

2015.10.02.

# A digitális piacok időszerű versenyjogi vonatkozásai

A digitális piacokra vonatkozó joggyakorlat  
és a kapcsolódó joggazdasági  
megfontolások összehasonlítása az  
Egyesült Államokban és az Európai  
Unióban

Dr. Belényesi Pál  
JOHN CABOT UNIVERSITY, RÓMA

## Tartalom

Angol nyelvű összefoglaló .....	3
Bevezető .....	5
A digitális versenyképesség .....	5
A digitális piacok kínálati oldala .....	5
A keresleti oldal .....	6
A fogyasztók helyzete .....	6
A kutatás célja .....	6
1. A digitális piacokról.....	7
1.1. Általánosan .....	7
1.2. A digitális piacok jellemzése.....	8
1.3. Az üzleti modellek szerepe.....	10
2. A digitális piacok kérdéseinek a csoportosítása.....	13
2.1. A nem versenyjogi megoldást követelő problémák.....	15
2.2. A versenyjogi megoldásokat kívánó kérdések.....	19
2.2.1. A digitális monopóliumok verseny- és innovációt korlátozó hatása.....	19
2.2.2. A digitális nagyvállalkozások más piacokat célzó magatartása .....	21
2.2.3. A digitális monopóliumok kényszerkötődést előidéző magatartása.....	22
3. A digitális piacok versenyjogi és közgazdasági megközelítése.....	24
3.1. Közgazdasági szempontból.....	24
3.2. Versenyjogi szempontból .....	25
4. Az Egyesült Államok gyakorlata .....	28
4.1. Néhány fontosabb példa .....	28
4.1.1. A Microsoft-ügy .....	28
4.1.2. Az Apple iPod iTunes-ügy.....	31
4.1.3. A Google-kereső ügy.....	34
4.1.4. Az Apple e-könyv- ügye .....	37
4.2. Az ügyekből levonható tanulságok .....	41
5. Az Európai Unió gyakorlata .....	45
5.1. A Microsoft együttműködhetőséggel kapcsolatos ügye .....	45
5.2. A Microsoft árukapcsolásos ügye .....	47

5.3.	A Google/DoubleClick összefonódás .....	49
5.4.	A Google elleni eljárások.....	51
5.4.1.	A Bizottság Google keresőprogrammal kapcsolatos kifogásközlése .....	51
5.4.2.	A Google Android platformmal kapcsolatos bizottsági vizsgálat .....	52
5.5.	A Facebook/WhatsApp összefonódás.....	53
5.6.	Az európai ügyekből levonható tanulságok .....	55
6.	Az ágazati szabályozás szerepe .....	57
7.	A versenyjogi szabályozás egyes elemei korszerűsítésének időszerűsége .....	60
7.1.	Beavatkozás vagy be nem avatkozás? .....	60
7.2.	A SSNIP-teszt .....	62
7.3.	Az ár-költség rés (Lerner-index) .....	62
7.4.	Az innováció szerepe az eljárásokban .....	63
7.5.	A kötelezettségek kiszabásának szerepe .....	64
8.	Következtetések.....	65
9.	Javaslatok .....	67

**Megjegyzés:** A szerző a római John Cabot University-n tanít. Minden ténybeli tévedésért és a tanulmányban megjelenő véleményért a felelősség a szerzőt terheli. Külön köszönet dr. Szabó Péternek, aki az Európai Bíróság jogász-nyelvészeként fogalmazásbeli és tartalmi javaslatokkal is segített.

## Angol nyelvű összefoglaló

### **Antitrust considerations in digital markets**

#### **- A comparative study for the Hungarian Competition Authority -**

##### *Background*

In April 2015, the National Competition Authority of Hungary (NCA) entrusted Dr. Pál Belényesi with carrying out a comparative research regarding digital markets in Europe and in the U.S, with particular focus on the potential antitrust issues caused by large market players on these markets. The investigation was carried out in between April and September 2015. This informative summary accompanies the final paper.

##### *The research*

The study focuses on the law and economics of digital markets: characteristics, legal and economic issues and, in particular, the antitrust procedures that concern these markets in the two most prominent competition regimes in the world: in the United States and in the European Union. It builds on previous works of the author (above all, the studies and presentations prepared for the ITRE Committee of the European Parliament: with IDATE/Ecorys 2015; and for the ECON Committee of the European Parliament: with Ecorys, 2015).

The paper starts with the introduction of the phenomenon of such markets and the characteristics of its market players – it underlines areas where these may differ from traditional business adventures, then it observes the potential legal and economic problems on these markets. It presents the importance of two-sided zero priced markets, the churn on such markets, the critical role of business models and the difficulty to define markets. It then explains that the solution to potential problems (e.g. data retention, misuse, sectoral regulation) should not be sought always and unconditionally for through tools of antitrust.

At its core, the study analyzes the practice of the U.S. and of the EU as regards the antitrust related investigations into practices of mainly Over-the-Top companies. As for the American cases, the author analyzes the most prominent ones (Microsoft, Google, Apple iPod/iTunes and e-Book cases), while for the EU, he discusses all important investigations carried out by DG Competition (Microsoft I-II, Google/DoubleClick merger, Facebook/WhatsApp merger, the ongoing Google investigation) on internet-based businesses. It then draws comparative conclusions and presents the reader with considerations, based on the assessment of the different antitrust regimes.

In its third section, the author introduces some problematic areas where competition law could already be altered in order to better deal with such markets, without falling into the trap of committing type 1 or type 2 errors and causing damage on the markets and potentially hindering innovation and investments. This part also deals with the question of intervention/no intervention, the faulty nature of the SSNIP-test, the use of the Lerner-index, the importance of innovation, and the difficulty of imposing obligations in investigations.

The paper finally provides for observations and enlists recommendations for the competition authorities when dealing with internet-based companies.

*Potential areas for further research*

Based on this study, it would be interesting to further research the relation between potential antitrust issues vis-à-vis telecommunication service providers, network owners and actors of the digital markets. Similarly, it could also be important to understand the national specificities of such markets, and how the long-established European players may react to aggressive market-creating strategies of some relatively new players such as Google, Facebook, Spotify, Amazon, Netflix, etc.. The full comprehension of the impact of the shared economy on the business models of the traditional telecom providers is vital. Other competition law related issues are worth to investigate, too: tax exemption of some digital players in some EU member states (Apple, Amazon), investment related preferential treatment (data centers in the EU), collusive behaviors of the digital players (Amazon e-Book, Apple iTunes), and the effect of interchangeability between the novel digital services and traditional telecom services (SMS/social media/chatting).

## Bevezető

### A digitális versenyképesség

A modern, 21. századi gazdaságban a munkahelyteremtés és a fiatalok előtt megnyíló új lehetőségek szorosan kapcsolódnak a digitális gazdasághoz. A digitális teljesítmény-ösztönző ágazati politikák és a piacformáló szakpolitikai döntések Európában, s így Magyarországon is, kialakulóban vannak, az Egyesült Államokban azonban már évek óta részei a kormány piacformáló tevékenységének. A digitális gazdaság által nyújtott új viszonyok – az internet-alapú keresés, -összehasonlítás, -véleményformálás, -adatmegosztás, -vásárlás, valamint az ezek által összekapcsolt gazdaság – lehetőségeket és kihívásokat tár fel. Magán-, köz-, verseny-, és büntetőjogiakat egyaránt.<sup>1</sup> Ezeket a kihívásokat a világ két legmeghatározóbb versenyjogi rendszere – az amerikai és az európai – eltérően kezeli: a digitális piacok versenyjogi bírálata az EU-ban szigorúbb, az USA-ban inkább megengedőbb.<sup>2</sup>

Mindkét jogrendszerben ismételtelen előkerül az ilyen piacokkal kapcsolatos sokszínű aggodalom és politikai érvrendszer központi eleme, azaz, hogy a digitális piacokon olyan cégek kezében van a szinte kizárólagos hatalom, amelyek vagy versenyellenesen jutnak a piaci részesedésükhöz, vagy versenyjogba ütköző magatartások révén tartják azt fent.<sup>3</sup> A központi kérdés azonban mindenütt ugyanaz: kell-e, szabad-e beavatkozni a dinamikusan fejlődő piacokon, van-e versenyjogi alapja a vállalkozások magatartásai elbírálásának?

### A digitális piacok kínálati oldala

A digitális piacokon való megjelenés egyik, a fogyasztói- és az értékesítési oldalon való működés előfeltétele a nagysebességű szélessávú fix- vagy mobilinternethez való hozzáférés. A minimális szélessávhoz való hozzáférés Magyarországon és az Európai Unióban (EU) biztosított, azonban a gyorsabb hálózatokhoz (*ultrafast broadband*) való hozzáférés hiánya és az alacsony digitális írástudás miatt nem tartozunk a legjobban teljesítő digitális gazdaságok közé.<sup>4</sup> Európa, és különösen Kelet-Európa folyamatosan veszít a versenyképességéből, egyrészt az előbbieket miatt, másrészt pedig azért, mert a regionális gazdaságokat a 2000-es évek eleje óta erősen segítő hagyományos elektronikus kommunikációs szolgáltatások bevétele

<sup>1</sup> Lásd, pl. Barack Obama beszéde az FTC-ben, Washington, D.C., 2015. január 12. <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/01/12/remarks-president-federal-trade-commission>

<sup>2</sup> R. Reich, *Whatever Happened to Antitrust?* 24 May 2015, <http://robertreich.org/post/119767465905>; N. Newman, *Germany vs. the U.S. on Digital Antitrust*. 17 June 2015, <http://www.datajustice.org/blog/germany-vs-us-digital-antitrust>; „From Google to Amazon: EU goes to war against power of US digital giants”, *The Guardian*, 6 July 2015. <http://www.theguardian.com/technology/2014/jul/06/google-amazon-europe-goes-to-war-power-digital-giants>., „Obama attacks Europe over technology protectionism”, *The Financial Times*, 16 February 2015. [http://www.ft.com/intl/cms/s/41d968d6-b5d2-11e4-b58d-00144feab7de,Authorised=false.html?\\_i\\_location=http%3A%2F%2Fwww.ft.com%2Fcms%2Fs%2F0%2F41d968d6-b5d2-11e4-b58d-00144feab7de.html%3Fsiteedition%3Dintl&siteedition=intl&\\_i\\_referer=http%3A%2F%2Fwww.datajustice.org%2Fblog%2Fgermany-vs-us-digital-antitrust#axzz3dLkX9zOI](http://www.ft.com/intl/cms/s/41d968d6-b5d2-11e4-b58d-00144feab7de,Authorised=false.html?_i_location=http%3A%2F%2Fwww.ft.com%2Fcms%2Fs%2F0%2F41d968d6-b5d2-11e4-b58d-00144feab7de.html%3Fsiteedition%3Dintl&siteedition=intl&_i_referer=http%3A%2F%2Fwww.datajustice.org%2Fblog%2Fgermany-vs-us-digital-antitrust#axzz3dLkX9zOI)

<sup>3</sup> E. Wyatt and C.K. Miller, „Citing Logistics, F.T.C. Pushes Antitrust Inquiry Against Google Into January”. *N.Y. Times*, Dec. 19, 2012, <http://www.nytimes.com/2012/12/20/technology/ftc-pushes-antitrust-inquiry-against-google-into-january.html>

<sup>4</sup> A *Harvard Business Review*-ban 2015 februárjában közzétett kutatás alapján Magyarország a legrosszabbul teljesítő országok közé, az ún. „Watch Out Countries” kategóriába tartozik. <https://hbr.org/2015/02/where-the-digital-economy-is-moving-the-fastest>

2011 óta csökken, míg az internet-alapú szolgáltatások (*Over-the-top*, OTT vagy *Internet-based services*) bevétele folyamatosan nő.<sup>5</sup> Az „új” piacokon megjelent piacformáló vállalkozások, kevés kivétellel, az Egyesült Államokból indítják tevékenységüket, és így annak a gazdasági növekedéséhez járulnak hozzá. A kivételek az EU-ban Hollandiára, Finnországra és Svédországra korlátozódnak.

### A keresleti oldal

A felhasználók évről-évre nagyobb arányban használják adatforgalomra a mobil szélessávot, ami a hagyományos hang- és adatszolgáltatást (telefon, SMS, MMS) egyre inkább kiszorítja.<sup>6</sup> Az okostelefonok és a táblagépek elterjedése szintén új fogyasztói szokásokat tükröz (*app-conomy*). Bár egyes tanulmányok szerint a felhasználók által az interneten eltöltött idő a 2000-es évek első évtizedének a végére állandóvá vált,<sup>7</sup> a felhasználók figyelméért folytatott harc egyre élesebb. Ezt támasztja alá a szolgáltatások és az azokat szállító hálózatok kínálati oldali konvergenciája is. Az internet használóit lekötő információhalmaz a digitális szolgáltatások közé tartozik, a digitális piacokon jelenik meg.

