott tartalmak összehatása (képi világa, hangneme, szóhasználata, stílusa, hitelessége stb.) határozta meg. Ezen túl figyelembe vette azt is a hatóság, hogy a szolgáltató Global AQA Pty Ltd. nem utasított egyetlen influenszert vagy közvetítő vállalkozást sem arra, hogy közvetlenül kiskorúakat hívjon fel vásárlásra. A szolgáltató kifejezetten az egyes influenszerek stílusának megfelelő, de ún. call-to-action típusú kommu-

nikációt kért a partnereitől, amivel (mivel a célcsoport jelentős része kiskorú volt) gyermekek vásárlásra való közvetlen felhívását, és így tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósítottak meg, hiszen ez reklámfajta definíció szerint megvalósítja az adott (Fttv. mellékletének 28. pontja szerinti) tényállást: a call-to-action olyan marketingtechnika, amely a konverziós ráta növelése érdekében azonnali válaszra vagy éppen megrendelésre kívánja a fogyasztókat ösztönözni, jellemzően a reakcióhoz szükséges lépések bemutatásával.⁴¹

A VJ/3/2020. számú ügyben a kifogásolt szolgáltatást nyújtó ausztrál Global AQA Pty Ltd.-n kívül a fentiek miatt a Gazdasági Versenyhivatal a versenyfelügyeleti eljárásba bevont hat médiaügynökséget is, azonban végül csak négy esetben állapított meg jogsértő magatartást. A vonatkozó határozat értelmében a P4R Digital Agency Kft., a Social Guru Magyarország Kft., a hd OPEN! Kft. és a Globoport Média Holding Kft. felelősége fennállt az általuk közvetített kereskedelmi gyakorlat esetében a gyermekek vásárlásra történő közvetlen felhívása és a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám tekintetében. Ezen vállalkozásokkal szemben azonban nem szabott ki bírságot a hatóság, hanem megfelelési rendszer bevezetésére kötelezte őket annak érdekében, hogy a jövőre nézve ezen vagy más, fogyasztóvédelmi jellegű és más, versenyfelügyeleti eljárások tárgyát képező jogsértések elkerülhetőek legyenek – különös tekintettel a gyermekeket is célzó vagy érintő marketingre. A határozat iránymutatásul azt is kiemelte, hogy egy kereskedelmi gyakorlat esetében a gyermekekkel szembeni jogsértés kockázatát jelentősen csökkenti, ha

- a piaci szereplők megválogatják és szűrik a gyermekeket célzó csatornák használatát amennyiben a reklámok tartalmát tekintve felmerülhet a vásárlásra való közvetlen felhívás;
- nem alkalmaznak kiskorú, 18 évnél fiatalabb influenszereket, illetve amennyiben mégis, úgy
- a kiskorú, 18 évnél fiatalabb influenszereket dokumentáltan és hangsúlyosan oktatják, tájékoztatják (a keretszerződéseken kívül az egyes konkrét szerződések, megállapodások esetén is, valamint dedikált oktatóprogramo-

⁴¹ Wikipedia.org: Call to action (marketing), [https://en.wikipedia.org/wiki/Call_to_action_\(marketing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Call_to_action_(marketing)) (letöltés: 2022. 05. 14.).

kon, előadásokon) a jogszabályi előírásokról és az egyéb szakmai, etikai és jogi elvárásokról;

- a kiskorú, 18 évnél fiatalabb influenzaszerek által közzétett vagy a kiskorú, 18 évnél fiatalabb fogyasztókat célzó, vagy őket potenciálisan jelentős mértékben elérő tartalmakat előzetesen ellenőrzik/ellenőriztetik, erre különböző mechanizmusokat állítanak fel vagy szervezeti egységet rendelnek hozzá.

A reklámtípus kiválasztásán túl tehát a csatorna kiválasztása tekintetében is lehet felelősége a vállalkozásoknak. A gyermekeknek szóló reklámok esetében mind a reklámozók, az érdekelt kereskedők, mind a közvetítők, a szakmai közreműködők megelőzhetik a gyermekekhez eljuttatott kereskedelmi kommunikáció jogsértő voltát, például ha nem alkalmaznak gyermekek által követett csatornákat, gyermekkorú influenzaszereket. Lényeges továbbá – és ezt döntésében a Gazdasági Versenyhivatal is kiemelte –, hogy az ügyben érintett közreműködők nem passzív közvetítő platformok voltak, hanem ellentételezésért marketing-, illetve egyéb reklámozási szolgáltatást nyújtottak, aktívan vettek részt a folyamatban. Ebből adódóan jogos elvárás lehet az influenzaszerek vagy éppen a megrendelők felől, hogy az ellenszolgáltatásért akár szerződészerűen is megfogalmazott szakmai segítséget, szűrőt, érdemi hozzáadott értéket nyújtsanak.

A felelősségre vonatkozó joggyakorlat értelmében a fenti ügyben a feltárt kereskedelmi gyakorlatban beazonosított véleményvezérek versenyfelügyeleti eljárásba történő bevonására is sor kerülhetett volna, azonban a hatóság szem előtt tartotta, hogy a közigazgatási eljárási szabályok⁴² értelmében a költségtakarékosság és a hatékonyság érdekében úgy kell megszerveznie a tevékenységét, hogy az az ügyfélnek és a hatóságnak a legkevesebb költséget okozza, és az eljárás a lehető leggyorsabban lezárható legyen.⁴³ Valamennyi érintett influenzaszert és a velük kapcsolatban álló további, kisebb vállalkozások versenyfelügyeleti eljárásba

történő bevonása, azok nagy, több tucatot is meghaladó száma miatt az eljárás indokolatlan kiterjedéséhez, elnehezüléséhez vezethetett volna, így a magatartás korrekciójára elegendőnek tűnt az influenzaszereket képviselő ügynökségek magatartásának értékelése és jogszerűvé tétele, mivel az önmagában is kedvező, tovagyrűző hatással lehet a véleményvezérek magatartására is.

3.3. Az influenzaszermarketing „újrahasznosításának” értékelése

Részben a fenti bemutatott eljárási elvek és hatékonysági megfontolások miatt a VJ/45/2020. számú versenyfelügyeleti eljárásba sem vonta be a hatóság az ügyben feltárt – tucatnyi jogsértést megvalósító – kereskedelmi gyakorlatban résztvevő, kisebb-nagyobb követőtáborral bíró influenzaszereket, azonban két, influenzaszermarketinggel szorosan összefüggő magatartás tekintetében elmarasztalta az eljárás alá vont forgalmazókat.

Az ügyben hozott határozat⁴⁴ megállapította, hogy a Whitening Solutions Kft., a SOMNUS Investment Kft., az Online Trading Solutions s.r.o. és a Brightwhite Teeth Whitening s.r.o. eljárás alá vont vállalkozások a BrightWhite fogfehéritő rendszer népszerűsítése során tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsítottak a versenyfelügyeleti eljárásban elrendelt második ideiglenes intézkedésig, azaz 2021. július 29-éig, többek között azáltal, hogy 2016. augusztus 10-étől az igénybe vett influenzaszerek közösségi oldalain szerkesztői tartalomnak álcázott reklám alkalmazásával megvalósították az Fttv. mellékletének 11. pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat, valamint 2016. szeptember 6-ától a terméket ajánló influenzaszerek és az eljárás alá vont vállalkozások közötti gazdasági érdekeltség eljárás alá vontak saját közösségi oldalain történő feltüntetésének hiánya miatt megvalósították az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglaltakat, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

Az előbbi sérelem kapcsán a hatóság azt is megállapította egyes posztok mintázata alapján, hogy

⁴² A Tpv. 46. § (2) bekezdésének a) pontja szerint az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény („Ákr.”) rendelkezéseit kell alkalmazni a Tpv.-ben foglaltakkal összhangban az eljárás alapelveire. Az Ákr. 4. §-a a hatékonyság elve körében rögzíti, hogy a hatóság a hatékonyság érdekében úgy szervezi meg a tevékenységét, hogy az az eljárás valamennyi résztvevőjének a legkevesebb költséget okozza, és – a tényállás tisztázására vonatkozó követelmények sérelme nélkül, a fejlett technológiák alkalmazásával – az eljárás a lehető leggyorsabban lezárható legyen.

⁴³ Lásd pl. a VJ/67/2016. számú ügyben hozott határozat vonatkozó megállapítását.

⁴⁴ A határozat ellen az eljárás alá vontak keresettel éltek néhány jogsértés vonatkozásában, a per a cikk írásakor még folyamatban volt.

2018-tól a nagyobb követőszámmal rendelkező, így feltehetően szervezeten, menedzselten működő influenszerek döntően alkalmazták a #reklám, a #hirdetés vagy a #promóció megjelölést is, azzal együtt, hogy a bejegyzésekben – az együttműködési szerződéseknek megfelelően – egyszerre tucatnyi #-es címke volt látható. Az ügyben kiadott határozat szerint egyetlen feltárt szerződés sem tartalmazott arra vonatkozóan kitéelt vagy utasítást, hogy a posztok fizetett jellegét közölni kell, és hogy milyen módon, így a fizetett tartalom megjelölésére vonatkozó gyakorlat valószínűsíthetően az influenszerek tudatosságán múlt.

A VJ/45/2020. számú ügyben megállapításra került, hogy az influenszermarketing útján történő reklámozás a BrightWhite fogfehérítő termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikáció egyik kiemelt pillérét jelentette.⁴⁵ Az eljárás alá vontak a kozmetikumnak minősülő készüléket a vizsgálattal érintett évek során számos, kisebb-nagyobb követőbázissal rendelkező influenszer közreműködésével népszerűsítették. Az influenszerek a tartalmakat saját Facebook- és/vagy Instagram-oldalaikon tették közzé, majd ezen posztokat az eljárás alá vontak a termék weboldalának nyitóoldalán, valamint a termék Facebook- és Instagram-oldalán (és a kapcsolódó hirdetésekben) is hivatkozták, bemutatták. A hatóság azonban a rendelkezésre álló információk alapján megállapította, hogy az eljárás alá vontak által kezelt oldalakon közzétett („bemásolt”) influenszer-posztoknál a fizetett jellegre történő utalás nem jelent meg még akkor sem, ha a megosztott, eredeti bejegyzésben igen. Az eljárás alá vontak a „Köszönjük újra a bizalmat”, „Köszönjük a bizalmat”, „Köszönjük újra” fordulatokat írták a posztok mellé. Az eljárás alá vontak kommunikációja tehát hangsúlyosan épült

arra, hogy gazdasági érdekeltségen alapuló, szponzorált posztokat független véleményként tüntették fel, amely magatartás a jóhiszeműség és a tisztesség követelményébe ütközik, és a fogyasztói magatartás torzítására is alkalmas, ugyanis a fogyasztóban a termék és a BrightWhite márka iránti szimpátiát és bizalmat megalapozatlanul erősíti, ekként tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül.

Érdekessége az ügynek, hogy éveken keresztül több tucatnyi ismertebb, nagyobb követőtáborral rendelkező influenszer is népszerűsítette a terméket, azonban senkinek nem jutott az eszébe, hogy utánanézzon a terméknek például a forgalmazástól eltiltott termékek listáján vagy kételkedjen az egyes hatékonysági állítások megalapozottságában, miközben a Magyar Fogorvosi Kamara több állásfoglalást⁴⁶ is kiadott az otthoni fogfehérítő termékek hatásmechanizmusára, biztonságosságára vonatkozóan. A kamara bírálta azokat a hangzatos, de szakmailag megkérdőjelezhető állításokat, amelyek az ilyen típusú termékek hidrogén-peroxidmentességére és természetes jellegére utalnak, ezen információk azonban vagy nem jutottak el az influenszerekhez, vagy nem voltak rájuk hatással.

Szintén megjegyzésre érdemes, hogy az ügyben két ideiglenes intézkedésre, azaz a folyamatban levő kereskedelmi gyakorlat haladéktalan abbahagyásának, törlésének előírására került sor (2021. januárban és júliusban) ugyanis a Nemzeti Népegészségügyi Központ 2020 nyarán megtiltotta a termék további forgalmazását, amíg a termék dokumentációjának hiányosságait nem pótolja a forgalmazó. A beavatkozások miatt széles sajtónyilvánosságot kapott az ügy, mind a versenyfelügyeleti eljárás indításáról, mind a két ideiglenes intézkedésről jelent meg a hivatalnak közleménye⁴⁷ és jelentősebb sajtó-, illetve fogyasztói érdeklődés

⁴⁵ A posztok jellemzően olyan fényképpel jelentek meg, amelyen a véleményvezér a terméket éppen használja, vagy a használatot követő eredményt, a ríktóan fehér fogakat mutatja be. A posztok szövegei általában a termék peroxidmentességét, egyszerű, kényelmes és más tevékenységekkel párhuzamosan is végezhető használatát, a gyors, fájdalommentes és látványos eredményt, valamint a fehér és ápolt fogak fontosságát, és az elérhető árat hangsúlyozzák, illetve a termékre vonatkozó aktuális akcióra hívják fel a figyelmet. Továbbá gyakran kiemelték, hogy a terméket már több alkalommal, vagy akár évek óta visszatérően alkalmazzák (a szerződéseknek megfelelően). A posztok mellett minden esetben bejelölésre került a termék saját Instagram- és/vagy első Facebook-oldala, amely mellett a legtöbb esetben a következő címkék is szerepeltek különböző kombinációkban: #brightwhite, #brightwhitehungary, #fogfeherites, #otthonifogfeherites, #fajdalommentes, #biztonsagos, #gyors, #peroxidmentes, #fajdalommentesfogfeherites, #magabiztosmosoly, #fogfeherito, #peroxidmentesfogfeherites, #mosolyogmagabiztosan, #feherfogak, #mosoly, #mosolygós, #fogfeherites, #brightwhitehu, #fogfehérítő (szintén az együttműködési szerződéseknek megfelelően).

⁴⁶ Magyar Fogorvos 2013/1. és Magyar Fogorvos 2016/5. lapszámok.

⁴⁷ Gazdasági Versenyhivatal: Forgalmából kivont fogfehérítőt hirdettek, a GVH vizsgálatot indított, 2021. 01. 12., <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2021-es-sajtokozlemenyek/forgalombol-kivont-fogfeheritot-hirdettek-a-gvh-vizsgalatot-inditott> (letöltés. 2022. 05. 14.); Gazdasági Versenyhivatal: A GVH megtiltotta a BrightWhite fogfehérítő

volt tapasztalható, azonban a rendelkezésre álló információk szerint egyetlen influenzszer sem élt jelzéssel, helyreigazítással a követői felé. Nem célja a jelen írásnak etikai kérdésekben vagy társadalmi felelősségvállalás témában állást foglalnia, így pusztán az Fttv. 9. §-ának keretei között utal arra, hogy bármely megjelenítési móddal összefüggő jogsértésért fennállhat az influenzszer felelőssége és számonkérhetősége, ha nem a megrendelő utasításából ered a jogsértés. Márpedig az influenzszermarketing területén a hatósági tapasztalatok alapján a dokumentáltság annyira alacsony szintű, hogy nehézséget okozna annak bizonyítása, hogy valamely jogsértés forrása a megrendelő utasítása.

3.4. Ajánlások és influenzszermarketing

Az elmúlt években számos versenyfelügyeleti eljárásban⁴⁸ került egészségügyi szakember ajánlása vizsgálatra, ugyanis egy (szakmai) ajánlás – mint pozitív többletbizalmi elem – többféle fogyasztói értelmezéssel is bírhat megfogalmazástól, a megjelenítés formáitól és az érintett piac jellemzőitől is függően, továbbá néhány termék kategória (gyógyszer, gyógyászati segédeszköz, élelmiszer) esetében a szabályozás a versenysemlegesség és az indokolatlan fogyasztás elkerülése érdekében tiltja/korlátozza az egészségügyi szakember ajánlását. Influenzszerekkel összefüggésben került a kérdés értékelésre a VJ/35/2020. számú versenyfelügyeleti eljárásban (azt azonban érdemes hangsúlyozni, hogy a sérelmezett kommunikáció csak kisebb részben volt látható az érintett influenzszer által gondozott közösségi oldalakon, döntően a reklámozó YouTube-csatornáján jelent meg).

A fenti ügyben hozott határozat azt állapította meg, hogy a Nutrivsum Kft. és az általa igénybevett influenzszer vállalkozása, a FITNESS-MAFIA Sports Company Kft. tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsítottak a Nutrivsum-termékek YouTube-csatornáján és egyéb kommunikációs eszközökön azzal, hogy ágazati rendelkezéseket sértő módon a gyógyszerészként is ismert és megjelenő influenzszer a Nutrivsum étrend-kiegészítő termékeket ajánlotta (hasznalta és mutatta be). Az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó ál-

lításokról szóló 2006. december 20-ai 1924/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (Egyes egészségre vonatkozó állítások alkalmazásának korlátozása című) 12. cikkének c) pontja értelmében nem engedhető meg olyan egészségre vonatkozó állítás alkalmazása, amely egyes orvosok vagy egészségügyi szakemberek, valamint egyéb, a 11. cikkben nem említett szervezetek ajánlásaira hivatkoznak.

A VJ/35/2020. számú versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált teljes kampány, az összes – a Nutrivsum márkához és termékekhez kapcsolódó – videó és egyéb bejegyzés egy közismerten egészségügyi végzettségű személyre, egy gyógyszerészre épült, tehát az egyes összetevők, táp- és hatóanyagok, illetve az étrend-kiegészítők és egyéb élelmiszerek kedvező élettani hatásai is az ő tolmácsolásában jelentek meg, ekként nemcsak egy-egy előny, kedvező jellemző hangsúlyozása, de a kereskedelmi gyakorlat egészének üzenete is ezen személy ajánlása volt a Nutrivsum termékek vonatkozásán. Lényeges továbbá, hogy az érintett influenzszert éppen az emelte ki az influenzszerek közül, hogy azontúl, hogy testépítő, egyben egészségügyi szakember, gyógyszerész is (ahogyan ezt a tényt önmaga is hangsúlyozza már a videók legelején), ekként nem az volt a magatartás értékelése körében a releváns, hogy (sportolói) influenzserei minőségében állította elő a tartalmat, hanem hogy egyben gyógyszerész is, hiszen minden videóban és posztban egyértelművé tette, hangsúlyozta, hogy szakmai ismeretekkel rendelkezik, patikus.

Nemcsak az élelmiszerek piacán korlátozott az ajánlások alkalmazása, illetve közvetetten az egyre gyakrabban és intenzívebben alkalmazott influenzszerek személyi köre, hanem a gyógyszerek és a gyógyászati segédeszközök esetében is, ahol értelmezésem szerint ez a marketingeszköz nem is használható jogszerűen. A biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény 17. § (2) bekezdésének g) pontja szerint ugyanis az embergyógyászati célra szánt, gyógyszerartárból vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek, továbbá a

reklámozását, 2021. 02. 02., <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2021-es-sajtokozlomenyek/a-gvh-megtiltotta-a-brightwhite-fogfeherito-reklamozasat> (letöltés: 2022. 05. 14.); Gazdasági Versenyhivatal: Továbbra is kerülendő a betiltott fogfehérítő, figyelmeztet a GVH, 2021. 08. 05., <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2021-es-sajtokozlomenyek/tovabbra-is-kerulendo-a-betiltott-fogfeherito-figyelmeztet-a-gvh> (letöltés: 2022. 05. 14.).

⁴⁸ Pl. VJ/52/2012., VJ/19/2013., VJ/56/2014., VJ/68/2015., VJ/112/2015. számú versenyfelügyeleti eljárások.

támogatással nem rendelhető gyógyászati segéd-eszközök – egyébként is számos más tartalmi és formai elvárással terhelt – reklámja nem tartalmazhat olyan utalást vagy kifejezést, amely tudósok, egészségügyi szakemberek vagy ismert személyiségek ajánlását tartalmazza. Az influenszerek pedig álláspontom szerint minimum a saját célcsoportjukban, saját követőik között ismert személyiségek, éppen ezen ismertségük alapozza azt meg, hogy valamely piaci szereplő velük népszerűsíti termékét.

4. Az influenszermarketing kiemelt célcsoportja és a rájuk gyakorolt hatás

Ha influenszermarketingről beszélünk, akkor érdemes arról a fogyasztói körrel is röviden említést tenni, akik média- (és tartalom-) fogyasztási szokásaik miatt ezen eszközzel különösen hatékonyan érhetőek el a reklámozók által, illetve akik már nemcsak a jövő hosszú távú, de a jelen fogyasztói is. A generációs marketing⁴⁹ Z generációnak nevezi az 1996 és 2010 között születetteket, de számos más olyan elnevezéssel is találkozhatunk, amely a generáció sajátos jellemzőit az online térrel való kapcsolata révén írja le: netgeneráció, digitális őslakosok, bedrótozott nemzedék. Fogyasztói szempontból lényeges, hogy ez a generáció a legoktatottabb, és a tagok várható életkora is a leghosszabb, továbbá fejlett problémamegoldó képességük kiemelkedő technikai érzékkel társul.⁵⁰

Egy 2021-ben készült kérdőíves kutatás⁵¹ arra a megállapításra jutott, hogy a Z generáció a TikTok és az influenszerek bűvöletében él. A kutatás nyilvánosan elérhető adatai alapján nem állapítható meg, hogy az mennyire reprezentatív a teljes hazai Z generációra nézve, mindenesetre az eredmények szerint minden második fiatal a hagyományos média már nem érdekli, sokkal szívesebben tölti az idejét a közösségi médiában. Szinte kivétel nélkül használják a legnépszerűbb közösségi média-felületeket, a legtöbb időt a TikTokon

töltik (a második és harmadik legnépszerűbb felület a YouTube és az Instagram). Ugyan még mindig magas a fiatalok aránya a Facebook-felhasználók körében, azonban egyre kevésbé aktívak: 45 százalékuk naponta 15 percnél kevesebb időt tölt el a felületen.

Megkérdezett tíz fiatalból négy legalább napi két órát „tiktokozik”, egy pedig napi öt óránál többet tölt a platformon. Különösen a 13–15 éves kamaszok között magas a TikTok-függők aránya (44 százalék). Maguk a megkérdezettek is elismerik a „függőséget”, a TikTokot jóval inkább addiktívnek találják, mint az Instagramot.

A követett influenszereket tekintve a kutatást azt tárta fel, hogy elenyésző azok aránya a két legnépszerűbb platformon, akik kizárólag magyar vagy kizárólag külföldi influenszert követnek, azonban a TikTokon jóval többen vannak, akik többségében külföldi influenszert követnek, mint az Instagramon. Ezek az információk álláspontom szerint különösen az Fttv. hatálya, valamint az egyes fogyasztói szempontból releváns tájékoztatások, szövegek (például a fizetett tartalom megjelölése) nyelvhasználata miatt érdekesek. Ugyanis miközben kétségtelenül kiterjednek egy magyar fiatalokat is megszólító, illetve elérő külföldi (idegen nyelven kommunikáló) influenszere az Fttv. rendelkezései, addig nem várható el, életszerűtlen, hogy a fizetett tartalom megjelölése magyarul (is) megtörténjen, különösen azért, mert a követők valószínűsíthetően maguk is megértik az idegennyelvű tájékoztatást, és a nyelvek keveredése akár zavaró is lehet.

Az influenszertartalmakat illetően a kutatás arra jutott, hogy a fiatalok az influenszerek tartalmasabb bejegyzéseit kedvelik legjobban, sőt háromnegyedük jobban kedveli a TikTokon vagy Instagramon népszerűvé vált influenszereket, mint a közösségi médián kívüli médiasztárokat. Mindez véleményem szerint azt erősíti, hogy a kisebb követői bázissal rendelkező influenszerek tényleges közvetlen hatásuk miatt értékes és népszerű reklá-

⁴⁹ Wikipedia.hu: Generációs marketing, https://hu.wikipedia.org/wiki/Generációs_marketing (letöltés: 2022. 05. 09.).

⁵⁰ Komár Zita: Generációelméletek. In: Új Köznevelés, 2017/8–9, <https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-kozneveles/generacioelmeletek> (letöltés: 2022. 05. 09.); Pais Ella Regina: Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához – tanulmány, Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 2013, https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais_alapvetesek_a_z_generacio_tudomany-kommunikaciojához_-_tanulmany_2013.pdf (letöltés: 2022. 05. 09.).

⁵¹ A kutatás közel 2000 Z generációs, 13–25 év közötti fiatalot kérdezett meg az 2021. június 1-je és szeptember 1-je között. Az iFaktorAgency.hu üzemelteti az influenszer hírekre specializálódott ifaktor.hu hírportált, ahol a kutatás készült (iFaktorAgency: Z generáció a TikTok és az influenszerek bűvöletében, kutatási riport, <https://ifaktoragency.hu/z-generacio-a-tiktok-es-az-influencerek-buvoleteben.pdf>, letöltés: 2022. 05. 09.).

mozási felületet jelenthetnek, ahogyan ezt egyébként a fent ismertetett egyesült államokbeli kutatás is feltárta a hirdető, reklámozók gyakorlata alapján. Ez az influenszeri kör azonban jellemzően mögöttes szakmai (jogi, gazdasági, ágazati) ismeret nélküli természetes személyekből áll, így a jövőben mindenképpen kiemelt figyelmet szükséges fordítani ezen szereplők tevékenységének támogatására, tudatosságuk fokozására.

Az iFaktorAgency.hu kutatása szerint a Z generáció tagjai még nyitottak a márkák kommunikációjára, és csak a fiatalok kevesebb mint fele érzi úgy, hogy túl sok a reklám és a marketing-tartalom a TikTokon és az Instagramon, sőt több mint kétharmaduk úgy látja, hogy ezen a két felületen a márkák is képesek szórakoztató tartalmakat előállítani. A kutatás szerint a fiatalok számára a márkák közösségi oldalai, de még az ott olvasható kommentek is referenciaként szolgálnak, több mint kétharmaduk rá szokott keresni véleményekre, ajánlásokra a közösségi médiában, mielőtt megvásárol egy terméket vagy szolgáltatást.

Az érintett korosztály ügyleti, azaz fogyasztói döntései befolyásolhatóságának szempontjai kapcsán kiemelendő a kutatás eredményei alapján, hogy a fiatalok háromnegyedét nem zavarja, ha egy influenszer terméket vagy szolgáltatást népszerűsít a közösségi médiában, feltéve, hogy azt nem viszi túlzásba, mert a fiatalok fele követett ki már influenszert a túl sok szponzorált tartalom miatt. Ezzel együtt a fiatalok közel fele (különösen a kiskamasz kör) hajlik arra, hogy ki is próbáljon egy terméket vagy szolgáltatást, amit egy influenszer ajánl, továbbá 10-ből 8 fiatal meglátogatta már egy márka honlapját influenszer ajánlását követően, illetve közel felük vásárolt is már legalább egyszer ilyen ajánlás alapján. A feldolgozott válaszok szerint a leginkább befolyásolhatónak a kiskamaszok bizonyultak, ugyanis minden második kiskamasznak már változott pozitív irányba egy márkáról alkotott képe, valamint minden harmadik váltott már márkát egy influenszer ajánlása alapján.

A fentiek meglehetősen robosztusan igazolják, hogy az influenszerek jelentős hatással vannak a tizen- és huszonevűesekre, így nem véletlen, hogy egyre több vállalkozás ismeri el ezen fogyasztók elérésének hatékony eszközeként a közösségi médiát, és indít saját oldalt, csatornát, valamint működik együtt influenszerekkel.

A célcsoport egy része azonban gyermeknek minősül még, így speciális védelmet élvez az Fttv.

alapján. Az Fttv. azon túl, hogy mellékletének 28. pontjában önálló tényállásban rendelkezik a gyermekeknek szóló reklámok tisztességtelen formájáról, a gyermekeket mint egy kereskedelmi gyakorlat célcsoportját is védi az Fttv. 4. §-ának (1) és (2) bekezdései révén. Az Fttv. 4. §-a szerint ugyanis, ha egy kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, adott esetben gyermekek vagy éppen közösségimédia-függő tizen- és huszonevűesek felé, akkor a csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni, azaz nem lehet figyelmen kívül hagyni az életkori vagy a függőségéből eredő sajátosságokat.

5. Összegzés

Az influenszermarketing népszerűsége számos tényezőnek köszönhető, és valószínűleg rövidebb távon nem is fog teret veszíteni, így mind a vállalkozásoknak, mind a fogyasztók érdekei fölött örökös hatóságoknak meg kell tanulniuk helyén kezelni az eszközt annak érdekében, hogy az influenszer szó ne ellenérzést váltson ki, hanem minőségi, értékes tartalomra utaljon a kereskedelmi gyakorlatok terén, és általában a felénk irányuló kommunikációban.

Véleményem szerint számos körülmény indokolja, hogy az influenszermarketing témával a Gazdasági Versenyhivatal is kiemelten és visszatérően, a fizetett jelleg egyértelmű megjelölésének vizsgálatát meghaladóan foglalkozzon. Az influenszermarketing súlya mind a hagyományos reklámokhoz képest, mind az online kommunikáción belül folyamatosan növekszik, miközben az egyes piaci szereplők felkészültsége igen széles skálán szóródik. Lényeges továbbá, hogy az influenszermarketingnek teret adó közösségimédia- és egyéb platformok is változnak, részben a vonatkozó ágazati szabályozásnak és elvárásoknak, részben pedig az újabbnál újabb fejlesztéseknek, innovációnak és az újabb platformoknak köszönhetően.

A Gazdasági Versenyhivatal egyetlen szempontból, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok ágazat- és platformsemleges szűrőjén keresztül értékeli az influenszermarketing körében felmerülő kérdéseket, azonban nem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy egyes ágazati (média-, reklám- és személyiségi jogi, illetve gyermekvédelmi stb.) megoldások, elvárások hatással vannak egymásra, bár az is hangsúlyozandó, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlatokért való felelősség nem keverendő

össze a morális vagy társadalmi, illetve más jogterületek szerinti felelősséggel.