### A fogyasztók helyzete

A digitális piacok vizsgálata, számos egyéb interdiszciplináris probléma mellett, felveti a következő kérdéseket: a fogyasztói adatok mennyiben tekinthetők terméknek és nélkülözhetetlen eszközöknek, a fogyasztói figyelemért folytatott harc a hagyományos értelemben eltérő termék- és szolgáltatási piacokra milyen hatást fejt ki? Érdekes annak a vizsgálata is, hogy lehet-e beszélni a „figyelemvadászok közötti” versenyről, függetlenül a statikus értelemben vett termékpiacok szereplőitől, illetve a fentiek fényében a ténylegesen igazolható erőfölényes helyzethez tartozik-e a hagyományos piacokon általában megjelenő monopolárazási képesség [ez olyan platformok közötti versenyhelyzetet teremtene, ami a tradicionális földrajzi és termékpiacok megállapítását alapjaiban megkérdőjeleznél]?<sup>8</sup> Úgy tűnik, hogy bizonyos feltételek mellett a jogalkalmazó a digitális piacokat dinamikusan működő, innovatív piacokként kezeli, és a platformok közötti kielezett versenyt szem előtt tartja.<sup>9</sup>

### A kutatás célja

**A kutatás célja a digitális piacok versenyjogi szempontú – összefonódás, erőfölénnyel visszaélés, állami támogatás és az elektronikus kommunikációt érintő ágazati szabályozás – európai és egyesült államokbeli megítélésének elemző jellegű összefoglalása. A tanulmány a digitális piacokat mutatja be először joggazdasági és versenyjogi oldalról.<sup>10</sup> Majd – feltételezve, hogy az**

<sup>5</sup> Belényesi Pál, „Do digital business models foster innovation?”, Európai Parlament, ITRE-Bizottság, Workshop. 2015. január 20. <https://polcms.secure.europarl.europa.eu/cmsdata/upload/e6834105-2adc-458a-8e99-bf57ea19ddf5/02%20Belenyesi%20Do%20digital%20business%20models.pdf>

<sup>6</sup> Lásd, pl.: „Germany posts big increase in mobile internet use”. eMarketer, 22 January 2015. <http://www.emarketer.com/Article/Germany-Posts-Big-Increase-Mobile-Internet-Use/1011884/10>

<sup>7</sup> USC Annenberg School’s Center for the Digital Future, *Digital Future Report* (2010, 2011).

<sup>8</sup> Lásd, pl.: D.S. Evans, *Attention Rivalry Among Online Platforms*. *Journal of Competition Law and Economics*, 9 (2), 313-357. 2013.

<sup>9</sup> A digitális piacokat érintő ügyek pl., az EU-ban a Microsoft/Skype fúzió (Comp.M.6281-Microsoft/Skype, 2011, O.J. (C 341); USA-ban a Monster.com/HotJobs fúzió, illetve Kínába a QiHoo/Tencent erőfölénnyel való visszaéléssel kapcsolatos ügy (Guangdong Province High People’s Court, Yuegaofaminsanchizi 2/2011). Idézve, in: Evans (2013).

<sup>10</sup> A kutatás elkezdése után közölt a német versenyhatóság (Monopolkommission) egy hasonló tartalmú, de kevésbé USA/EU központú kutatását. A tanulmány elérhető itt: „Competition policy: The

érintett problémák holisztikus kezelése nem kizárólag a versenyjog és a versenypolitika feladata, hanem az előbbiek mellett a fogyasztóvédelem, adatvédelem, adóztatás és a szellemi tulajdonjogok területe is – három területet kiemelve ismerteti a meghatározó amerikai és európai irányvonalakat. A piacmeghatározás, a piaci erőfölény léte és a jogellenes magatartás vizsgálata által meghatároz néhány olyan irányt, amit a digitális piacokkal kapcsolatban a jogalkalmazónak követni kellene. Alternatívaként végül felveti, hogy a vállalkozások végső soron a fogyasztó figyelméért versenyeznek, így egységesebb kínálati helyettesíthetőségről beszélhetünk.

A kutatás végül abban vonja le a következtetéseket, hogy a versenyjogi eszköztár bőséges, elemzésre alkalmas, de az eszközök digitális piacra szabott ráncfelvarrása időszerű. A versenyügyi eljárásokra szánt időt a piacok időszerűbb helyreállítására és a digitális piacokon azonosítható dinamizmusra tekintettel jelentősen csökkenteni kell.

## 1. A digitális piacokról

### 1.1. Általánosan

A digitális piacok, online piacterek és internet-alapú szolgáltatások megjelenése az internetes kereskedelem elterjedéséhez köthető. Ez a folyamat a múlt század kilencvenes éveinek a második felében indult, és a kétezres évek elején erősödött fel jelentősen, amikor is a fogyasztók az interneten található információkat elkezdték használni a vásárlás, összehasonlítás, szociális szerveződés és megosztások céljával. A fogyasztók előtt új lehetőségek nyíltak meg, hiszen szinte azonnal össze tudták hasonlítani a vásárolni kívánt termék árát, tulajdonságát, a szállítás feltételeit és határidejét, illetve tanulmányozhatták a többi vásárló véleményét. Mindezt természetesen, a hagyományos piacokhoz képest sokkal rövidebb időn belül, kevesebb erőfeszítéssel és jelentősen alacsonyabb költségek mellett.

A szolgáltatók, kereskedők és platformtulajdonosok előtt új lehetőségek nyíltak meg, mivel nagyobb számú potenciális ügyfelet érhetek el, tényleges földrajzi határok nélkül,<sup>11</sup> hosszabb „nyitvatartási időben”, tárolási és információs költségek minimalizálása mellett. A közvetítők kiiktatásával költséget takaríthattak meg,<sup>12</sup> a fogyasztókról szerzett közvetlen információ segítségével – a költségek

---

challenge of digital markets”, Special Report No 68, 2015. [http://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s68\\_fulltext\\_eng.pdf](http://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s68_fulltext_eng.pdf).

<sup>11</sup> Ez persze, viszonylagos, hiszen az internetes kereskedelemnek is vannak határai (határokon átnyúló kereskedelem, biztonsági és fizetési problémák). Európában ezt kívánja orvosolni a Bizottság Egységes Digitális Piacra vonatkozó javaslata (<http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/>), valamint az akadályokat elemzi a Bizottság e-kereskedelemmel kapcsolatos ágazati vizsgálata („Antitröszt-szabályozás: A Bizottság vizsgálatot indít az e-kereskedelmi ágazatban”, IP/15/4921. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4921\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4921_en.htm)).

<sup>12</sup> Lásd: M.S. Nadel, *The Consumer Product Selection Process in an Internet Age: Obstacles to Maximum Effectiveness & Policy Options*. Harvard Journal of Law & Technology, Vol. 14, P. 183, 2000, Updated December 2001.



minimalizálása mellett – pedig célirányosabban tudták a termékeiket alakítani a vásárlók preferenciáihoz.<sup>13</sup> Ezek a folyamatok mára felerősödtek.

A digitális platformoknak nincs mindenki által elfogadott meghatározása.<sup>14</sup> A technikai és kommunikációs szempontokat szem előtt tartó meghatározás szerint a digitális platform egy „a tartalom és a szolgáltatások egy technikai és kereskedelmi hozzáférési területre való összegyűjtéséért felelős közvetítő szolgáltatás”.<sup>15</sup> Evans viszont úgy határozza meg a digitális piacot, mint „olyan entitás, amely szoftvert és szolgáltatásokat kínál más vállalkozásoknak, annak érdekében, hogy ott utóbbiak kiegészítő termékeket készítsenek, vagy kiegészítő szolgáltatásokat kínáljanak.”<sup>16</sup> Bár a későbbiekben egy sajátos meghatározást fogok bemutatni, azt elfogadhatjuk, hogy a digitális piacok egyik jellemzője a digitális platformok jelenléte, amelyek olyan termékek vagy szolgáltatások, amelyeken keresztül kiegészítő termékek, szolgáltatások, információ és applikáció tud kapcsolódni úgy, hogy az minden kapcsolódó oldalnak jólétnövekedést okoz.<sup>17</sup> A jólét növekedésére általában úgy kerül sor, hogy a platform tevékenységeket gyűjt össze és azokat feldolgozva, átalakítva – hasznosabbá téve – kínálja a felhasználóknak. Platformként jellemezhető: a hardver (telefon, táblagép, PC), a szoftver (operációs rendszer, browser, online navigáció) és az online szolgáltatások (kereskedelmi oldalak, közösségi oldal, megosztóoldalak, keresőprogramok). A digitális platformok ugyanakkor a vállalkozás-oldali innováció fontosabb letéteményesei is, hiszen össze tudják kapcsolni a kereskedőket a nagyobb számú fogyasztóval, jelentősen megkönnyítve ezáltal a piacra kerülés költségeit.<sup>18</sup>

Összességében, a digitális piacok működése egy állandóan változó folyamat, amelynek a kiteljesedését még nem értük el, így megújulási lehetőségek adóttak, a piacok alakítása innováció és termék-specializáció mellett továbbra is lehetséges, az árak és a termék- és szolgáltatási spektrum szélesedhet, a legolcsóbb és legdrágább termékek közötti különbség nőhet, a szolgáltatók száma bővíthet. Technológiai fejlődésre továbbra is lehetőség van (mobil, fix és multiplatform alapon is), a fogyasztók digitális tudása egyéni és csoportszinten pedig bővíthet.

## 1.2. A digitális piacok jellemzése

A digitális piacokra jellemző a hálózati hatások jelenléte, az ebből adódó koncentrálttság, illetve az, hogy a szolgáltatás számos úton juthat el a

<sup>13</sup> Lásd az eBay árverési modelljét, amely szintén a költségek optimalizálására épül: a legtöbbet ígérő fogyasztó kapja a neki legjobban megfelelő terméket, gyakorlatilag meg nem jelenő szolgáltatói költség mellett.

<sup>14</sup> Lásd még: H.A. Shelanski, *Information, Innovation, and Competition Policy for the Internet*. University of Pennsylvania Law Review, Vol. 161:1663, 2013. 1665. o.

<sup>15</sup> L. Meyer, *Digital Platforms: Definition and Strategic Value*. Comm. & Strategies, 2d Quarter 2000, 127-158. o.

<sup>16</sup> D. S. Evans, *Antitrust Issues Raised by the Emerging Global Internet Economy*. 102 NW. U. L. REV. 1987, 1989 (2008).

<sup>17</sup> Shelanski meghatározásának a kiegészítése. In: Shelanski (2013), 1665. o.

<sup>18</sup> A fogyasztók elérésének és a vállalkozások digitális platformra kerülésének egyrészt akadályai a szélessávú penetráció, a digitális írástudás, a vállalkozások digitális képzettsége, valamint a regionális/nemzeti határokon átnyúló kereskedelmi-szabályozási keretrendszer.

felhasználóhoz/fogyasztóhoz. A felhasználókhoz való eljutás többrétúsége a piacok támadhatóságát könnyíti. A fogyasztók elérése, a hálózati hatások és a piacok támadhatósága, valamint az új piacok létrehozásának a hagyományos piacokétól jelentősen eltérő lehetősége egy dinamikus piacképet vázol fel.

A sokszínűség miatt, a piacok szolgáltatási kapcsolódási pontjait magukba foglaló hálózatot már nem értékesítési láncnak, hanem **értékháló**nak (*value web*) nevezik, amely számos értékesítési láncot és termelő egységet kapcsol össze.<sup>19</sup> A hagyományos felosztás szerint az értékhálóban egyrészt tartalomszolgáltatások (információ, média), másrészt kommunikációs szolgáltatások (telefon, üzenetküldés, chat) vannak jelen. A digitális piacokra jellemző átalakulások a két szolgáltatás közötti határokat homályosították, így sokkal inkább beszélhetünk *kapcsolt szolgáltatási portfóliókról*, amelyekben mind a tartalom, mind a kommunikációs oldal megjelenik (pl. Facebook-FaceTime-WhatsApp, Google-Google Play-Gmail, YouTube).

Az értékhálóban az egyes szolgáltatások a láncok kapcsolódási pontjai, a szolgáltatók pedig több úton is megpróbálják elérni a fogyasztókat (mobil, fix, internet-alapú szolgáltatásokban).<sup>20</sup> A legnagyobb szereplők (*Google, Facebook, Netflix, Spotify, YouTube, Liberty Global, Apple, Samsung*) általában megjelennek mind a szolgáltatások előállításában, mind a kapcsolódási pontok kialakításában.

Versenyjogi szempontból az első – és talán legnehezebb – feladat a fontosabb kapcsolódási pontok technikai elkülönítése, azaz a piac szűkítése, legalábbis amennyire erre technikailag lehetőség van. A legfontosabb kapcsolódási pontokat, a technikai megközelítést szem előtt tartva, platformoknak nevezzük. A platform biztosítja a technikai kapcsolódási lehetőséget a szolgáltatást generáló vállalkozás és a fogyasztó között. Az, hogy ez egy tisztán technikai kapcsolódási pont (*Uber, Airbnb*, ill. gyakorlatilag minden olyan szolgáltatás, ami a közösségi gazdaság – *sharing economy* – elvére épül<sup>21</sup>), vagy egy aggregátor (*Facebook*), esetleg egy bonyolult algoritmus-rendszert működtető, szerteágazó hálózat (*Google, Samsung, Apple, Microsoft*), a versenyjogi megközelítést szem előtt tartva, részletkérdés. Mindegyik **platformra jellemző**, hogy a fogyasztókhoz való hozzáférést több csatornán keresztül biztosítja (pl. mobil, fix internet)<sup>22</sup>, emellett maga a platform is már egy többoldalú piac, illetve a **felhasználók figyelmére építi üzleti modelljét**. Az így elnyert figyelmet alakítja pénzzé, és vagy új piacot alkot (közösségi háló, megosztó-hálózat, elektronikus kereskedelem, internetes keresés, felhőszolgáltatás,

<sup>19</sup> Pl., *Challenges of competition policy in a digitalised economy*. European Parliament, DG Internal Policies, „Policy A” Directorate. Study for Committee on Economic and Monetary Affairs. Ecorys-Idate, 2015, 8. o. (Jelen kutatás felelőse az idézett EP-tanulmány egyik társszerzője is egyben.) [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL\\_STU\(2015\)542235\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf)

<sup>20</sup> Pl. televíziót lehet nézni interneten (táblagép, telefon, PC), hagyományos TV-én (digitális, analóg), de akár a platformok szigorúbb lebontása szerint app-on, megosztófelületen, televízióban is.

<sup>21</sup> <http://www.sharingeconomy.hu/#!fogalom/c1if5>

<sup>22</sup> Másik példa a mozifilmek fogyasztókhoz való eljutása, amely lehetséges a filmszínházakon keresztül, DVD-n, Blu-ray-n, CD-n, előfizetéses TV-adókon (kábel vagy szatellit szolgáltatások használatával), mobil TV-n, vagy pedig az interneten keresztül.

navigáció) vagy a meglévő piacokra (telefonszolgáltatások, üzenetküldés, videó- és TV-szolgáltatás) lép be valamilyen szinten úgy, hogy a hagyományos bevételi struktúráját átalakítja. A platformok így, függetlenül attól, hogy mi a fő tevékenység középpontja, végeredményben gyakran új piacokat alakítanak ki, ahelyett hogy meglévő piacokon vagy piacokért versenyeznének.

A platformokra szintén jellemző, hogy a megjelenésükhöz a gerincet adó hálózattól függetlenül tudnak működni. A közvetítőhálózat nem más, mint a szélessávú internethálózat, a ráépülő szolgáltatási értékháló pedig az ún. *over-the-top* (OTT), vagy internet alapú szolgáltatások (*internet based services, IBS*) rendszere. Érdeemes megjegyezni, hogy az OTT-k jelentős csoportja a fizikailag megjelenő szolgáltatásokkal közvetlenül versenyzik a fogyasztókért (Skype, WhatsApp, YouTube – hangalapú telefonszolgáltatások, üzenetküldés, TV), illetve a szélessávú hálózat minősége sokkal kevésbé befolyásolja az OTT-k minőségét, mint a hagyományos elektronikus kommunikáció esetében – amennyiben a szélessávú hálózat nem telített (*congestion*-szaturáció) és egy bizonyos szintű szolgáltatás mindig rendelkezésre áll.<sup>23</sup>

### 1.3. Az üzleti modellek szerepe

Az üzleti modell egy vállalkozás öfenntartási és bevétel-generálási váza. Az üzleti modell határozza meg a vállalkozás értékesítési láncban elfoglalt helyét. A legalapvetőbb üzleti modell arra épül, hogy a vállalkozás egy bizonyos költség mellett termel vagy készít elő egy szolgáltatást és azt az összköltséghez képest magasabb áron értékesíti, ez által nyereséget termel. A digitális piacokon jelen lévő vállalkozások azonban gyakran összetettebb modellekre épülnek – akár már létező modelleket is felhasználva<sup>24</sup> –, hiszen legtöbbször olyan kétoldalú piacokon működnek, ahol az egyik oldal költségei nincsenek közvetlen kapcsolatban a másik oldaltól érkező bevétellel.<sup>25</sup>

Az üzleti modellek megértése fontos annak érdekében, hogy meg tudjuk érteni a vállalkozásokra jellemző folyamatokat, az egyes modellekben ismételt megjelenő elemeket, a piacok működése mögötti ösztönző erőket, valamint segítenek meghatározni a piaci erőt.<sup>26</sup> A digitális piacok üzleti modelljei (*eBusiness-models*)

<sup>23</sup> Szélsőséges esetben, azaz amikor a szélessávú hálózat teljesen leáll, vagy teljes telítettség áll elő, természetesen az adott ISP-n működő szolgáltatások elérhetetlenek lesznek. Azonban ebben az esetben is van lehetőség más támogató hálózaton elérni az OTT-t (Wi-fi, mobil, fix szélessáv). Az OTT-k teljes elérhetetlensége valószínűtlen, és extrém helyzetet kíván.

<sup>24</sup> Ilyen az árverés, amelyet évszázadok óta használnak mezőgazdasági termékek értékesítésére és pénzügyi eszközök forgalmára.

<sup>25</sup> A kétoldalú piacokkal kapcsolatban lásd: Jean-Charles Rochet and Jean Tirole, *Platform Competition in Two-Sided Markets*. Journal of the European Economic Association 1, no. 4 (2003): 990-1209; D.S. Evans and R. Schmalensee, *Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms*, 3 COMPETITION POL'Y INT'L 150, 152. 2007. D.S. Evans and M. Noel, *The Analysis of Mergers That Involve Multisided Platform Businesses*, 4 J. COMPETITION L. & ECON. 663, 664, 2008; OECD Organization for Economic Co-operation and Development ("OECD"), *Two-Sided Markets*, DAF/COMP (2009) 20, 28.; E. G. Weyl, *A Price Theory of Multi-Sided Platforms*. American Economic Review, 2010, 100(4).

<sup>26</sup> J.D. Morecroft, *Executive Knowledge, Models, and Learning*. In Morecroft and Sternman (editors) *Modeling for Learning Organizations*, pp. 3-28, Portland: Productivity Press. 1994; M. Ushold, M. King,

kategorizálására számos példa ismert,<sup>27</sup> az alábbiakban a kutatás céljait szem előtt tartva kerül sor azok bemutatására.

A digitális piacok üzleti modelljei a kapcsolódási pontok hálózata által alkotott közvetett vagy közvetlen hálózati hatások kihasználására épülnek. Az ilyen hatásokon túl a platformok közötti versenyre jellemző még, hogy függetlenül a szolgáltatás tartalmától, elsősorban a fogyasztók interneten eltöltött idejéért/figyelméért versenyeznek, valamint hogy a szolgáltatás ára egyértelműen nem mindig azonosítható.<sup>28</sup> Az üzleti modellek egyik központi eleme továbbá, hogy a „terméket” valamilyen szinten a felhasználók állítják elő (*user generated content*),<sup>29</sup> illetve az, hogy a világhálón minden tartalom a műveletes idők csökkenése és a végtelen tárhelyi rendelkezésre állás miatt pillanatok kérdése. Az alacsonyabb tranzakciós költségek pedig hatással vannak a hagyományos média és szórakoztatóiparra, illetve a hirdetési piacokra.<sup>30</sup>

A két- vagy többoldalú piacok jellemzői szinte minden platformra értelmezhetők, illetve, a több platformmal rendelkező vállalkozások nagyobb piaci erőt képviselnek, hiszen a fogyasztóhoz több csatornán keresztül tudnak eljutni. Ez utóbbi természetesen számos pozitív hatással is járhat, hiszen egy több platformon jelen lévő vállalkozás fel tudja használni a fogyasztói adatokat annak érdekében, hogy testre szabottabb szolgáltatást kínáljon az előfizetőinek vagy felhasználóinak, illetve a platformon hirdetőknél. Végül, a digitális piaci modellek szempontjából, a *multi-homing* – platformok közötti átjárhatóság – hiánya miatt, kiemelt szerepe van a fogyasztók és kapcsolt vállalkozások adatai kezelésének. A nagyméretű adatbázisok egy kézben tartása nem csak adatkezelési problémát jelenthet, hanem a versenyjog szempontjából is figyelmet érdemel: a platformok közötti átjárhatóság ugyanis hálózatba való bezártsághoz – kényszerkötődéshez<sup>31</sup> (*lock-in effect*) – vezetnek.

Az alapvető modellek a következők:

- i) a szolgáltatók a felhasználóhoz való eljutást olyan platformon keresztül biztosítják, amelyen maguk a felhasználók biztosítják az üzemeltető bevételeit, a felhasználókat megcélzó hirdetéséken keresztül (*YouTube, Twitter, Facebook, Google, Yahoo! és Bing* keresőmotorjai);

---

*Towards a Methodology for Building Ontologies, Workshop on Basic Ontological Issues in Knowledge Sharing, held in conjunction with IJCAI-95, Montreal, August 20- 25. 1995; J.D. Sternman, Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World, Boston: McGraw-Hill. 2000.*

<sup>27</sup> A. Osterwalder and Y. Pigneur, *An e-Business Model Ontology for Modeling e-Business*. 15th Bled Electronic Commerce Conference e-Reality: Constructing the e-Economy Bled, Slovenia, June 17 - 19, 2002; P. Bambury, *A taxonomy of internet commerce*. First Monday, Special Issue No 6, Commercial applications of the internet, 2006. Elérhető: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/624/545>; „Business models on the web”, elérhető: <http://digitalenterprise.org/models/models.html>.

<sup>28</sup> Ezeket a modelleket hívjuk nulla-áras modelleknek.

<sup>29</sup> Pl., Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter.

<sup>30</sup> Ez lehet pozitív hatás (könnyebben és nagyobb számú közönség érhető el, rövidebb idő alatt), valamint negatív hatás is (a világhálón megjelenő termék védelme sokkal nehezebb).

<sup>31</sup> A kényszerkötődést „megkövesedési” hatásoknak is nevezik.

- ii) a platform, ahol a felhasználók fizetnek a platform tartalmának az eléréséért, jellemzően előfizetéssel (*Netflix, Spotify extra, The New York Times, Financial Times, Apple music*);
- iii) az alkalmazások által kialakított gazdaságra (*app-conomy*-ra) épülő modell, amely a felhasználók eléréséért már az alkalmazások fejlesztőitől is bevételhez jut, de a fogyasztók is fizethetnek, amennyiben az alkalmazások ilyen lehetőséget biztosítanak (*Apple, Google Play Store, Microsoft mobilplatform*).

Minden üzleti modellre jellemző, hogy kialakításuk hagyatkozik a digitális piacokra egyöntetűen jellemző hálózati hatására.<sup>32</sup> Ez azonban egyben azt is jelenti, hogy a magas piaci koncentráció következtében a piacrajutás az új vállalkozások és szolgáltatások számára egyre nehezebb lesz, míg a platform tulajdonosainak a piaci ereje nő. Ez azonban – mint később bemutatom – a gyorsan változó fogyasztói irányvonalak és preferenciák miatt nem minden esetben igaz a digitális monopóliumokra, s a hálózati hatás is gyengébb. Hasonlóan, a digitális monopóliumok helyzete a hagyományos piacokon erőfölényben lévő vállalkozásokhoz képest, a piacralépési korlátok ellenére is támadhatóbb, hiszen az internetet használva számos lehetőség van arra, hogy a szolgáltatás a fogyasztókhoz eljusson (pl. mobil, fix vagy TV alapú platformok). Így egy kellően új ötlettel rendelkező vállalkozás könnyen piacbontó lehet (az ilyen vállalkozások az ún. *disruptive companies*),<sup>33</sup> akár már létező értékesítési csatornák újszerű összekapcsolásával (kiskereskedelmi értékesítés: *Amazon, Ebay, Alibaba, Pandora*), vagy új platformok létrehozatalával (zene és közösségi gazdaság: *Uber, Wundercar, Spotify, Deezer, Tidal, Apple music*), vagy új ötletek bevezetésével (mobil alkalmazások: *Google Play-Android, Apple-iStore, Windows Mobile-Windows Marketplace*), vagy létező ötletek minimális átdolgozásával és azt erősítő brand építésével (*iWiw/MySpace-Facebook, Homeholidays-Airbnb*). Mindegyekre jellemző azonban, hogy az értékesítési csatornát és a potenciális fogyasztókat kapcsolja össze.