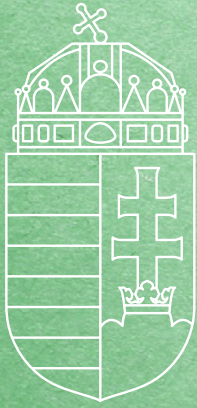
A joggyakorlat kapcsán kiemelendő, hogy a Gazdasági Versenyhivatal alapvetően funkcionális megközelítést alkalmaz az influenszermarketing beazonosítása során, azaz bármely hazai érintettségű bejegyzés, videó, hanganyag és egyéb tartalom a közösségi médiában, blogban, videómegosztón vagy bármely más felületen, csatornán, valamint bármely vállalkozás, szervezet, egyéni vállalkozó, személy és egyéb entitás, ami vagy aki a fogyasztói döntéseinkre befolyással bírhat tárgya, illetve kötelezettje vagy ügyfele lehet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat korrigálni célzó versenyfelügyeleti eljárásoknak.

Az influenszermarketing egyik alapvető kérdése a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok értékelése körében, hogy a jogsértésért ki tehető felelőssé, illetve mely piaci szereplőtől, személytől várható a sérelem leggyorsabb, legeredményesebb

korrekciója. Mivel az influenszerek döntő többsége természetes személy, vállalkozói ismeretek nélkül, így az őket közvetítő ügynökségeknek és egyéb vállalkozásoknak, valamint a hirdetőknak, reklámozóknak is kiemelt szerepe és felelőssége van abban, hogy az influenszermarketing tisztességes és jogszerű legyen. Előremutató példa lehet az Unilever cégcsoport azon globális célkitűzése,⁵² hogy 2023. januártól nem céloznak 16 éven aluliakat a közösségi médiában és a hagyományos reklámokkal sem, valamint nem alkalmaznak 16 éven aluli influenszereket és olyanokat, akinek az elsődleges célcsoportja 16 éven aluli.

Kiemelendő azonban az is, hogy az influenszerek – legyenek bármilyen „kicsik” – nem háríthatnak át minden felelősséget a megrendelőikre vagy a közvetítőkre, ugyanis tényszerűen célzott gazdasági tevékenységet végeznek, szolgáltatást nyújtanak, így megfelelési kötelezettségük nekik is van.

⁵² Unilever announces new global principles for food marketing to children, 2022. 04. 21., <https://www.unilever.com/news/press-and-media/press-releases/2022/unilever-announces-new-global-principles-for-food-marketing-to-children/> (letöltés: 2022. 05. 24.).



Bedő Renáta¹

Az Európai Unió Törvényszéke ítéletének megállapításai a Scania AB és társai kontra Európai Bizottság ügyében (T-799/17. sz. ügy), különös tekintettel a „hibrid” eljárásokra

Study on the judgment of the General Court of the European Union in Case T-799/17 Scania AB and Others v European Commission with special regard to the “hybrid” settlement procedures

Abstract: *The aim of this study is to summarize the judgment the General Court of the European Union in Case T-799/17 Scania AB and Others v European Commission with special regard to the challenges of the hybrid settlement procedures. In the judgment the Court has provided a guidance for the operation of hybrid settlement procedure staggered over time regarding fundamental rights.*

Tárgyszavak: kartellek, tehergépjármű-gyártók piaca, időben fokozatos „hibrid” eljárás, ártatlanság vélelme, pártatlanság elve, Alapjogi Charta

Keywords: agreements, decisions and concerted practices, Truck manufacturers market, “hybrid” procedure staggered over time, presumption of innocence, principle of impartiality, Charter of Fundamental Rights

1. Bevezetés

Megszületett az Európai Unió Törvényszékének („Törvényszék”) régóta várt ítélete a Scania és társai² („Scania” vagy „felperesek”) elleni árrögzítési ügyben. A Törvényszék 2022. február 2-án elutasította a Scania által benyújtott fellebbezést, és helybenhagyta az Európai Bizottság („Bizottság”) határozatát, amely 880,5 millió eurós bírságot szabott ki az 1997 és 2011 között más gyártókkal kötött árrögzítő megállapodások miatt. A Törvényszék ítéletének jelentősége abban áll, hogy iránymutatást ad arra vonatkozóan, hogy hogyan kell az eljárásjogi garanciákat tiszteletben tartani, amikor a Bizottság először a vitarendezésben részt vevő felek tekintetében egy vitarendezési határozatot fogad el, amelyet a vitarendezésben részt nem vevő felekre vonatkozó rendes eljárásban hozott hatá-

rozat elfogadása követ („időben fokozatos »hibrid« eljárás”).

2. A jogvita előzményei

Miután az MAN tehergépjármű-gyártó engedékenységi nyilatkozatával 2010-ben egy kartellt tárt fel, 2014-ben a Bizottság a 2002. december 16-ai 1/2003 rendelet³ 11. cikkének (6) bekezdése értelmében eljárást kezdeményezett tehergépjármű-gyártók ellen, valamint kifogásközlést fogadott el, amelyről értesítette a vállalkozásokat. A kifogásközlés elfogadását követően a címzettek nem hivatalos úton felvették a kapcsolatot a Bizottsággal, és azt kérték, hogy az ügy vitarendezési eljárás keretében folytatódjon. Miután minden vállalkozás megerősítette hajlandóságát a vitarendezési megbeszéléseken való részvételre, a Bizottság a vitarendezési eljárás megindításáról határozott.

¹ Vizsgáló, Gazdasági Versenyhivatal – Kartell Iroda.

² Scania AB, Scania CV AB és Scania Deutschland GmbH.

³ Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról (EGT-vonatkozású szöveg) („1/2003 rendelet”; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32003R0001>, letöltés: 2022. 05. 06.)

Ezt követően a felek a Scania kivételével („a vitarendezésben résztvevő felek”) a 2004. április 7-ei 773/2004 rendelet⁴ 10. cikkének (2) bekezdése alapján vitarendezés eljárás iránti hivatalos kérelmet nyújtottak be. A jogvita előzményeinél szükséges kiemelni azt, hogy bár a Bizottság a Scania vonatkozásában is kifogásközlést fogadott el, valamint a Scania szintűgy részt vett a vitarendezési megbeszéléseken, végül mégsem nyújtotta be a vitarendezési eljárás iránti kérelmet. A vitarendezési eljárás eredményeképpen a Bizottság 2016-ban a vitarendezésben résztvevő felekre vonatkozóan határozatot hozott („vitarendezési határozat”),⁵ amelyben felelősnek ítélte őket az ügyben tanúsított magatartásukért.

A Bizottság a vitarendezési határozatában megállapította, hogy a vitarendezésben résztvevő felek kartellben vettek részt, amely az Európai Gazdasági Térség teljes területére kiterjedő, 14 éven keresztül tartó, a bruttó áremelésekre vonatkozó összehangolt megállapodásokból, valamint a tehergépjárművekre előírt szennyezőanyag-kibocsátást szabályozó technológia bevezetésével járó költségek időzítéséből és fogyasztókra való áthárításából állt. A vitarendezési határozat címzett anyavállalatai közvetlenül részt vettek az árak, ár-emelések és az új kibocsátási szabványok 2004-ig történő bevezetésének egyeztetésében. A Bizottság meglátása szerint a két- és többoldalú egyeztetések a német leányvállalatokon keresztül zajlottak, amelyek arról eltérő mértékben tettek jelentést anyavállalataiknak. A Bizottság közel 2,93 milliárd eurós bírságot szabott ki a tehergépjármű-gyártókra a kartellben való részvétel miatt.

Mivel a Scania úgy döntött, hogy nem nyújt be vitarendezésre irányuló javaslatot, így a Bizottság a rendes eljárás keretében folytatta a Scania magatartásának vizsgálatát. A fenti vitarendezési határozat elfogadása után a Scania azt kérte, hogy a Bizottság adja meg az ügyiratokhoz az iratbetekintés óta hozzáadott dokumentumok jegyzékét, az esetleges mentő bizonyíték beazonosítása céljából. A Bizottság engedélyezte a vitarendezési eljárással

kapcsolatos eljárási információkra vonatkozó és az engedékenységi dokumentumok tartalmának megismerését, de megtagadta a betekintést a harmadik felekkel folytatott levelezésbe és a vitarendezési határozat két címzettje által benyújtott kifogásközlésre adott válaszokba.

Ezen kívül, a rendes eljárás keretében Scania észrevételeket nyújtott be a kifogásközlésre, valamint sor került a szóbeli meghallgatására is. Ezt követően a Bizottság tényállást közlő leveleire a Scania benyújtotta észrevételeit. Végül 2017. szeptember 27-én a Bizottság határozatában („megtámadott határozat”)⁶ megállapította, hogy a Scania a fenti kartellben részt vett, valamint az Európai Unió működéséről szóló szerződés („EUMSZ”) 101. cikkének és az az Európai Gazdasági Térségről szóló 1992. május 2-ai megállapodás („EGT-megállapodás”) 53. cikkének egységes és folytatólagos megsértésével kapcsolatban 880,52 millió eurós bírságot szabott ki. A Bizottság megállapította, hogy a vitarendezési eljárásban részt nem vevő Scania 2004. január 20-a és 2011. január 18-a között részt vett a tehergépjármű-kartellben, így felelőssége a fenti időszakra terjed ki.

3. A Törvényszék előtti eljárás

A felperesek az Európai Unió Törvényszékéhez fordultak és keresetükben⁷ azt kérték, hogy fogadjon el pervezetési intézkedést, amelynek keretében felhívja a Bizottságot arra, hogy tegye hozzáférhetővé a vitarendezési határozat két címzettje által kifogásközlésre vonatkozóan tett írásbeli észrevételeket. Továbbá kérték a bírság összegének mérséklését, valamint a Bizottság 2017. szeptember 27-ei határozatának megsemmisítését, amely az EUMSZ 101. cikke és az EGT-megállapodás 53. cikke szerinti eljárás megindítására vonatkozik. A felperesek keresetükben kilenc jogalapot jelöltek meg, amelyek közül az első jogalap vonatkozik a jelen esetismertetés fő témáját jelentő, a Bizottság által lefolytatott eljárás „hibrid” jellege által felvetett eljárás jogi garanciák kérdésére.

⁴ Bizottság 773/2004/EK rendelete (2004. április 7.) a Bizottság által az EK-Szerződés 81. és 82. cikke alapján folytatott eljárásokról (EGT vonatkozású szöveg) („773/2004 rendelet”; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A32004R0773>; letöltés: 2022. 05. 06.)

⁵ Bizottság 2016. július 19-ei határozata az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke és az EGT-megállapodás 53. cikke szerinti eljárással kapcsolatban (AT.39824-Tehergépjárművek-ügy).

⁶ Bizottság 2017. szeptember 27-ei határozata az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke és az EGT-megállapodás 53. cikke szerinti eljárással kapcsolatban (AT.39824-Tehergépjárművek-ügy).

⁷ 2017. december 11-én benyújtott kereset a Scania és társai kontra Bizottság ügyében (T-799/17. sz. ügy).

A Törvényszék 2022. február 2-án a fellebbezést teljes egészében elutasította, és többek között megállapította azt, hogy a Bizottság a „hibrid” eljárás alkalmazásával nem sértette meg az ártatlanság véelmét, a felperesek védelemhez való jogát, valamint a pártatlan vizsgálat elvét.⁸

3.1. A felperesek jogi érvelése

A felperesek keresetükben elsősorban az eljárás „hibrid” jellegét vitatják, amely álláspontjuk szerint a felperesek védelemhez való, az Európai Unió Alapjogi Chartája 48. cikkének (2) bekezdéséből származó jogának, az uniós intézmények pártatlan vizsgálat lefolytatására vonatkozó, az Európai Unió Alapjogi Chartája 41. cikkének (1) bekezdéséből származó kötelezettségének, valamint az ártatlanság véelmének sérelmét okozta. A felperesek arra hivatkoztak, hogy a vitarendezési, illetve a megtámadott határozat ugyanazt a kartellt érintve, ugyanazon tényeken és bizonyítékokon alapultak. A fentiekből kiindulva a felperesek elsősorban úgy érveltek, hogy azzal, hogy a Bizottság már a vitarendezési határozatban jogilag minősítette a tényállást, megsértette a felpereseknek a védelemhez való jogát, valamint a 1/2003 rendelet 27. cikk (1) és (2) bekezdését.

Másodsorban a felperesek kifejtették, hogy a Bizottság nem teljesítette az uniós intézményeknek pártatlan vizsgálat lefolytatására vonatkozó, a gondos ügyintézés elvéből eredő kötelezettségét, ugyanis a megtámadott határozat elfogadását megelőzően, a vitarendezési határozatot elfogadva a Bizottság már nem volt abban a helyzetben, hogy pártatlanul és objektíven értékelje a Scania által az eljárás során előterjesztett bizonyítékokat. A felperesek kiemelték, hogy a gondos ügyintézés elvének ilyen szintű megsértését még a bizonyítékok Bíróság általi átfogó felülvizsgálata sem képes orvosolni.

Végül a felperesek arra hivatkoztak, hogy a megtámadott határozat sérti az ártatlanság véelmét, amelyet az Európai Unió Alapjogi Chartája 48. cikkének (1) bekezdése ír elő. A felperesek kiemelték, hogy a Bizottság a kifogásközlésben fog-

laltakkal azonos tények tekintetében arra a következtetésre jutott, hogy e tények, amelyekben állítólag a felperesek is részt vettek, jogsértést valószínűsítanak meg. Ennek következtében a Bizottság a vitarendezési határozata túlmutat a felperesek esetleges felelősségére való pusztán hivatkozáson, amely sérti a felperesek ártatlanság véelméhez fűződő jogát. A felperesek arra a következtetésre jutottak, hogy mivel a vitarendezési határozatot a megtámadott határozat meghozatala előtt fogadták el, a Bizottság a megtámadott határozatot nem hozhatta meg pártatlanul és anélkül, hogy a felperesek meghallgatáshoz való joga és az ártatlanság véelme ne sérült volna meg.

3.2. A Törvényszék döntése és annak indokai

A Törvényszék először is a korábbi joggyakorlatára⁹ hivatkozva kiemelte, hogy az 1/2003 rendelet 7. és 23. cikke nem zárja ki azt a lehetőséget, hogy a Bizottság az EUMSZ 101. cikk alkalmazása keretében „hibrid” eljárást alkalmazzon.¹⁰ Ennek megfelelően a Bizottság jogosult arra, hogy a vitarendezési eljárás lefolytatása iránti kérelmet benyújtó vállalkozásokkal szemben vitarendezési eljárást alkalmazzon, amíg a vitarendezésben részt nem vevő felekkel szemben a 773/2004 rendelet általános rendelkezései által szabályozott eljárást folytassa le.¹¹

Továbbá a Törvényszék megállapította, hogy önmagában az időben fokozatos „hibrid” eljárás nem jár az ártatlanság véelmének, a védelemhez való jognak vagy a pártatlanság követelményének megsértésével. A Törvényszék kiemelte, hogy az időben fokozatos „hibrid” eljárások különösen akkor tartják tiszteletben a fenti jogokat és elveket, ha a vitarendezési határozat elfogadása nem teszi szükségessé a vitarendezésben részt nem vevő fél felelősségének megállapítását.¹²

A fentiekből kiindulva a Törvényszék arra a következtetésre jutott, hogy azt szükséges megvizsgálni, hogy a jelen esetben a Bizottság által alkalmazott, időben fokozatos „hibrid” eljárás tiszteletben tartotta-e a fenti jogokat és elveket, így azt, hogy a Bizottság eljárása során betartotta-e az

⁸ Törvényszék 2022. február 2-ai ítélete a Scania és társai kontra Bizottság ügyében (T-799/17. sz. ügy), („Törvényszék ítélete”).

⁹ Törvényszék 2015. május 20-ai ítélete a Timab Industries és CFPR kontra Bizottság ügyben (T-456/10. sz. ügy), Törvényszék 2017. november 10-ei ítélete az Icap és társai kontra Bizottság ügyében (T-180/15. sz. ügy).

¹⁰ Törvényszék ítélete 101. pont.

¹¹ Törvényszék T-456/10. sz. ügyben hozott ítélete (9. lj.), EU:T:2015:296, 70., 71. és 104. pont.

¹² Törvényszék T-180/15. sz. ügyben hozott ítélete (9. lj.), EU:T:2017:795, 265-268. pont.

ártatlanság véelmét és a Scaniával szembeni pártatlansági kötelezettségét, valamint a Scania védelemhez való jogát.

Az ártatlanság véelme elvének megsértésére vonatkozóan először is a Törvényszék az Emberi Jogok Európai Bíróságának („EJEB”) Navalnyy-ügyben¹³ hozott ítéletére hivatkozva rámutatott az emberi jogok és az alapvető szabadságok védelmének fontosságára versenyjogi ügyekben. Ezután, a Törvényszék több ügyre, köztük a Karaman-ügyre¹⁴ és az Icap-ügyre¹⁵ is hivatkozott annak megállapítása érdekében, hogy milyen fontos a megfelelő szóhasználat a Bizottság határozataiban.¹⁶ A Törvényszék megállapította, hogy bár a Bizottság a vitarendezési határozatban a „többek között” szófordulat a határozat címzettjeinek magatartására való hivatkozással hallgatólagosan utalt a Scaniára, ez az utalás nem a szóban forgó jogsértésért való felelősségre vonatkozik, hanem legfeljebb a vitarendezésben résztvevő felekkel szemben megállapított bizonyos magatartásokban való részvételre. Ennek megfelelően a fenti szófordulat nem egyértelmű nyilatkozat, amelyet a felelősség végleges megállapításának hiányában tettek, hogy a Scania követte el a jogsértést.¹⁷ A jelen ügyben a Törvényszék megállapította, hogy a Bizottság álláspontja szerint a felperesek által hivatkozott vitarendezési határozat egyik passzusa sem tartalmaz olyan utalást a Scaniára, amelyből nyilvánvalóvá válna, hogy a Bizottság e határozat elfogadásakor már előzetesen megállapította a Scania felelősségét az EUMSZ 101. cikk megsértésével összefüggésben.¹⁸

A Törvényszék a Pometon-ügyre¹⁹ hivatkozva kiemelte, hogy pusztán az a tény, hogy a vitarendezési határozat címzettjei elismerték a jogsértésben való részvételüket és elismerték bűnösségüket, nem vezethet a Scania felelősségének hallgatólagos elismeréséhez az ugyanezen tényekben való eset-

leges részvétele miatt, és a Bizottság által a Scania tekintetében hozott következtetéseket nem alakítja át *de facto* és *de jure* automatikusan egyfajta „burkolt ítéletté”.²⁰ Erre vonatkozóan a Törvényszék megjegyezte, hogy bár a Bizottság a Scaniának és a vitarendezésben végül résztvevő feleknek egyaránt megküldött kifogásközlésben a Scania szerepére és felelősségére vonatkozó következtetéseket fogalmazott meg a szóban forgó jogsértés tekintetében, a felperesek állításával ellentétben a vitarendezési határozat nem közvetlenül e kifogásközlésen alapul, hanem a vitarendezésben résztvevő felek és a Bizottság közös megegyezésén.²¹ A Törvényszék arra a következtetésre jutott, hogy a Bizottság nem sértette meg a Scania ártatlanságának véelmét azzal, hogy a megtámadott, illetve a vitarendezési határozat ugyanazon tényeken és bizonyítékokon alapul. A Törvényszék megállapította, hogy az erre való hivatkozásnál a felperesek figyelmen kívül hagyták azt, hogy a rendes eljárás keretében az észrevételeik, valamint meghallgatásuk során előadott bizonyítékok fényében a Bizottság az ügyet újra megvizsgálja, a tényállást pedig felülvizsgálja.²²

A tények és a bizonyítékok pártatlan vizsgálatával kapcsolatban a Törvényszék kimondta, a tényállás a vitarendezésben résztvevő felek tekintetében Bizottság általi jogi minősítése önmagában nem feltételezi azt, hogy a Bizottság a Scania vonatkozásában a külön eljárás lezárásakor szükségszerűen ugyanazt a jogi minősítést kellett volna elfogadnia, ahogy azt a Bizottság a megtámadott határozat (366) preambulumbekzdésében kifejtette, és a meghallgatásán is megerősítette.²³ A Törvényszék az ítélkezési gyakorlatára hivatkozva kiemelte, hogy semmi sem akadályozza a Bizottságot abban, hogy megállapítsa, hogy valamely megállapodás vagy összehangolt magatartás egyik részes fele az EUMSZ 101. cikk alapján felelős, amíg a

¹³ EJEB Navalnyy és Ofitrov kontra Oroszország ítélet.

¹⁴ EJEB Karaman kontra Németország ítélet.

¹⁵ Törvényszék T-180/15. sz. ügyben hozott ítélete (9. lj.), EU:T:2017:795, 257. pont.

¹⁶ Törvényszék ítélete 111–113. pont.

¹⁷ Törvényszék ítélete 123. pont.

¹⁸ Törvényszék ítélete 116. pont.

¹⁹ Törvényszék 2019. március 28-ai ítélete a Pometon kontra Bizottság ügyében (T-433/16. sz. ügy), EU:T:2019:201, 68. pont.

²⁰ Törvényszék ítélete 127. pont.

²¹ Törvényszék ítélete 135. pont.

²² Törvényszék ítélete 139. pont.

²³ Törvényszék ítélete 130. pont.

másik fél nem.²⁴ A fentiekből a Törvényszék arra a következtetésre jutott, hogy a Bizottságot nem kötik a vitarendezési rendezési határozatban a vitarendezésben résztvevő felek tekintetében elfogadott ténybeli megállapítások és jogi minősítések, amikor a rendes eljárás keretében a vitarendezésben részt nem vevő felek által előterjesztett bizonyítékokat vizsgálja. Az ártatlanság védelmének elvével és a pártatlanság kötelezettségével összhangban, a Bizottság abban az esetben tehet a vitarendezési határozatban foglaltaktól eltérő ténymegállapításokat és jogi minősítéseket, ha a rendelkezésére álló bizonyítékok újbóli vizsgálata, a *tabula rasa* elvének megfelelően, ezt indokolja.²⁵

Ezen kívül a Törvényszék megállapítása szerint önmagában az a tény, hogy a Versenypolitikai Főigazgatóság ugyanazon szolgálatai működtek közre mind a vitarendezési, mind a megtámadott határozat elfogadásába, nem alkalmas a pártatlansági kötelezettség megsértésének bizonyítására. Ugyan a Törvényszék elismerte, hogy ugyanazon szolgáltatnak a két határozat meghozatalában való részvétele megnehezíti annak biztosítását, hogy a vállalkozásra vonatkozó tények és bizonyítékok vizsgálata a vitarendezési határozat meghozatalát követően az ítélezési gyakorlat által előírt *tabula rasa* elvének megfelelően történjen, amely akár indokolhatná az ügyirat két különböző csoportnak való kiosztását.²⁶

A jelen ügyre vonatkozóan a Törvényszék megállapította, hogy a pártatlanság elvének megsértése az lett volna, ha a Bizottság vagy a megtámadott határozat meghozatalában részt vevő szolgálatok valamely tagja elfogultságot vagy személyes előítéletet tanúsított volna a felperesekkel szemben, különösen amiatt, hogy részt vett a vitarendezési határozat meghozatalában, de ezt a felperesek nem bizonyították be.²⁷ Továbbá, a Törvényszék megjegyezte azt, hogy a Bizottság álláspontja szerint mérlegelési jogkörrel rendelkezik a tekintetben, hogy helyénvaló-e vizsgálati intézkedéseket elfogadni. Ennek megfelelően a felperesek érvelésével ellentétben a Törvényszék álláspontja az, hogy a Bizottság a felperesekkel szembeni elfogultsága

nem vezethető le absztrakt módon abból, hogy a vizsgálat lefolytatásának módjára vonatkozó ilyen mérlegelési jogkör fennáll. Ellenkezőleg, az egyéb vizsgálati intézkedések elfogadásának elmulasztása mindenekelőtt azzal magyarázható, hogy a Bizottság mérlegelési jogkörét gyakorolta az ilyen intézkedések elfogadásának megfelelőségét illetően. A Törvényszék arra a következtetésre jutott, hogy a felperesek feladata volt, hogy konkrét érvekkel bizonyítsák, hogy a további vizsgálati intézkedések hiánya kizárólag a Bizottság elfogultságával magyarázható, nem pedig azzal, hogy a Bizottság a vizsgálat lefolytatása során jogszerűen gyakorolta mérlegelési jogkörét.²⁸

4. Záró gondolatok

A Törvényszék ítélete egyrészt megerősíti, másrészt kiegészíti a Bizottság „hibrid” eljárásra vonatkozó joggyakorlatát, amely útmutatóként szolgálhat az ehhez hasonló komplex ügyekben. A Törvényszék megerősíti, hogy önmagában az időben fokozatos „hibrid” eljárás nem jár az ártatlanság védelmének, a védelemhez való jognak és a pártatlanság követelményének megsértésével. A Törvényszék óvatosságra int az események leírása és jogi minősítése megfogalmazásának vonatkozásában az időben fokozatos „hibrid” eljárásban. Kiemeli, hogy az időben fokozatos „hibrid” eljárásban a vitarendezési határozatban kizárólag a vitarendezésben résztvevő felek vonatkozásában állapíthat meg felelősséget. Ugyanakkor ez nem jelenti azt a korlátozást, hogy a Bizottság a vitarendezési határozatában közvetlenül vagy közvetve hivatkozzon a vitarendezésben részt nem vevő félre. Jelen ítéletében a Törvényszék felhívta a figyelmet, hogy vitarendezési határozat és az azt követő, rendes eljárás keretében hozott határozat alapulhat ugyanazokon a tényeken és bizonyítékokon, hiszen a Bizottság a vitarendezésben részt nem vevő felek által előterjesztett bizonyítékok fényében az ügyet újra megvizsgálja a rendes eljárásban.

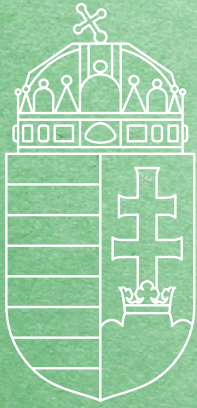
²⁴ Lásd Törvényszék 2018. július 12-ei ítéletét az ABB kontra Bizottság ügyében (T-445/14. sz. ügy) nem nyilvános, EU:T:2018:449, 177–179. pont.

²⁵ Törvényszék ítélete 149. pont.

²⁶ Törvényszék ítélete 151. pont.

²⁷ Törvényszék ítélete 152. pont.

²⁸ Törvényszék ítélete 154. pont.



Merrikin Gina¹

Az Európai Unió Bíróságának a C-151/20. sz. Bundeswettbewerbsbehörde kontra Nordzucker AG és társai ügyben hozott ítélete – a ne bis in idem elvének korlátozása

Judgment of the Court of Justice of the European Union in Case C-151/20 Bundeswettbewerbsbehörde v Nordzucker AG and Others - Restriction of the ne bis in idem principle

Abstract: The aim of this study is to summarize the preliminary ruling of the European Court of Justice in Case-151/20. In this case the Supreme Court of Austria requested preliminary ruling in order to establish whether the ne bis in idem rule was infringed if the competition authority of a Member State fined an undertaking for the infringement of Article 101 TFEU and the provisions of the national competition law, then following this ruling the competition authority of another Member State also referred to the same conduct, but only on its own territory. The Court stated in its judgment that as long as the decision is not based on a finding of an anticompetitive object or effect in the territory of the first member state, the ne bis in idem principle will still be secured. Also, according to the judgment, if the undertaking takes part in a national leniency programme, thus no sanctions are imposed, only a declaration of participation is made, the ne bis in idem principle is still applicable.

Tárgyszavak: ne bis in idem elve, kartell, arányosság elve, Európai Unió Bírósága, nemzeti engedelemprogram

Keywords: ne bis in idem principle, cartel, principle of proportionality, Court of Justice of the European Union, national leniency programme

1. Bevezetés

Ebben az ügyben az Oberster Gerichtshof (Osztrák Legfelsőbb Bíróság) előzetes döntéshozatal iránti eljárást kezdeményezett annak érdekében, hogy megállapítást nyerjen, hogy a ne bis in idem elve sérül-e, ha egy tagállami versenyhatóság megbírságol egy vállalkozást az Európai Unió működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) 101. cikke alapján, majd egy másik tagállam versenyhatósága ugyanerre a tényre hivatkozik, de a saját területére kiterjedő hatállyal. Az Európai Unió Bírósága („Bíróság”) a Bundeswettbewerbsbehörde kont-

ra Nordzucker AG és társai ügyben hozott ítéletében pontosította az uniós jog által a kettős büntetethez képest biztosított védelmet.² Az eljárást megindító irat 2020. március 27-én került benyújtásra, az ítélet kihirdetésére 2022. március 27-én került sor.

2. A ne bis in idem elve

A ne bis in idem elv a kétszeres eljárás/kétszeres értékelés tilalmát jelenti. Az elv alapvetően szinten található meg hatályos európai jogrendszerünkben³, nemzetközi szinten az Alapjogi Charta 50. bekez-

¹ Vizsgáló, Gazdasági Versenyhivatal – Antitröszt Iroda.

² Az Európai Unió Bírósága 49/22. sz. sajtóközleménye (Court of Justice of the European Union: Duplication of proceedings and penalties of a criminal nature in competition law: the Court specifies the protection against double jeopardy provided by EU law, 2022. 03. 22., <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2022-03/cp220049en.pdf>, letöltés: 2022. 04. 11.).

³ PÁPAI-TARR Ágnes: A ne bis in idem elv az Európai Bíróság gyakorlatában, Miskolci Jogi Szemle, 2007/2, 101–103.

dése fogalmazza meg.⁴ A ne bis in idemnek két dimenziója van. Egyrészt az, hogy egy személy nem ítéltető el és nem büntethető kétszer ugyanazért. Másrészt van az eljárási aspektus, amely arra törekszik, hogy megakadályozza, hogy egy személyt ugyanazon tényállás miatt többször is eljárás alá vonjanak.⁵ Az uniós versenyjog területén először a Wilhelm és társai ügyben (C-14/68) hozott ítélet során használták 50 évvel ezelőtt. Ebben az ügyben egy versenyellenes magatartást vizsgáltak párhuzamosan nemzeti és szupranacionális szinten. A Toshiba-ítéletben (C-180/16) pedig megszületett az a pontosítás, amely szerint a ne bis in idem által biztosított védelem abban az esetben lép életbe, amikor a második eljárás nem csak ugyanazon elkövetőre és tényállásra vonatkozik, hanem azonos a védett jogi tárgy is.⁶ Az elv tiltja, hogy egy vállalkozás egy olyan versenyellenes magatartás miatt legyen elmarasztalva vagy eljárás alá vonva, amely miatt egy korábbi határozatban szankciót szabtak ki, vagy megállapították a felelősségének hiányát. Fontos, hogy a határozat már ne legyen megtámadható.⁷

2.1. A védett jogi tárgy azonossága

A főtanácsnoki vélemény körbejárja a ne bis in idem alkalmazásának kérdéseit, köztük a védett jogi tárgy azonosságát. Azt, hogy az uniós és a nemzeti versenyjog ugyanazt a jogi tárgyat védi-e, az alkalmazott különös szabályok útján kell megállapítani. Itt figyelembe kell venni azt is, hogy a nemzeti szabályok eltérnek-e az uniós szabályoktól, ugyanis annak ellenére, hogy az uniós és a nemzeti versenyjog nagyrészt egységes, vannak

olyan esetek, amikor a nemzeti szabályok eltérnek az unióstól.⁸

2.2. A tényállás azonossága

A főtanácsnoki indítvány szerint e kritériumnál az elkövetés helyét és idejét kell megvizsgálni. Egy határozat földrajzi és időbeli hatályát kell figyelembe venni mint ténykérdést. Ez a gyakorlat nem teljes mértékben harmonizált. Hagyományosan az eljárás alá vonás és a büntetés a területiség elve alapján kerül szabályozásra. Lehetséges, hogy az állam megpróbál túlterjeszkedni saját határain, és más országok területén elkövetett magatartásokat akarja szankcionálni. A területen kívüli hatály megállapításához az a szükséges feltétel, hogy kifejezett jogalap legyen, amely lehet nemzeti, nemzetközi vagy uniós jog. Az eljárás felfüggesztésének vagy a panasz elutasításának akkor van létjogosultsága, ha mindkét nemzeti versenyhatóság ugyanazzal az ügygel szembesül, ugyanazon földrajzi kiterjedéssel, illetve időbeli hatályuk is azonos.⁹

2.3. Az elkövető azonossága

Ennél a feltételnél azt kell megvizsgálni, hogy az eljárások és a szankciók ugyanazon személyre, adott ügyben nevezetesen Nordzucker és Südzuckerre vonatkoznak-e.¹⁰

3. Jogi háttér

3.1. Európai Unió Alapjogi Chartája

Az Európai Unió Alapjogi Chartája („Charta”) 50. cikke szerint senki sem vonható büntetőeljárás alá, és nem büntethető olyan bűncselekmé-

⁴ Nem lehet büntetőeljárást folytatni azzal szemben, vagy büntetést kiszabni arra a személyre, akit az Európai Unióban jogerősen felmentettek vagy elítéltek az adott bűncselekmény miatt.

⁵ VERGARA VIAL, Enrique: ne bis id idem. In: Concurrences, <https://www.concurrences.com/en/dictionary/ne-bis-in-idem-86490-en> (letöltés: 2022. 04. 11.).

⁶ Bobek főtanácsnok indítványa. Michael Bobek főtanácsnok indítványa, C-151/20. sz. ügy, Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG, Südzucker AG, Agrana Zucker GmbH (az Oberster Gerichtshof [legfelsőbb bíróság, Ausztria] által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem), EU:C:2021:681, („Bobek főtanácsnok indítványa”), <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=245556&pageIndex=0&doclang=hu&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=1985943>, letöltés: 2022. 04. 11.), 35–36.

⁷ 2017. július 6-ai Toshiba Corporation és társai ítélet, C-180/16, EU:C:2017:520, 94.

⁸ Bobek főtanácsnok indítványa (6. lj.) 42–58.

⁹ Bobek főtanácsnok indítványa (6. lj.) 59–87.

¹⁰ 2022. március 22-ei Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet. C-151/20. sz. ügy, Bundeswettbewerbshörde kontra Agrana Zucker GmbH, Nordzucker AG és Südzucker AG (az Oberster Gerichtshof [legfelsőbb bíróság, Ausztria] által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem), A Bíróság ítélete (nagytanács), 2022. március 22., EU:C:2022:203 („Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet”), <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=256245&pageIndex=0&doclang=HU&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=1985943> (letöltés: 2022. 04. 11.), 36.

nyért, amely miatt az Európai Unióban a törvénynek megfelelően már jogerősen felmentették vagy elítélték.¹¹

3.2. Az EUMSZ 101. és 102. cikke

Az EUMSZ 101. cikke tiltja a kartellt és más korlátozó megállapodásokat, amíg a 102. cikk tiltja a vállalatok általi erőfölénnyel való visszaélést.¹²

3.3. 1/2003 rendelet¹³

Amennyiben a tagállamok versenyhatóságai vagy bíróságai az Európai Közösséget létrehozó szerződés („Szerződés”) 81. cikkében¹⁴ részletezett megállapodásokra, társulások döntéseire vagy összehangolt magatartásokra – amelyek befolyásolhatják a tagállamok közti kereskedelmet – a nemzeti versenyjogot alkalmazzák, a 81. cikket is alkalmazniuk kell. Továbbá, ha a 82. cikk szerint tiltott visszaélésekre a nemzeti versenyjog alkalmazásra kerül, a Szerződés 82. cikkét is alkalmazni kell.¹⁵

3.4. Szerződés

Az Európai Unióról szóló szerződés 5. cikke szerint a tagállamok alkalmazhatják egyedi ügyekben a Szerződés 81. és 82. cikkét, bírságokat és egyéb szankciókat szabhatnak ki, kérhetik a jogsértő magatartás befejezését, kötelezettségvállalásokat fogadhatnak el, vagy ideiglenes intézkedéseket rendelhetnek el.

4. Pertörténet

Az osztrák versenyhatóság egy 2019-es ügyben azt vizsgálta, ahogy a Nordzucker, a Südzucker és egy harmadik cukorgyártó közösen uralták a német cukorpiacot, és azt felosztották egymás között földrajzi területek szerint. Ez a koncepció csak a német területekre vonatkozott, a külföldi

piacokra nem terjedt ki.¹⁶ A felosztás előzményeként említésre méltó az új tagállamok 2004-ben történt csatlakozása az Európai Unióhoz, amely új versenyhelyzetet teremtett a német cukorpiacra, ugyanis a letelepedés szabadsága miatt versenyképesszer lépett fel. Ennek elkerülésére a Nordzucker és Südzucker értékesítési igazgatói több megbeszélést tartottak, és arra a megállapodásra jutottak, hogy egymás értékesítési területeire nem lépnek be. 2005-ben a Südzucker osztrák leányvállalata, az Agrana, az osztrák piacon észrevette, hogy a Nordzucker szlovák leányvállalata olyan vevőknek szállított cukrot, akik az ő ügyfelei voltak. Miután ezt anyavállalatukkal közölték, egy telefonbeszélgetésre került sor a Südzucker és a Nordzucker értékesítési igazgatói között. Az, hogy erről az Agrana tudomással bírt-e, kérdéses. A két értékesítési igazgató eszmecsereje során tájékoztatás történt az Ausztriába menő szállításokkal kapcsolatban, továbbá a német cukorpiacra gyakorolt hatásokról, következményekről is szó esett. Később, a Nordzucker engedékenységi kérelmet nyújtott be a német és osztrák versenyhatóságokhoz.

2010-ben az osztrák hatóság keresetet indított az Oberlandesgericht Wien (kartellügyekkel foglalkozó bíróság) előtt. Kérte a bíróságot, hogy állapítsa meg, hogy a Nordzucker megsértette-e az EUMSZ 101. cikkét,¹⁷ valamint az osztrák versenyjog egyes rendelkezéseit. Ezt követően, 2014-ben, jogerőre emelkedett a német hatóság határozata, amelyben megállapításra került, hogy a Nordzucker, Südzucker és a harmadik német gyártó magatartása az EUMSZ 101. cikkébe és a német versenyjog rendelkezéseibe ütközik, illetve pénzbírságot szabtak ki a Südzuckerre. Ennek következtében az Oberlandesgericht Wien elutasította az osztrák hatóság keresetét, hiszen a telefonbeszélgetés során született megállapodást a német versenyhatóság már szankcionálta, és az újabb

¹¹ Európai Unió Alapjogi Chartája (2016/C 202/02) 50.

¹² Az uniós versenyjogi szabályok – az EUMSZ 101. és 102. cikkével kapcsolatos eljárások lefolytatására vonatkozó bevált gyakorlatok: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:4438721> (letöltés: 2022. 04. 11.).

¹³ A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról (EGT-vonatkozású szöveg); <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32003R0001>, letöltés: 2022. 04. 11.

¹⁴ A Szerződés 81. és 82. cikke helyébe 2009. december 1-jei hatállyal az EUMSZ 101. és 102. cikke lépett.

¹⁵ Bobek főtanácsnok indítványa (6. lj.), 4–6.

¹⁶ Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet (10. lj.), 9.

¹⁷ A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos minden olyan vállalkozások közötti megállapodás, vállalkozások társulási által hozott döntés és összehangolt magatartás, amely hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre, és amelynek célja vagy hatása a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása.

szankció a ne bis in idem elvébe ütközött volna. Az osztrák hatóság e döntés ellen fellebbezett. Az Oberster Gerichtshof kérdést terjesztett fel az Európai Unió Bíróságához, hiszen nem volt egyértelmű, hogyha a német versenyhatóság már figyelembe vette az említett telefonbeszélgetést, az osztrák is hivatkozhat-e rá.¹⁸

5. Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

Az Oberster Gerichtshof négy kérdést tett fel a Bíróságnak. Elsősorban, akkor is alkalmazni kell-e a Bíróság versenyjogi ítélkezési gyakorlatában a ne bis in idem elvének alkalmazhatóságára vonatkozóan kialakított harmadik feltételt – nevezetesen azt, hogy ugyanannak a védett jogi tárgyának kell érintettnek lennie –, ha két tagállam versenyhatóságának ugyanazon tényállásra és ugyanazon személyek vonatkozásában a nemzeti jogi normák mellett ugyanazokat az uniós jogi normákat (itt: az EUMSZ 101. cikkét) is kell alkalmaznia? A második kérdés célja annak megállapítása volt, hogy az uniós és a nemzeti versenyjog párhuzamos alkalmazására vonatkozó ilyen esetben ugyanarról a védett jogi tárgyról vane szó. A harmadik kérdés arra irányult, hogy jelentőséggel bíre a ne bis in idem elvének alkalmazása szempontjából az, hogy valamely tagállam versenyhatóságának pénzbírságot kiszabó, időben első határozata ténybeli szempontból figyelembe vette a versenyjogi jogsértés azon másik tagállamra gyakorolt hatásait, amelynek versenyhatósága csak ezt követően hozott határozatot az általa folytatott versenyjogi eljárásban? A negyedik, azaz utolsó kérdés úgy szólt, hogy „Olyan eljárás esetén is a ne bis in idem elvének hatálya alá tartozó eljárásról vane szó, amelyben az egyik érintettnek a nemzeti engedékenységi programban való részvétele miatt csak a versenyjogi szabályok ezen érintett általi megsértése állapítható meg, vagy a versenyjogi szabályok megsértésének ilyen pusztán megállapítására a bírság kiszabására irányuló (másik tagállamban lefolytatott) korábbi eljárás eredményétől függetlenül sor kerülhet?”¹⁹

6. Az előzetes döntéshozatalra bocsátott kérdésekre adott válasz

Érdekes az első és harmadik kérdéseket együttesen vizsgálni. A Charta 50. cikkének értelmezésével kapcsolatban várt választ a kérdést előterjesztő bíróság. „Ellentétes-e a Chartával, ha egy vállalkozás ellen egy tagállami versenyhatóság az EUMSZ 101. cikk és a releváns tagállami versenyjog rendelkezéseinek megsértése miatt eljárást indít és pénzbírságot szab ki olyan magatartás miatt, amelynek versenyellenes hatása vagy célja volt a tagállam területén, miközben az említett magatartásra egy másik tagállam versenyhatósága már hivatkozott az EUMSZ 101. cikk és a saját versenyjoga megsértése miatt indult eljárás végeztével az adott vállalkozással szembeni jogerős határozatban?” Fontos megjegyezni, hogy a ne bis in idem versenyjogi ügyekben való alkalmazása során két feltételre kell odafigyelni: 1.) legyen egy korábbi, végleges határozat, ez a „bis feltétel”, illetve 2.) a korábbi határozat és a későbbi határozatok/eljárások ugyanarra a magatartásra kell, hogy vonatkozzanak, ez az „idem feltétel”.²⁰

6.1. A „bis feltétel”

Ahhoz, hogy egy határozatot úgy lehessen tekinteni mint amely jogerősen elbírálta a második eljárás tárgyát képező tényállást, amellet, hogy a határozatnak jogerőssé kell válni, szükséges, hogy azt az ügy érdemi elbírálása alapján hozzák. Az ügyben a német hatóság határozata kimeríti tehát a „bis feltétel”.²¹

6.2. Az „idem feltétel”

A Charta 50. cikke tiltja, hogy azonos személyt ugyanazon bűncselekmény elkövetése miatt többször eljárás alá vonjanak vagy szankcionálják. Egyértelmű, hogy az ismertetett jogesetben ugyanazon jogi személyekre vonatkoznak az alapügyben szereplő eljárások és szankciók. Az osztrák bíróság feladata annak meghatározása, hogy az előtte folyamatban levő jogvita ugyanazon tényállásra vonatkozik-e, mint amelyről a német hatóság jogerős határozatot hozott. Ennek megállapítása során figyelembe kell venni a határozat által érintett terü-

¹⁸ Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet (10. lj.), 14–20.

¹⁹ Bobek főtanácsnok indítványa (6. lj.), 19.

²⁰ Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet (10. lj.), 26–33.

²¹ Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet (10. lj.), 34–35.

letre, termékpiacra és időintervallumra vonatkozó rendelkezéseket. Az osztrák bíróság kérdései egészen pontosan arra terjednek ki, hogy az Ausztriában lefolytatott eljárás egy olyan tényállási elem alapul-e, amelyre a német hatóság is tett utalást határozatában (a telefonbeszélgetés).

Szeretnék kitérni a tényállás azonosságára vonatkozó feltételek ismertetésére. Önmagában az a tény, hogy egyik tagállam hatósága egy olyan tényállási elemet említ, amely egy másik tagállam területéhez kapcsolódik, és azon tagállam versenyjogát, továbbá az uniós versenyjog rendelkezéseit sérti, nem elegendő ahhoz, hogy megállapításra kerüljön, hogy ezen tényállási elem képezi az eljárás alapját. Szintén vizsgálat tárgya, hogy az említett tényállási elemről a másik hatóság ténylegesen tett-e állásfoglalást a jogsértés megállapítása, szankció kiszabása, felelősség megállapítása során olyan módon, hogy az említett jogsértés úgy tekintendő, hogy kiterjed más tagállam területére is.

Az osztrák bíróság feladata tehát, hogy értékelje a releváns körülményeket, és megvizsgálja, hogy a német hatóság jogerős határozatának célja volt-e, hogy a kartell létét ne csak a német, hanem az osztrák piacon is megállapítsa és szankcionálja. Ha az osztrák bíróság úgy ítéli meg, hogy a német hatóság jogerős határozata nem állapította meg, és nem szankcionálta a kartellt annak az osztrák piacon gyakorolt hatása és versenyellenes célja miatt, meg kell állapítani, hogy a két esetben nem ugyanazon tényállásról van szó, így újabb eljárás lefolytatása és újabb szankció kiszabása válik szükségesé. Viszont, ha a német hatóság figyelembe vette a kartellnek az osztrák területekre vonatkozó versenyellenes célját és hatását, ugyanazon tényállásról beszélhetünk, és nincs mód új eljárás lefolytatására vagy szankció kiszabására.²²

6.3. Alapvető jog korlátozása

Felmerül a továbbiakban az a kérdés, hogy a Charta 50. cikkében garantált alapvető jogot korlátozták-e. Alapvető jogot csak a törvény által és az érintett jog lényeges tartalmának tiszteletben tartásával lehet korlátozni, illetve ha ez közérdekű célt szolgál. A Charta szerint „Az arányosság elvére figyelemmel az alapvető jogok korlátozására csak akkor és annyiban kerülhet sor, ha és amennyiben az elkerülhetetlen és ténylegesen az Unió által elis-

mert általános érdekű célkitűzéseket vagy mások jogainak és szabadságainak védelmét szolgálja.”

Kérdésként merül fel, hogy közérdekű célt szolgál-e az alapvető jog olyan korlátozása, amely az eljárások és szankciók két nemzeti versenyhatóság általi halmozásából ered. Ehhez figyelembe kell venni, hogy az EUMSZ 101. cikke olyan rendelkezést tartalmaz, amely tiltja a kartelleket, és ezzel gátolja a verseny torzulását. Mivel ez a közérdekű cél nagy prioritás a Bíróság ítélkezési gyakorlata szerint, indokolt lehet az eljárások és szankciók halmozása. Szoros összefüggés áll fenn az EUMSZ 101. cikke és az ennek megfelelő tagállami versenyjogi rendelkezések között. Például a Toshiba-ítéletben is párhuzamosan alkalmazták a nemzeti és közösségi versenyjog említett rendelkezését. Azt viszont fontos kiemelni, hogy az olyan kartelleket nem tilthatja a tagállami versenyjog, amelyek nem tartoznak az EUMSZ 101. cikke alá, illetve a nemzeti jog alkalmazása nem vezethet más eredményre, mint az EUMSZ 101. cikkének alkalmazása.

Az első és harmadik kérdésre tehát az a válasz adható, hogy nem ellentétes a Chartával, ha egy vállalkozás ellen az EUMSZ 101. cikke és a tagállami versenyjog megfelelő rendelkezése alapján eljárás indul, és szankciót szabnak ki olyan magatartás miatt, amelynek versenyellenes célja vagy hatása volt az említett tagállam területén, miközben egy másik tagállami versenyhatóság ugyanezeknek a saját területére gyakorolt hatására már hivatkozott jogerős határozatában.

A második kérdés megválaszolását a Bíróság az első és harmadik kérdésre adott válaszok fényében nem tartotta szükségesnek.

6.4. Engedékenységi programban való részvétel

A negyedik kérdés kapcsán a Bíróság tisztázta, hogy a ne bis in idem annak megelőzése céljából alkalmazzák, hogy az adott vállalkozást újból eljárás alá vonják, vagy újból szankcionálják. Az engedékenységi program célja, hogy a vállalkozás, azért cserébe, hogy vele szemben csupán jogsértést állapítsanak meg, együttműködik a hatósággal a kartell felderítése és megtorlása céljából. Annak ellenére, hogy az adott ügyben a nemzeti engedékenységi program jóvoltából nem kerül sor bírság kiszabására, a ne bis in idem alkalmazható.

Összefoglalva, a Charta 50. cikkét úgy kell értelmezni, hogy a ne bis in idem hatálya alá tartozhat

²² Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet (10. lj.), 36–48.

a versenyjog alkalmazására irányuló olyan eljárás is, amelyben az érintett félnek kötelező megállapítani a versenyjog megsértését a nemzeti engedélyeségi programban való részvétele folytán.²³

7. Záró gondolatok

A Bíróság nagymértékben támaszkodott Bobek főtanácsnok indítványára. Megállapították, hogy nem ütközik a *ne bis in idem* alapelvével védett tilalmakba, vagyis akkor is indíthat egy versenyellenes magatartás miatt egy tagállam versenyhatósága eljárást, vagy szabhat ki bíróságot egy vállalkozással szemben, ha erre a magatartásra egy másik tagállam bírósága már jogerős határozatában hivatkozott.

Ez alól kivétel, ha a jogerős határozat figyelembe vette az első tagállam területére kiterjedő versenyellenes célt vagy hatást, ugyanis ekkor a második versenyhatóság megsérti a kettős büntetőség tilalmát. Mint fentebb említettem, lehetőség van alapvető jog gyakorlására vonatkozó korlátozásokra – mint például a *ne bis in idem* elve alkalmazásakor –, ha azok tiszteletben tartják a jogok lényegét, szükségesek és valóban az EU által elismert közérdekű célokat szolgálják. A Bíróságnak nem feladata az előzetes döntéshozatali eljárás során eldönteni a tagállam előtti jogvitát, csak jogértelmezési feladatot lát el, így az ügy elbírálása továbbra is a nemzeti bíróság kezében van, azonban a határozat köti mind az érintett nemze-

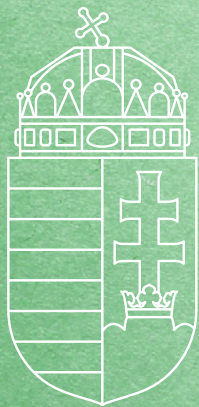
ti bíróságot, mind a későbbiekben eljáró nemzeti bíróságokat is.

A Nordzucker-ügyben született ítélet új mérőkövet jelent, ugyanis a *ne bis in idem* már szó szerint átlépi a nemzeti joghatóságok és a szakpolitikai területek határait. Nem lehet egykönnyen figyelmen kívül hagyni az Európai Bíróságnak a *ne bis in idem*-ről szóló legutóbbi ítéletének jelentőségét.

Ugyanakkor számos új kérdést vetnek fel, amelyek ahhoz a szélesebb körű tendenciához kapcsolódnak, amelynek során az általános jogelvek és az uniós jog területei összeérnek. Annak a paradoxonnak az elkerülése érdekében, hogy az egyik alapjog – *ne bis in idem* – más alapjogok – köztük a magánélethez és a személyes adatok védelméhez, továbbá a büntetőeljárásokban a védelemhez, valamint a hatékony bírói jogvédelemhez való jog – megsértéséhez vezet, egyre nagyobb szükség látszik a jogvédelem és az elszámoltathatóság új intézményeire és szabályaira, amelyek elismerik azt, ami egyre inkább jogi valósággá válik: hogy a különböző szervek egyre gyakrabban megosztják a terhet, és következésképpen a felelősséget a közösen meghatározott társadalmi problémák terén. Amint azt Bobek főtanácsnok az ítélethez fűzött indítványában megjegyezte, ez komoly feladatot jelent az EU és a tagállamok összetett jogrendje számára. Olyan feladat, amelyre az európai és a nemzeti jogalkotóknak sürgősen választ kell adniuk.²⁴

²³ Bundeswettbewerbshörde kontra Nordzucker AG és társai ítélet (10. lj.), 49–67.

²⁴ LUCHTMAN, Michiel: The CJEU judgments in C-117/20 bpost and C-151/20 Nordzucker: Fundamental rights as a vehicle for hybrid enforcement mechanisms? In: Renforce Blog – Utrecht Centre for Regulation and Enforcement in Europe, <http://blog.renforce.eu/index.php/nl/2022/05/12/the-cjeu-judgments-in-c-117-20-bpost-and-c-151-20-nordzucker-fundamental-rights-as-a-vehicle-for-hybrid-enforcement-mechanisms-2/> (letöltés: 2022. 06. 08.)



Az EUMSZ 101. cikk megsértéséből eredő kártérítési igények nemzeti bíróságok előtti érvényesíthetőségéről, figyelemmel az EUMSZ 104. és 105. cikk átmeneti rendelkezéseire – az Európai Unió Bíróságának C-819/19. sz. ügyben hozott ítélete

The enforceability of claims for damages resulting from an infringement of Article 101 TFEU before national courts, regarding the transitional provisions of Article 104 and 105 TFEU – the judgment of the Court of Justice of the European Union in the case nr. C-819/19

Abstract: *The Court of Justice of the European Union has already ruled in several cases on the direct effect of EU law. The judgment under review reaffirmed that the founding treaties, particularly Article 101 TFEU, have a direct horizontal effect. This study is based on a preliminary ruling procedure brought before the Court of Justice of the European Union by the rechtbank Amsterdam related to the so-called „Airfreight” cartel case. The case raised questions about the direct effect of Article 101 TFEU, but due to the complexity of the facts, several questions related to temporal and territorial scope also occurred.*

Tárgyszavak: előzetes döntéshozatal, kartell, kártérítési igény, nemzeti bíróságok hatásköre, uniós jog közvetlen hatálya

Keywords: preliminary ruling, cartel, claim for damages, competence of the national courts, direct effect of EU law

1. Bevezetés

Az uniós jog alkalmazása során szinte mindig felmerül a közvetlen hatály kérdése, vagyis az, hogy lehet-e közvetlenül egy adott uniós jogi norma rendelkezésére hivatkozni a nemzeti bíróságok (hatóságok) előtt. A szakirodalomban uralkodó álláspont szerint nem minden uniós jogi norma bír közvetlen hatállyal, mindig meg kell vizsgálni az adott szabály tartalmát ahhoz, hogy ezt a kérdést el lehessen dönteni.² Az alapító szerződések, így az elemzett döntés szempontjából releváns Európai Unió Működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) rendelkezéseinek közvetlen hatályát az Európai Unió Bírósága („Bíróság”) már számos jogesetben³ vizsgálta és megállapította, hogy mindig esetről

esetre kell eldönteni azt, hogy az adott norma közvetlen hatállyal bír-e vagy sem.⁴ Az elemzett ítélet alapjául szolgáló tényállás bonyolultságából fakadóan az EUMSZ 101. cikkének horizontális közvetlen hatályán túl időbeli és területi hatállyal kapcsolatos kérdések is felmerültek.

2. Az ügy előzményei

Az Európai Bizottság („Bizottság”) a C.39258 légi teherszállítás ügyben hozott, 2010. november 9. napján kelt határozatával megállapította, hogy 21 légi áru fuvarozó jogi személy egységes és folyamatos jogsértést valósított meg az EUMSZ 101. cikkének, az Európai Gazdasági Térségről szóló 1992. május 2-ai megállapodás („EGT-megál-

¹ Vizsgáló, Gazdasági Versenyhivatal – Bírósági Képviseleti Iroda.

² KENDE Tamás – SZŰCS Tamás – JENEY Petra (szerk.): Európai közjog és politika, Wolters Kluwer, Budapest, 2017. 504-505.

³ Lásd pl. a Bíróság 1963. február 5-ei ítéletét a 26/62. sz. Van Gend en Loos ügyben (ECLI:EU:C:1963:1), a Bíróság 1966. június 16-ai ítéletét a 57/65. sz. Lütticke ügyben (ECLI:EU:C:1966:34), valamint a Bíróság 1974. december 12-ei ítéletét a 36/74. sz. Walrave ügyben (ECLI:EU:C:1974:140).

⁴ KENDE – SZŰCS – JENEY (2. lj.) 504-509.

lapodás”) 53. cikkének, valamint az Európai Közösség és a Svájci Államszövetség között létrejött légi közlekedési megállapodás („svájci megállapodás”) 8. cikkének megsértésével.

A jogsértésben résztvevők magatartása légi áru fuvarozási politikáik összehangolására irányult, egészen pontosan az üzemanyag- és biztonsági pótdíjak, valamint a pótdíjak után fizetendő járulékok összeegyeztetésére. A feltárt jogsértés 1999 decembere és 2006 februárja⁵ között valósult meg, és kiterjedt számos, az EU-n, illetve az EGT-n belüli, az EU és Svájc közötti, valamint az EGT és harmadik államok közötti útvonalakra. A Bizottság a feltárt kartell okán összesen mintegy 790 millió eurós bírságot szabott ki az eljárás alá vontakkal szemben.

A Bizottság határozatával szemben több eljárás alá vont is pert indított az Európai Unió Törvényszéke („EU Törvényszék”) előtt. Az EU Törvényszék 2015. december 16-án részlegesen megsemmisítette a Bizottság határozatát, mivel annak rendelkező része, illetve indokolása ellentmondásokat tartalmazott, amely sértette egyes eljárás alá vontak védekezéshez való jogát.

A Bizottság 2017. március 17-án, az eljárás megismétlését követően, ismételten határozatot hozott, amelyben lényegében fenntartotta a korábbi, 2010. november 9-én kelt határozatban tett megállapításait. Ezzel szemben több légitársaság szintén pert indított az EU Törvényszék előtt. Ezek a perek a Bíróság friss sajtóközleménye szerint lezárultak, egyes felperesek keresetét elutasították, amíg más légitársaságok vonatkozásában ismételten megsemmisítették a Bizottság határozatát.⁶

Mindezzel párhuzamosan a Stichting Cartel Compensation („SCC”) és az Equilib Netherlands BV („Equilib”)⁷ kártérítési pert indított a holland Rechtbank Amsterdam („amszterdami bíróság”, „kérdést előterjesztő bíróság”) előtt. Keresetükben két kérelmet adtak elő, egyrészt kérték annak

a megállapítását, hogy az alperesek (a légitársaságok) jogsértést követtek el 1999–2006 között, másrészt pedig azt, hogy az amszterdami bíróság egyetemlegesen kötelezze az alpereseket a jogsértés teljes időtartamára vonatkozóan a kartellel okozott károk megtérítésére.

Az amszterdami bíróság előzetes döntéshozatali eljárás kezdeményezését látta indokoltnak, ezért felfüggesztette a kártérítési pert, mivel felmerült annak a kérdése, hogy a jogsértés teljes időtartamára vonatkozóan hatáskörrel rendelkezik-e a kártérítési perre vagy sem.

3. Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés

Az amszterdami bíróság az alábbi kérdést terjesztette a Bíróság elé:

„A károsultak (a jelen esetben a feladók, azaz a légi áru fuvarozási szolgáltatásokat igénybe vevők) és légitársaságok közötti jogvitában – akár az EUMSZ 101. cikk vagy mindenesetre az EGT-megállapodás 53. cikkének közvetlen hatálya, akár az 1/2003 rendelet⁸ 6. cikke (illetve e rendelkezés közvetlen hatálya) alapján – hatáskörrel rendelkezne a nemzeti bíróságok arra, hogy az EUMSZ 101. cikket vagy mindenesetre az EGT-megállapodás 53. cikkét akkor is teljes mértékben alkalmazzák a 2004. május 1. előtt az [Unión] belüli és az EGT-n kívüli repülőterek között lebonyolított légi járatok, illetve a 2005. május 19. előtt Izland, Liechtenstein és Norvégia és az EGT-n kívüli repülőterek között lebonyolított légi járatok, illetve a 2002. június 1. előtt az Európai Unió belüli repülőterek és Svájc között lebonyolított légi járatok esetében a légitársaságok által áru fuvarozási szolgáltatásokkal összefüggésben megvalósított összejátszásra, illetve összehangolt magatartásra, ha e tekintetben arról az időszokról van szó, amelyben az EUMSZ 104. és EUMSZ 105. cikk szerinti

⁵ A Bizottság a határozatában eltérő időtartamokra vonatkozóan állapított meg jogsértéseket eltérő jogalapok (rendeletek) alapján attól függően, hogy milyen útvonalakat érintett a jogsértés. Mivel ezek a rendeletek különböző időpontokban léptek hatályba, ezért nehéz a jogsértés egységes kezelése.