<sup>32</sup> Közvetlen hálózati hatás: a platform egyik oldalán a fogyasztók számának növekedése következtében egyre vonzóbb lesz az azonos oldalon lévő, újabb fogyasztóknak is (hagyományos telefonszolgáltatások, közösségi oldalak, megosztófelületek). Közvetett hálózati hatás: a multiplatform a szolgáltatók – vagy fogyasztók – számának növekedése miatt egyre vonzóbb lesz az újabb fogyasztók vagy szolgáltatók előtt (*eBay, Alibaba, Amazon*). Ez esetben az egyik oldalon megjelenő szereplők nem közvetlenül érdekeltek az ugyanazon az oldalon megjelenő szereplők számának a növekedésében.

<sup>33</sup> Az innovatív és piacformáló vállalkozások kérdésköre az ún. megelőző összefonódások (*pre-emptive mergers*) problémáihoz is kapcsolható.

## 2. A digitális piacok kérdéseinek a csoportosítása

A digitális piacokat nem elsősorban a vállalkozások által gyakorolt magatartások sajátos jellege, hanem az *információ* kiemelt szerepe különbözteti meg a hagyományos piacoktól. Az interneten fogyasztók gyorsabban és alacsonyabb költségek mellett juthatnak piaci ismeretekhez, a szolgáltatók ugyanígy, alacsonyabb költségek árán tudnak elérni jelentősen nagyobb, potenciális fogyasztót. A piacok profitálhatnak az interneten tapasztalható szabad információáramlásból, de az információ kezelésének sajátos formái versenyjogilag aggodalomra is okot adhatnak, amikor a vállalkozások közötti összejátszást segítik elő, vagy a termelés korlátozásához vezetnek, vagy az innovációt visszaszorítják.<sup>34</sup> A versenyfelügyeleti eljárásoknak ezen esetekben van létjogosultsága.

A digitális piacokat négy sajátosság különbözteti meg a hagyományos piacoktól és teszi érdekessé versenyjogilag: a *digitális piacokon aktív vállalkozásra jellemző üzleti modellek, a felhasználók figyelmének a korlátozottsága, a digitális tartalom szerepe és az innováció értékesítési láncban elfoglalt helye.*

Az *üzleti modelleket* fentebb megismertük. A fogyasztók figyelméért folytatott verseny külön kutatás tárgya, de jelen tanulmány szempontjából tételezzük fel, hogy a *felhasználók figyelmé*, mint termékpiac, egy lehetséges fejlődési útvonal lehet a versenyjogi elemzésekben.<sup>35</sup> A figyelem – és a kínálati oldali, dinamikus értelemben vett helyettesíthetősége – értékelésekor fontos szerepet kap a fogyasztó rugalmassága, hiszen minél inkább „maradási kényszer” hatása alatt cselekszik a fogyasztó, annál inkább árazható a termék/szolgáltatás, és a figyelmének a rugalmassága háttérbe szorul (pl. Netflix, YouTube).<sup>36</sup>

A fogyasztókra jellemző *digitális adatok* (keresési történet, weboldalak látogatása, személyes adatok) mennyisége pedig a piaci erőfölény meghatározásával kapcsolatban fog megjelenni, hiszen minél nagyobb és komplexebb adattömeg áll egy platform rendelkezésére, annál inkább tud specifikus hirdetési szolgáltatást ajánlani a platformon hirdetőknél (*advertising one-stop-shop*). Amennyiben egyben a multiplatform tulajdonosáról van szó, ezeket a szolgáltatásokat személyre szabottabban tudja ajánlani az üzemeltető – mind a fogyasztónak, mind a hirdetőnek.

<sup>34</sup> W.H. Page, *Communication and Concerted Action*. LOY. U. L. J. 38, 405. 2007; W.H. Page, *The Gary Dinnars and the Meaning of Concerted Action*. 62 SMU L. REV. 597. 2009. H. Hovenkamp, *Antitrust and Information Technologies*. (March 18, 2015) U Iowa Legal Studies Research Paper Series No. 15-05. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2531689](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2531689)

<sup>35</sup> Lásd, ezzel kapcsolatban: D.S. Evans, *Attention Rivalry Among Online Platforms*. Journal of Competition Law and Economics, 9 (2), 313-357.

<sup>36</sup> Ezzel kapcsolatban lásd, pl.: „Samsung and Apple battle over the smartphone 'floating voter'”. The Guardian, 17 August 2015, <http://www.theguardian.com/technology/2015/aug/17/samsung-apple-smartphone-ios-android> (az iPhone és Samsung használók márkaváltás hajlandóságával kapcsolatban).

Ehhez nincs másra szüksége, mint a különböző platform-szolgáltatásokat használó fogyasztó tevékenységének az elemzése. Ez – az adatok mennyiségétől és elemzési algoritmus kifinomultságától függően – gyorsan „nélkülözhetetlen” szerephez juttathatja a platformot.<sup>37</sup>

Végezetül, a digitális piacokon a folyamatos *innováció* nem csak az újabb piacok kialakítását, hanem a piacon való maradást is jelenti, hiszen az új vállalkozások megjelenése egyszerűbb és a tranzakciós költségek alacsonyabbak, valamint a piacok közötti határvonalak állandóan változnak. Így minden digitális vállalkozás állandó veszélynek van kitéve, és kényszerítve érezheti magát az állandó megújulásra.<sup>38</sup> A hagyományos piacokhoz képest alacsony piacralépési korlátok és a fogyasztók váltási lehetőségének elvi lehetősége rendszeresen új vállalkozások megjelenéséhez vezet.

A digitális piacokon előforduló lehetséges versenyjogi kérdések több csoportra oszthatók.<sup>39</sup> A problémák azonban nem azonos mértékben érintik a versenyjogi szabályozást, illetve jelen tanulmány keretein belül mindegyik vizsgálatára nincs lehetőség. A lehetséges kérdéskörök a következők:<sup>40</sup>

1. a digitális monopóliumok versenyt- és innovációt korlátozó hatása,
2. a digitális monopóliumok új piacokat érintő agresszív magatartása,
3. a digitális monopóliumok kényszerkötődést előidéző hatása,
4. a digitalizálódás adatvédelmi vonatkozásai,
5. a földrajzi korlátozások (*geo-blocking*) által kifejtett hatások,
6. a szabadalmi jogok versenyellenes használata,
7. az internetszolgáltatók (ISPs) piaci dinamizmust érintő korlátozásai,
8. a szélessávú hálózatok fejlesztésére vonatkozó állami támogatások piactorzító hatása,
9. frekvenciapályázatok és frekvencia-kiosztás belépési korlátokat alakíthat ki,
10. adózási kedvezmények piactorzító hatásai.

Ha alaposan megvizsgáljuk a problémákat, láthatjuk, hogy bizonyos pontok nem közvetlenül versenyjogi megoldást kívánnak. Ez ezért van így, mert a versenyjogi

<sup>37</sup> Lásd, pl. az 5. fejezetben tárgyalandó WhatsApp/Facebook és Google/DoubleClick összefonódásokat.

<sup>38</sup> Pl., az okostelefonok, internetes keresőmotorok, operációs rendszerek újításai a Microsoft szuperdominanciáját célozták meg – sikerrel.

<sup>39</sup> A tanulmány készítője feltételezi, hogy az olvasó tisztában van a piaci verseny meghatározásával és a vonatkozó európai uniós és magyarországi keret-szabályrendszer alapjaival. A kutatás szempontjából (piaci) verseny alatt közgazdasági szempontból a piaci szereplők közötti, vetélkedésen alapuló kölcsönhatást értjük, amelynek célja az egyéni hosszútávú bevételek (LRC) maximalizálása. Másként: két vagy több piaci szereplő vetélkedése előnyszerzés céljából. Amennyiben a vetélkedés a versenyszabályok keretein belül zajlik, és célja az ár, minőség és szolgáltatás optimális kombinációjának a kialakítása és piacra vitele, jogszerű versenyről beszélünk, amennyiben a szabályrendszer által meg nem engedett feltételek mellett, versenyellenes tevékenységről beszélünk. A versenypolitika pedig a versenyjogi és kapcsolódó ágazati politikák összessége, amelynek célja a piaci verseny torzulásának olyan mértékű megakadályozása, hogy az a társadalmi jólétet károsítsa. A versenyjog tehát nem a fogyasztókat vagy a vállalkozásokat védi, hanem a kettőt együtt. Lásd, még: M. Motta, *Competition Policy. Theory and Practice*. Cambridge University Press. 2004, 30. o.

<sup>40</sup> Lásd, Európai Parlamentnek készített tanulmány (2015), 11. o.

megoldás ex post jellege nem biztos, hogy tud teljes mértékben piackorrigáló hatású lenni akkor, ha a probléma alapvetően egy már létező, nem versenyjogi keretrendszer hiányosságának a következménye (adatvédelmi ügyek, szabadalmi szabályozás hiányossági, polgári jogi kiskapuk).

### 2.1. A nem versenyjogi megoldást követelő problémák

A 10. pontban megjelölt adózási kedvezményeknek lehetnek piactorzító hatásai az adózási helyének országai közötti verseny miatt (*tax competition*). Eszerint a vállalkozások belső iparüzési- és társasági adóra/osztalékra vonatkozó tervezés keretében (*tax planning*) úgy alakítják ki az adózásukat, hogy abban az országban fizetik a különböző adókat, ahol az adózási feltételek a legkedvezőbbek, de minimális gazdasági tevékenységet végeznek. Ez az állami bevételeket csökkenti, valamint a kevésbé nemzetközi vállalkozásokat rosszabb versenyhelyzetbe hozza, de felveti a tiltott állami támogatás lehetőségét is.<sup>41</sup> Az ilyen típusú nemzeti adózási kedvezményekkel már az Európai Bizottság is komolyan foglalkozik.<sup>42</sup> A probléma hosszú távon is fenntartható megoldására azonban nem az esetleges tiltott állami támogatásokat vizsgáló versenyjogi vizsgálat a kielégítő válasz, hanem az adószabályozási keretrendszer szigorítása.

Hasonlóan az adózási versenyhez, a frekvencia-árverésekkel kapcsolatban (9. pont) gyakran hangoztatott piacsűkítési technikák és a piacok támadhatóságának a hosszú távú szerződések általi korlátozása szintén versenyügyi problémák is egyben, hiszen a belépési és kilépési korlátok mesterséges kialakításával járnak. Úgy vélhető azonban, hogy ezt a területet is sikeresebben kezelheti az árverést kialakító jogszabályrendszer vagy az elektronikus kommunikáció keretrendszerére vonatkozó olyan ágazati szabályozás, amely a frekvencia-felhalmozást tiltja, az árverések alatti együttműködést nem teszi lehetővé, valamint az újbelépők számára frekvenciablokkokat tart fenn.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> Az inkább helyhez kötött vállalkozások pedig a kisebb, jellemzően KKV-szintű entitások.

<sup>42</sup> Apple (Írország), Amazon (Luxembourg) – valamint Fiat (Luxembourg) és Starbucks (Hollandia) – is versenyügyi vizsgálat alatt állnak több EU-tagállamban. Ügyszámok: SA.38373 – Alleged aid to Apple, SA.38374 – Alleged aid to Starbucks, és SA.38944 – Alleged aid to Amazon. Lásd még: „Statement by European Commissioner for Competition Margrethe Vestager on tax state aid investigations”. STATEMENT/14/1480, 2014. november 6; „Tax probes frustrate EU competition chief”, Euroobserver, 2015. május 5., <https://euobserver.com/economic/128585>; „Germany under spotlight in EU-wide corporate taxation probe”, Euractiv, 2015. június 10., <http://www.euractiv.com/sections/euro-finance/commission-turns-germany-eu-wide-corporate-taxation-probe-315254>

<sup>43</sup> Lásd ezzel kapcsolatban az Európai Bizottság H3G/Orange összefonódási döntés (13) pontját. A Bizottság határozatának összefoglalója (2012. december 12.) egy vállalati összefonódásnak a belső piaccal és az EGT-megállapodásban foglaltak érvényesülésével összeegyeztethetőnek nyilvánításáról (Ügyszám COMP/M.6497 – Hutchison 3G Austria/Orange Austria). HL C 224/12, 2013.8.3. A Bizottság döntése H3G olyan kötelezettségvállalásai mellett hagyta jóvá az összefonódást, amelyek többek között tartalmazták azt, hogy a piaci koncentrációt elkerülendő, H3G bizonyos mennyiségű frekvenciát elad egy újbelépő vállalkozásnak, illetve az új vállalkozás a későbbi esedékességű frekvencia-árverésben szintén újabb blokkokhoz juthat.



A 8. pontban jelölt, szélessávú hálózatok kiépítése is az állami támogatási kérdéskörhöz tartozik,<sup>44</sup> hiszen egy komolyabb fejlesztés – kiegészítő jelleggel és nem piaci mechanizmusokat helyettesítve – a piac szolgáltató oldalát torzítja (kapacitáscsökkenéshez vezet, potenciális szereplők nem lépnek be a piacra, erősíthet piaci pozíciót).<sup>45</sup> A torzítás korlátai azonban az Európai Bíróság (továbbiakban: Bíróság) esetjogából ismertek szerint behatárolhatók.<sup>46</sup> A szélessávra vonatkozó stratégia és szabályrendszer egyértelműen a digitális fejlettség növelését, a digitális írástudás elterjedését célozza meg, s mint ilyen, közpolitikai célokat támogat minimális versenytorzító hatás mellett. A különböző támogatási minták – pl. az Európai Hálózatfinanszírozási Eszköz,<sup>47</sup> nemzeti szélessávú fejlesztési tervek – célja a „piaci hiányosságok orvoslása” a nagyobb gazdasági növekedés érdekében, a „digitális szakadék csökkentése” és a „méltányosabb piaci eredmény elérése”.<sup>48</sup> Ezeket figyelembe véve, lehetséges, hogy a szélessávú fejlesztések nem elsősorban a versenyjog ex post ellenőrzése által szabályozandók, hanem egy ex ante keretrendszerben, szigorú és átfogó bizottsági monitoring mellett.

A 7. pontban említett, internetszolgáltatók piacműködést érintő korlátozásait (hálózatsemlegesség – *net neutrality*) a versenyjog csak rövidtávon tudja kezelni. A *blocking/throttling* technikák (VoIP, P2P szolgáltatások szándékos lassítása és korlátozása) közvetlen versenyhátrányba hozza az ilyen szolgáltatásokat kínáló más vállalkozásokat,<sup>49</sup> valamint az innovációra is negatív hatással van.<sup>50</sup> Az ilyen esetek versenyjogi megítélése az erőfölénnyel való visszaélés kategóriájába tartozik, és vagy a tagállami jog szerint, vagy az EUMSZ 102. cikk alapján vizsgálható.

Annak eldöntése, hogy a szolgáltatók milyen mértékben korlátozhatják a hálózathoz való hozzáférést, igen éles nézetkülönbségeket generált az elmúlt években a szolgáltatók, érdekvédelmi szervezetek és politikai pártok között.<sup>51</sup> Míg néhány tagállam (pl. Hollandia) szigorúbb szabályokat vezetett be, a tanulmány írása idején még befejezetlen EU-szabályok megengedőbbek, hiszen például az

<sup>44</sup> A támogatások odaítélésének és a közpénz elköltésének politikai-információs aszimmetria demokratikus legitimitást érintő problematikája mellett.

<sup>45</sup> Lásd: A Bizottság közleménye – Uniós iránymutatás az állami támogatásra vonatkozó szabályoknak a széles sávú hálózatok mielőbbi kiépítésére való alkalmazásáról (HL C25/1, 2013.1.26., (4) pont). „Az állami beavatkozásnak minden esetben a lehető legnagyobb mértékben csökkentenie kell a magánberuházások kiszorításának, a kereskedelmi beruházási ösztönzők megváltoztatásának és végül az Európai Unió közös érdekével ellentétes versenytorzulásnak a kockázatát.”

<sup>46</sup> Az Európai Unió Európai Bíróságának ítélezési gyakorlata szerint a pénzügyi vagy a természetbeni támogatás torzítja a versenyt, amennyiben megerősíti egy adott vállalkozás más vállalkozásokhoz viszonyított helyzetét. Lásd a C-310/99. sz., *Olaszország kontra Bizottság ügyben hozott ítélet (EBHT 2002., I-02289. o.) 65. pontja*.

<sup>47</sup> Bővebben: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/connecting-europe-facility>, ill. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/pillar-iv-fast-and-ultra-fast-internet-access/action-46-member-states-develop-national-broadband>

<sup>48</sup> Ibid., (5) pont.

<sup>49</sup> Ennek indoka a mobil és fix hálózatokat üzemeltető vállalkozások saját bevételecsökkenésének a moderálása.

<sup>50</sup> Emellett *privacy* problémákat is feszeget a felhasználók *deep pocket investigation*-e kapcsán. Bővebben: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/net-neutrality-challenges>

<sup>51</sup> Néhány példa: <https://savetheinternet.eu/>, <http://chrismarsden.blogspot.be/>, <http://www.wired.co.uk/news/archive/2015-03/06/europe-reverses-on-net-neutrality>.

internetszolgáltatók árdiszkriminációs lehetőségét nem zárják ki (pl. internet TV, új szolgáltatások vonatkozásában).<sup>52</sup> A probléma szakpolitikai és társadalmi jellegét is szem előtt tartva azonban feltételezhető, hogy annak hatékonyabb, hosszú távú kezelése nem a versenyjog, hanem az ágazati politika feladata.

A 6. pontban említett szabadalmi jogokkal kapcsolatos versenyproblémák nem újak, különösen, ami a szabadalmakhoz való a tisztességes, méltányos és diszkriminációmentes hozzáférést (FRAND) illeti.<sup>53</sup> Ismert, hogy az ilyen ügyekben a központi kérdés az, hogy a szabadalom tulajdonosa által birtokolt jog feletti rendelkezés, azaz a *de lege* monopolhelyzettel kapcsolatos magatartás mikor minősül versenyellenesnek (másként: a szabadalom tulajdonosának a licenz-politikája mely esetekben tekinthető erőfölénnyel való visszaélésnek). Mivel a szabadalmi problémák nem kizárólagosan a digitális piacokra jellemzőek, és hatásuk sok helyen érezhető<sup>54</sup> – különösen a harmonizált szabványokkal (pl. GSM) kapcsolatban –, úgy vélhető, hogy a versenyhatóságok sikeresen tudják kezelni az ilyen magatartásokat, és az ex post vizsgálatok hatékony megoldást kínálnak a felmerülő ügyekben.<sup>55</sup> A jogbiztonságot csak emelné, ha a FRAND meghatározása pontosabban körülírná a szerződéskötési kényszert, szűkebb teret adva a versenyjogi mérlegelésnek.

<sup>52</sup> Lásd: „Commission welcomes agreement to end roaming charges and to guarantee an open Internet”. IP/15/5265. A szabályozás 2016. április 30-ával tervezi bevezetni az új szabályokat.

<sup>53</sup> Például: *Radio Telefis Eireann (RTE) and Independent Television Publications Ltd (ITP) v Commission of the European Communities*. C-241/91 P és C-242/91 P összevont ügyek, ECR 1995 I-00743; *IMS Health GmbH & Co. OHG v NDC Health GmbH & Co. KG*. C-418/01 ügy, ECR 2004 I-05039; *Microsoft Corp. v Commission of the European Communities*. T-201/04 ügy; Európai Bizottság, 39939. sz. ügy, az UMTS SEP-re vonatkozó eljárás (Samsung-ügy) [lásd még: Antitrust: Commission accepts legally binding commitments by Samsung Electronics on standard essential patent injunctions. IP/14/490, 2014. április 29.]; Európai Bizottság, 39985. sz. ügy, a GPRS SEP-re vonatkozó ügy (Motorola-ügy) [lásd még: Antitrust: Commission finds that Motorola Mobility infringed EU competition rules by misusing standard essential patents. IP/14/489, 2014. április 29.]

<sup>54</sup> Javítják az alkalmazások minőségét, fogyasztóvédelmi szempontból előnyösek, ill. költséghatékonyabbá teszik az érintett piacok működését.

<sup>55</sup> Lásd a németországi „Orange Book”-döntést [Német Szövetségi Legfelsőbb Bíróság 2009.máj.6, BGH GRUR 2009, 694]: a szabványosított szabadalom külön piacot jelent, ahol a szabadalom tulajdonosa [szabadalmas] monopolhelyzetben van; hivatkozhat a FRAND-ra a versenyjogellenes magatartása elleni védekezésként; a szabványosított szabadalom nem-tulajdonos használójának tevékeny, FRAND-szerinti magatartást kell tanúsítani a jövőbeni magatartása érdekében. Szabványokat érintő ügyek a Bizottság előtt is megjelentek. Lásd: Case AT.39939 – Samsung – Az UMTS szabványhoz nélkülözhetetlen szabadalom érvényesítése ügy ([http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/39939/39939\\_1501\\_5.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39939/39939_1501_5.pdf)) [Samsung kötelezettséget vállalt arra, hogy az Európai Gazdasági Térség (EGT) területén egyetlen bíróságon sem ad be abbahagyás és eltiltás iránti kérelmet az okostelefonokban és táblaszámítógépekben alkalmazott (mobilkommunikációs) alapvető szabadalmainak (ideértve a meglévő és jövőbeli szabadalmait is) megsértésével összefüggésben olyan potenciális hasznosítóval szemben, amely elfogadja a FRAND feltételeket meghatározó egyedi engedélyezési keret feltételeit, és eleget tesz azoknak.]; AT.39985 - Motorola – A GPRS szabványba foglalt alapvető szabadalmak érvényesítése ügy ([http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52014XC1002\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52014XC1002(01)&from=EN)) [Motorola Apple-lel szembeni alapvető szabadalmakat érintő pereskedésével kapcsolatos ügy. Az Európai Unió bíróságainak nincs ítélezési gyakorlata az alapvető szabadalmak alapján benyújtott abbahagyás és eltiltás iránti igények EUMSZ 102. cikke szerinti jogszerűsége tekintetében, és ebben a kérdésben a nemzeti bíróságok is eltérő következtetésekre jutottak. A Bizottság nem szabott ki büntetést Motorola-ra.]

Az online szolgáltatások használatával számos személyes adatot – email cím, fizikai cím, bankkártya szám és kapcsolódó titkos kód – közlünk,<sup>56</sup> amelyet aztán a platform véd, feldolgoz és kezel. Mindezt remélhetőleg biztonságosan és a legnagyobb körültekintéssel. A 4. pontban hivatkozott adatokkal való visszaélés és az online tevékenységünk – keresési történetre, érdeklődési körre, vásárolt termékekre vonatkozó adatok – üzletszerű feldolgozása, esetleg harmadik fél felé való értékesítésének jogszerű és jogellenes gyakorlása közötti határvonal azonban nem mindig egyértelmű, ugyanakkor számos platform üzleti modelljének az adatok feldolgozása és értékesítése a központi eleme.<sup>57</sup> Az esetleges adatfelhalmozásból származó információ versenyelőny, amely könnyen belépési akadállyá is válhat, különösen olyan piacokon, ahol a kényszerkötődés szerepe kiemelt (pl. Facebook, WhatsApp, *Instagram*).<sup>58</sup> Továbbá, a fogyasztók sincsenek mindig teljesen tisztában azzal, hogy a megadott adatokat milyen feltételek mellett monetizálja a platform tulajdonosa. Ugyan a fogyasztóra jellemző adatok, hasonlóan a hagyományos szolgáltatásokhoz és termékekhez, a szolgáltatási láncban input-ként értelmezhetők – és éppen ezért versenyjogi szempontból relevanciával bírnak –, kezelésük nem a versenyjog elsődleges rendeltetése. Az ilyen jellegű problémákat az adatvédelemre vonatkozó keretszabályok tudják megfelelően kezelni.