⁶ Lásd bővebben a közleményt: Cartel on the airfreight market: the General Court rules on actions brought by multiple airlines (2022. 03. 30.) <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2022-03/cp220053en.pdf> (letöltés: 2022. 04. 15.)

⁷ Az SCC, valamint az Equilib olyan jogi személyek, amelyeket kifejezetten versenyjogi jogsértésekből eredő kártérítési igények érvényesítésére hoztak létre.

⁸ A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról (EGT-vonatkozású szöveg) („1/2003 rendelet”; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32003R0001>, letöltés: 2022. 04. 15.)

átmeneti szabályozást kellett alkalmazni, vagy ezt kizárja az átmeneti szabályozás?”

A kérdés első ránézésre rendkívül összetett, azonban az amszterdami bíróság lényegében arra keresi a választ, hogy a szóban forgó kartellre alapított kártérítési keresettel kapcsolatban rendelkezik-e hatáskörrel, tekintettel arra, hogy olyan időszakra vonatkozóan is meg kellene állapítania a versenyjogi jogsértést, amely időszakra a Bizottság hatáskör hiányában nem állapíthatott meg jogsértést.

4. A területi hatály kérdése

A jogeset, illetve az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés bonyolultságát az adja, hogy a Bizottság eltérő jogalap alapján állapította meg a hatáskörét aszerint, hogy a jogsértés milyen repülőútvonalon valósult meg. Ezen túlmenően az is tovább bonyolítja az eset jogi megítélését, hogy a jogsértés teljes időtartama alatt, azaz 1999–2006 között egyes útvonalakon különböző uniós jogi normák váltották fel egymást, valamint egyes átmeneti rendelkezésekre is figyelemmel kell lenni.

Mindezek alapján a Bizottság az alábbi útvonalakon, az alábbi jogalapok alapján állapította meg jogsértést:

- két EGT-tagállamban található repülőter közötti útvonalon a jogsértés teljes időtartamára, azaz 1999. december 7-e és 2006. február 14-e között meg tudta állapítani a jogsértést az EK 81. cikke, illetve az EGT-megállapodás 53. cikke alapján;
- egy uniós és egy EGT-n kívüli ország repülőtere közötti útvonalon csak 2004. május 1-jét követően állapította meg jogsértést, mivel a 3975/87 rendelet⁹ alapján e szolgáltatások tekintetében ezt megelőzően nem volt hatásköre az EK 81. cikk alkalmazására;
- egy EGT-tagállamban és egy harmadik országban található repülőter közötti útvonalon csak 2005. május 19-ét követően tudta megállapítani a hatáskörét, mivel az 1/2003 rendelet csak ettől a dátumtól kezdve ruházta fel hatáskörrel e szolgáltatásokkal kapcsolatban;

- olyan útvonalak esetén, ahol az egyik repülőter egy uniós tagállamban, a másik pedig Svájcban volt, a Bizottság csak 2002. június 1-jét követően tudta megállapítani a jogsértést, mivel ezt megelőzően a 3975/87 rendelet nem szerepelt a svájci megállapodásban.

Visszaulva az előzetes döntéshozatalban előterjesztett kérdésére, így már belátható, hogy miért ilyen bonyolultan tette fel az amszterdami bíróság a hatáskörére irányuló kérdést.

Abban az esetben, hogyha az amszterdami bíróság – ahogyan azt a felperesek kérik – a teljes időtartamra megállapítaná a jogsértést, az a helyzet állna elő, hogy egy nemzeti bíróság olyan időszakra nézve is versenyjogi jogsértést állapít meg, amelyre nézve sem tagállami versenyhatóság, sem a Bizottság nem állapította meg jogsértést.

5. A Bíróság előtti eljárás

5.1. A felek érvei

A felperesek elsősorban azzal érveltek, hogy az EK 81. cikk (1) bekezdésében foglalt tilalom horizontális közvetlen hatállyal bír a jogsértés teljes időtartamára nézve, ennél fogva tehát megállapítható az amszterdami bíróság hatásköre. Másodlagosan arra mutattak rá, hogy a 1/2003 rendelet 6. cikke alapján az EK 81. cikke visszamenő hatállyal alkalmazandó, így ezen érv alapján szintén megalapozott az amszterdami bíróság hatásköre. A felperesek érveik alátámasztásaként hivatkoztak a SABAM-ítéletre¹⁰, amelyben megállapításra került, hogy az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének közvetlen hatálya nem követel meg előzetes végrehajtási intézkedést.

Az alperesek, illetve a Bizottság nem osztották a felperesek jogi álláspontját, előadták, hogy az EK 81. cikk nem rendelkezik közvetlen hatállyal, valamint, hogy nem lehet elismerni az EK 81. cikk visszaható hatályát az 1/2003 rendelet alapján, mivel ez nyilvánvalóan ellentétes lenne a jogbiztonság elvével, tehát az amszterdami bíróság hatásköre nem megalapozott e tekintetben. Hivatkoztak a Courage és Crehan ítéletre¹¹, amely megkövete-

⁹ A Tanács 3975/87/EGK rendelete (1987. december 14.) a légitársaságok ágazat vállalkozásaira vonatkozó versenyszabályok alkalmazásával kapcsolatos eljárás megállapításáról („3975/87 rendelet”; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:31987R3975&from=IT>, letöltés: 2022. 04. 15.)

¹⁰ A Bíróság 1974. január 30-ai 127/73. sz. BRT és Sociétés belges des auteurs, compositeurs et éditeurs ügyben hozott ítélete (ECLI:EU:C:1974:6).

¹¹ A Bíróság 2002. szeptember 20-ai C-453/99. sz. Courage és Crehan ügyben hozott ítélete (ECLI:EU:C:2001:465).

li a Európai Tanács („Tanács”) előzetes fellépésének szükségességét, mivel a hivatkozott ügyben csak azt követően ismerték el a közvetlen hatályt, hogy a Tanács végrehajtási intézkedést fogadott el az EUMSZ 101. cikkkel kapcsolatban.

5.2. Az amszterdami bíróság álláspontja

Az amszterdami bíróság a közvetlen hatály kérdésével kapcsolatban kifejtette, hogy az uniós bírósági gyakorlat alapján az EK 81. cikk (1) bekezdés és az EK 82. cikk a jellegüknek fogva alkalmasak arra, hogy közvetlen hatállyal bírjanak, valamint közvetlenül származhatnak belőlük jogok. Ennél fogva tehát horizontálisan közvetlen hatállyal bírnak, így megalapozott a nemzeti bíróságok hatásköre, amely hatáskör független az EK 84. és EK 85. cikkektől. Hozzáteszi azt is, hogy az EK 81. cikk alkalmazása körében csak akkor lenne korlátozott a nemzeti bíróság hatásköre, hogyha még lehetséges lenne az EK 81. cikk (3) bekezdés szerinti mentesség megadása, a jelen ügyben azonban nem kérték a légitársaságok a kartell fennállása alatt ennek az alkalmazását, tehát nem bírnak relevanciával ezek a rendelkezések.

Az amszterdami bíróság tehát úgy gondolja, hogy a teljes jogsértés időtartamára vonatkozóan hatáskörrel rendelkezik a kártérítési per lefolytatására és a jogsértés megállapítására.

Ugyanakkor az amszterdami bíróság utalt arra, hogy az unióban van már korábbi bírói gyakorlat,¹² amely szerint ha a nemzeti versenyhatóságok vagy a Bizottság nem állapítottak meg versenyjogi jogsértést, akkor a nemzeti bíróság nem rendelkezik hatáskörrel arra, hogy a szóban forgó magatartásokat illetően döntést hozzon a perben. E korábbi ítélet miatt tartotta szükségesnek az amszterdami bíróság az előzetes döntéshozatal iránti kérelmet, hiszen a korábbi gyakorlattal ellentétes jogértelmezésre jutott, így tehát nem biztosított az uniós jog alkalmazásának egységessége.

5.3. A Főtanácsnoki indítvány

A főtanácsnok leszögezte, hogy az EUMSZ 101. cikk általános jelleggel került megfogalmazásra, teljes és önálló rendelkezésnek minősül, nincs ben-

ne sem végrehajtási intézkedésre, sem korlátozott hatályra vagy alkalmazásra történő utalás. Ezen körülményekre tekintettel nem utal semmi sem arra, hogy az EUMSZ bármely más rendelkezéséhez képest eltérően kellene értelmezni ezt a cikket. Mindezek alapján az EUMSZ 101. cikkének horizontális közvetlen hatálya megalapozott.

Ehhez adódnak hozzá az EUMSZ 103–105. cikkei, amelyek átmeneti szabályozást fogalmaznak meg az EUMSZ 101. cikkével kapcsolatban. Az EUMSZ 103. cikk a Tanács feladataként határozza meg azt, hogy az EUMSZ 101. cikk érvényre juttatása érdekében rendeleteket és irányelveket alkosson meg, vagyis a Tanácsra telepíti az EUMSZ 101. cikk hatályának és adminisztratív felügyeletének meghatározását. További jelentőséggel bír az is, hogy az EUMSZ 104. és 105. cikk keretében a tagállamok hatóságai lettek megbízva azzal, hogy végrehajtsák az EUMSZ 101. cikkben szereplő elveket. Az indítvány rámutat arra, hogy az átmeneti szabályozás pusztán a közigazgatási úton történő alkalmazást korlátozza, az EUMSZ 101. cikkének bírósági úton történő közvetlen alkalmazását nem érinti.

A főtanácsnoki indítvány tehát rávilágított arra, hogy a jogvita lényegében arról szól, hogy az uniós versenyjogi szabályok közigazgatási érvényesülését korlátozó másodlagos jogszabályok körülhatárolják-e vagy kizárhatják-e az EUMSZ 101. cikk nemzeti bíróságok által történő alkalmazását.

A közvetlen hatály kérdésével kapcsolatban kifejtette, hogy a rendelkezés jellegét, általános felépítését és szövegét kell figyelembe venni, mivel valamennyi rendelkezés közvetlen hatállyal bír, feltéve, hogy kellően világos, pontos¹³ és feltétlen¹⁴. Az indítvány kiemeli, hogy ezen kritériumoknak megfelel az EUMSZ 101. cikke, vagyis azt horizontálisan közvetlenül kell alkalmazni.

Az indítvány elvi jelleggel leszögezte azt is, hogy egyetlen uniós jogi norma – legyen az akár elsődleges, akár másodlagos jogforrás – sem irányulhat arra, hogy korlátozza a nemzeti bíróságok hatáskörét az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének közvetlen alkalmazásával kapcsolatban.

¹² A Court of Appeal (England and Wales) által helyben hagyott, 2017. október 4. napján kelt határozat ([2017] EWHC 2420 [Ch]), amelyben egy kartellból eredő kártérítési kereset vonatkozásában megállapította, hogy nem rendelkezik hatáskörrel, mivel sem a nemzeti versenyhatóságok, sem pedig a Bizottság nem állapított meg jogsértést.

¹³ A Bíróság 2010. július 1-jei C-194/08. sz. Gassmayr ügyben hozott ítélete (ECLI:EU:C:2010:386, 45. pont).

¹⁴ A Bíróság 2014. május 15-ei C-337/13. sz. Almos Agrárkülkereskedelmi ügyben hozott ítélete (ECLI:EU:C:2014:328, 32. pont).

6. A Bíróság ítélete

A Bíróság hangsúlyozta, hogy az uniós jog nem pusztán azért rendelkezik közvetlen hatállyal, hogy kötelezettségeket állapítson meg a magánszemélyek terhére, hanem azért is, hogy számukra jogokat keletkeztessen. Ebben az összefüggésben hivatkozott a korábbi gyakorlatára,¹⁵ miszerint az EK 81. cikk (1) bekezdése közvetlen joghatásokat fejt ki a magánszemélyek közötti jogviszonyokban, és olyan jogokat keletkeztet, amelyek érvényesülését a nemzeti bíróságoknak elő kell segíteniük. Hozzátette, hogy bármely személynek joga van bíróság előtt az EK 81. cikk (1) bekezdésének megsértésére, ennél fogva egy kartell semmisségére hivatkozni,¹⁶ valamint az ezzel okozott kár megtérítését követelni.¹⁷ A Bíróság arra is felhívta a figyelmet, hogy az EK 81. cikk (1) bekezdés teljes érvényesülésének és az uniós versenyjog hatékonyságának a garanciáját jelenti az, hogy a nemzeti bíróságok előtt kártérítési kereseteket lehessen benyújtani.

A Bíróság külön kiemelte, hogy korábban már kimondta, hogy a versenyre vonatkozó szabályok az alapító szerződések hatálybalépésétől kezdődően vonatkoznak a légi közlekedésre is.¹⁸ Emellett utalt a főtanácsnok jogértelmezésére is, miszerint a Tanács szándékosan nem vette ki az EK 81. cikk tárgyi hatálya alól a légi közlekedési ágazatot.

A Bíróság rámutatott arra is, hogy a nemzeti bíróságok hatáskörét nem érinti az EK 84. és EK 85. cikk alkalmazása, mivel e két rendelkezés közül egyik sem korlátozza az EK 81. cikk nemzeti bíróságok általi alkalmazását. Ami pedig a hivatkozott 1/2003 rendelet 6. cikkét érinti, ez a rendelkezés nem megalapítja a nemzeti bíróságok hatáskörét, pusztán felidézi azt.

Mindezek alapján a bíróság megállapította, hogy az EK 81., EK 84. és EK 85. cikkeit, valamint az EGT-megállapodás 53. cikkét úgy kell értelmezni, hogy a nemzeti bíróságok hatáskörrel rendelkeznek arra, hogy az 1/2003 rendelet hatálybalépését követően benyújtott kártérítési keresettel kapcsolatban indult magánjogi jogviták-

ban az EK 81. és az EGT-megállapodás 53. cikkét alkalmazzák az érintett magatartásokra visszamenő hatállyal, még akkor is, ha e magatartásokkal kapcsolatban az EK 84. és az EK 85. cikkek alapján nem hoztak közigazgatási határozatot, feltéve hogy az említett magatartások hatással lehettek a tagállamok, illetve az EGT-megállapodás felei közötti kereskedelemre.

7. Összegzés

A jogeset által boncolgatott jogkérdések mai szemmel látszólag meghaladottnak, illetve pusztán technikai jellegűnek tűnhetnek, ennek ellenére mégis egy jelentős, precedensértékű döntésről van szó.

A Bíróság döntése ismételten kimondta azt az egyszerű alaptételt, hogy az EUMSZ 101. cikke horizontális közvetlen hatállyal bír, amelyből további következtetéseket is levont.

Egyrészt a főtanácsnoki indítvánnyal egyezően megerősítésre került az, hogy a nemzeti bíróságok hatásköre közvetlenül az EUMSZ 101. cikkből származik, ennél fogva semmilyen uniós rendelet által „megállapított” hatáskörre vonatkozó jogalap nem szűkíti le – és nem is bővíti ki – a nemzeti bíróságok hatáskörét, hiszen egyetlen uniós jogi norma sem irányulhat kifejezett rendelkezés hiányában a nemzeti bíróságok hatáskörének korlátozására.

Másrészt azt is levezette a Bíróság, hogy versenyjogi jogsértést megállapító (tagállami vagy bizottsági) közigazgatási döntés hiányában is felelősségre lehet vonni a jogsértő vállalkozásokat a kartellel okozott károk megtérítésével kapcsolatban. A Bíróság ezen érvelése szembement a korábbi gyakorlattal,¹⁹ amely szerint a bíróságok marasztaló közigazgatási határozat hiányában nem rendelkeznek hatáskörrel arra, hogy a szóban forgó károkozó magatartásokat kartellnek minősítve elbírálják a kártérítési kereseteket. A Bíróság helyes jogértelmezése tehát megszüntette azt a korábbi hibás jogi megközelítést, ami alapján egy *de*

¹⁵ A Bíróság 2019. december 12-ei C-435/18. sz. Otis Gesellschaft és társai ügyben hozott ítélete (ECLI:EU:C:2019:1069, 21. pont).

¹⁶ A Bíróság 2006. július 13-ai C-295/04-C-298/04. sz. Manfredi és társai ügyben hozott ítélete (ECLI:EU:C:2006:461, 59. pont).

¹⁷ Lásd a 14. lábjegyzetben hivatkozott döntés 23. pontját.

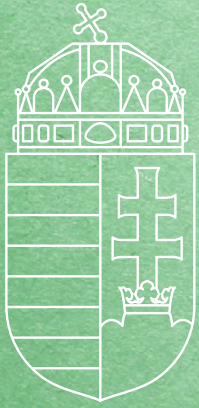
¹⁸ A Bíróság 1986. április 30-ai 209/84-213/84. sz. Asjes és társai ügyben hozott ítélete (ECLI:EU:C:1986:188, 35–45. pont).

¹⁹ Lásd a 11. lábjegyzetben hivatkozott döntést.

iure jogsértő, károkozó magatartásra *de facto* nem tudtak a károsultak hivatkozni azért, mert valamilyen oknál fogva nem született a versenyügyben marasztaló közigazgatási határozat.

Az elemzett ítélet azért is figyelemreméltó, mert a gyakorlatban viszonylag ritkák a kartellből ere-

dő károk megtérítése iránt indított magánjogi keresetek, így ez a döntés hozzájárulhat ahhoz, hogy a jövőben a károsultak hatékonyabban érvényesíthessék a kartellekből eredő kártérítési igényeiket.



Számel Kristóf Artúr¹

A technológiai fejlesztést korlátozó kartell az autópiacon

Cartel restricting technical development in the car sector

Abstract: On the 8th of July 2021, the European Commission in its decision, for the first time, relied on the restriction of technical development as a theory of harm. The decision demonstrates that there may be a thin line between legal and illegal horizontal technological cooperation, therefore undertakings must pay special attention to ensure compliance of their technological collaboration with antitrust rules. The decision also highlights the potential benefits of the leniency program with respect to undertakings that are in breach of antitrust rules, and the role competition law may play in the further advancement of environmental-friendly technological development.

Tárgyszavak: kartell, műszaki korlátozás, környezetvédelem, engedékenységi politika

Keywords: cartel, limitation of technical development, environmental protection, leniency policy

1. Bevezetés

Az uniós versenyjog a tilalmazott versenykorlátozó megállapodások között nevesíti a műszaki fejlesztés korlátozását vagy ellenőrzését.² Az Európai Bizottság („Bizottság”) az AT.40178. számú, *Car Emissions*-ügyben 2021. július 8-án³ hozott határozatában⁴ („Bizottsági Határozat”) először alkalmazta a kartelljogsértés megállapítását kizárólag a műszaki fejlesztés korlátozására. Jelen esettanulmány kifejezetten ezen szempont mentén kívánja bemutatni a Bizottsági Határozatot, külön kiemelve azon tényezőket, amelyek a jövőre nézve is jelentőséggel bírhatnak a joggyakorlat számára.

A Bizottsági Határozat külön hangsúlyozza, hogy eljárása kizárólag az érintett vállalkozások műszaki jellemzőket érintő egyeztetéseire, és nem

az árak, költségek vagy mennyiségek összehangolásával kapcsolatos kérdésekre irányult,⁵ így a durva kartellek gyakran előforduló esetei mellett egy sajátos, és keveset vizsgált kartelltípust van lehetőség elemezni a bizottság jelen határozata alapján.

2. A Bizottság eljárása

A tárgyalat határozatot megelőző versenyfelügyeleti eljárást a Bizottság 2018. szeptember 18-án indította az öt legnagyobb német autógyártó vállalkozással szemben. Az eljárás alá vont vállalkozások a Volkswagen-csoporthoz tartozó Volkswagen AG, Audi AG és Porsche AG (a továbbiakban együtt: „Volkswagen”), valamint a DAIMLER AG („DAIMLER”) és a Bayerische Motoren Werke AG („BMW”) voltak. Az eljárás azt követően

¹ Vizsgáló, Gazdasági Versenyhivatal – Kartell Iroda.

² Európai Unió Működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) 101. cikk (1) bekezdés b) pont.

³ Közzététel időpontja: 2021. november 12.

⁴ AT.40178. sz. ügy (Car Emissions), HL [2021] C 458, 2021. 07. 08., 1–4. European Commission, Case AT.40178 – Car Emissions. Cartel Procedure. Council Regulation (EC) 1/2003. https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases1/202146/AT_40178_8022289_3048_5.pdf (letöltés: 2022. 06. 13.)

⁵ Bizottsági Határozat 10. pontja.

indult, hogy a DAIMLER az engedékenységi közlemény⁶ alapján mentességért folyamodott az Európai Bizottsághoz, és e körben információkat szolgáltatott a Bizottság részére a később eljárás alá vont vállalkozások által tartott, úgynevezett „ötek körei” („*circles of five*”) találkozókra vonatkozóan. Ezt követően a Volkswagen is mentesség iránti, ennek sikertelensége esetére a bírság csökkentése iránti kérelmet nyújtott be a Bizottság részére. A Bizottság az eljárás későbbi szakaszában felajánlotta a feleknek az eljárás vitarendezés keretében való folytatását. A vitarendezési eljárásban valamennyi eljárás alá vont vállalkozás részt vett.

3. Az érintett termék és a jogsértő magatartás

Az eljárás során érintett termék az úgynevezett szelektív katalitikus redukciós⁷ rendszer („SCR-rendszer”) volt, amely – a károsanyag-kibocsátás csökkentése érdekében – a dízelmeghajtású járművekben egy folyékony szerves vegyület, az AdBlue hozzáadásával a nitrogén-oxidokat vízzé és nitrogénné alakítja át.⁸ Az AdBlue adagolására a gépjárműben elhelyezett speciális tartályból kerül sor, amelynek mérete – az AdBlue fogyasztás mértékével együtt – meghatározza, hogy milyen távolságot képes megtenni a jármű két egymást követő AdBlue-utántöltés között (ez az úgynevezett „*AdBlue range*”).⁹

A német autóipar meghatározó szereplői egyeztetéseket folytattak annak érdekében, hogy az Európai Gazdasági Térség („EGT”) területén értékesített dízelmeghajtású személygépjárművekben alkalmazott SCR-rendszerek műszaki fejlesztéseit korlátozzák – a vizsgálat tárgyát ez az egyeztető magatartás képezte. Az eljárás alá vont vállalkozások a Bizottsági Határozat szerint egyeztetéseket folytattak az AdBlue-tartályok mérete, valamint a tartály két feltöltése között kívánatos hatótáv te-

kintetében, továbbá az átlagos AdBlue-fogyasztásra vonatkozó információkat osztottak meg egymással.¹⁰

A Bizottsági Határozatban foglaltak szerint a DAIMLER, a Volkswagen, illetve a BMW egységes és folytatólagos jogsértést valósítottak meg 2009. június 25-e és 2014. október 1-je között, amelynek keretében a vállalkozások technikusai rendszeresen az „ötek körei” elnevezésű találkozókra tartottak, amelyek során részletes megbeszéléseket folytattak a járművek technológiai fejlesztése, valamint az AdBlue-tartályok paramétereire vonatkozásában. A megbeszéléseken a vállalkozások szervezeti hierarchiájának különböző szintjein elhelyezkedő személyek vettek részt, évente pedig legalább egy alkalommal olyan találkozót is tartottak, amely során az érintett szervezeti egységek vezetői képviselték a vállalkozásokat.¹¹

Az eljárás alá vont vállalkozások tudomással bírtak arról, hogy (i) valamennyi gyártó olyan nitrogén-oxid-tisztító stratégiát alkalmazott az EGT területén, amely nem az elérhető leghatékonyabb károsanyag-csökkentést tűzte ki célul, és nem haladta meg az uniós jogszabályok¹² által megkövetelt mértéket, valamint, hogy (ii) egyébként valamennyi gyártó képes lett volna a jogszabályi követelményeket meghaladó, hatékonyabb nitrogén-oxid-tisztító stratégiát alkalmazni az EGT területén. A DAIMLER, a Volkswagen és a BMW egyező állásponton voltak továbbá a tekintetben, hogy az AdBlue-fogyasztás a szabályozói környezet szigorodásával növekedni fog, így nem törekedtek a meglévő követelmények idő előtti felültesítésére.

Emellett a vállalkozások információt osztottak meg egymással a különböző járműmodellek AdBlue-tartálméretére, a két utántöltés közötti hatótávolságra, valamint a várható átlagos fogyasztásának mértékére vonatkozóan, amely infor-

⁶ Bizottsági közlemény a kartellügyek esetében a bírságok alóli mentességről és a bírságok csökkentéséről [2006] HL C 298., 2006. 12. 08., 17.) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=celex:52006XC1208%2804%29> (letöltés: 2022. 06. 13.)

⁷ Angolul: „*Selective Catalytic Reduction*”.

⁸ A Bizottság megjegyzi, hogy az nitrogén-oxid-koncentráció csökkentésére más technológiák is léteznek, az eljárás azonban kizárólag az SCR-technológia tekintetében lefolytatott egyeztetésekre irányult.

⁹ Bizottsági Határozat 49. pontja.

¹⁰ Bizottsági Határozat 103–104. pontjai.

¹¹ Bizottsági Határozat 68–70. pontjai.

¹² Lásd A 2007/46/EK Irányelv a gépjárművek és pótkocsijaik, valamint az ilyen járművek rendszereinek, alkatrészeinek és önálló műszaki egységeinek jóváhagyásáról („keretirányelv”) [2007] HL L 263, 2007. 09. 10., 1–160. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=celex:32007L0046> (letöltés: 2022. 06. 13.)

mációmegosztás az eljárás alá vont vállalkozások számára átláthatóbbá és kiszámíthatóbbá tette az SCR-technológia versenytársak általi alkalmazásának különböző aspektusait.¹³ Külön érdekesség, hogy a Bizottsági Határozat szerint a DAIMLER, a Volkswagen és a BMW előírták, hogy az „ötek körei” megbeszélések során a verseny szempontjából releváns kérdések nem merülhetnek fel. A Bizottság elemzése szerint ugyanakkor maguk az eljárás alá vont vállalkozások is a verseny szempontjából relevánsnak tekintették a nitrogén-oxid-kibocsátás kérdéskörét, az autógyártók esetenként pedig kifejezetten a nitrogén-oxid-kibocsátás mértékével összefüggő környezeti szempontokat használták reklámozási célokra.¹⁴

4. A magatartás jogi minősítése

A Bizottsági Határozatban foglaltak szerint az eljárás alá vont vállalkozások összehangolták a kívánt AdBlue-tartály méretet és az egy AdBlue-újrátöltéssel elérhető hatótávot.

2009. június 25-én megállapodtak abban, hogy két újrátöltés közötti távolság körülbelül 10 000 km legyen, amely a legtöbb gyártó esetén 8–10 literes tartálytérfiglettel lett volna elérhető.

Ezek alapján közös megegyezés alakult ki a tekintetben, hogy a várható átlagos AdBlue-fogyasztás hozzávetőlegesen 0,8–1 liter/1000 km legyen a jövőben.¹⁵ Kiemelendő, hogy az eljárás alá vont vállalkozások valójában nem egységesítették az AdBlue-tartályok méreteit és az abból adódó hatótávolságot, a tényleges tartályméretek jóval a megbeszélt úrtartalom felett maradtak. Ez azonban természetesen nem akadályozta a versenyjogsértés megállapításának, az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazásában szükségtelen meg-

vizsgálni a versenyre gyakorolt hatásokat, amennyiben a megállapodás versenyellenes célja bizonyított.¹⁶

A DAIMLER, a Volkswagen és a BMW ugyanakkor már a jogsértő magatartás megvalósításának idején tudatában voltak annak, hogy bizonyos vezetési körülmények esetén technikailag lehetséges lenne jövőbeli SCR-rendszerekkel még hatékonyabb, és a jogszabályi követelményeket meghaladó nitrogén-oxid-csökkentést elérni. A Bizottság megállapításai szerint az eljárás alá vont vállalkozásoknak – piaci pozíciójuk, technológiai hátterük és piacon kialakított önképük („self-image”) alapján – lehetőségük lett volna a jogszabályi követelményeket felülteljesítő stratégiát választani.¹⁷ Az eljárás alá vont vállalkozások azonban azon a közös állásponton voltak, hogy az AdBlue-fogyasztás a szigorúbb szabályozói követelmények bevezetésével – különösen az Európai Unióban 2016-ban bevezetett RDE tesztelési eljárás¹⁸ következtében – tovább fog növekedni a jövőben, és jelezték egymás számára, hogy az ily módon történő felülteljesítés nem kívánatos.¹⁹

Az, hogy a vállalkozások információkat osztottak meg egymással, hatással volt a jövőbeli magatartásukra is, hiszen csökkentette a versenytársak közötti bizonytalanságot a dízel meghajtású személygépjárművekbe beépítendő SCR-rendszerek bizonyos, versenytársak által alkalmazott paramétereit tekintetében. A Bizottság értékelése szerint az információk megosztásának célja így kifejezetten az eljárás alá vont vállalkozások közötti bizonytalanság csökkentése, továbbá annak megakadályozása volt, hogy a károsanyag-kibocsátással összefüggő technológia hatékonyabbá tételének elmaradása miatt bármelyikük hátrányba kerüljön.²⁰

¹³ Bizottsági Határozat 84. pontja.

¹⁴ Bizottsági Határozat 89. pontja.

¹⁵ Bizottsági Határozat 79. pontja.

¹⁶ 2016. január 20-ai Toshiba Corporation v Commission ítélet, C-373/14 P, ECLI:EU:C:2016:26, 25. pont. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=ecli%3AECLI%3AEU%3AC%3A2015%3A427> (letöltés: 2022. 06. 13.)

¹⁷ Bizottsági Határozat 129. pontja.

¹⁸ Angolul: „Real Driving Emissions Test”; lásd: 2016/427/EU rendelet a 692/2008/EK rendeletnek a könnyű személy- és haszongépjárművek kibocsátásai (Euro 6) tekintetében történő módosításáról [2016] HL L 82, 2016. 03. 31., 1–98.; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A32016R0427>; letöltés: 2022. 06. 13.) és 2016/646/EU rendelet a 692/2008/EK rendeletnek a könnyű személy- és haszongépjárművek kibocsátásai (Euro 6) tekintetében történő módosításáról [2016] (HL L 109, 2016. 04. 20.), 1–22. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0646&from=NL>; letöltés: 2022. 06. 13.).