Az 5. pontban megjelölt *geo-blocking*, azaz az online termék és szolgáltatás összehasonlítás és vásárlás (a szellemi tulajdonjogok védelmére kialakított hozzáférés-korlátozások által) földrajzi alapon való, technikai megoldások általi korlátozása,<sup>59</sup> elsősorban a releváns ágazati jogszabályok átalakításával lehetne megakadályozható. A *geo-blocking*ra a felhasználó IP-címének, postai címének, vagy a hitelkártya kibocsátási címének elemzése által van lehetőség. Az említett gyakorlat a fogyasztókat közvetlenül károsítja, hiszen szűkebb választási lehetőségeket tesz lehetővé, szűkíti a földrajzi piacot, és gyakran emelt áron enged csak a termékekhez hozzáférést. A *geo-blocking* tehát másként az offline piacok diszkriminatív árazási gyakorlatának az online megjelenése.<sup>60</sup> A kérdés nagyszámú fogyasztót érintő jellege miatt a Bizottság Versenyügyi Főigazgatósága 2015 májusában ágazati vizsgálatot kezdeményezett a nemzetközi online piactereken alkalmazott, kereskedelmet visszaszorító gyakorlatok alaposabb megismerése érdekében.<sup>61</sup> A vizsgálat eredményei a tanulmány lezárásakor nem ismertek. Megfontolandó azonban, hogy ugyan a versenyjogi szabályok – különösen a kartelljog és az erőfölénnyel való visszaélésre vonatkozó rendelkezések – képesek arra, hogy korlátozzák a káros hatásokat, nem várható el, hogy teljes mértékben

<sup>56</sup> Kiskereskedőknek, elektronikus szolgáltatóknak, bankoknak, ISP-knek, közösségi oldalaknak, stb.

<sup>57</sup> A keresési adatok alapján célirányosabb hirdetési felületet tud értékesíteni pl., Google a keresőprogramja mellett elhelyezett hirdetési felületeken.

<sup>58</sup> Lásd, bővebben: D. Geradin, M. Kuschewsky, *Competition Law and Personal Data: Preliminary Thoughts on a Complex Issue*. February 12, 2013. Elérhető: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2216088](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2216088)

<sup>59</sup> Vagy a helyi oldalra való visszairányítása.

<sup>60</sup> Míg azonban az offline piacokon a diszkriminatív árazás nem minden esetben fejt ki káros hatást az összetársadalmi jólétre, az online piacokon a földrajzi korlátozás indokolása jóval nehezebb.

<sup>61</sup> „Antitrust: Commission launches e-commerce sector inquiry”. IP/15/4921, Brussels, 06 May 2015

kezeljék az elsősorban hiányos belső piaci szabályozásból fakadó visszaéléseket. Ezért valószínűsíthető, hogy ezt a területet is az ágazati (azaz pl. az online kereskedelemre vonatkozó) szabályok felülvizsgálata tudja megfelelően kezelni. Úgy tűnik, hogy ezt az Európai Bizottság Egységes Digitális Piacra vonatkozó javaslata is felismeri.<sup>62</sup>

## 2.2. A versenyjogi megoldásokat kívánó kérdések

Azok a fő kérdéskörök, amelyek a versenyjog és a versenypolitika eszközeinek az alkalmazását teszik szükségessé, elsősorban a termék és földrajzi piacmeghatározáshoz, a piaci erőfölény meglétének megállapításához és annak kiterjesztésének az értelmezéséhez, a vállalkozások magatartásának a versenyre és az innovációra kifejtett hatásához, valamint az összefonódások piactorzító taktikájához kapcsolhatók. Következtetésképpen, ide a tízes listából a **digitális monopóliumok versenyt- és innovációt korlátozó hatása**, a digitális monopóliumok **más piacokat célzó kisajátítása**, valamint a digitális monopóliumok fogyasztók felé **kényszerkötődést előidéző magatartásai** tartoznak.

Kiindulási pontként javasolt elfogadni, hogy a digitális piacokkal kapcsolatban a versenyhatóságok feladata különösen nehéz, hiszen a hagyományos piacokra kifejlesztett és ott jól működő eszközökkel olyan piacokat kell vizsgálniuk, amelyekkel kapcsolatban egyelőre nem állnak rendelkezésre több éves irányvonalak és bevált mérési mechanizmusok.

Az internet kínálta lehetőségek következtében a fogyasztók – a hagyományos piacokhoz képest – tájékozottabbak.<sup>63</sup> A piacok dinamikusabbak, a vállalkozások be- és kilépése gyakori. Így a piacok szerkezetére vonatkozó döntések meghozatala nagyobb kockázatot rejt magában, hiszen a piaci szerkezet állandóan változó, statikusság nehezen regisztrálható.<sup>64</sup> A piaci erőt jellemző százalékos részesedésre vonatkozó meghatározás ideiglenes, a fogyasztók trendváltása és az innováció komoly piaci szerkezet alakító tényezők. Az ismert „piacmeghatározás – erőfölény vizsgálata – a magatartás versenyellenességének az elemzése” – folyamat a digitális piacokon vitathatatlanul szerteágazóbb és összetettebb elemzést igényel.

### 2.2.1. A digitális monopóliumok versenyt- és innovációt korlátozó hatása

A digitális piacokra a piac dinamikussága mellett az is jellemző, hogy az elsőként piacralépő vállalkozás jelentős versenyelőnyhöz jut, már rövidtávon is (*first mover's advantage*). Hangsúlyosabban igaz ez, ha egy új piacról beszélünk.<sup>65</sup> Amennyiben a piaci jelenlét megerősödése a folyamatos innováció vagy akár a jól időzített oportunitizmus eredménye, vagy a fogyasztói jólét növekedése tetten érhető, a

<sup>62</sup> 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 {SWD(2015) 100 final}. Brussels, 6.5.2015 COM(2015) 192 final., 3-4. o.

<sup>63</sup> Ezt nevezhetjük digitális írástudásnak.

<sup>64</sup> Különösen az összefonódások megítélésénél van ennek kiemelt szerepe (v.ö.: pre-emptive mergers és hatékonysági alapon jólétet növelő egyesülés).

<sup>65</sup> Ez, többek között, a "winner-takes-all" teória miatt van így.

versenyhatóságoknak feltételezhetően nincs dolga. Ha az új piacot uraló vállalkozás korábban nem létezett, vagy mérete miatt más piacon nem bírt erőfölénnyel, ez fokozottan igaz. Más esetben, például, amikor a korábban már piaci erővel rendelkező vállalkozás felvásárlás útján jut innovációhoz – egy jellemzően innovatívabb, de kisebb vállalkozásban –, a versenyhatóságok beavatkozása szintén szigorúan értelmezendő, hiszen a legtöbb kisebb vállalkozás pontosan az ilyen „egyszeri” lehetőségek érdekében fejleszt. Egy nagyobb felvásárlás teszi kifizetődővé a magasabb fejlesztési és innovációs költségeket és egy ilyen szerződés következtében válik nyereségessé a cég is.

Amikor azonban a fent jellemzetteknek megfelelő rendszeres gyakorlat tapasztalható a piacon, a versenyhatóságoknak két esetben kell különösen megfontolt döntést hozni: i) a megelőző összefonódások (*pre-emptive mergers*), és ii) a védekező terjeszkedés (*defensive leveraging*) vonatkozásában. Nézzük ezeket az eseteket.

A megelőző felvásárlások alatt azt kell érteni, amikor egy profitmaximalizáló vállalkozás felvásárlással megelőzi egy tőle független vállalkozás megvételt egy olyan harmadik vállalkozás által, amely vele azonos piacon versenyez. Az ilyen magatartás versenygazdaságilag érthető. Bizonyos feltételek mellett, akkor is van értelme, ha a felvásárlás ideiglenesen olyan helyzetet eredményez, amikor a felvásárló vállalkozás részvényeseinek a jóléte csökken (pl. irracionálisan magas felvásárlási ár miatt: azaz, az első vállalatnak többet kell fizetnie a felvásárolt vállalatért, mint a felvásárlásból származó profit-növekmény).<sup>66</sup> A digitális piacokon ez úgy jelenik meg, hogy az erőfölénnyel rendelkező vállalkozás olyan kisebb és innovatívabb vállalkozást vásárol fel, amely nagy valószínűséggel a jövőben veszélyt jelenthetett volna rá azon a piacon, ahol előbbi az erőfölényét gyakorolja. Az ilyen típusú felvásárlások következtében a piaci innováció csökken és a fogyasztók választási lehetősége korlátozódik. Ezen összefonódások vizsgálata kényes, hiszen a hatóságnak egy jövőbeni piacról kell dönteni és azzal kapcsolatosan értékelné a felvásárló szándékát. A Google/DoubleClick, Facebook/WhatsApp összefonódások mind az EU-ban, mind az USA-ban felvetettek ilyen jellegű kérdéseket.<sup>67</sup>

A védekező terjeszkedés arra az esetre vonatkozik, amikor egy erőfölényben lévő vállalkozás az erőfölényét annak érdekében terjeszti ki egy másodlagos piacra, hogy

<sup>66</sup> Bővebben: József Molnár, *Preemptive Horizontal Mergers: Theory and Evidence*. MTA-KTKI, Discussion Papers, New Series 2002/13. <http://econ.core.hu/doc/dp/dp/mtdp0213.pdf>; S-O. Fridolfsson & J. Stennek, *Why mergers reduce profits and raise share prices – a theory of preemptive mergers*. Journal of the European Economic Association September 2005 3(5):1083–1104.

<sup>67</sup> Az ügyeket lejjebb elemzem. Google/DoubleClick (FTC File No. 071-0170) [U.S.], COMP/M.4731 – Google/ DoubleClick [EU]; Case No COMP/M.7217 - FACEBOOK/ WHATSAPP [EU]. Hasonló ügy volt az USA-ban a XM-Sirius SDARS (szatellit rádió) összefonódás is (Request For Further Comment on Selected Issues Regarding the Authorization of Satellite Digital Audio Radio Service Terrestrial Repeater Networks, Public Notice, DA 01–2570, 1 (November 1, 2001), available at [http://www.fcc.gov/ftp/Bureaus/International/Public\\_Notices/2001/pnin1232.doc](http://www.fcc.gov/ftp/Bureaus/International/Public_Notices/2001/pnin1232.doc)). Bővebben erről az ügyről: J.G. Sidak & H.J. Singer, *Evaluating market power with two-sided demand and preemptive offers to dissipate monopoly rent: lessons for high-tech industries from the Antitrust Division's approval of the XM-Sirius merger*. Journal of Competition Law & Economics, 4(3), 697–751 (erősen kritizálja az összefonódás jóváhagyását hivatkozva arra, hogy a hagyományos piacmeghatározást követve, a fúzió monopólium kialakítását eredményezte).

megelőzze az elsődleges piacon lévő erőfölényének a lerombolását (szemben azzal a terjeszkedés-elméleti alaphelyzettel, amikor a másodlagos piacon is erőfölényt akar kialakítani).<sup>68</sup> A védekező terjeszkedés-elmélet a digitális piacokra is könnyedén alkalmazható: az első Microsoft-ügyek az eljárás alá vont operációs rendszerek piacán lévő erőfölényével és annak a kapcsolódó piacokra való kiterjesztésével kapcsolatban indultak.<sup>69</sup> Microsoft a Windows operációs rendszerekkel összekapcsolható alkalmazásokat (pl. csoportszerverek) kizárólagosan felügyelte, aminek a következtében csak olyan termékek jelenhettek meg a piacon, amelyek a Windows OS-szel kompatibilisek voltak. Ezen a helyzeten változtatott az internet megjelenése, hiszen számos alkalmazást a Windows OS-t megkerülve, internet browseren keresztül is el lehetett juttatni a felhasználókhöz. A cég a fejlesztés helyett azt választotta, hogy az Internet Explorert áruként kapcsolja egy másik termékéhez, a Windows OS-hez (*technical tying*), megpróbálva kiterjeszteni az operációs rendszerek piacán továbbra is tartós erőfölényét a browserek piacára is.

### 2.2.2. A digitális nagyvállalkozások más piacokat célzó magatartása

Alapesetben, abban semmi kivétlenül nincs, ha egy vállalkozás több piacon szeretne nyereséget realizálni. Amennyiben egy bizonyos piacon erőfölénnyel rendelkező vállalkozás céloz meg egy másik, esetlegesen kapcsolódó piacot, a versenyjogi aggályok abban az esetben kerülhetnek elő, ha az erőfölényben lévő vállalkozás úgy próbálja kisajátítani az utóbbi piacot, hogy ahhoz felhasználja az elsődleges piacon lévő erőfölényét (*offensive leveraging*).<sup>70</sup> Könnyen elképzelhető a versenyjogilag aggasztó helyzet, ha az elsődleges piac ún. nélkülözhetetlen eszköz a második piachoz való hozzáféréshez. Számptalan példát találhatunk a hálózatos iparágak területén: a telekommunikációban, vízszolgáltatásban, energiában, postai piacokon és a szállítmányozásban.<sup>71</sup>

Az elsődleges piacok szerepe kiemelt a digitális vállalkozások vonatkozásában is. Számos digitális óriás jövedelme a keresleti és a kínálati oldal egyesítéséből, a fogyasztói és az eladói adatok elemzéséből származik. Ez a legtöbb esetben a fogyasztónak és az eladónak is jólétnövekedést eredményez, hiszen időt, energiát és költséget spórolhatnak. Amennyiben a szinergiák kialakítása – az igények párosítása – a versenyszabályokat betartva történik, nincs hatósági teendő. Az egyes piacokon kiemelkedő helyzetben lévő vállalkozások (az „ideiglenes monopolisták”) azonban,

<sup>68</sup> A *defensive leveraging*-ről, lásd, bővebben: R. C. Feldman, *Defensive Leveraging in Antitrust*. 87 Geo. L.J. 2079 (1999).

<sup>69</sup> Ezeket később részletezem. Lásd: COMP/C-3/39.530 [EU] és *United States v. Microsoft Corporation*, 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001) [U.S.].

<sup>70</sup> Az agresszív erőfölény-kiterjesztés vonatkozásában, lásd, többek között: W.F. Dolan, *Developments in Private Antitrust Enforcement in 2000*. 1252 PLI/CoRP 891, 978 (2001); D.L. Rubinfeld, *Antitrust Enforcement in Dynamic Network Industries*. 43 ANTITRUST BULL. 859, 877 (1998); R.D. Blair & A.K. Esquibel, *Some Remarks on Monopoly Leveraging*. 40 ANTITRUST BULL. 371, 373 (1995); J.M. Clarke-Smith, *The Development of the Monopolistic Leveraging Theory and Its Appropriate Role in Antitrust Law*. 52 Cath. U. L. Rev. 179 (2003).

<sup>71</sup> A teória egyik első ügye az USA-ban a *United States v. Griffith* (334 U.S. 100, 107-09 (1948)) ügy volt, de igazán „önálló jogot” a *Berkely Photo Inc. v. Eastman Kodak Co.* (603 F.2d 263 (2d Cir. 1979)) ügyben nyert.

az általuk felügyelt platformokon, az ellenőrzött inputokon, adatok és nélkülözhetetlen információkon vagy eszközökön keresztül korlátozhatják is a versenyt. A nem innováció- és fejlesztési-alapú verseny pedig jólétszökkenéshez és visszafejlődéshez vezet. Az agresszív erőfölény-kiterjesztéssel kapcsolatosan a Bizottság és az amerikai FTC például a Google/DoubleClick összefonódás vonatkozásában, a Google Search, a Google Android, a Google hirdetések kizárólagossági szerződéseivel kapcsolatban és a Microsoft összekapcsolódási ügyekben vizsgálódott.<sup>72</sup> Az ilyen ügyek tipikusan a Sherman Act 2. cikkébe, vagy az EUMSZ 102. cikkébe ütköznek.

Az *offensive leveraging* olyan területe a versenyjog erőfölényes helyzettel való visszaélésekre vonatkozó szabályrendszerének, amely különös figyelmet igényel. Az Egyesült Államokban például annak az eldöntése, hogy a vállalkozás egy újabb piacon akar versenyelőnyhöz jutni, vagy az erőfölényes helyzetét akarja kiterjeszteni arra a piacra, avagy monopolizálni akarja az új piacot, vízvonalas lehet abban, hogy a vállalkozás magatartását megengedettként vagy Sherman Act 2. cikkébe ütközőként minősíti a jogalkalmazó.<sup>73</sup>

### 2.2.3. A digitális monopóliumok kényszerkötődést előidéző magatartása

A digitális platformok az oldalain megjelenő felhasználók adatainak kezelése következtében képesek pontosabb, személyre szabottabb szolgáltatást ajánlani. Minél több platformot integrál egy vállalkozás, annál pontosabb és összetettebb szolgáltatást tud kínálni a felhasználóknak (akik jellemzően a hirdetések, fogyasztók és a fogyasztókat megcélzó vállalkozások).

A digitális „*avatar* vagy fogyasztói kép” kialakulása azonban veszélyessé is válhat, hiszen amennyiben a platform által kínált szolgáltatásokhoz kényszeresen kötődünk, magas szolgáltatás-váltási költséghez vezethet.<sup>74</sup> Ilyen helyzet alakulhat ki például, ha megszokjuk, hogy a közösségi hálóban a számunkra fontos híreket kapjuk meg elsősorban, vagy, ha a keresési preferenciánkat az egyik szolgáltató jobban kezeli, mint egy másik, és ahhoz, hogy a másik szolgáltató is tudja ezt nyújtani, ismételtlen számos adatot meg kell adni magunkról. Az így kialakult kényszerkötődés (*lock-in effect*) piacralépési korlát, amely a fogyasztói érdeksérelem esetén beavatkozást igényel.

A technikai, titoktartási, kódolási vagy szabadalmi védetség mögé elrejtő innovatív megoldásokhoz való hozzáférés megtiltása könnyen vezethet fogyasztói kényszerkötődéshez, amennyiben az innovatív megoldás tulajdonosa eleve erőfölényes helyzetben van egy adott piacon. Hasonló a helyzet, amennyiben a

<sup>72</sup> Elemzésük később.

<sup>73</sup> W.A. Sheremata, *Barriers to Innovation: A Monopoly, Network Externalities, and the Speed of Innovation*. 42 ANTITRUST BULL. 937, 945 (1997).

<sup>74</sup> A kényszerkötődéssel kapcsolatban, lásd, pl., W.B. Arthur, *Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events*, *Economic Journal* 97 (1989): 642-65; S.J. Liebowitz & S.E. Margolis, *Path Dependence, Lock-in, and History*, *Journal of Law, Economics and Organization* 11 (1995): 205-26.

vállalkozás egy kizárólagosságot biztosító védettség következtében jut ilyen helyzetbe (pl. egy szabadalom kapcsán, vagy kizárólagos szolgáltatási jogosultság következtében). Ugyan a kényszerkötődést vizsgáló ügyek gyakoriak a szoftverek és a digitális termékek piacán,<sup>75</sup> a jogosságuk vitatott.<sup>76</sup> A kényszerkötődést károsnak tartó versenyjogi beavatkozás ellen érvelők elsősorban a kényszerkötődést előidéző vállalkozások szabad fejlesztési gyakorlatának a korlátozását látják az ilyen beavatkozásokban, valamint kiemelik, hogy a fogyasztók tömegének a preferenciája végeredményben választ fog adni abban az esetben, ha a kényszerkötődést előidéző vállalkozás céljai nem a fogyasztói választás bővítése vagy jobbá tétele.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> A későbbiekben több ilyen is megismerhetünk. Lásd, pl., Microsoft II.-ügy (United States v. Microsoft Corp. (Microsoft II), 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001) [U.S.]); Apple-ügy (796 F.Supp.2d 1137 (2011) U.S. District Court, Northern District of California [U.S.]); Apple eBooks-ügy (United States v. Apple, Inc., 952 F. Supp. 2d 638 (S.D.N.Y. 2013) [U.S.]).

<sup>76</sup> S. Liebowitz and S.E. Margolis, *Dismal Science Fictions – Network Effects, Microsoft, and Antitrust Speculation*. Policy Analysis No. 324, October 27, 1998. <http://object.cato.org/sites/cato.org/files/pubs/pdf/pa324b.pdf>.

<sup>77</sup> *Ibid.*, 1. o.



### 3. A digitális piacok versenyjogi és közgazdasági megközelítése

#### 3.1. Közgazdasági szempontból

A tárgyalt piacokra leginkább jellemző, hogy platform-alapon működnek és két vagy több, egymással többnyire kapcsolatban lévő fogyasztói csoportot kapcsolnak össze annak érdekében, hogy az összekapcsolódás mindkét csoport jólétnövekedéséhez vezessen. Az ilyen többoldalú platformok a hagyományos, nem-internet alapú piacokon is ismertek (hitelkártya-piacok, gaming – pl. *Nintendo*, *Sony* –, médiapiacok, napilapok piaca, night club-ok és randevú-szolgáltatások), de az online piacok bővülésével még inkább elterjedtek (*Vatera*, *Bidorbuy* (ZA), *Jumia* (Ng), *Baidoo*, *Alibaba* (Cn), *Amazon*, *eBay*, *Facebook*, *Google*, *Yahoo*, *Yelp*). Az off- és online platformok üzleti modelljei a platformok oldalain megjelenő szereplők összekapcsolásának elősegítéséhez kapcsolódó tranzakciós költségek minimalizálására épülnek.

Az ilyen platformok legtöbbször nem állítanak elő új terméket/szolgáltatást, hanem koordinálnak: növelik az egyik oldalon jelen lévő „ügynökök” számát, és vonzóbbá teszik a platformot másik oldalon aktív szereplők előtt (ez az ún. közvetett hálózati hatás, vagy „platform okozta tranzakciós költséghatékonyság”). A platform használatának közgazdaságilag optimális ára, a fenti tevékenység következtében, gyakran a határköltség alatti árazásban jelenik meg az egyik oldalon, míg a másik oldalon a hatékony határköltség fölötti árazást tesz lehetővé.<sup>78</sup> Egy hagyományos piacon – a vállalkozói nyereség, a fogyasztói jólét maximalizálása mellett – az ilyen árazási magatartás a tökéletlen verseny jellemzője. Az online piacokra ez nem feltétlenül igaz. A többoldalú platformok a versenyeljárások szerves részei ma már mind az Egyesült Államokban, mind az Európai Unióban,<sup>79</sup> és a kapcsolódó közgazdasági irodalom folyamatosan bővül.<sup>80</sup>

A többoldalú platformok elemzésekor az alábbi kettős interdependenciára ajánlatos odafigyelni: az oldalakon<sup>81</sup> megjelenő felhasználók többé-kevésbé

<sup>78</sup> Rochet-Tirole (2003), D.S. Evans and R. Schmalensee, *The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses*. Chicago Institute for Law and Economics Working Paper No. 623 (2nd series), 2012.

<sup>79</sup> Ezeket az ügyeket fogom a későbbiekben elemezni. Pl., A Federal Trade Commission Google-ügye (USA) [<https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2013/01/google-agrees-change-its-business-practices-resolve-ftc>]; ill. a *Unites States v. Google Inc.* ( No. CV 12-04177 SI (N.D. Cal. Nov. 16, 2012) ügy; az Európai Bizottság Google-ügye (EU) [„Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Google on comparison shopping service; opens separate formal investigation on Android”, Brussels, 15 April 2015, IP/15/4780].

<sup>80</sup> A fentiek mellett, lásd még: J-C Rochet, J. Tirole, *Two-Sided Markets: A Progress Report*. The RAND Journal of Economics, Vol. 37, No. 3 2006, 645-667. o.; M. Armstrong, *Competition in two-sided markets*. The RAND Journal of Economics. Vol. 37, No. 3, 2006, 668–691. o.; D.S. Evans and R. Schmalensee, *The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms*. Competition Policy International, Vol. 3., No. 1., 2007., elérhető: <https://wiki.aalto.fi/download/attachments/38374131/SSRN-id987341.pdf>; M. Rysman, *The Economics of Two-Sided Markets*. Journal of Economic Perspectives, Volume 23, Number 3, Summer 2009, 125–143. o.

<sup>81</sup> T.i.: a platform oldalain.