¹⁹ Bizottsági Határozat 83. pontja.

²⁰ Bizottsági Határozat 126. pontja.

A Bizottsági Határozat értékelése szerint a vizsgált magatartás egyszerre minősült megállapodásnak és összehangolt magatartásnak. E körben a Bizottság a korábbi releváns uniós joggyakorlatra hivatkozott, amely szerint egy hosszú ideig fennálló jogsértés esetén a Bizottság nem köteles kizárólag megállapodás vagy összehangolt magatartás kategóriája alá sorolni a jogsértést, mivel egy kartell egyszerre mindkét kategóriába tartozó magatartás útján is megvalósulhat.²¹

5. A vizsgált magatartás esetleges előnyei a gazdasági hatékonyság szempontjából

A Bizottság határozatában az eljárás alá vont vállalkozások fent részletezett magatartásának a gazdasági hatékonyság szempontjából esetlegesen felmerülő előnyeit is értékelte.

Az eljárás alá vont vállalkozások olyan Adblue-újratöltő infrastruktúra kialakításáról is egyeztettek – sőt, ezen infrastruktúra kiépítéséről különböző iparági szereplőket is igyekeztek meggyőzni –, amely véleményük szerint nagymértékben csökkentette volna a fogyasztóknál az AdBlue-újratöltések révén jelentkező hátrányokat. A Bizottság e tekintetben úgy foglalt állást, hogy a DAIMLER, a Volkswagen és a BMW ezen elképzelései nem voltak képesek ellensúlyozni a fogyasztókat a választási lehetőségeik korlátozása miatt ért hátrányokat. A Bizottság álláspontja szerint továbbá ezen – adott esetben elfogadható – célkitűzés eléréséhez nem voltak elengedhetetlenek a fent részletezett egyeztetések.²²

A 8–10 literes AdBlue-tartálméretben történő megállapodás révén a DAIMLER, a Volkswagen és a BMW egyebek mellett azt kívánták elérni, hogy az érintett járművekben helyet takarítsanak meg, és csökkentsék a járművek össztömegét (így egyúttal a járművek üzemanyag-fogyasztását és CO₂-kibocsátását is). A Bizottság álláspontja szerint ugyanakkor az eljárás alá vont vállalkozások egymástól függetlenül is dönthettek volna kisebb méretű AdBlue-tartály kialakításról, ezzel szem-

ben azonban kifejezetten a verseny kiiktatását, és az esetleges érdekkonfliktus elkerülését tűzték ki célul.²³

Az eljárás alá vont vállalkozások belső aggályokat fogalmaztak meg az SCR-rendszerek ráfordítási igényeivel kapcsolatban, és együttesen törekedtek arra, hogy csökkentsék e rendszerek költségeit.

A Bizottság álláspontja szerint ugyanakkor a tartálméretben és a hatótávban történő megállapodás, valamint a fentebb részletezett információcseré nem volt szükséges a költségek csökkentéséhez, így az ilyesfajta törekvések nem mentesülhetnek a jogsértés következményei alól.²⁴

6. Jogkövetkezmény

A mentességi, illetve a bírság csökkentése iránti kérelmekre, valamint a szolgáltatott információkra tekintettel a DAIMLER teljes mentességben, amíg a Volkswagen 45 százalékos bírságcsökkentésben részesült. Utóbbival szemben így összesen 502 362 000 euró, a BMW-vel szemben pedig 372 827 000 euró bírság kiszabására került sor. A vitarendezési eljárásban való részvételre tekintettel az eljárásról szóló bizottsági közlemény²⁵ alapján valamennyi vállalkozás további 10 százalékos bírságcsökkentésben részesült.

A Bizottság a bírság mértékének megállapítása körében enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy ez az első eset, amikor kizárólag a műszaki fejlesztés korlátozására hivatkozva minősítenek egy magatartást kartelljogsértésnek. A Bizottság figyelembe vette e körben a joggyakorlat hiányát, így valamennyi eljárás alá vont vállalkozás tekintetében 20 százalékos bírságcsökkentést alkalmazott.

A Bizottság a bizottsági jogértelmezés pontosítása és az eljárás alá vont vállalkozásokkal történő együttműködés érdekében mindegyikük részére egy kísérlőlevelet is megküldött, amelyben pontokba szedve röviden összefoglalta, hogy a vállalkozások között meglévő és tudomására jutott, az SCR-rendszerek fejlesztését érintő egyéb együttműködési formákat miért nem tekinti jogsértőnek,

²¹ Lásd 1991. december 17-ei Hercules Chemicals ítélet, T-7/89, ECLI:EU:T:1991:75, 264. pont.

²² Bizottsági Határozat 175. pontja.

²³ Bizottsági Határozat 134. pontja.

²⁴ Bizottsági Határozat 135–136. pontjai.

²⁵ A Bizottság közleménye a kartellügyekben az 1/2003/EK tanácsi rendelet 7. és 23. cikke szerinti határozatok elfogadását célzó vitarendezési eljárások lefolytatásáról (2008/C 167/01) [2008] (2008. 07. 02.), 32. pont (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52008XC0702%2801%29&qid=1664270247164>; letöltés: 2022. 06. 13.)

ezzel egyfajta iránymutatást nyújtva a gazdasági szereplők számára a hasonló technológiai együttműködések vonatkozásában. A Bizottság ezen kísérőlevele mindenki számára hozzáférhető.²⁶

7. Összefoglalás

A jelen esettanulmányban vizsgált Bizottsági Határozat először alkalmazta a kartelljogsértés megállapítását kizárólag a műszaki fejlesztés korlátozására. A gazdasági szereplők számára egészen biztos, hogy újabb *compliance* oldali kihívásokat jelent majd annak mérlegelése, hogy a technológiai egyeztetések mely formái maradnak a jogszerűség talaján, és melyek az együttműködés azon esetei, amelyek már versenyjogi szempontból aggályosak. Ahogy Margrethe Vestager, az Európai Bizottság versenyjogért felelős biztosa is kiemelte a döntésről szóló sajtótájékoztatóban: a technológiai együttműködések a gazdasági hatékonyság szempontjából előnyökkel is járhatnak, és az uniós versenyjoggal összhangban is megvalósulhatnak, jelen esetben ugyanakkor az érintett vállalkozások

túllépték a jog által megengedett határokat.²⁷ A Bizottság sajtótájékoztatója kiemelte továbbá, hogy ez az ügy rávilágít arra a körülményre is, miszerint a versenyjogi szabályok és jogérvényesítés hozzájárulhat az Európai Zöld Megállapodásban²⁸ foglalt elvek érvényesüléséhez is, a piacok hatékony, fair és innovatív jellegének megőrzéséhez.

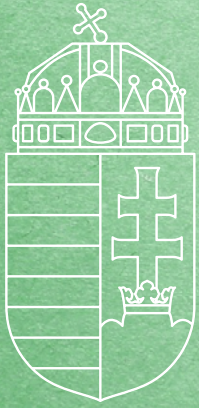
A döntés mindemellett emlékeztetőül szolgálhat az engedékenységi politika fontossága tekintetében, mivel a DAIMLER több, mint 700 millió eurós bírságtól mentesült a sikeres mentesség iránti kérelmének köszönhetően. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy ez a körülmény a magánjogi kártérítési igényekkel szemben csak korlátozott védelmet biztosít.

A magyar joggyakorlat számára értékes tanulással bírhat, ahogy a Bizottság a korábbi joggyakorlat hiányát egyrészt enyhítő körülményként értékelte, másrészt pedig egy „informális” eszköz útján, kísérőlevél formájában eligazítást igyekezett adni a gazdasági szereplők részére jövőbeli magatartásuk uniós joggal való összhangjának megkönnyítése érdekében.

²⁶ A Bizottság kísérőlevele az ügy iratai között elérhető: https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_40178 (letöltés: 2022. 06. 13.)

²⁷ A Bizottság 2021. július 8-án közzétett közleménye; https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_3581; (letöltés: 2022. 06. 13.)

²⁸ Bizottsági közlemény az európai zöld megállapodásról, The European Green Deal. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions (COM/2019/640 final; 2019. 11. 12.; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019DC0640>; letöltés: 2022. 06. 13.)



Vass Anna¹

Felelhet-e a leányvállalat az anyavállalat versenyellenes magatartásával okozott kárért? – A Bíróság C-882/19. sz. ügyben született ítélete

Can a subsidiary company be responsible for the property damage, caused by the parent company, by its anti-competitive attitude? – based on the decision of the case number C-882/19. of the Court of Justice

Abstract: This preliminary ruling procedure trends to answer an interesting and novel question, whether it is possible that the conception of the economic unity legitimates the impeachment of a subsidiary company, for the property damage caused by the anti-competitive behavior of the parent company. And if it is possible, what kind of conditions must be met?

Tárgyszavak: versenyjog, előzetes döntéshozatali eljárás, „gazdasági egység” fogalma, „vállalkozás” fogalma, a megtérítésért felelős jogalanyok meghatározása

Keywords: competition law, reference for a preliminary ruling, concept of ‘economic unit’, concept of an ‘undertaking’, determination of the undertakings liable to provide compensation

1. Bevezetés

Az Európai Unió Bíróságának („Bíróság”) ítélezési gyakorlatában nem újkeletű, hogy a gazdasági egység elmélete alapján az anyavállalatot a leányvállalata versenyjogba ütköző magatartásáért egyfajta „felmenő” rendszerben szankcionálják,² számos erre vonatkozó jogesetet találunk a Bíróság eddigi döntései között.³ Felmerült azonban az az újszerű megközelítés, és ezáltal a kérdés, hogy egy anyavállalat által elkövetett versenyellenes magatartásból eredően kárt szenvedett fél érvényesítheti-e polgári jogi igényét annak leányvállalatával szemben pusztán azért, mert azok egy gazdasági egységet képeznek. Jelen előzetes döntéshozata-

li eljárásban a Bíróságnak lényegében arra kellett választ adnia, hogy a felelősségre vonás „lemenő” rendszerben is igazolható lehet-e a gazdasági egység fogalmával.

2. Az alapügy bemutatása és az előzetes döntéshozatalra terjesztett kérdések

Az alapügyben érintett vállalkozások a Sumal SL („Sumal” vagy „felperes”) és a Daimler csoport két tagja, az anyavállalat Daimler AG („Daimler”), és leányvállalata, a Mercedes Benz Trucks Espana SL („MBTE” vagy „alperes”). A Sumal a Stern Motor SL márkakereskedőn keresztül, lízingszerződés útján szerezte meg a tehergépjárművekkel foglal-

¹ Versenytanácsai vizsgáló, Gazdasági Versenyhivatal – Döntéshozatali Támogató Iroda.

² Giovanni Pitruzella Főtanácsnok 2021. április 15-ei indítványa a C-882/19. sz. ügyben, ECLI:EU:C:2021:293, Opinion of Advocate General Pitruzella delivered on 15 April 2021., Sumal, S.L. v Mercedes Benz Trucks España, S.L., Request for a preliminary ruling from the Audiencia Provincial de Barcelona, C-882/19 („Főtanácsnoki indítvány”), 2021. 04. 15., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:62019CC0882> (letöltés: 2022. 06. 09.), 2. pont.

³ Lásd többek között: 2012. július 19-ei Alliance-ítéletet (C628/10 P és C14/11 P) ECLI:EU:C:2012:479; a 2013. július 11-ei Stichting Administratiekantoor Portielje-ítéletet (C440/11 P) ECLI:EU:C:2013:514; a 2015. március 5-ei Versalis-ítéletet (C93/13 P és C123/13 P) ECLI:EU:C:2015:150; a 2017. április 27-ei Akzo Nobel-ítéletet (C516/15 P) ECLI:EU:C:2017:314; az 1972. július 14-ei Imperial Chemical Industries-ítéletet, ECLI:EU:C:1972:70; a 2015. szeptember 9-ei Toshiba-ítéletet (T104/13) ECLI:EU:T:2015:610, illetve a 2003. szeptember 30-ai Michelin-ítéletet (T203/01) ECLI:EU:T:2003:250.

kozó Daimler-csoport két gépjárművét az MBTE-től még az 1990-es évek végén.

Az ügy előzményét az Európai Bizottság („Bizottság”) 2016-ban hozott határozata („határozat”)⁴ képezte, amelyben a Bizottság megállapította, hogy a tizenöt legjelentősebb teherautógyártó rögzítette az árait, nevezetesen megállapodtak a teherautók bruttó árának az EGT-n belüli emeléséről, valamint a hatályos szabványoknak való megfeleléssel járó költségek időzítésére és áthárítására irányuló összehangolt megállapodásokat kötöttek, amellyel egységes és folytatolagos kartelljogsértést valósítottak meg. Ezen gyártók között került jogsértőként nevesítésre a Daimler is, aki abban az időszakban is érintett volt a jogsértésben, amikor a Sumal gépjárműveket lízingelt tőle.

A Sumal a Bizottság ezen határozatát követően egy úgynevezett „follow on” típusú⁵ kártérítési keresetet indított az MBTE ellen a Juzgado de lo Mercantil nº 7 de Barcelona („barcelonai kereskedelmi bíróság”) előtt, és azt kérte, hogy az kötelezze a vállalkozást a versenyszabályoknak a határozatban kimondott megsértéséből eredő károk megtérítésére. A Sumal szerint az MBTE a Daimler leányvállalataként felelőséggel tartozik az anyavállalat által tanúsított magatartásért, meg kell térítenie azokat a többletköltségeket, amelyeket neki a kartell következtében viselnie kellett. Úgy véli, hogy a kartell folytán az MBTE 20 százalékos felárat alkalmazott vele szemben.⁶ Az MBTE ellenkérelemmel élt, amelyben hangsúlyozta, hogy a jogsértés egyetlen felelőse a Daimler, és a két vállalkozás jogi személyisége teljes mértékben elkülönül egymástól.⁷ Ellenkérelmét egy eljárásjogi jellegű kérdésre, lényegében perakadályra alapozta, ugyanis azt állította, hogy nem rendelkezik passzív perbeli legitimációval. Arra hivatkozott, hogy a felperest nem illeti meg a keresettel érvényesíteni kívánt jog vele szemben, vagyis a kereset érdemi elutasításá-

nak van helye tekintettel arra, hogy ellene a pert nem is lehetett volna megindítani. A barcelonai kereskedelmi bíróság az MBTE-vel egyetértve elutasította a keresetet, és osztotta azon álláspontot is, hogy hiányzik a perelőfeltételt jelentő passzív perbeli legitimáció. Azzal érvelt, hogy a felperes a kártérítési igényét olyan magatartásból eredő kárra alapozza, amelynek felelőseként kizárólag a Daimler mint anyavállalat került nevesítésre a jogsértést megállapító határozatban.⁸

A Sumal fellebbezést nyújtott be az Audiencia Provincial de Barcelona („barcelonai tartományi bíróság” vagy „másodfokú bíróság”) előtt a barcelonai kereskedelmi bíróság ítéletével szemben.

A másodfokú bíróság szerint a spanyol nemzeti ítélkezési gyakorlat meglehetősen ellentmondásos a gazdasági egység elméletének alkalmazásával kapcsolatos kérdésekben. Ezen a ponton szükséges előzetesen tisztázni a gazdasági egység jelentését. A társasági jogi értelemben egymástól független jogalanyok ugyanis versenyjogi szempontból egy szereplőnek minősülnek abban az esetben, ha közöttük üzleti-gazdasági érdekközösség áll fenn.⁹ Egyes spanyol bíróságok szerint a gazdasági egység elve alapján az ilyen keresetek irányulhatnak a leányvállalatok felelősségének megállapítására is, amíg mások szerint csak az anyavállalat vonható felelősségre a leányvállalat magatartásáért, a szankcionálás fordítva nem lehetséges.¹⁰ A Bíróság sem foglalt még állást arra vonatkozóan, hogy egy versenyszabályok megsértését kimondó határozat következtében indított kártérítési kereset irányulhat-e olyan vállalkozás ellen, amelyet a határozat nem nevesít mint a jogsértésben részes vállalkozást, és ami azonban teljes egészében a jogsértő vállalkozás tulajdonában van. A barcelonai tartományi bíróság ezért úgy döntött, hogy az előtte folyamatban lévő fellebbezési eljárást felfüggeszti, és

⁴ C (2016) 4673, AT.39824, Summary of Commission Decision of 19 July 2016 relating to a proceeding under Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 53 of the EEA Agreement (Case AT.39824 — Trucks) (notified under document C(2016) 4673), 2016. 07. 19., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52017XC0406%2801%29> (letöltés: 2022. 06. 09.)

⁵ Olyan kereset, amely egy korábban megállapított jogsértésből eredő károk megtérítésére irányul.

⁶ Főtanácsnoki indítvány, 20. pont.

⁷ Főtanácsnoki indítvány, 6. pont.

⁸ Főtanácsnoki indítvány, 7. pont.

⁹ TóTH Tihamér: Uniós és magyar versenyjog, Harmadik, átdolgozott és kibővített kiadás, Wolters Kluwer, Budapest, 2020, 139.

¹⁰ 2021. október 6-ai Sumal, S.L. kontra Mercedes Benz Trucks España, S. L.-ítélet, C-882/19., ECLI:EU:C:2021:800 („Ítélet”), 14. pont.

előzetes döntéshozatali eljárás keretében az alábbi kérdéseket terjeszti a Bíróság elé:

- a) A Bíróság ítélkezési gyakorlatából eredő gazdasági egység elve igazolja-e az anyavállalat felelősségének leányvállalatra történő kiterjesztését, vagy ez az elv kizárólag a leányvállalatok felelősségének az anyavállalatra való kiterjesztésére alkalmazandó?
- b) A gazdasági egység fogalmát csak az irányítási viszonyok alapján lehet kiterjeszteni, vagy más kritériumok alapján is, például, ha a leányvállalatnak haszna keletkezett a jogsértő magatartásból?
- c) Ha az anyavállalat felelőssége kiterjeszthető a leányvállalatra, melyek az azt lehetővé tevő körülmények?
- d) Ha az anyavállalat magatartása miatti felelősség kiterjesztése elfogadható a leányvállalatra nézve, akkor ezzel a közösségi elvvel összeegyeztethető-e az olyan nemzeti szabályozás,¹¹ ami csak a leányvállalat felelősségének az anyavállalatra való kiterjesztését tartalmazza, feltéve, hogy az anyavállalat irányítást gyakorol a leányvállalat felett?¹²

3. A Főtanácsnoki indítvány

Giovanni Pitruzella Főtanácsnok („Főtanácsnok”) véleménye szerint annak ellenére, hogy az előterjesztett kérdések újszerűnek minősülnek, azok a „gazdasági egység” elméletére vonatkozó eddig kialakult ítélkezési gyakorlat alapján válaszolhatóak meg.¹³ Elsődlegesen tisztázni szükséges az alapfogalmakat, mégpedig a „vállalkozás” és a „gazdasági egység” fogalmát, annak terjedelmét. A Bíróság a vállalkozás fogalmát először a Hydrotherm-ügyben¹⁴ fogalmazta meg, amely szerint a versenyjogban a vállalkozás gazdasági egységet jelent, amely jogilag több, akár természetes, akár jogi személyből is állhat. A „vállalkozás” verseny-

jogi értelemben vett fogalmának alkalmazásakor két szempontot szem előtt kell tartani. Az első az, hogy a vállalkozás fogalma a tevékenység típusára fekteti a hangsúlyt, nem pedig a tevékenységet végző jogalanyok jellemzőire.¹⁵ A tevékenységnek gazdasági jellegűnek kell lennie, és amennyiben ez a gazdasági jelleg fellelhető, az adott tevékenységet végző gazdasági szereplők a versenyjog hatálya alá tartoznak, függetlenül a rájuk vonatkozó nemzeti szabályoktól és követelményektől. Másodszorban a tevékenység versenyjogi szempontból való gazdasági jellegűnek minősítése függ a vizsgált környezettől.¹⁶ Ebből következik, hogy az ítélkezési gyakorlat értelmében a gazdasági tevékenységet folytató jogalany jogi formája nem releváns, és az egymástól jogilag függetlennek minősülő piaci szereplőket egy vállalkozásba tartozónak lehet tekinteni, amennyiben az adott piacon egy „gazdasági egységként” tevékenykednek.¹⁷ A vállalkozás – funkcionális fogalmát tekintve – olyan jogilag elkülönült jogalanyokat (természetes vagy jogi személyeket) jelent, amelyek egy gazdasági egységként, egységes módon járnak el egy adott piacon.¹⁸

A „gazdasági egység” elméletének alkalmazása mára az uniós versenyszabályok megsértése miatti szankcionálás egyik alapvető mozzanatává vált. Annak vizsgálatakor, hogy a jogalanyok egy gazdasági egységet képeznek-e, figyelembe kell venni a közöttük fennálló jogi, gazdasági és szervezeti kapcsolatokat, de egyéb szempontok vizsgálata is indokolt lehet az adott egyedi ügyben. A Bíróság ítélkezési gyakorlatából kiolvasható az úgynevezett „meghatározó befolyás tényleges gyakorlásának” vélelme. Ezen vélelem alapján, ha az anyavállalat 100 százalékos vagy ahhoz közeli részesedéssel rendelkezik a leányvállalatban, akkor úgy kell tekinteni, hogy az előbbi olyan meghatározó befolyást gyakorol az utóbbi felett, amely megfosztja a leányvállalatot az önálló piaci magatartástól.¹⁹ Ezért a kiszabott bírságért való egyetemleges fele-

¹¹ Mint a spanyol versenyvédelmi törvény (Ley de Defensa de la Competencia, LDC) 71. cikkének (2) bekezdése.

¹² Főtanácsnoki indítvány, 9. pont.

¹³ Főtanácsnoki indítvány, 22. pont.

¹⁴ ECLI:EU:C:1984:271, Hydrotherm-ítélet.

¹⁵ ECLI:EU:T:2003:304, AOK Bundesverband és társai; Főtanácsnoki indítvány, 25. pont.

¹⁶ Lásd például a 2008. július 1-jei MOTOE-ítéletet, ECLI:EU:C:2008:376, 25. pont.

¹⁷ Főtanácsnoki indítvány, 25. bekezdés.

¹⁸ ECLI:EU:C:2019:204, Skanska-ítélet, 29–30., 36–37., 47. pontok.

¹⁹ ICI-ítélet, 136–137. pontok; 1983. október 25-ai AEGTelefunken-ítélet (C-107/82) ECLI:EU:C:1983:293, 50. pont; valamint a 2021. január 27-ai The Goldman Sachs Group-ítélet (C595/18 P) ECLI:EU:C:2021:69, 32. pont.

lősség megállapításához elég azt bizonyítani, hogy a leányvállalat tőkéjének majdnem egésze az anyavállalat tulajdonában van. A vélelmet az anyavállalat döntheti meg azzal, ha bizonyítja, hogy a leányvállalata mégis önálló piaci magatartást tanúsít.²⁰ A Bíróság a meghatározó befolyás tényleges gyakorlásának vélelmét később kiterjesztette egyrészt a közvetett irányításra is akkor, ha az irányítást 100 százalékos vagy közel 100 százalékos részesedés útján gyakorolja az anyavállalat, másrészt azokra az esetekre is, amikor az anyavállalat rendelkezik a leányvállalat részvényeihez fűződő összes szavazati joggal. Tehát nem egyedül a tőkekapcsolatok alapozzák meg a vélelmet, hanem az anyavállalat leányvállalat felett gyakorolt irányításának mértéke.²¹ Látható, hogy ahhoz, hogy az anyavállalat felelőssége megállapítható legyen a meghatározó befolyása alatt álló leányvállalat versenyellenes magatartása miatt, az az általános kapcsolat bír jelentőséggel, ami közöttük mint versenyjogi szempontból a vállalkozást alkotó jogi személyek között fennáll.²² A Bíróság ítélezési gyakorlatából kiolvasható, hogy a felelősség „felmenő” kiterjesztéséhez a gazdasági egység fennállása esetén nem szükséges, hogy az anyavállalat részt vegyen a jogsértésben, elegendő az a tény, hogy egy vállalkozást alkotnak.²³

Felmerül azonban a kérdés, hogy mi a jogalapja az anyavállalat „felmenő” rendszerben történő szankcionálásának. A Főtanácsnok szerint az ítélezési gyakorlat alapján erre a kérdésre két válasz is adható. Egyrészt az ítéletekből kiolvasható, hogy meghatározó tényező az, hogy a leányvállalat az anyavállalattól független, önálló piaci magatartást tanúsít-e. Ha a jogsértést elkövető leányvállalat az anyavállalat utasításai szerint jár el, akkor úgy kell tekinteni, mintha a jogsértést maga az anyavállalat követte volna el.²⁴ Ahhoz, hogy megállapítható legyen ez a „meghatározó befolyás”, nem szükséges utasításokat elfogadni a jogsértő magatartással

összefüggésben, és azt sem kell bizonyítani, hogy az anyavállalat elmulasztotta megfelelően gyakorolni a leányvállalat feletti irányítási és ellenőrzési hatáskörét. Az egységes üzletpolitika közvetlenül kikövetkeztethető az anya- és a leányvállalat közötti gazdasági és jogi kapcsolatok összességéből.²⁵ Másrészt a Bíróság ítélezési gyakorlatában többször is rögzítette, hogy bár az anya- és a leányvállalat külön jogi személyiséggel rendelkező jogalanyok, azonban a formális elkülönülés nem zárja ki, hogy egységes piaci magatartást tanúsítsanak, ezáltal versenyjogi szempontból egy „gazdasági egységet” képezzenek. Lényegében maga a „gazdasági egység” alapozza meg az anyavállalat felelősségének megállapíthatóságát a leányvállalat magatartásáért. A Bíróság a „gazdasági egységet” olyan jogalanyként nevesítette, amely megsértheti a versenyszabályokat, és ezért felelősséggel tartozik.²⁶ Tehát ezen megközelítés szerint az egy vállalkozáscsoportba tartozó vállalkozások azon egységes piaci magatartása a meghatározó, amely az egymástól jogilag független jogalanyokat egy gazdasági egységgé kovácsolja.²⁷ A fő kérdés az, hogy anyavállalat képes-e a leányvállalat piaci magatartására olyan hatást gyakorolni, hogy megállapítható legyen az „egy gazdasági egységhez” tartozás.²⁸ Természetes, hogy a leányvállalat maga is meghozhat bizonyos döntéseket, a lényeg, hogy az anyavállalat befolyással legyen a leányvállalat döntési autonómiájára. Az elmúlt években számos jogvitát eredményezett az, hogy a Bizottság rendre megbírságolta az anyavállalatokat a leányvállalatok magatartásáért. A Bíróság például az Akzo-ügyben megállapította, hogy a 100 százalékos tulajdonrész megdönthető vélelmet eredményez abban a tekintetben, hogy a leányvállalat magatartása betudható az anyavállalatnak. Azonban nem lehet ebben az esetben sem automatikusan eljárni, mindig figyelembe kell venni és értékelni kell az anyavállalat ellenérveit. A Bíróság általában elutasítja az

²⁰ Goldman Sachs-ítélet, 32. pont.

²¹ Főtanácsnoki indítvány, 29–31. pontok.

²² Kokott főtanácsnok Akzo Nobel és társai kontra Bizottság ügyre vonatkozó indítványa (C97/08 P) ECLI:EU:C:2009:262, 94. pont.

²³ Lásd pl. a 2011. szeptember 29-ei Elf Aquatine-ítéletet (C-521/09 P) ECLI:EU:2011:620., 88. pont.

²⁴ Főtanácsnoki indítvány, 34. pont.

²⁵ Akzo Nobel és társai kontra Bizottság; Főtanácsnoki indítvány, ECLI:EU:C:2009:262, 91. pont.

²⁶ Akzo Nobel és társai kontra Bizottság, ECLI:EU:2017:314, 49. pont.

²⁷ Főtanácsnoki indítvány, 35. pont.

²⁸ Akzo Nobel és társai kontra Bizottság; Főtanácsnoki indítvány, ECLI:EU:C:2009:262, 93. pont.

olyan felperesi érvelést, amely a személyes felelősség elvére alapozva támadja a Bizottság által hozott határozatot. Abban az esetben, ha a fent nevezett vélelem nem alkalmazható, a Bizottság feladata annak bizonyítása, hogy azonosíthatóak olyan gazdasági, szervezeti és jogi kapcsolatok, amelyek lehetővé teszik a leányvállalat piaci magatartásának befolyásolását.²⁹

A Főtanácsnok leszögezi, hogy az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések megválaszolása alapvetően attól függ, hogy a Bíróság melyik megközelítést fogadja el. Abban az esetben, ha a „meghatározó befolyás” elméletét, akkor nincs lehetőség arra, hogy az anyavállalat versenyellenes magatartása miatt megállapításra kerüljön a leányvállalat felelőssége, ugyanis az egyáltalán nem képes meghatározó befolyást gyakorolni az anyavállalat tevékenységére. Azonban, ha a „gazdasági egység” elméletére alapozzuk az együttes felelősségüket, akkor elméletileg nincs akadálya a „lemenő” rendszerben való szankcionálásnak. A Főtanácsnok álláspontja szerint a „gazdasági egység” elméletét kellene követnie a bíróságnak, ahogy ezt már a korábbiakban is tette. Figyelemmel kell azonban lennie azokra az alapelvekre, amelyek a versenyjogi szankció büntetőjogias jellege miatt érvényesülnek. Ilyen alapelv például, hogy a felelősség megállapítása és ezáltal a szankció kiszabása feltételezi a jogalany vétkességét.³⁰ A Főtanácsnok emlékeztet arra, hogy a Bíróság ítélkezési gyakorlata értelmében a „gazdasági egység” fennállása esetén nem szükséges, hogy az anyavállalat felbujtó legyen vagy részt vegyen a leányvállalat jogsértő magatartásában. Az anyavállalat felelősségének megállapíthatóságához elegendő az a tény, hogy egy vállalkozást, egy „gazdasági egységet” alkotnak a leányvállalattal.³¹ Ez a megállapítás azonban független az anyavállalat vétkességétől, így ahhoz, hogy a felelőssége megállapítható legyen, úgy kell tekinteni, hogy a vétkesség, és ezáltal a felelősség magát a „gazdasági egységet” terheli, amelynek egyik szereplője versenyellenes magatartást tanúsított.³² Maga a „gazdasági egység” azonban nem

rendelkezik jogi személyiséggel, így a versenyjog megsértéséért maguk a gazdasági egységet alkotó jogalanyok vonhatóak felelősségre, velük szemben szabható ki a bírság is.³³

A Főtanácsnok indítványában felvázolja azt a négy lépésből álló modellt, amely alapján a „lemenő” felelősség megállapítható lehet. A legelső lépés az egy vállalkozásként való minősítéshez szükséges előfeltétel, vagyis annak megállapítása, hogy az anyavállalat meghatározó befolyást képes gyakorolni a leányvállalata magatartására. A második lépés annak eldöntése, hogy egy gazdasági egységet és ezáltal egy vállalkozást képeznek-e. Harmadikként azt kell megvizsgálni, hogy a versenyjog megsértéséért való felelősség a vállalkozás tekintetében megállapítható-e, annak ellenére, hogy az több önálló jogalanyból áll. Végül az egy „gazdasági egységet” képező vállalkozás felelősségének az egyes vállalkozások közötti megosztására kell, hogy sor kerüljön, tekintettel arra, hogy önálló jogi személyiségük okán nekik betudható e felelősség. A Főtanácsnok véleménye szerint – annak ellenére, hogy az ítélkezési gyakorlatban még nem került elismerésre – nincs akadálya annak, hogy a felelősség megosztása „lemenő” rendszerben is megvalósulhasson.³⁴ Erre utaló jelek már láthatóak, ugyanis az EU Törvényszék egyes közelmúltbeli ítéletei is javasolják a gazdasági egység alapján a „lemenő” felelősség megállapításának alkalmazását.³⁵

Felmerül továbbá a kérdés, hogy milyen feltételeknek kell teljesülnie ahhoz, hogy az anyavállalat felelőssége a leányvállalattal egyetemlegesen kerüljön megállapításra. A korábbiakban kifejtettek szerint a vállalkozás megállapíthatóságához szükséges az egységes piaci magatartás. A Főtanácsnok hangsúlyozza, hogy amikor a „felmenő” felelősség megállapíthatósága a kérdés, akkor azt kell tudni bizonyítani, hogy az anyavállalat meghatározó befolyást tud gyakorolni a leányvállalat üzletpolitikájára, tehát a befolyás elegendő lehet a „gazdasági egységként” való minősítéshez. Ezzel ellentétben „lemenő” felelősség esetén a leányvállalat tevékenysége is szükséges valamilyen módon

²⁹ TÓTH (9. lj.), 139.

³⁰ Főtanácsnoki indítvány, 35–40. pontok.

³¹ Főtanácsnoki indítvány, 44. pont.

³² 2014. április 10-ei Bizottság kontra Siemens és társai ítélet, C-231/P, ECLI:EU:C:2014:256, 56. pont; Akzo-ítélet, 56. pont.

³³ Főtanácsnoki indítvány, 47. pont.

³⁴ Főtanácsnoki indítvány, 48–52. pontok.

³⁵ Lásd a 2018. december 12-ei Biogaran kontra Bizottság ítéletet (T677/14) ECLI:EU:T:2018:910.

a jogsértés megvalósításához, vagyis feltétel, hogy a leányvállalat részt vegyen a jogsértést megvalósító anyavállalat által irányított vállalkozás gazdasági tevékenységében. Tehát, ha a leányvállalat által végzett tevékenység kívül esik azon a gazdasági területen, amelyen a vállalkozás a versenyjogba ütköző magatartást megvalósította, akkor ez nem tartozik a vállalkozás „funkcionális” fogalmába, amelynek eredményeképpen az együttes felelősség nem lesz megállapítható.³⁶ A Főtanácsnok úgy véli, hogy adott ügyben a versenyjogi jogsértésért felelős „gazdasági egység” határainak kijelölése után a károsultaknak joga van megválasztani, hogy az azt alkotó jogi személyek közül melyikkel szemben indítják meg a kártérítési keresetet.³⁷

Az MBTE azzal érvel, hogy a Sumal által indított kártérítés alapjául szolgáló határozatban a Bizottság csak az anyavállalat Daimler felelősségét állapította meg. A Főtanácsnok emlékeztet arra, hogy a Bíróság ítélkezési gyakorlata alapján az uniós versenyjog megsértéséért a „gazdasági egység” tartozik felelősséggel. A Bizottság széles mérlegelési lehetőséggel rendelkezik abban a tekintetben, hogy a vállalkozást alkotó személyek közül melyik jogalanyt szankcionálja bíróság útján. Ez a választás nem jelenti azt, hogy a nem szankcionált, de a jogsértést elkövető „gazdasági egység” részét képező vállalkozások felelősségét ne lehetne megállapítani. Ebből adódóan a tagállami bíróság az uniós versenyjog megsértésével okozott kár megtérítéséért felelősként határozhatja meg azt a jogalanyt, amelyet a Bizottság jogsértést kimondó határozata nem nevesít, feltéve, hogy teljesülnek az egyetemleges felelősség megállapításának kritériumai.³⁸

A fent összegzett szempontok alapján a Főtanácsnok azt javasolja a Bíróságnak, hogy az előterjesztett kérdések közül a negyedik kérdést nyilvánítsa elfogadhatatlannak, az első háromra pedig azt a választ adja, hogy az alapeljárásban szóban forgóhoz hasonló kártérítési kereset keretében egy társaság felelősségre vonható az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) 101. cikk

megsértésével okozott kárért, amely jogsértésért kizárólag az e társaságot irányító társaságot szankcionálta a Bizottság, ha bizonyítást nyer egyrészt az, hogy az e társaságok közötti gazdasági, szervezeti és jogi kapcsolatok fényében azok a jogsértés elkövetésekor gazdasági egységet képeztek, másrészt pedig az, hogy az anyavállalat jogellenes magatartása által érintett piacon a leányvállalat magatartása jelentősen hozzájárult az e magatartással elérni kívánt cél eléréséhez és a jogsértés hatásainak megvalósulásához.³⁹

4. A Bíróság ítélete

A Bíróság előtti eljárásban a feleken kívül az olasz és a spanyol kormány, valamint a Bizottság terjesztett elő észrevételeket. Az MBTE álláspontja szerint a gazdasági egység elméletének „lemenő” rendszerben való értelmezése nem lehetséges, ellentétes az 1/2003 rendelet⁴⁰ 16. cikkének (1) bekezdésével. Ezzel ellentétben a Sumal érveléséhez csatlakozva az olasz és a spanyol kormány is úgy véli, hogy a Bíróságnak a tágabb értelmezést kellene elfogadnia, amely lehetővé teszi bizonyos feltételek mellett a leányvállalat szankcionálását is. A Bizottság kezdetben arra az álláspontra helyezkedett, hogy az eddigi ítélkezési gyakorlatot megvizsgálva nem lehetséges az anyavállalat felelősségének a leányvállalatra való kiterjesztése, tekintettel arra, hogy a leányvállalat nem képes meghatározó befolyást gyakorolni az anyavállalat magatartására. Véleménye szerint azonban nem kizárt egy erre irányuló kereset a vállalkozások jogutódlása vagy szerkezetátalakítása esetén, amennyiben a két jogalany között gazdasági folytonosság áll fenn, vagy abban az esetben, ha az anyavállalat nem rendelkezik megfelelő likviditással a károk megtérítésére. Az eljárás során a Bizottság részben módosította álláspontját és úgy nyilatkozott, hogy az EUMSZ. 101. cikkel nem ellentétes a „lemenő” szankcionálás, amennyiben a két érintett vállalkozás egy vállalkozáscsoportba tartozik, és a nemzeti bíróság rögzíti, hogy a leányvállalat ma-

³⁶ Főtanácsnoki indítvány, 54–58. pontok.

³⁷ Főtanácsnoki indítvány, 66. pont.

³⁸ Főtanácsnoki indítvány, 74. pont.

³⁹ Főtanácsnoki indítvány, 77. pont.

⁴⁰ Az EUMSZ. 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról szóló 1/2003/EK tanácsi rendelet. A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról (EGT-vonatkozású szöveg) („1/2003 rendelet”; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32003R0001>, letöltés: 2022. 06. 09.)

gatartása is valamilyen módon összefügg a jogsértéssel, vagy abban az esetben, ha nehéz vagy egyenesen lehetetlen, hogy közvetlenül és egyedül az anyavállalat térítse meg a sértettek teljes kárát.⁴¹

A Bíróság mindenekelőtt rögzíti, hogy a „vállalkozás” fogalmának ugyanazt a jelentéstartamot kell hordoznia a versenyszabályok hatóságok általi végrehajtásakor és a versenyszabályok megsértése miatt indított kártérítési keresetek tekintetében, a „vállalkozás” fogalma tehát megegyezik köz- és magánjogi értelemben is,⁴² valamint magában foglal minden olyan jogalanyt, amely gazdasági tevékenységet végez, akkor is, ha több természetes vagy jogi személyből áll. A személyes felelősség elve alapján maga a gazdasági egység tartozik felelősséggel az EUMSZ. 101. cikk megsértéséért is. A felelősség megállapíthatóságához azt kell tudni bizonyítani, hogy a „gazdasági egységhez” tartozó jogalanyok közül legalább egy megsértette a rendelkezéseket, és ezt a Bizottságnak véglegessé vált határozatban kell kimondania.⁴³

A Bíróság rögzíti, hogy amennyiben megállapítható, hogy az anya- és a leányvállalat egy „gazdasági egységet”, és ezáltal egy vállalkozást képez, akkor magának a jogsértést elkövető „gazdasági egységnek” a fennállása determinálja döntően a vállalkozást alkotó jogalanyok felelősségét a versenyellenes magatartásért. A vállalkozás, valamint azon keresztül a „gazdasági egység” fogalma az, amely *ipso iure* vagyis a törvény erejénél fogva egyetemleges felelősséget keletkeztet azon vállalkozások között, amelyek az elkövetés időpontjában a „gazdasági egységet” alkották.⁴⁴ Azonban figyelemmel kell lenni arra a tényre is, hogy a vállalkozások, vállalkozáscsoportok szervezete sokféle lehet, előfordulhat, hogy az egyes jogalanyok több különböző gazdasági területen tevékenykednek, amelyek között nincs is kapcsolat. Ezért nem állhat fenn minden esetben automatikusan az a lehetőség a versenyellenes magatartás károsultja számára, hogy az anyavállalat helyett bármely leányvállalat felelőségének megállapítását kérje. Ugyanis előfordul-

hatna, hogy a valamely leányvállalatot úgy vonják felelősségre az anyavállalat versenyellenes magatartásáért, hogy az adott tevékenység egyáltalán nem kapcsolódik az általa végzett tevékenységhez, így abban még csak közvetetten sem vehetett részt.⁴⁵ A kifejtettek alapján a Bíróság kimondta, hogy az EUMSZ. 101. cikk (1) bekezdésének a Bizottság határozatában megállapított megsértésére alapított kártérítési keresettel felelősségre vonható az a vállalkozás is, amelyet a határozat nem nevesít mint jogsértőt, feltéve, hogy ugyanazon „gazdasági egység” részét képezik, és ezáltal egy vállalkozást alkotnak. Tehát fő szabály szerint nincs akadálya annak, hogyha az anyavállalat tekintetében megállapítást nyer a jogsértés elkövetése, akkor a károsult úgy döntsön, hogy inkább annak leányvállalata felelőségének megállapítását kérje a bíróságtól. A leányvállalat felelősége viszont csak akkor állapítható meg, ha a sértett bizonyítani tudja, hogy az anya- és a leányvállalat egy „gazdasági egységet” alkot.⁴⁶ A Bizottság felelősségre vonhatja és szankcionálhatja a versenyjogot megsértő vállalkozáshoz tartozó bármelyik jogalanyt, tekintettel arra, hogy sem jogszabály, sem az ítélkezési gyakorlat nem rendelkezik az ellenkezőjéről.⁴⁷ Így tehát a fentiek alapján, jelen esetben nincs akadálya annak, hogy a Sumal kártérítési keresetet indítson a MBTE-vel mint leányvállalattal szemben.

Elengedhetetlen megemlíteni azonban, hogy a hatékony jogorvoslathoz és a tisztességes eljáráshoz való jog hatékony érvényesülése érdekében lehetőséget kell adni a leányvállalatnak arra, hogy vitathassa azt, hogy ugyanahhoz a vállalkozáshoz tartozik, mint az anyavállalat. Ennek keretében a leányvállalatnak meg kell tudnia cáfolni a kárért fennálló felelőségét, meg kell tudnia nevezni olyan érveket és indokokat, amelyekkel akkor tudott volna védekezni, ha részese lett volna annak, a Bizottság által az anyavállalat ellen folytatott, versenyjogsértő magatartás elkövetésének megállapítására szolgáló eljárásnak, amely végül a marasztaló határozathoz vezetett.⁴⁸

⁴¹ Főtanácsnoki indítvány, 21. pont.

⁴² Bíróság ítélete, 37–38. pontok.

⁴³ Bíróság ítélete, 42. pont.

⁴⁴ Bíróság ítélete, 43–44. pontok; a 2017. január 26-ai Villeroy & Boch kontra Bizottság ítélet, ECLI:EU:C:2017:52, 150. pont.

⁴⁵ Bíróság ítélete, 47. pont.

⁴⁶ Bíróság ítélete, 51–52. pontok.

⁴⁷ Bíróság ítélete, 63. pont.

⁴⁸ Bíróság ítélete, 54. pont; a 2015. március 5-ei Versalis-ítélet (C-93/13 P, C-123/13 P) ECLI:EU:C:2015:150, 94. pont.

A fentebb kifejtettek alapján tehát a Bíróság egyetértett a Főtanácsnokkal abban, hogy az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések közül az első háromra azt a választ kell adni, hogy az EUMSZ. 101. cikk (1) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy egy versenyjogsértő magatartás károsultja keresetet indíthat mind a Bizottság határozatában jogsértőként szankcionált anyavállalattal, mind annak leányvállalatával szemben, függetlenül attól, hogy arra nem vonatkozik a nevezett határozat. Ehhez két feltételnek kell teljesülnie: egyrészt az, hogy a két vállalkozás egy gazdasági egységet alkosson, a másik pedig az, hogy a leányvállalat hatékonyan gyakorolhassa védelemhez való jogát. A Bíróság a negyedik kérdésre azt a választ adta – amely az első három kérdés megválaszolásából is következik –, hogy az EUMSZ. 101. cikk (1) bekezdésével ellentétes az a nemzeti szabályozás, amely csak abban az esetben engedi meg azt a lehetőséget, hogy egy vállalkozás magatartásáért való felelősség betudható legyen egy másikkal, ha második irányítja az elsőt.⁴⁹

5. Összegzés

A „gazdasági egység” elméletének kidolgozása a 70-es évekre tehető, amikor is a Bíróság még

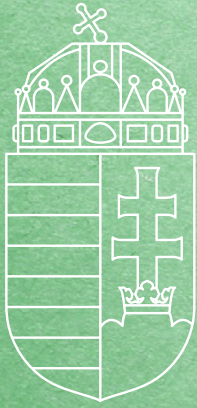
nagyrészt annak érdekében alkalmazta, hogy a leányvállalat versenyellenes magatartását az anyavállalatnak lehessen betudni, mégpedig olyan esetekben, amikor a Bizottság nem rendelkezett volna hatáskörrel az anyavállalattal szembeni eljárásra.⁵⁰ Majd ezt követően a Bíróság fokozatosan pontosította a „gazdasági egység” megállapíthatóságának feltételeit, és az elmélet alkalmazhatóságának hatályát. Az egy vállalkozáscsoportba tartozó jogalanyok közötti gazdasági egység fennállására vonatkozóan az uniós ítélkezési gyakorlat az ICI-ítélet⁵¹ óta elismeri, hogy a leányvállalat versenyellenes magatartása betudható az anyavállalatnak, azonban az anyavállalat felelősségének jelen jogeseten keresztül bemutatott „lemenő” kiterjesztése viszonylag újszerű megközelítésnek számít, és ezáltal újabb megválaszolandó kérdéseket vetett fel.

Jelen előzetes döntéshozatali eljárás azért is jelentős, mert összegzi, pontosítja és meghatározza az alkalmazhatóság határait a Bíróság korábban már kialakított gyakorlatát illetően. Olyan támogatást nyújt, amelyhez a továbbiakban bátran nyúlhatnak a versenyjogsértő magatartások következtében károsult vállalkozások.

⁴⁹ Bíróság ítélete, 67–69. pontok.

⁵⁰ Főtanácsnoki indítvány, 27. pont.

⁵¹ Az 1972. július 14-ei Imperial Chemical Industries kontra Bizottság ítélet, ECLI:EU:C:1972:70.



Zelember-Berencsi Nikolett¹

Az Európai Unió Bíróságának C-306/20. számú „Visma Enterprise” SIA-ügyben született ítélete, figyelemmel a szállító és forgalmazó között létrejött megállapodás nyilvántartásba vételi kötelezettségre vonatkozó és elsőbbségi jogot biztosító kikötésére

The judgment of the Court of Justice of the European Union in Case C-306/20 „Visma Enterprise” SIA with attention the stipulation of obligation to register and priority clause in the agreement between the supplier and the distributor

Abstract: This case report presents the judgment of the Court of Justice of the European Union in a preliminary ruling procedure in connection with the stipulation of obligation to register and priority clause in the agreement between the supplier and the distributor. The Court provided guidance in the interpretation of Article 101 (1) and (3) TFEU to examination of a restriction of competition by object or effect of the vertical agreement. This decision will help resolve the dispute and ensure an uniform interpretation of EU rules.

Tárgyszavak: vertikális megállapodás, versenykorlátozó megállapodás, versenykorlátozó cél, előzetes döntéshozatali eljárás, nyilvántartásba vétel

Keywords: vertical agreement, anti-competitive agreement, anti-competitive object, reference for a preliminary ruling, registration

1. Bevezetés

Az Európai Unió Bírósága („Bíróság”) C-306/20. számú ügyében az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) 101. cikke (1) és (3) bekezdésének értelmezésével kapcsolatban adott iránymutatást a nemzeti bíróságnak a szállító és forgalmazók közötti megállapodás nyilvántartásba vételi kötelezettséget tartalmazó kikötésének, a megállapodás cél- vagy hatásalapú versenykorlátozásának vizsgálatával kapcsolatban.

Az előzetes döntéshozatali eljárást az Administratīvā apgabaltiesa („lett regionális közigazgatási bíróság”) kezdeményezte, miután a Senāta Administratīvo lietu departaments („lett legfelsőbb bíróság”) hatályon kívül helyezte a lett regionális közigazgatási bíróság ítéletét, és új eljárásra utasította, figyelemmel arra, hogy álláspontja szerint a lett regionális közigazgatási bíróság nem értékelte megfelelően a vizsgált megállapodás jogi és gazdasági hátterét.

Az előzetes döntéshozatali eljárás során a Bíróság iránymutatást és támpontokat biztosított a kérdést előterjesztő bíróság számára az EUMSZ 101. cikke (1) és (3) bekezdésének értelmezésével összefüggésben, amelynek során a Bíróság megerősíthette a cél- vagy hatásalapú versenykorlátozás vizsgálatával kapcsolatos álláspontját, az EUMSZ 101. cikke (3) bekezdésében foglalt mentességgel összefüggő megállapításait, valamint a jogsértésért való felelősség betudását érintő állásfoglalását is.

2. A jogvita előzményei

Az FMS Software (jelenleg „Visma Enterprise” SIA), amely a Horizon és a Horizon Start számveteli szoftverekhez fűződő szerzői jogok jogosultja, több forgalmazóval olyan megállapodást kötött az említett szoftverek forgalmazására, amely kötelezettséget írt elő a forgalmazók számára, miszerint a végfelhasználóval való értékesítési eljárás kezdetén a disztribútor köteles nyilvántartásba venni a potenciális ügyletet. Ez a nyilvántartásba vé-

¹ Versenytanácsi vizsgáló, Gazdasági Versenyhivatal – Döntéshozatali Támogató Iroda.

tel azt eredményezte, hogy azt a forgalmazót, aki elsőként vette nyilvántartásba az ügyletet, elsőbbség illette meg az értékesítés lefolytatására a nyilvántartásba vételtől számított hat hónapig, kivéve abban az esetben, ha ezt a végfelhasználó ellenezte.

A Konkurencses padome („lett versenytanács”) úgy ítélte meg, hogy ez a gyakorlat sérti a lett versenytörvény rendelkezéseit, mivel ezek a kikötések célzatalapú versenykorlátozást eredményeztek, tekintettel arra, hogy az értékesítési elsőbbség a forgalmazók közötti verseny korlátozását célozta. A lett versenytanács megállapította, hogy nem maga az adatbázis létrehozása volt a jogsértő, hanem az, hogy az elsőbbség biztosításával korlátozták az ügyfelek számára a forgalmazók közötti versenyből származó előnyöket, ezt pedig a versenytanács a piac ügyfélalapú felosztásával tekintette egyenértékűnek.

Minderre figyelemmel a lett versenytanács a 2013. december 9-ei határozatával („vitatott határozat”) az FMS Software-t és az FMS-t egyetemlegesen 45.000 lett lat (LVL) megfizetésére kötelezte, ami hozzávetőleg 64.000 eurónak felel meg. A versenytanács ebben a körben azt állapította meg, hogy az FMS Software forgalmazóit nem szükséges a jogsértésért felelősségre vonni, mivel azok nem vettek aktívan részt a megállapodás megkötésében, valamint a piaci erejük is jelentéktelennek volt minősíthető az FMS Software-hez képest.

A Visma Enterprise (korábban FMS Software) megtámadta a versenytanács határozatát a lett regionális közigazgatási bíróság előtt. A Visma Enterprise többek között arra hivatkozott, hogy a versenytanács nem megfelelően értékelte a megállapodást, annak célját, valamint a mentesülés kritériumait. Álláspontja szerint a megállapodás nem eredményezte a forgalmazók közötti verseny megszüntetését, mivel az adminisztrációs kötelezettség nem zárta ki azt, hogy a forgalmazók az ajánlataikat közöljék egy már más disztribútor által nyilvántartásba vett ügyféllel. Továbbá a Visma Enterprise arra is hivatkozott, hogy egy kartell fennállásának bizonyításához több elkövetőt is azonosítani kellett volna a versenytanácsnak, amely a tárgyi ügyben elmaradt, hiszen a forgalmazók felelőssége kizárásra került. Az eljárás alá vont szerint ezek a körülmények is azt erősítik, hogy nem történt jogsértés.

A lett regionális közigazgatási bíróság a 2015. május 8-ai ítéletével részben helyt adott a Visma Enterprise keresetének, és hatályon kívül helyezte

a vitatott határozatnak a bírság megfizetésére való egyetemleges kötelezésre irányuló részét.

A 2015. május 8-ai ítélettel szemben mind a Visma Enterprise, mind a lett versenytanács felülvizsgálati kérelmet nyújtott be a lett legfelsőbb bíróság részére. A legfelsőbb bíróság a 2017. június 16-ai ítéletével hatályon kívül helyezte a lett regionális közigazgatási bíróság ítéletét, és új határozat hozatala céljából visszautalta e bírósághoz.

Az alapeljárásban résztvevő felek további beadványokat terjesztettek elő. Ennek keretében a Visma Enterprise hivatkozott arra is, hogy a nyilvántartásba vétel nem eredményezte azt, hogy a többi forgalmazó nem tehetett már ajánlatot egy adott ügyfélnek, valamint fontosnak tartotta azt is, hogy a megállapodás nem tartalmazott semmilyen kényszerítő vagy büntető intézkedést sem a nyilvántartással összefüggésben. A Visma Enterprise hangsúlyozta azt, hogy az ügyfél olyan forgalmazóval is köthetett szerződést, aki nem elsőként vette őt nyilvántartásba, vagyis a piacfelosztás lehetősége ezáltal kizárt.

A Visma Enterprise megjegyezte, hogy a megállapodás csupán egy ösztönző eszköz a disztribútorok számára annak érdekében, hogy minél aktívabban vegyenek részt a forgalmazásban. A nyilvántartási rendszer célja csupán az volt, hogy az ügyfelek számára nyújtott szolgáltatások hatékonyak és minőségiek legyenek, és az, hogy a forgalmazók munkája ellenőrizhető legyen. A Visma Enterprise a nyilvántartás alapján tudta azonosítani a potenciális ügyfeleket, valamint ez alapján dönthetett a szükséges termékfejlesztésekbe történő beruházásról is.

A Visma Enterprise beadványára figyelemmel a versenytanács arra hivatkozott, hogy a nyilvántartásba vételi eljárásnak nincs észszerű, gazdaságilag indokolt magyarázata, csupán az ügyfelek összehangolt elosztásáról van szó. A versenytanács arra is hivatkozott, hogy a szükséges beruházásokról való döntésre csak akkor kerülhetett sor, ha a végfelhasználó már beleegyezett a szoftver használatának megkezdésébe, vagyis az értékesítésre sor került.

A lett regionális közigazgatási bíróság a megismételt eljárásában a 2018. szeptember 13-ai ítéletével elutasította a keresetet, és megállapította, hogy a vitatott határozat jogszerű és megalapozott.

A Visma Enterprise felülvizsgálati kérelmet nyújtott be a 2018. szeptember 13-ai ítélettel szemben. Ennek eredményeképpen a legfelsőbb bíróság

a 2019. november 26-ai ítéletével a 2018. szeptember 13-ai ítéletet hatályon kívül helyezte, mivel álláspontja szerint a lett regionális közigazgatási bíróság nem értékelte megfelelően a megállapodás jogi és gazdasági hátterét.

A lett regionális közigazgatási bíróság úgy határozott, hogy az eljárást felfüggeszti, és előzetes döntéshozatali eljárás céljából kérdéseket terjeszt a Bíróság elé, ugyanis azt állapította meg, hogy az alapügyben meg kell határozni azt, hogy a vizsgált megállapodás jellege önmagában elegendő-e annak megállapításához, hogy a piaci verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása céljából kötött megállapodásról van szó.

3. A lett regionális közigazgatási bíróság által előterjesztett kérdések

Jelen ügyben a lett regionális közigazgatási bíróság számára elengedhetetlennek bizonyult annak tisztázása, hogy a gyártó és egyes forgalmazók között létrejött megállapodás – miszerint a potenciális ügyletnyilvántartásba vételétől számított hat hónapon belül az elsőként nyilvántartásba vevő disztribútor elsőbbséget élvez az értékesítésre – tekinthető-e olyan megállapodásnak („Megállapodás”), aminek a célja a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása.

Továbbá fontosnak tartja a bíróság azt is rendezni, hogy a Megállapodás tartalmaz-e olyan elemeket, amelyek eredményeképpen a Megállapodás nem mentesülhet az általános kartelltilalom alól, az EUMSZ 101. cikk (3) bekezdése alapján.

A vertikális megállapodások körében rögzített kivételek értelmezését, tárgyi ügyben való alkalmazhatóságának kérdését is jelentősnek tartja a bíróság. A vertikális megállapodások körében nem jogsértő az olyan kikötés, miszerint a szállító számára fenntartott, vagy más kizárólagos területen, kizárólagos ügyfélcsoportnak történő aktív értékesítés korlátozható, amennyiben a vevő ügyfelei általi értékesítést ez nem korlátozza, és amennyiben a szállító piaci részesedése a 30 százalékot nem haladja meg. Kérdésként merült fel az, hogy tárgyi ügyben a vizsgált megállapodás ebbe a kivételi körbe eshet-e.

A jogsértés körében választ keres a bíróság arra is, hogy megállapítható-e az, hogy a kartellben csak egy gazdasági szereplő vett részt.

Annak tisztázása is szükségessé vált, hogy a jelen ügy körülményei lehetővé teszik-e a forgalmazási rendszeren belül a verseny korlátozása, a Visma Enterprise előnyben részesítése, vagy a versenyre gyakorolt negatív hatás fennállásának megállapítását. Továbbiakban az a kérdés is felmerült, hogy amennyiben egy forgalmazási hálózat piaci részesedése nem haladja meg a 30 százalékot, akkor ez a körülmény lehetővé teszi-e a versenyre gyakorolt negatív hatások fennállásának megállapítását.

Az EUMSZ 101. cikk (3) bekezdésében foglaltakkal, valamint a 330/2010 bizottsági rendelet² 2. cikkével és 4. cikkének b) pontjával összhangban tisztázandó az a kérdés, hogy alkalmazható-e a jelen forgalmazási rendszerre a mentesség. A forgalmazási rendszert az jellemzi, hogy a disztribútor választhatja meg a potenciális ügyfelet, vagyis a szállító nem határozza meg az ügyfelek konkrét csoportját, akik számára az értékesítés megvalósítható. Továbbá az adatbázisba való felvétellel a szállító a potenciális ügyfelet fenntartja a forgalmazó számára, azonban ezt a fenntartást a többi disztribútor nem ismeri. Ez a fenntartás a nyilvántartásba vételtől számított 6 hónapig marad hatályban, ezt követően a kizárólagos forgalmazás hatálya megszűnik. Fontos körülmény a Megállapodást érintően az, hogy a végfelhasználó kifogást emelhet a fenntartással szemben. Ezzel összefüggésben tisztázandó az is, hogy ezt a kikötést úgy kell-e tekinteni, hogy a passzív értékesítés korlátozására nem kerül sor.

4. A Bíróság megállapításai

4.1. Hatáskörre vonatkozó megállapítások

A Bíróság a felvetett kérdések megválaszolása előtt elengedhetetlennek tartotta a hatásköri kérdések tisztázását, figyelemmel arra, hogy a Megállapodás tisztán belső helyzetet érint, az nem hat ki a tagállamok közötti kereskedelemre. A lett regionális közigazgatási bíróság is rámutatott erre a körülményre, valamint arra, hogy a jogvitát a lett jog alkalmazásával lehet megoldani. Azonban hi-

² A Bizottság 330/2010/EU rendelete (2010. április 20.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodásai és összehangolt magatartások csoportjaira alkalmazásáról (EGT-vonatkozású szöveg), 2010. 04. 20. (hatályát veszítette: 2022. 05. 31.), „Rendelet”, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=celex%3A32010R0330> (letöltés: 2022. 05. 20.).

vatkoztak arra is, miszerint a lett verseny törvény vonatkozó rendelkezései és az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdése korrelál egymással, ugyanazt a jogi keretet határozza meg, így e két rendelkezés alkalmazása nem térhet el egymástól.

Figyelemmel az EUMSZ 267. cikkében szabályozott együttműködési rendelkezésekre, amennyiben a feltett kérdések az uniós jog értelmezésére is vonatkoznak, akkor abban az esetben a Bíróság köteles határozatot hozni.³

A Bíróság is megerősítette ezt a gyakorlatát, mivel már több ítéletben is kimondásra került, hogy hatáskörrel rendelkezik akkor is, amikor az alap eljárás nem tartozik közvetlenül az uniós jog hatálya alá, de a vonatkozó uniós jogi rendelkezéseket a nemzeti jog alkalmazandóvá tette. Alapvetően a Bíróság hatáskörét ilyen esetekben az az érdek igazolja, hogy biztosítsák az uniós jogból átvett rendelkezések, fogalmak egységes értelmezését, ezzel elkerülve az esetleges eltéréseket, ellentmondásokat a jövőre nézve.⁴

A hatáskör vizsgálatának keretén belül tisztázni szükséges azt, hogy az előterjesztett kérdések az EUMSZ 101. cikk (1) és (3) bekezdéseinek értelmezésére vonatkoznak-e. Amennyiben igen, úgy a Bíróság hatáskörrel rendelkezik a kérdések megválaszolására.⁵ Azonban abban az esetben, ha az előterjesztett kérdések a Rendelet értelmezésére vonatkoznak, akkor a Bíróság nem rendelkezik hatáskörrel. Jelen ügyben megállapítható az, hogy az előzetes döntéshozatalra utaló határozatból nem tűnik ki, hogy a lett szabályozás az alapügyben szereplő, a Rendelet által elfogadott megoldásokat, az EUMSZ 101. cikk hatálya alá nem tartozó helyzetekre is alkalmazhatóvá tette volna, így a Bíróság úgy határozott, hogy hatáskörrel rendelkezik a felmerült kérdések megválaszolására.

4.2. Előterjesztett kérdésekkel kapcsolatban tett megállapítások

Az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének értelmezésével kapcsolatban felmerült kérdések vonatkozásában – amelyek arra irányultak, hogy a

Megállapodás olyan megállapodásnak tekinthető-e, amelynek célja vagy hatása a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása – a Bíróság a következőket állapította meg.

Annak megítélése, hogy egy adott megállapodás versenykorlátozó célúnak tekinthető-e, az a kérdést előterjesztő bíróság feladata. A Bíróság kizárólag az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének értelmezésére rendelkezik hatáskörrel, a jogvita lényeges kérdésének elbírálását nem végezheti el.⁶ Így ebben a körben csupán iránymutatást, pontosításokat adhat a Bíróság, amely segítségére lehet a kérdést előterjesztő bíróság számára annak eldöntésében, hogy a megállapodás versenykorlátozó célú-e.

Ahhoz, hogy az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésében meghatározott tilalom hatálya alá essen egy megállapodás, az szükséges, hogy annak célja vagy hatása a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása legyen.⁷

A cél vagy hatás vagylagos tényállási elem, elegendő az egyiknek megvalósulnia ahhoz, hogy az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdése alkalmazható legyen. Fontos azonban, hogy elsőként annak a vizsgálatát kell elvégezni, hogy a megállapodás versenykorlátozó célú-e, mivel abban az esetben, ha ez beigazolódik, akkor nem szükséges a hatás vizsgálata.

A célzatalapú versenykorlátozó megállapodások körében jelentős változást eredményezett a Bíróság 2013. március 14-én hozott Allianz-ítélete. Amíg a korábbi gyakorlat alapján egy taxatív felsorolás rendezte azt, hogy mi tekinthető célzatalapon versenykorlátozó megállapodásnak (árrogzítás, kvótakartell, piacfelosztás), addig az Allianz-ítéletben a Bíróság úgy határozott, hogy ez a kör bővíthető, és az ügy egyedi körülményei alapján az eljáró hatóság, bíróság egy megállapodást versenyellenes célúnak minősíthet anélkül, hogy egy újabb nevesített kategóriát hozna létre. Így tulajdonképpen egyfajta egyszerűsített piacelemzés eredményeképpen a hatóság arra az eredményre juthat, hogy nagy valószínűséggel a vizsgált meg-

³ 2020. december 10-ai J & S Service-ítélet, C-620/19, ECLI:EU:C:2020:1011, 31. pont.

⁴ 2013. március 14-ei Allianz Hungária Biztosító és társai ítélet, C-32/11, EU:C:2013:160 („Allianz-ítélet”), 20. pont, valamint a 2016. július 21-ei VM Remonts és társai ítélet, C-542/14, EU:C:2016:578, („VM Remonts és társai-ítélet”), 17. pont.

⁵ Lásd: Allianz-ítélet, 21–23. pontok, valamint VM Remonts és társai-ítélet, 18–19. pontok.

⁶ 2020. április 2-ai Budapest Bank és társai ítélet, C-228/18, EU:C:2020:265 („Budapest Bank-ítélet”), 59. pont. Lásd még Allianz-ítélet, 29. pont.

⁷ 2012. december 13-ai Expedia-ítélet, C-226/11, EU:C:2012:795, 17. pont.

állapodás a verseny megszűnéséhez, jelentős gyengüléséhez vezet az érintett piacon, így célzatalapon versenykorlátozó megállapodásként minősíti a vizsgált magatartást.⁸

Egyes szerzők úgy vélik, hogy a Bíróságnak ez a megállapítása egyfajta bizonytalanságot eredményez a versenyjog ezen területén, hiszen a korábbi gyakorlat világosan meghatározta a célzat- és a hatásalapon versenykorlátozó megállapodások elhatárolását. Amennyiben egy magatartás nem volt besorolható a nevesített, versenykorlátozó célú megállapodások közé, úgy szükségessé vált a megállapodás hatásainak komplex elemzése. Ezzel szemben az Allianz-ügy azt eredményezte, hogy ez a határvonal elmosódott, hiszen az ügy egyedi körülményeinek mérlegelését követően akkor is célzatalapon versenykorlátozónak minősíthető egy megállapodás, ha az nem sorolható be a nevesített kategóriák egyikébe sem.⁹

Egyes álláspontok szerint ez a gyakorlat a versenyellenes cél lényegét veszi el azzal, hogy egyfajta piaci elemzést előfeltételez annak érdekében, hogy eldönthető legyen a megállapodás versenyellenes célja. Korábban ezt a szerepet a hatásvizsgálat töltötte be, amelyre akkor került sor, ha egzakt módon megállapításra került az, hogy a megállapodás nem sorolható be a nevesített versenykorlátozó célú megállapodások körébe. Azzal, hogy az Allianz-ítélet alapján mind a versenyellenes hatás, mind a versenyellenes cél megállapításához piaci elemzés szükséges, ezzel elmosódott a határvonal a két megállapodástípus között. Ez azért jelent problémát, mert a jogintézményt korábban jellemző kiszámíthatóság, előreláthatóság már szigorúan véve nem értelmezhető, hiszen a versenykorlátozó célú megállapodások esetén is egy egyedi hatáselemzés szükséges, ami tulajdonképpen a nevesített cél-megállapodások létét is kiüresíti.¹⁰ Nem hagyható figyelmen kívül az az álláspont sem, hogy ehhez

a hatáselemzéshez nem szükséges olyan mértékű komplex vizsgálat, mint a hatásalapon versenykorlátozó megállapodások azonosításához, hiszen a káros hatások bizonyítása nem szükséges, csupán valószínűsíteni kell a verseny megszűnését, gyengülését az adott piacon belül. Ez a gyakorlat szintén rontja a jogbiztonságot, és magának a jogintézménynek a lényegét¹¹, és lehetővé teszi a hatóságok számára azt, hogy teljes elemzés nélkül minősítsenek versenykorlátozóvá, és így jogsértővé egy megállapodást.¹²

A Bíróság az Allianz-ítéletben foglalt elvet több alkalommal is megerősítette, azonban kiemelte, hogy ezt az elvet megszorítóan, és csak kivételes esetekben lehet alkalmazni, főként akkor, ha az ilyen jellegű magatartás kellő károossági fokot mutat a verseny tekintetében.¹³ Szintén ezt az álláspontot erősítette meg a Bíróság a 2020. április 2-ai Budapest Bank-ítéletében is, miszerint annak igazolása érdekében, hogy valamely megállapodás „cél általi” versenykorlátozásnak legyen minősíthető – hatáselemzés elvégzése nélkül – kellően szilárd és megbízható tapasztalatnak kell fennállnia ahhoz, hogy megállapítható legyen, hogy e megállapodás önmagában a jellegénél fogva káros a verseny megfelelő működésére.¹⁴

Ugyan a Bíróság kiemelte az elv kivételes használhatóságát, azonban így továbbra is fennáll annak a lehetősége, hogy a hatóság, bíróság esetről esetre, az ügy egyedi körülményei alapján vizsgálja azt, hogy a megállapodás versenykorlátozó célú-e. A Bíróság a fentieket is figyelembe véve vizsgálta a jelen ügyben a versenykorlátozó cél kérdését is az alábbiak szerint.

A célzat feltárása során figyelemmel kell lenni arra, hogy nem a felek szubjektív szándéka lesz a vizsgálandó, hanem a megállapodás tartalma, az, hogy az természete szerint a verseny ellen irányul-e vagy sem. Időnként figyelembe vehető a fe-

⁸ Allianz-ítélet 48., 51. pontok.

⁹ NAGY Csongor István: A kartelljog dogmatikai rendszere, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., 2021., 153–154.

¹⁰ Lásd NAGY (9. lj.) 166–171.

¹¹ HARRISON, Dan: The Allianz Hungária case. The ECJ's judgment could have ugly consequences, *Competition Law Insight*, 2013, 10–12.

¹² HARRISON, Patrick: The Court of Justice's Judgment in Allianz Hungária is Wrong and Needs Correcting, *CPI Antitrust Chronicle*, 2013, <https://www.competitionpolicyinternational.com/assets/Uploads/HarrisonMay-131.pdf> (letöltés: 2022. 05. 20.), 8–9.

¹³ 2014. szeptember 11-ei Groupement des cartes bancaires ítélet, C-67/13. P., ECLI:EU:C:2014:2204 („Cartes bancaires-ítélet”), 57–58. pont.

¹⁴ Budapest Bank-ítélet 76. pont.

lek szándéka is, de az alapvetően nem lehet döntő jelentőségű.¹⁵

Cél általi versenykorlátozás mind horizontális, mind vertikális megállapodások esetén értelmezhető, annak ellenére, hogy a vertikális megállapodások sok esetben kevésbé károsak, mint a horizontális megállapodások.¹⁶

A Bíróság kiemelte továbbá, hogy a cél általi versenykorlátozás körében szükséges vizsgálni a szóban forgó megállapodás tartalmát, az által elérni kívánt célkitűzéseket, és az ahhoz kapcsolódó jogi és gazdasági háttérrel is, ezzel ismételtén megerősítve az Allianz-ítéletben foglaltakat, az egyedi elemzésre figyelemmel. Ezen vizsgálati területeken túl jelentős szerepe lesz az érintett termékek, szolgáltatások jellegének, az érintett piac működésének és szerkezetének is.¹⁷

A Megállapodás versenykorlátozó jellegének vizsgálata körében mindenképpen fontos az elsőbbséget biztosító kikötés értelmezése. A Megállapodás azt tartalmazza, hogy a potenciális ügyletet elsőként nyilvántartásba vevő forgalmazó a nyilvántartásba vételtől számított hat hónapig elsőbbséget élvez az értékesítés lefolytatására, kivéve, ha ezt a felhasználó ellenzi. Ebből a kikötésből nem derült ki a Bíróság számára az, hogy miben áll ez az elsőbbség, ez ténylegesen kizárja-e azt, hogy a többi forgalmazó aktívan megkeressen egy potenciális ügyfelet, vagyis a Megállapodás pontos tartalmának tisztázása szükséges, ami a kérdést előterjesztő bíróság feladata.

A Megállapodás tartalmán túl, a Megállapodás céljának rendezése is szükséges – ami szintén a kérdést előterjesztő bíróság feladata –, mivel az alapeljárásban ebben sem értettek egyet a felek. A Visma Enterprise hangsúlyozta, hogy a Megállapodás és a kikötések célja csupán a forgalmazókkal való együttműködés megszervezése, a termék minőségének biztosítása, a források észszerű felhasználásának biztosítása. Ebben a körben a Bíróság megerősítette azt, hogy a Felek szubjektív szándéka figyelembe vehető az eljárás során, de az nem

szükséges elem a megállapodás korlátozó jellegének meghatározásához.¹⁸

Amennyiben a cél általi korlátozás nem állapítható meg, úgy a kérdést előterjesztő bíróságnak vizsgálnia kell a Megállapodás hatásait. Ennek keretében figyelembe kell venni – többek között – itt is a vonatkozó gazdasági és jogi háttérrel, azt, hogy az esetleges hatások kellően érezhetőek-e¹⁹, a Megállapodás tárgyát képező termékek jellegét, valamint az esetleges hasonló szerződések fennállását.

A Bíróság az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének értelmezésével kapcsolatban megállapította, hogy a Megállapodás és annak vizsgált kikötése nem tekinthető olyan megállapodásnak, amelynek a célja a verseny megakadályozása, korlátozása, torzítása, kivéve, ha a kérdést előterjesztő bíróság arra a megállapításra jut, hogy a Megállapodás tartalmára, célkitűzéseire és háttérére tekintettel olyannak tekinthető, amely elegendő károssági fokot mutat ahhoz, hogy ekként lehessen minősíteni.

Az EUMSZ 101. cikk (3) bekezdésének értelmezésével kapcsolatban felmerült kérdések – amelyek arra irányultak, hogy amennyiben az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdése alapján megállapítható a cél- vagy hatásalapú versenykorlátozás, abban az esetben a Megállapodás az EUMSZ 101. cikk (3) bekezdése alapján részesülhet-e mentességben – a Bíróság az alábbiakat állapította meg.

Az EUMSZ 101. cikk (3) bekezdése alapján akkor részesülhet egy vállalkozás mentességben, ha az ebben a bekezdésben meghatározott kumulatív feltételeknek együttesen megfelel. Ezen feltételek körében fontos megállapítás, hogy a Megállapodásnak gazdasági előnyökkel kell járnia, amely előnynek értelemszerűen a fogyasztók számára kell jelentkezniük, valamint biztosítani kell ebből az előnyből a méltányos részesedésüket is. A fogyasztó fogalmát ebben a körben tágra kell értelmezni, hiszen nemcsak a végső felhasználó, hanem a köztes vásárló is fogyasztónak minősül ebben a tekintetben. A Bíróság kiemelte azt, hogy a javításoknak olyan érzékelhető, objektív előnyökkel kell járnia, amelyek képesek ellensúlyozni a verseny-

¹⁵ Tóth Tihamér: Uniós és magyar versenyjog, Harmadik, átdolgozott és kibővített kiadás, Wolters Kluwer Hungary, 2020., 223–224.

¹⁶ Allianz-ítélet, 43. pont. Lásd még a 1966. július 13-ai Consten és Grundig-ítéletet (56/64. és 58/64. sz. egyesített ügy, EBHT 1966., 429.), valamint a 2011. október 13-ai Pierre Fabre-ítéletet (C-439/09, ECLI:EU:C:2011:649).

¹⁷ Allianz-ítélet, 36. pont, Budapest Bank-ítélet, 51. pont.

¹⁸ Budapest Bank-ítélet, 53. pont.

¹⁹ 2020. január 30-ai Generics és társai-ítélet, C-307/18, EU:C:2020:52, 117. pont.

ben okozott hátrányokat. Az előnyökből való részesedés körében az is fontos megállapítás, hogy egy méltányos részt kell biztosítani, ami azt jelenti, hogy nem szükségszerűen kell az összes előnyt átadni a vásárlóknak.

A további feltételeket – miszerint a vállalkozások nem vállalhatnak szükségtelen versenykorlátozásokat, és a megállapodás teljesítése nem járhat a verseny megszűnésével – eseti alapon²⁰ tudja eldönteni az eljáró bíróság.²¹ Ahhoz, hogy a mentesség alkalmazható legyen, mind a négy feltételt teljesíteni szükséges.

A feltételek együttes fennállásának vizsgálata szintén a kérdést előterjesztő bíróság feladata, amely körében az ügy összes körülményét figyelembe kell vennie. Amennyiben azt állapítja meg, hogy a feltételek fennállnak, úgy abban az esetben az EUMSZ 101. cikk (3) bekezdése alkalmazható lesz az ügyben.

A Visma Enterprise az eljárás során kifogásolta azt, hogy a versenytanács csak a Megállapodásban részes egyik fél felelősségét állapította meg. A lett regionális közigazgatási bíróság erre vonatkozó kérdésére tekintettel – miszerint kizárt-e a jogsértő megállapodás fennállása, ha az eljáró hatóság különféleképpen értékelte a jogsértésért való felelősség betudását – az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésének a jogsértésért való betudás felelősségével összefüggő értelmezésével kapcsolatban a Bíróság a következőket állapította meg.

A Bíróság mindenekelőtt kihangsúlyozta, hogy az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdése körében a tiltott megállapodás fennállásának kérdése főszabály szerint elválik a jogsértésért való felelősség betudásának kérdésétől. Alapvetően a jogsértő magatartás megállapítása előfeltétele annak, hogy a jogsértésért való felelősség vizsgálható legyen, hiszen ez már az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdés megsértésének következményének tekinthető. Minderre tekintettel a Bíróság kiemelte azt, hogy a végrehajtásért felelős hatóságnak a jogsértésért való betudás értékelése alapvetően nem lehet hatással a jogsértés megállapítására.

Összességében ezzel a kérdéssel összefüggésben a bíróság megállapította, hogy az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdése által tiltott megállapodás fennállása nem zárható ki amiatt, hogy az illetékes hatóság a

jogsértésért való felelősség betudását különbözőképpen értékelte az eljárásban érintettek esetén.

5. Összegzés

Tárgyi ügyben fontos kiemelni, hogy a Bíróság a kérdések érdemi eldöntésére hatáskörrel nem rendelkezik, azonban a vonatkozó jogszabályi rendelkezések és gyakorlat alapján, amennyiben a kérdések az uniós jogra is vonatkoznak, úgy a Bíróság köteles határozatot hozni.

A kérdést előterjesztő bíróság kérdései az EUMSZ 101. cikk (1) és (3) bekezdésének értelmezésére irányultak, amelyre tekintettel a Bíróság iránymutatást biztosított az ítéletében a kérdéseket előterjesztő bíróság számára.

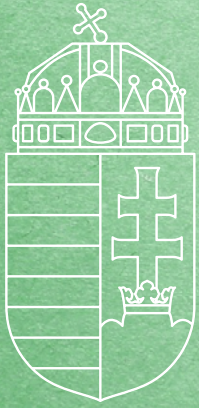
Összességében elmondható az, hogy a Bíróság a rendelkezésére álló adatok alapján úgy ítélte meg, hogy a vizsgált Megállapodás nem tekinthető versenykorlátozó célú megállapodásnak. Ettől eltérő megállapításra a lett regionális közigazgatási bíróság csak abban az esetben juthat, ha az ügy egyedi körülményei alapján azt állapítja meg, hogy a Megállapodás a tartalmára, célkitűzéseire és hátterére tekintettel olyannak tekinthető, amely a verseny tekintetében elegendő károssági fokot mutat ahhoz, hogy ekként lehessen minősíteni.

Amennyiben mégis megállapításra kerül az, hogy a vizsgált magatartás célzat- vagy hatásalapú versenykorlátozásnak minősül, akkor abban az esetben az EUMSZ 101. cikk (3) bekezdése alkalmazható lesz, a megállapodás részesülhet mentességben, ha az ott meghatározott kumulatív feltételeket maradéktalanul teljesülnek.

A Bíróságnak a versenykorlátozó célra vonatkozó álláspontja szintén az Allianz-ügyben foglalt elvet erősíti meg, vagyis biztosítja a nemzeti bíróság számára azt, hogy versenykorlátozó célúnak minősítsen egy olyan megállapodást, amely a taxatív felsorolt versenykorlátozó megállapodások körén kívül esik.

²⁰ 2014. szeptember 11-ei Mastercard és társai-ítélet, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 235. pont.

²¹ Lásd. Тóтн (15. lj.) 274–276.



Kopácsi István¹

Maciej Bernatt: Populism and Antitrust

Abstract: *This article aims to provide a brief insight into Maciej Bernatt's book titled *Antitrust and Populism*. In the review, the author sheds light on certain shortcomings of the book and attempts to show that based on quantified data, the standpoint of Bernatt is not well-established concerning the performance of the Hungarian Competition Authority.*

Tárgyszavak: versenyjog, populizmus, Gazdasági Versenyhivatal
Keywords: antitrust law, populism, Hungarian Competition Authority

This review will discuss the book published in Spring 2022, titled with *Populism and Antitrust: The Illiberal Influence of Populist Government on the Competition Law System* by Maciej Bernatt. Bernatt is an Associate Professor at the University of Warsaw and Director of the Centre of Antitrust and Regulatory Studies.

In his book Bernatt alleges that nowadays populist governments are challenging the foundations of competition law in an unprecedented way. He analyses these challenges and describes how populist governments have influenced national and regional (EU) competition law systems. Using empirical findings from Poland and Hungary, Bernatt proposes a theoretical framework that will allow the illiberal influence of populism on competition law systems to be better measured and understood.

Since the book deals only with Polish and Hungarian examples, while it should have examined or at least mentioned the *hipster antitrust* policy of the United States, I would like to point

out in my review that this kind of analysis of competition law is more political than professional-scientific.²

In my opinion the Bernatt's book is based on two methodological problems.

The first problem is that it refers to many anonymous and unchecked comments that are used as basis for its conclusions and above that, several unfounded allegations and conclusions can be found in the book. One example: Bernatt claims that the *Pick-case*³ was terminated – as a consequence of political pressure – but the truth is that a fine of HUF 44 million was imposed.

Second, in my view, it is impossible to scientifically evaluate the institutional environment and the results of competition law enforcement through the study of illiberalism, as it does not provide a predictable and reliable parameter of performance. We need to keep in mind that competition law and the enforcement of competition law is not created for itself; it is not a religion with which one can search for heretics, as put marvellously by Edwin

¹ Irodavezető, Gazdasági Versenyhivatal – Döntéshozatal Támogató Iroda.

² See Tóth András: *Kortárs magyar versenyjog*, Ludovika Egyetemi Kiadó, 2022. 13.

³ https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/versenyhivatali_dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek/dontesek_2014/Vj037_2014_m_v&inline=true

S. Rockefeller's book titled with *The Antitrust Religion*.⁴ Liberalism has successfully squeezed out conservatism from competition law, the effects of which were described by Lina Khan in her article titled *Amazon's Antitrust Paradox*.⁵ Other authors also pointed out that 'the liberalism of competition law enforcement' has led to the concentration of markets. However, Bernatt's book significantly crosses the line that was drawn up regarding the goals of competition law between US liberal and conservative antitrust lawyers. Bernatt's book concludes that there is a correlation between the pure liberal theory of competition enforcement and the performance of the system. According to Bernatt, the loss of independence is destructive when the leaders are political appointees, the autonomy of the decision-making body is very low, because it reduces the authority's enforcement, the advocacy capacity and also the authority's reputation in the market and in the courts, it adversely affects the willingness of undertakings to comply with competition law and last but not least the lack of independence undermines the whole competition law system. On this last statement it is worth noting that in Germany, the president of the Bundeskartellamt is nominated by the Minister of Economy and appointed by the Government cabinet and in France, the President of the French Republic by decree appoints the President of the Competition Authority. (An interesting addition to Bernatt's view is that Benoît Cœuré, the head of France's Competition Authority said in an interview that "[...] *these are political appointments. The head of the competition authority is chosen by the president and vetted by Parliament. It is a right that the president has and we have to respect it.*"⁶)

As a consequence of this, Bernatt makes conclusions in his book such as that the Hungarian competition law enforcement is of weak legal quality and ineffective. The objective performance of competition enforcement can not be determined by the degree of compliance with political – or if you prefer, religious – issues like liberal principles, but primarily by the well-being of consumers who benefit from competition, and secondly

by the extent to which competition supervision decisions stand up to the courts. Even the imposed fines do not necessarily show a correlation with the performance, although the author was wrong in this regard as well, because enforcement activity is not decreasing, but increasing in Hungary compared to the years before 2010. In the 2010s, the GVH imposed a total of HUF 44.6 billion in fines for anti-competitive behaviour, two-thirds more than the amount of fines (HUF 26.8 billion) in the 2000s. In consumer protection cases, the GVH imposed more than three times as many fines (HUF 18.9 billion) after 2010 as compared to the 2000's (HUF 5.6 billion).

Looking at the outcome of judicial reviews it does not seem that GVH constantly fails in front of the courts: between 2010 and 2020, the „fate” of HUF 54 billion imposed in competition enforcement proceedings was decided by the courts, of which HUF 34 billion forints were approved. 63% of the fine imposed by the GVH approved by the courts between 2010 and 2020, as regards substantive issues 93% of the contested cases approved by the courts this period.

The most important indicator is the state of competition perceived by consumers, which is regularly measured by the EU (EU Citizens' Competition Perception 2019⁷). Based on these EU data, the Hungarian indicators have continuously improved over the past 10 years.

Between 2009 and 2019 consumers' perception that competition results in

- better consumer prices increased by 13%, while the EU average only shows an improvement of 2%, and in this respect there is a decline or stagnation in 13 Member States;
- greater choice increased by 17%, while the EU average shows only a 5% improvement, and there is a decline in this regard in 8 Member States.

Between 2014 and 2019 consumers' perception that competition

- leads to higher quality increased by 10%, while the EU average shows stagnation, and

⁴ Edwin S. ROCKEFELLER: *The Antitrust Religion*, Cato Institute, 2007.

⁵ Lina KHAN: *Amazon's Antitrust Paradox*, Yale Law Journal, 2017, Vol. 126.

⁶ <https://globalcompetitionreview.com/article/interview-benoit-coeure>

⁷ <https://op.europa.eu/hu/publication-detail/-/publication/9cf759bb-d083-11e9-b4bf-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF>

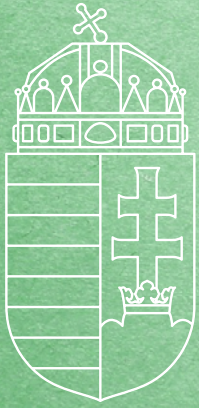
a decline in this regard is seen in 6 Member States, including Belgium, Portugal, Italy, France, and Slovenia. For example, only 60% of the population in France think so (the last in the EU), while in Hungary it is 77%;

- results in innovation and economic development increased by 5% (above the EU average);
- positively affects them as consumers increased by 4%, in line with the EU average.

In this period in Hungary, consumers perceive competition problems in energy, telecommunications, and transport sectors below the EU average

while French consumers see the biggest competition problems here in the whole EU.

Based on the abovementioned facts, it can be questioned whether illiberalism provides a meaningful methodological framework in terms of assessing the adequacy of a given national competition law regime. Competition law enforcement does not serve the purpose of complying with nebulous principles, but to improve the well-being of citizens. In this regard, the Hungarian system performs well. From this point of view, the approach of the book loses its direction, conceals the performance and the real results.



Sándor István, DSc¹

Egy versenyjogi témájú nagydoktori dolgozatról

About a doctoral dissertation on competition law

Abstract: *István Csongor Nagy's doctoral (DSc) dissertation on the dogmatic analysis of antitrust law, which he successfully defended at the Hungarian Academy of Sciences, deserves special attention. The present study is an edited version of the opponent's opinion on the work. In this study such issues as the origin of the word cartel, the purpose of competition law, the structure of the antitrust rule and the dualism of the anti-competitive object and anti-competitive effect in the general antitrust prohibition are reviewed.*

Tárgyszavak: kartell, kartellszabály szerkezete, versenyjog célja, versenyellenes cél, versenyellenes hatás, de minimis elv

Keywords: cartel, structure of antitrust rule, purpose of competition law, anti-competitive object, anti-competitive effect, de minimis principle

Nagy öröm érte a versenyjoggal foglalkozó jogászokat, amikor a Magyar Tudományos Akadémia részére a doktori cím megszerzése érdekében végre ilyen témájú művel pályáztak.² Nagy Csongor István tanszékvezető egyetemi tanár doktori dolgozata a kartelljog dogmatikai rendszerének kialakítására, rendszerezésére és elemzésére irányul. A szerző mind hazai, mind nemzetközi viszonylatban ismert és elismert jogászprofesszor,³ akinek egyik fő szakterülete a versenyjog.

1. Bevezető észrevételek

A szerző a kartelljog szakmailag elismert jogtudósa, amit a dolgozatával is bizonyít.⁴ Az írásában

feldolgozta a témakör jogirodalmát és a vonatkozó magyar, valamint európai uniós joggyakorlatot, sok esetben a történeti háttérével és egyúttal a jogösszehasonlítás igényével. A szerző kritikával illeti az ezen a jogterületen kialakult egyes korábbi, továbbá a jelenlegi gyakorlatokat, mindezt logikusan felépített szempontrendszer mentén indokolva. Munkájában újdonságot eredményezett az elemzés alapján feltárt gyakorlati problémákra kialakított értelmezési javaslata.

A mű felépítése átgondolt, rendszere követhető. A szerző először terminológiai kérdések tisztázására törekedett, majd a versenyjog célját és az európai uniós és a magyar versenyjog szabályozásának dualizmusát elemezte. Ezt követően két lé-

¹ Tanszékvezető egyetemi tanár, ELTE ÁJK.

² NAGY Csongor István: A kartelljog dogmatikai rendszere. MTA doktori értekezés. Szeged, 2020. A mű már megjelent: NAGY CSONGOR ISTVÁN: *A kartelljog dogmatikai rendszere*. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest, 2021. (A kézirat lezárva: 2021. 01. 01.)

³ A szerző nagyszámú publikációval rendelkezik a versenyjog területén, és ezek komoly hatással bírnak a szakterületén kutatókra, amit tényszerűen bizonyít az MTMT adatbázisa szerinti több mint ezer hivatkozás a műveire, amelyből jelentős számú külföldön megjelent publikációkban található.

⁴ Megemlíteném, hogy a szerző számos publikációval rendelkezik ezen a területen, kiemelendő pl. NAGY Csongor István: *Versenyjogi kézikönyv*. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest, 2021.

nyeges dogmatikai kérdéskört vizsgált a kartellszabály szerkezetének vonatkozásában, a viszonteladási árral, valamint a csoportmentességi rendeletekkel kapcsolatos ellentmondásos gyakorlatot. A következő fejezetben az általános kartelltilalom kettőségének problematikáját elemezte, ami a versenyellenes cél és a versenyellenes hatás fogalmaknak tartalmi eltérőségében fedezhető fel. A mű végén összefoglalta a kutatásainak eredményeit és javaslatokat tett egy kiszámítható joggyakorlat kialakítása érdekében.

A szerző jól alkalmazta a jogösszehasonlító, sok esetben a logikai és a dogmatikai kutatómunka módszereit. A műben hangsúlyosan találhatók jogértelmezési kérdések felvetései és a versenyjogi joggyakorlat elemzése a hatósági és a bírósági esetjog, valamint a vonatkozó jogirodalom alapján. A szerző számos helyen végzett összehasonlítást, elsősorban a magyar és az európai uniós, valamint az amerikai egyesült államokbeli vonatkozásokban. Mindemellett a versenyjog elemzése kapcsán megszokott módon az egyes szabályok közgazdasági hátterének bemutatására is sor került.

A szerző egyértelműen bizonyította, hogy kívülően tájékozott a versenyjog magyar és külföldi irodalmában és joggyakorlatában is. A dolgozat megírása során 121 tételből álló szakirodalmat dolgozott fel, amelyben a magyar mellett számos angol nyelvű publikáció is helyet kapott. A szerző ezek mellett jelentős számú magyar és külföldi jogforrást és bírósági eseti döntést is vizsgált, amelyek értelmezése alapján alakította ki a megállapításait.

2. A mű tudományos eredményei

A következőkben a mű felépítését követve egyes részletkérdések vonatkozásában szeretnék néhány

kiegészítést, illetve jobbító szándékú észrevételt megfogalmazni.

2.1. Terminológiai kérdések

A mű a bevezetést követően először érdemben terminológiai kérdések tisztázásával foglalkozik, amelynek során a „kartelljog” kifejezés eredete és tartalma, a „kőkemény kartell”, valamint a „kartellszabály”, az „általános kartelltilalom” és a „mentesség” terminusok kerülnek röviden bemutatásra.⁵ A célratoró, bár elsőre meglehetősen szűkszavú magyarázatokat indokolhatja az, hogy a későbbiekben ezeknek a fogalmaknak a részletes elemzésére több helyen is sor kerül.

Itt szeretnék utalni arra, hogy az Amerikai Egyesült Államokban a 19. század végén rakták le a modern versenyjog alapjait, bár az angol *common law*-ban már korábban is kialakultak részlet-szabályok a kereskedelem indokolatlan korlátozása (*unreasonable restraint of trade*) elleni fellépés érdekében.⁶ Az *antitrust law* kifejezés abból a gyakorlatból ered,⁷ amikor egyes gazdasági társaságok működésének hatékonyságát akként kívánták növelni, hogy a tulajdonosok a részvényeiket *trust* létesítésével egy bizalmi személyre ruházták át, aki ettől kezdve egységesen tudta irányítani ezeket a cégeket, és így oligopóliumok jöttek létre. A két leghíresebb ilyen vállalkozás a *U.S. Steel* és a *Standard Oil* voltak, amelyek gyakorlatilag a termékeik piacát teljes mértékben monopolizálták, kizárva ezzel a verseny lehetőségét, ami jelentős károkat okozott a fogyasztóknak. A *corporate trustok*⁸ gyakorlatára adott válasz volt először a *Sherman Act* elfogadása 1890-ben,⁹ amely a versenykorlátozó megállapodásokat, a kartelleket tilalmazta,¹⁰ majd ezt követte a *Clayton Antitrust Act* 1914-ben,¹¹ ami a *truston* keresztüli összefonódások megszüntetése után a versenyellenes fúziók és vállalatfelvá-

⁵ Lásd NAGY (2. lj.) 13–15.

⁶ BENACCHIO, Giannantonio: Az Európai Közösség magánjoga. Polgári jog, kereskedelmi jog. Osiris Kiadó, Budapest, 2003. 298.

⁷ Az angol jogban viszont a *competition law* terminus vált használatossá. Lásd ehhez pl. Competition Act 1998, MARTIN, Elizabeth A.: A Dictionary of Law. Oxford University Press, Oxford, 2003. 100.

⁸ Napjainkban a *corporate trust* kifejezés már más tartalommal értelmezendő. Lásd ehhez SÁNDOR István: A bizalmi vagyonkezelés és a trust. Jogtörténeti és összehasonlító jogi elemzés. Második, átdolgozott kiadás. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest, 2017, 191.

⁹ 26 Stat.209, 15 U.S.C.

¹⁰ A törvény eredeti szövege: „Every contract, combination in the form of trust or otherwise, or conspiracy, in restraint of trade or commerce among the several States, or with foreign nations, is declared to be illegal.” Section 1, Sherman Act 1890.

¹¹ Pub.L. 63-212, 38 Stat. 730.

sárlások megakadályozását célozta. A jogalkotási folyamat fontos része volt továbbá az 1904-ben meghozott *Federal Trade Commission Act*,¹² amely hatósági felügyeleti jogkört hozott létre a versenyjog területén.¹³ Európában a múlt században szintén jelentős jogalkotási folyamatra került sor, általános tendenciaként a második világháborút követően a versenyjog szabályozására, és ezen belül a kartellekkel szembeni állami fellépésre.¹⁴ Ez a magánautonómia, azon belül a szerződési szabadság jelentős mértékű korlátozását eredményezte, azonban a versenyszabadság korlátok közé helyezése, a versenyjogi tilalmak felállítása a szerződési szabadság torzulásait kívánta kiküszöbölni.¹⁵

Megjegyzem, hogy maga a kartell elnevezés eredete az ógörög papírlap (*chartés*; *χάρτης*) szóra vezethető vissza, és ebből alakult ki pl. a latin *charta*, francia *cartel*, olasz *cartello* kifejezés. A *Kartell* terminus használatára a német nyelvben csak a 16. század végéről ismert először forrás,¹⁶ ezt követően a Grimm-fivérek szótárában található olyan tartalmú jelentése is, amely a háborúban álló felek közötti megállapodást fed le,¹⁷ ami előfutára a mai versenyellenes megállapodásnak. Megjegy-

zem, hogy a *cartel* kifejezést egyébként az angol jogi szaknyelv is ismeri.¹⁸

2.2. A versenyjog célja

A szerző a fejezet címében felveti a kérdést, mi a versenyjog célja. Ennek megválaszolása érdekében egyes bírósági döntésekben lefektetett szempontokat idéz. Megállapítása szerint a versenyjog fogalmát a versenyellenességből kiindulva két megközelítésben kell értelmezni. Egyrészt a vállalkozások döntési szabadságának, a verseny folyamatának védelme szempontjából, másrészt a fogyasztói vagy társadalmi többlet maximalizálása iránti igényben értelmezhető.

Közgazdasági szempontból általánosságban meghatározva „a verseny két vagy több szereplő egymással szembeni előnyszerzésre irányuló, adott szabályok közt zajló tevékenysége”.¹⁹ A tökéletes verseny pedig akkor valósul meg, ha nagyszámú eladó és vevő van a piacon, akik tökéletes helyettesítői egymásnak. Ennek ellentéte az, ha bármelyik oldalon lecsökken a helyettesítők száma, ami monopóliumot hoz létre, emiatt az adott áru vagy szolgáltatás értékesítési ára az előállításának határértékétől jelentős eltérésre ad lehetőséget.²⁰

¹² Lásd ehhez pl. WINERMAN, Marc: The Origins of the FTC: Concentration, Cooperation, Control, and Competition. *Antitrust Law Journal*, Vol 71 (2003).

¹³ Természetesen számos további törvény is született azóta, pl. a Robinson-Patman Act 1936-ban, a Celler-Kefauver Act 1950-ben stb.

¹⁴ Megemlítendő, hogy a 20. század első felében az első világháború és a gazdasági válság miatti környezetben a kartelleknek sok esetben pozitív hatásait is hangsúlyozták, mivel egyes iparágak összeomlását a termelés és a forgalmazás összehangolásával tudták elkerülni. Lásd ehhez BÁNYÁSZ Jenő: Tisztességtelen verseny. Iparjogvédelmi Egyesület, Budapest, 1926, 17., valamint VARGA Norbert: A kartellfelügyelet bevezetése Magyarországon. Az 1931. évi XX. tc. kodifikációja és gyakorlata. *Iurisperitus Kiadó, Szeged*, 2020, 43. Megjegyzendő, hogy a versenytilalom jogi szabályozásával behatóan foglalkoztak ebben az időszakban a magyar jogtudomány képviselői, lásd pl. KUNCZ Ödön: A magyar kereskedelmi- és váltójog vázlata. Grill Károly Könyvkiadó Vállalata, Budapest, 1922. I. 107–113.

¹⁵ VÉKÁS Lajos: Egyenlő bánásmód polgári jogi viszonyokban? *Jogtudományi Közlöny* 2006/10. 356.

¹⁶ KÖBLER, Gerhard: *Deutsches Etymologisches Wörterbuch*, 1995. 214. <http://www.koeblergerhard.de/derwbhin.html> (letöltés: 2022. 06. 20.)

¹⁷ „[I]m kriegswesen, verträge zwischen den kriegführenden theilen, allerhand gegenseitige beziehungen betreffend; auch im frieden *ähnliche* verträge zwischen staaten: mich würde er nimmermehr dahin bringen daß ich das cartel verletzte oder eine so schändliche that wider alle billigkeit und löblicher soldaten gewonheit und herkommen begiene. Simpl. 1, 275. auch andere gemeinschaften haben ein kartel, stehen in kartel, wie schützengesellschaften, studentenverbindungen, vertrag wegen gewisser punkte des gegenseitigen verkehrs.” *Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm. Akademie der Wissenschaften zu Göttingen.* <https://woerterbuchnetz.de/?sigle=DWB#2> (letöltés: 2022. 06. 20.)

¹⁸ Lásd pl. a *cartel* címszót: GARNER, Bryan A. (ed. in chief): *Black's Law Dictionary*. West Group, St. Paul, Minn., 1999. 206.

¹⁹ CHIKÁN Attila: *Vállalatgazdaságtan. A II., átdolgozott kiadás változatlan utánnomása*. Aula Kiadó, Budapesti Közgazdasági Egyetem, Budapest, 1998. 98.

²⁰ COOTER, Robert – ULEN, Thomas: *Jog és közgazdaságtan*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2005. 313. A verseny alapján felmerülő alternatív megoldások közötti választás lehetőségét hangsúlyozza GYÖRGY Ernő: *A gazdasági verseny jogi kérdései*. Közgazdasági és Jogi könyvkiadó, Budapest, 1976. 13.

A versenyjog célja közgazdaságilag, és ebből eredően jogilag is egyértelműen a versenyellenes jelenségek kiküszöbölése,²¹ így azon gazdasági események megfékezése, amelyek a versenyt megakadályozzák, korlátozzák vagy torzítják.²² A verseny önmagában nem lehet cél, vagyis a kooperáció és a verseny között értékalapon nem feltétlenül lehet hierarchiát felállítani, ez esetenként ítéltető meg,²³ amit a jogalkotás és a joggyakorlat is igyekszik figyelembe venni. Véleményem szerint ebből eredően a verseny jogi szabályozása elsősorban eszköz ahhoz, hogy olyan esetekben, amikor a társadalom érdekét nem szolgálja a piaci résztvevők összehangolt magatartása, együttműködése, akkor jogi normák útján alkalmazott szankciók kilátásba helyezésével ezt megakadályozza.²⁴ A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény („Tpvt.”) első mondatában meghatározott cél is felvet egyfajta ellentétet, amikor a közérdek (gazdasági hatékonyság és társadalmi felemelkedés) mellett a magánérdek (vállalkozások és fogyasztók érdeke) egymás után szerepel, elsődlegesen a közérdeket, és azon belül is a gazdasági hatékonyságot deklarálva.²⁵ Ezt korrigálja némileg a mentességi esetek szabályozása,²⁶ amelyek nem feltétlenül csak gazdasági hatékonyság növelése céljából kerülhetnek

alkalmazásra, hanem pl. a foglalkoztatottság,²⁷ környezetvédelem,²⁸ vagy biztonságosság érdekében is.²⁹ Összességében részemről azzal tudok egyetérteni, hogy a versenyjog célja a versenyképesség fokozásával a gazdaság hatékonyságának a növelése, amely végső soron az emberek – ebben a kontextusban fogyasztók – életszínvonal-emelkedését szolgálja.³⁰

2.3. Az európai uniós és a magyar versenyjog

A szerző részletesen kifejti, hogy az európai uniós és a magyar versenyjog szabályozása és alkalmazása párhuzamosan érvényesül, és az európai uniós szabályozás csak abban az esetben rendelkezik elsőbbséggel, ha az adott ügy érinti a tagállamok közötti kereskedelmet. A Walt Wilhelm-ügyben kialakított jogértelmezés alapján ez a párhuzamosság azonban nem vet fel aggályokat, ha a tagállami jog nem sérti az uniós jog teljes és egységes alkalmazását, vagyis a tagállami versenyjogi szabályok alapján nem fogadnak el jogszerűnek egy olyan magatartást, amelyet az uniós versenyjog alapján tiltanak.³¹ Másrészt fontos kiemelni, hogy a magyar joggyakorlat következetes abban, hogy a hasonló fogalmakat az uniós versenyjogiakkal egységesen szükséges értelmezni.

²¹ „Magyarország biztosítja a tisztességes gazdasági verseny feltételeit. Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védi a fogyasztók jogait”. Magyarország Alaptörvénye, Alapvetés M) cikkének (2) bekezdése.

²² Lásd ehhez LAMM Vanda – PESCHKA Vilmos (szerk.): Jogi lexikon. KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest, 1999, 325.

²³ Lásd ehhez FARAGÓ Klára: Etikai kérdések a gazdaságpszichológiában. In: HUNYADY György – SZÉKELY Mózés (szerk.): Gazdaságpszichológia. Osiris Kiadó, Budapest, 2003. 732.

²⁴ Lásd ehhez a 21/1994. (IV. 16.) AB-határozat IV. pontjában írtakat.

²⁵ „A gazdasági hatékonyságot és a társadalmi felemelkedést szolgáló piaci verseny fenntartásához fűződő közérdek, továbbá az üzleti tisztesség követelményeit betartó vállalkozások és a fogyasztók érdeke megköveteli, hogy az állam jogi szabályozással biztosítsa a gazdasági verseny tisztaságát és szabadságát”. (A „Tpvt.” preambuluma első mondata.) Lásd ehhez SÜKÖSD Péter: A verseny közgazdasági és jogi fogalmáról. *Gazdaság és Jog*, 2008/7–8. 35.

²⁶ Európai Unió Működéséről szóló Szerződés („EUMSZ”) 81. cikk (3) bekezdése.

²⁷ 26/76 Metro vs. Bizottság (No. 1.) [1977] ECR 1857. [1993] OJ L20/14, [1993] 5 CMLR 617.

²⁸ [1994] OJ L144/20.

²⁹ [1978] OJ L46/33. SZEGEDI András: Az európai versenyjog új szabályozása. *Magyar Jog*, 2005/6. 343.

³⁰ TÓTH András: Preambulum. In: JUHÁSZ Miklós – RUSZTHINÉ JUHÁSZ Dorina – TÓTH András (szerk.): Kommentár a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvényhez. *Gazdasági Versenyhivatal*, Budapest, 2014. 33–34. Hasonló szellemben a közérdek központi jelentőségét hangsúlyozza MISKOLCZI BODNÁR Péter: A versenytörvény magyarázata. *Complex Kiadó*, Budapest, 2002. 20.

³¹ Lásd ehhez pl. WALLACHER Lajos: Az Európai Közösség versenyjogának alkalmazása Magyarországon az Európai Unióhoz való csatlakozástól. *Gazdaság és Jog*, 2004/5. 8–12., valamint TÓTH ANDRÁS: A versenyjog alkalmazhatóságának kérdése a szabályozott iparágakban. *Jogtudományi Közlöny*, 2009/4, 184., valamint RUSZTHINÉ JUHÁSZ Dorina – ZÁVODNYIK József: A bizonyítási mérce, a bizonyítási teher és a bizonyítékok értékelése versenyügyekben. *Jogtudományi Közlöny*, 2013/6. 294–295. Az ún. „kettős akadály elmélete” (*double barrier theory*) kapcsán lásd SZEGEDI (29. l.) 346. A kartelljog területét is érintő egyes felmerülő problémák kapcsán lásd VÖRÖS Imre: Európai jog – magyar jog: konkurencia vagy koezgisztencia. *Jogtudományi Közlöny*, 2011/7–8. 369–401.

2.4. A kartellszabály szerkezete

A versenyellenes magatartások tilalmának mind az Európai Unió, mind a magyar tételes jogban két szintje van, egyrészt egy általános kartelltilalom érvényesül, másrészt egyes esetekben ez alóli mentesség áll fenn. A dolgozat központi részét képezi ezek alapján az a fogalmi elhatárolás, hogy milyen az a verseny, amelynek korlátozása, torzítása vagy megakadályozása esetén sérül a kartelltilalom, és milyen egyéb szempontok alapján van lehetősége a versenyhatóságnak és a bíróságnak az ez alóli mentesség vizsgálatára.

Az általános kartelltilalom értelmezése során a szerző rámutat arra, hogy az Amerikai Egyesült Államok versenyjogához hasonló módon észszerűségi vizsgálatra van szükség, és ez a kartelltilalom alkalmazásának átfogó elméletét adhatja. Az általános kartelltilalom feltétlen alkalmazást vetít előre, azonban ennek immanens korlátjai vannak, pl. a bagatellkartell esetében, valamint az adott megállapodás versenyellenes és a versenyt előmozdító, versenybarát vonásainak összemérése tekintetében.³²

A versenyjog esetében nehézségeket okoz a klasszikus jogági besorolás, egy olyan keresztülfekvő jogterületről beszélhetünk, amely polgári, büntető³³ és közjogi normákból tevődik össze.³⁴ A versenyjogi normák megsértésére polgári jogi jogkövetkezmények is alkalmazásra kerülhetnek, pl. érvénytelenség, kártérítés.³⁵ Ennek megfelelően a versenyjogi szabályok értelmezése során is helye van a magánjogban kikristályosodott alapintézmények, vezéreszmék és elvek alkalmazásának.

Erre alapítva szeretnék utalni arra, hogy az észszerűség a magánjogban egy objektív mérce, ami a

tárgyilagos megítélés szerint minden értelmes ember számára racionális értékelést jelent. Az észszerűség mindig objektív kritériumokkal megragadható kategória, annak ellenére, hogy nyilvánvaló módon az individuuum számára az észszerű fogalma sok esetben nem választható el egyes szubjektív mozzanatoktól. Szladits Károly szerint a jogrend célszervezet, vagyis a jogrend tételei soha nem önkényes parancsok, a jog ugyanis észszerűsége törekszik, így a jog egyes előírásait céljuknak megfelelően kell érteni és alkalmazni.³⁶ Az angolszász jogban is kiemelkedő jelentősége van az észszerűség kategóriájának, a *reasonable man*, az észszerű ember testesíti meg azt a harmadik, kívülálló – és ezért objektív – alanyt, akinek a szemével kell megvizsgálni bizonyos magatartások észszerű vagy éppen észszerűtlen mivoltát.³⁷

A dolgozat szerzője is ennek szellemében utal arra, hogy az egyes megállapodásokat abból a szempontból kell megítélni, hogy az elősegíti vagy visszaveti a versenyt, és ezt a tesztet piaci összefüggéseiben kell lefolytatni. Ezzel párhuzamos példát említve, a kartellek esetében gyakori az ún. összetartó szerződések (adhéziós szerződések) alkalmazása, ami a vevők alkupozióit hátrányosan befolyásolja. Másrészt azonban az ilyen szerződések egyúttal blankettaszerződéseket is eredményeznek, amelyeknek viszont már előnye az egységes feltételrendszer, vagyis a szerződések tartalma közötti különbség csökkentése, ami fokozza az árversenyt, valamint csökkenti a tranzakciós költségeket, ami a hatékonyságot növeli.³⁸ Észszerű alapokon történő megközelítéssel magyarázható, hogy – mivel a bagatellkartell hatása a versenyre nem kimutatható –, ezért a *de minimis* elv alkalmazhatósága in-

³² Lásd ehhez PÁZMÁNDI Kinga: A kartelljogi szabályozás modellje. In: BALOGH Virág – NAGY Csongor István – PÁZMÁNDI Kinga – VEREBICS János – ZÁVODNYIK József: Magyar versenyjog. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest, 2002. 179.

³³ Lásd A Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvény („Btk.”) 420. §-át, valamint MISKOLCZI BODNÁR Péter: A versenykorlátozó megállapodás, a kartell versenyjogi tilalma és a „versenyt korlátozó megállapodás a közbeszerzési eljárásban” elnevezésű büncselekmény. Miskolci Jogi Szemle, 2019/2. különszám 2. kötet. 175–179., valamint JUHÁSZ MIKLÓS: Kriminális versenyjog? – gondolatok az emberi jogok és a versenyjog kapcsolatáról. Magyar Jog, 2013/9, 519–521.

³⁴ Lásd ehhez TÓTH András: Versenyjog és határterületei. A versenyszabályozás jogági kapcsolatai. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest, 2016, 30.

³⁵ Lásd ehhez pl. DARÁZS Lénárd: A kartellek semmissége. Wolters Kluwer Hungary Kft., 2009., valamint NAGY Csongor István: Kártérítési felelősség kartelljogsértések esetén: gondolatok a Tptv. új szabályai kapcsán. Magyar Jog, 2009/9, 513–520, valamint KEMENES István: A szerződés érvénytelenségének egyes kérdései a gazdasági szerződéses gyakorlatban. Polgári Jogi Kodifikáció, 2002/2. 7–27., valamint VÉRNÉ LABÁTH Éva: Érdekösszeütközések jogi kezelése a versenyjogban és a Ptk. szerződési szabályaiban. Gazdaság és Jog, 2001/1, 15–21.

³⁶ SZLADITS Károly: Magyar magánjog I. Általános Rész, Személyi Jog. Grill Károly Könyvkiadó Vállalata, Budapest, 1941. 41.

³⁷ BOÓC Ádám – SÁNDOR István: Előadásvázlatok a polgári jog általános tanaiból. Budapest, 2014, 134.

³⁸ COOTER – ULEN (20. lj.) 314–315.

dokolt a vizsgálat első lépcsőjében, kivéve a kőke-mény kartell esetét.

A szerző részletesen vizsgálja a viszonteladási árral kapcsolatos problémakört, amely kapcsán az ún. potyautas-effektusra hívja fel a figyelmet, ami alapján viszont általánosságban nem, csupán egyedileg, pl. a piacon jó megítélést szerzett, „márkás” termékek esetén van létjogosultsága. Ilyenkor a viszonteladási ár rögzítése megszünteti a márkán belüli versenyt, és a gyakorlatban mentességet sem élvez. Ezt a magyar versenyjogi gyakorlat is követi, és akár az általános kartelltilalom alól,³⁹ akár a mentesség körében csak ritkán került sor kivételre.⁴⁰ A szerző a kialakult gyakorlat alapján úgy ítéli meg, hogy a viszonteladási ár rögzítése a versenyjogban *per se* versenyjogellenesnek minősül, és ennek indokoltságát következetesen, korábban is megfogalmazott érvek mentén, elsősorban az Amerikai Egyesült Államokban 2007-ben a Legfelsőbb Bíróság által a Leggin-ügyben (127 S.Ct. 2705) meghozott ítéletével is alátámasztva aggályosnak tekinti,⁴¹ mivel jogbizonytalanságot okoz. Megítélése szerint az ilyen megállapodások esetében indokoltabb lenne hatáselemzést végezni.

A csoportmentességi rendeletek (szakosítási, gépjármű-utópiacra vonatkozó, vertikális vagy kutatás-fejlesztési vagy technológia-átadási megállapodások) szabályait egyenként részletesen áttekinti a szerző, ami a témakör feldolgozásához logikailag illeszkedik, de a korábbi gondolatmenet folyamatosságát számomra megtöri. Itt szeretnék utalni arra, hogy a csoportmentességi rendeletek szerepe alapvetően a verseny- és az iparpolitika diktálta érdekek kompromisszumaként fogható fel.

A szerző az általános kartelltilalom és a tartalmi versenyelemzés során mutatja be a bagatellkartellekkel kapcsolatos szabály gyakorlati érvényesülését, amely jogilag tiltott megállapodásokat legitimál arra a jogalkotói megfontolásra alapítva, hogy csekély súlyuknál fogva nem alkalmasak versenyellenességre. A szerző már itt előrevetíti a dolgozat további részében központi szerepet ját-

szó kettősséget a versenyellenes cél és a hatás között. Logikailag a bagatellkartellek esetében egyértelműen fennáll a versenyellenes cél, legfeljebb az ilyen megállapodások hatása nem érdemi az adott piacon a versenyre. Ebben a szabályban a szerző helyesen látja az észszerűség elvének megjelenését.

2.5. A versenyellenes cél és a versenyellenes hatás dualizmusa az általános kartelltilalomban

A versenyellenes cél jogpolitikai céljának meghatározatlansága és az ilyen megállapodások azonosítása a szerző szerint mind a mai napig nem került egzakt módon kialakításra. A versenyellenes cél és a versenyellenes hatás valóban nem került konzisztens módon alkalmazásra a joggyakorlatban. Számos esetben önmagában a versenyellenes cél fennállása megalapozza a jogsértést, amíg az ellenkezőjére is találunk precedenseket. Egyetértek azzal, amit a szerző már korábbi írásában is hangsúlyozott, hogy más szempontokat kell vizsgálni a kartelltilalom érvényesítése során, és megint más szempontokat az egyedi mentesség tekintetében.⁴²

A szerző ezt követően, az ő fogalomhasználatával a versenyellenes cél fogalmának „cseppfolyósodását” vizsgálja, amelynek kiindulópontjául egy magyar eset szolgált.⁴³ Az ügyben az Európai Bíróság által meghozott ítélet óta a versenyellenes cél nyitott kategóriává vált, vagyis az adott eset egyedi körülményei alapján nem nevesített megállapodások is versenyellenessé nyilváníthatók. Ezzel egy nem nevesített kategória alakult ki a versenyellenes célok területén. Ehhez kapcsolódik, hogy az információ megosztása, egyes esetekben akár a nyilvánosaké is, sértheti a versenyt, ami csak az egyes konkrét esetekben állapítható meg, ehhez azonban hatáselemzésre van szükség. Ez a tendencia fellazította a versenyellenes cél korábban viszonylag jól lehatárolható és előrelátható, ezért kezelhető eseteit, így a jelenség a jogbiztonsággal szemben támasztott követelmények sérelméhez vezethet,⁴⁴ ami egyúttal azt eredményezi, hogy a versenyel-

³⁹ Lásd az ún. Büki Ásványvíz- és Üdítőital Kft. ügyet (Vj-164/2006. számú GVH határozat).

⁴⁰ Lásd az ún. Kontavill és társai ügyet (Vj-150/1995. számú GVH határozat).

⁴¹ NAGY Csongor István: Mégiscsak lehet viszonteladási árat kikötni? *Gazdaság és Jog* 2008/5. 8–12.

⁴² NAGY Csongor István: A versenykorlátozó megállapodásokkal kapcsolatos versenyjogi tilalom szerkezete. *Jogtudományi Közlöny*, 2012/9, 322.

⁴³ Ún. Allianz, Generali és társai ügyben a Vj-51/2005. számú GVH határozat alapján a Kúria Kfv.37268/2013/8. számú ítélete.

⁴⁴ Hasonló szellemben GADÓ Gábor: Verseny és információcsere. Az ún. BankAdat ügy tanulságai. *Gazdaság és Jog* 2016/7–8. 34–35.

lenes cél megítélése átkerül a versenyellenes hatás vizsgálatának területére. Egyetértek a szerzővel abban, hogy a versenyellenes célnak akkor van létjogosultsága, ha nevesített esetei vannak, vagyis a szerző megfogalmazásában ez egy „kategóriaépítő mechanizmus”. Ehhez kapcsolódik másik megállapítása is, amely szerint a csúszó skála szerinti megközelítésnek kizárólag a hatásvizsgálat keretében lehetne legitimitása.

A kérdéskör elemzése végső soron a jogpozitivizmus és bírói jog kapcsolatáig vezet, amely felveti a jogbiztonság és az igazságosság egymáshoz való viszonyát is. Megítélésem szerint a tételes jognak az objektív észszerűséggel szoros összefüggésben álló társadalmi igazságérzet által motivált bírói jogértelmezése útján történő alakítása indokolt, amennyiben ez a jogalkotói céllal is összeegyeztethető. A versenyjog területén erre a verseny hatékonyságának növelése érdekében kerülhet sor, figyelembe véve azt, hogy ennek végső célja az emberek jólétének növelése. Amennyiben ez a megközelítés következetes jogalkalmazói gyakorlat-

ban jelenik meg, akkor a precedensjog alkalmas a tételes jog folyamatos megújítására anélkül, hogy a jogbiztonsággal szemben támasztott elvárás se csorbuljon. Osztom a szerző aggályait, de emellett ezt a szempontot is javaslom figyelembe venni.

3. Záró megjegyzések

A szerző egy aktuális témát választott, amit alaposan, hitelesen és nagy részletességgel dolgozott fel. Elismerés illeti azért, hogy a témakör szakirodalmát és gyakorlatát is precízen és hozzáértéssel kezelte, valamint a hivatkozott szakirodalmi álláspontok mindvégig megtalálhatók a műben. A szerző a dolgozatban jól alkalmazta a jogösszehasonlító és a dogmatikai elemzés módszereit, hitelesen hivatkozott a jogirodalmi nézetekre, és külön értékét jelenti dolgozatának, hogy azok ismertetése mellett folyamatosan saját álláspontot is kialakított. Megítélésem szerint a dolgozat hiánypótló és számos újdonságot tartalmaz.