összekapcsolhatók, és gyakran egymástól függenek; cserében pedig az oldalakon megjelenő árak, termékmennyiség és a kapcsolódó üzleti stratégiák a platform használatától függenek.<sup>82</sup> Hasonlóan, a platformon belüli verseny kihathat az oldalakon megjelenő árakra is: amennyiben az egyik oldalon megjelenő felhasználók platformhoz való hozzáférése ingyenes (csak adatokat kell megadniuk, de tényleges pénzbeli ellenszolgáltatást nem), ez a platform a másik oldalon megjelenő szolgáltatók közötti versenyt fogja befolyásolni, a platform saját profitmaximálása érdekében.<sup>83</sup>

Az is megfigyelhető, hogy a platformok üzemeltetői, üzleti modell függvényében ugyan, a bevételük nagy részét az egyik oldalon realizálják, amelynek következtében megengedhetik maguknak, hogy a többi oldalon járulékos költség alatti áron értékesítsék a szolgáltatást vagy terméket: a Facebook közösségi oldal felhasználói például nem fizetnek a regisztráció lehetőségéért, a platform által nyújtott szolgáltatás (közösségi kapcsolati háló, instant üzenetek küldése) előnyei mégis elsősorban őket illetik. A fejlesztési, rendelkezésre állási, szerviz, üzemeltetési, tárhelyekkel járó költségeket az oldal a felhasználókat célzó hirdetésekből teremti elő. A YouTube videómegosztó, a Twitter hírmegosztó, a kínai *Weibo* hírmegosztó, a szintén kínai *Renren* vagy *PengYou* közösségi oldalak, vagy a *LinkedIn* hivatásos kapcsolati háló oldalak szintén ezen az elven működnek.<sup>84</sup>

### 3.2. Versenyjogi szempontból

Amennyiben valószínűsíthető, hogy a piaci folyamatok nem működnek zavartalanul, a következő kérdéseket kell feltenni. Az első dilemma, amit vizsgálnunk kell, az a versenyjogi beavatkozás ágazati beavatkozással szembeni opciója. Bármennyire is tűnik egy probléma versenyjogi jellegűnek, nem minden esetben indokolt az *ex post* beavatkozás. Elképzelhető, hogy bizonyos helyzetben nagyobb szükség van az ágazati szabályok változtatására, ami átalakítja a piaci struktúrát, és az említett problémák hosszabb távon megoldódnak. A versenyjogi beavatkozás központi kérdése, hogy mikor van ez így?

A versenyjogi eszközökhöz való folyamodás abban az esetben indokolt, ha a versenyjogilag értelmezhető piaci hibákat a versenyjog eszközei tudják a legnagyobb hatékonysággal orvosolni. Amennyiben erre nincs lehetőség – ahogyan azt a 2. fejezetben láttuk (egyes piaci hiányosságok adózási, adatvédelmi, tulajdonjogi vonatkozásai) – célszerűbb, ha a digitális piacokon megjelenő problémákat az ágazati politikák eszköztárával kezeljük. Amennyiben a vizsgált tevékenységnek felmerül a társadalomra való veszélyessége, egy, a jelen tanulmány szerzője által is

<sup>82</sup> D. Evans (2008) egy egyszerű példával szemlélteti a kölcsönös függőséget: amennyiben egy online randi-oldal emelné a női felhasználók regisztrációs díját, az kevesebb női felhasználót eredményezne, ami kevesebb férfi felhasználóhoz vezetne. Hasonlóan a hitelkártya gyártók kedvezményekkel csalogatják a felhasználókat, hogy következképpen arról tudják meggyőzni a vállalkozásokat, hogy érdemes kártya-elfogadó helyet telepíteniük, mert nagyszámú potenciális vásárló rendelkezik hitelkártyával.

<sup>83</sup> Armstrong (2006), 686. o.

<sup>84</sup> Hasonlóan igaz ez a Google keresőre, a Google Maps-e, Yahoo! mail-re, a WhatsApp-re (bár erre korlátozottan).

társjegyzett, az Európai Parlament gazdasági bizottsága számára készített tanulmányban megjelentett döntéshozatali folyamat ezt így ábrázolja.<sup>85</sup>



A hagyományos piacokon ismert versenyellenes magatartások vizsgálatakor a hatóságok hagyományosan egy, a múlt század második felében kialakult lineáris rendszert követnek: piacmeghatározás – piaci erő kiszámítása (erőfölény meghatározása) – a versenyellenes magatartás vizsgálata – szankció/eljárás megszüntetése.<sup>86</sup> Ezen egyirányú folyamat elengedhetetlen feltétele a piacmeghatározás, amely minden további folyamatnak az alapja. A digitális piacokon aktív vállalkozások és az általuk kínált szolgáltatások és termékek azonban olyan gyakran változó piacokon tevékenyek, ahol a versenytársak nem ritkán új piacokért és új piaci struktúráért harcolnak, nem pedig az adott piacon versenyeznek, így piaci helyzetük és magatartásuk is ennek fényében értelmezendő. Érdeemes tehát azt megvizsgálni, hogy milyen mélységben kellene változtatni a kialakult gyakorlaton annak érdekében, hogy mind a „type 1”, mind a „type 2” hibákat elkerülje a hatóság és indokolatlanul ne akadályozza az innovációt, de ugyanakkor ne engedélyezzen olyan magatartást sem, amelyet később, hatósági eszközökkel kiigazítani költségesebb lenne. Másként, van-e annak realitása, hogy a piacmeghatározás és a versenytársak azonosítása, valamint a piaci erő megállapítása hat a vállalkozás piaci működésére? Mennyiben van arra lehetőség, hogy az egyirányú folyamat egyes lépéseit egymásra kölcsönösen kivetítsük?

A digitális piacokkal kapcsolatos versenyjogi ügyek vonatkozásában a vélemények közötti különbségek – ti. szükség van-e beavatkozásra – origója a konvencionális, ár-alapú, statikus versenyjogi elemzés kritikája: az ilyen megközelítés az internet-alapú

<sup>85</sup> EP-tanulmány (2015), Figure 5.

<sup>86</sup> J.S. Bain, *Workable Competition in Oligopoly: Theoretical Consideration and Some Empirical Evidence*. American Economic Review, 40(2): 35-47.

szolgáltatások innovatív rendszerével nem minden esetben egyeztethető össze. Különösen igaz ez olyan OTT-szolgáltatásokkal kapcsolatban, ahol az ár-alapú megközelítés a szolgáltatások nulla-áras jellege miatt eleve rossz kiindulópont. Ezeken a „piacokon” a vállalkozások új piacok létrehozásával, innovatív üzleti modellekkel, új fogyasztó-megnyerési technikákkal versenyeznek – a hagyományos ár-alapú verseny helyett.<sup>87</sup> Itt kell azonban megjegyezni, hogy a „hagyományos piacok vizsgálata” sem teljesen statikus alapokon áll, így az ilyen vonatkozású szélsőséges kritikák sem megalapozottak. Az USA-ban ugyanis már 1980-as években elindult egy folyamat, amely az összefonódásokat az innováció támogatása szempontjából vizsgálta.<sup>88</sup> A nem ár-jellegű elemzések megjelentek az erőfölényes ügyekben is, de az elemzések fókusza továbbra is a magatartás statikus hatása és az ár, vagy minőség okozta előnyök maradtak.<sup>89</sup>

Amennyiben egy modernebb gondolkodást követ a versenyhatóság, a piac szerkezetét a piaci szereplők gyakorlata és a követő teljesítménye fényében vizsgálja. A gondolatmenet újraértékelése ugyan már a múlt század nyolcvanas éveiben elkezdődött, a versenyjogi ügyek elemzése a mai napig inkább a klasszikus (egyirányú gondolkodás, lineáris ok-okozati összefüggésrendszer) iskolát követi.<sup>90</sup>

---

<sup>87</sup> Shelanski (2013), 1667. o.

<sup>88</sup> M.L. Katz and H.A. Shelanski, *Mergers and Innovation*. 74 ANTitrust L.J. 1, 1. 2007.

<sup>89</sup> Shelanski (2013), 1670. o.

<sup>90</sup> Lásd még: F.M. Sherer and D. Ross, *Industrial Market Structure and Economic Performance*. 3rd ed., Houghton Mifflin Company, 1990.

## 4. Az Egyesült Államok gyakorlata

A digitális piacokhoz kapcsolódó eljárások a tengerentúlon is bekerültek versenyjogi jogérvényesítés középpontjába. Az USA-ban a technológiai tartalmú ügyek először a múlt század végén jelentek meg. A 2001-es Microsoft-ügy<sup>91</sup> óta az erőfölénnyel való visszaélés miatt vizsgált Google-ügy,<sup>92</sup> az EMI/Universal,<sup>93</sup> a Comcast/NBC-Universal összefonódás,<sup>94</sup> a kartellgyanúval vizsgált Apple eBook-ügyek,<sup>95</sup> a Facebook/Twitter adatvédelmi vonatkozású ügy,<sup>96</sup> valamint a Google/Motorola összefonódással kapcsolatos ügy<sup>97</sup> jelentik a versenyjogi szempontból fontosabb eljárásokat.<sup>98</sup> Tekintettel a kutatás kereteire, az alábbiakban a szerző által fontosabbnak tartott ügyek ismertetése található.

### 4.1. Néhány fontosabb példa

#### 4.1.1. A Microsoft-ügy

Az 1998-ban indult Microsoft-ügy (Microsoft II)<sup>99</sup> központi elemei a platformok közötti átjárhatóság – közvetve a hardver és szoftverek összekapcsolása – és ennek a versenyjogba ütköző akadályozása volt. Az abból indult ki, hogy amikor a termékportfólióban mind szoftver, mind hardver megtalálható, a szoftver tulajdonosa

<sup>91</sup> United States v. Microsoft Corp. (Microsoft II), 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001)

<sup>92</sup> Press Release, FTC, „Google Agrees to Change Its Business Practices to Resolve FTC Competition Concerns in the Markets for Devices Like Smart Phones, Games and Tablets, and in Online Search” (Jan. 3, 2013), <http://www.ftc.gov/opa/2013/01/google.shtm>

<sup>93</sup> Press Release, FTC, „FTC Closes Its Investigation into Vivendi, S.A.’s Proposed Acquisition of EMI Recorded Music” (Sept. 21, 2012), <http://www.ftc.gov/opa/2012/09/emi.shtm>

<sup>94</sup> Press Release, U.S. Dep’t of Justice, „Justice Department Allows Comcast-NBCU Joint Venture to Proceed with Conditions” (Jan. 18, 2011), <http://www.justice.gov/opa/pr/2011/January/11-at-061.html>

<sup>95</sup> Press Release, U.S. Dep’t of Justice, „Justice Department Reaches Settlement with Three of the Largest Book Publishers and Continues to Litigate Against Apple Inc. and Two Other Publishers to Restore Price Competition and Reduce E-book Prices” (Apr. 11, 2012), <http://www.justice.gov/opa/pr/2012/April/12-at-457.html>

<sup>96</sup> Press Release, FTC, „Facebook Settles FTC Charges That It Deceived Consumers by Failing to Keep Privacy Promises” (Nov. 29, 2011), [http://ftc.gov/opa/2011/11/privacy\\_settlement.shtm](http://ftc.gov/opa/2011/11/privacy_settlement.shtm); Press Release, FTC, „FTC Accepts Final Settlement with Twitter for Failure to Safeguard Personal Information” (Mar. 11, 2011), <http://www.ftc.gov/opa/2011/03/twitter.shtm>.

<sup>97</sup> Press Release, U.S. Dep’t of Justice, „Statement of the Department of Justice’s Antitrust Division on Its Decision to Close Its Investigations of Google Inc.’s Acquisition of Motorola Mobility Holdings Inc. and the Acquisitions of Certain Patents by Apple Inc., Microsoft Corp. and Research in Motion Ltd.” (Feb. 13, 2012), <http://www.justice.gov/opa/pr/2012/February/12-at-210.html>

<sup>98</sup> Egyéb, a digitális piacokat érintő ügyek (Hovenkamp nyomán): Novell, Inc. v. Microsoft corp., 731 F.3d 1064 (10th Cir. 2013); Somers v. Apple, Inc., 729 F.3d 953 (9th Cir. 2013); Vedder Software Group, Ltd. v. Insurance Services Office, Inc., 545 Fed. Appx. 30 (2d Cir. 2013); United States v. Apple, 992 F.Supp.2d 263 (S.D.N.Y. 2014); Lavoho, LLC v. Apple, Inc., \_\_ F.Supp.3d \_\_, 2014 WL 6791612 (S.D.N.Y. Dec. 3, 2014); The Apple iPod iTunes Antitrust Litig., \_\_ F.Supp.3d \_\_, 2014 WL 7323399 (N.D. Cal. Dec. 17, 2014); Meredith Corp. v. SESAC, LLC, 1 F.Supp.3d 180 (S.D.N.Y. 2014); Computer Automation Sys., Inc. v. Intelutions, 998 F.Supp.2d 3 (D.P.R. 2014); Kickflip, Inc. v. Facebook, Inc., 999 F.Supp.2d 677 (D.Del. 2013); Oracle Am., Inc. v. CedarCrestone, Inc., 938 F.Supp.2d 895 (N.D.Cal. 2013); Authors Guild v. Google, Inc., 770 F.Supp.2d 666 (S.D.N.Y. 2011); TradeComet.com, LLC v. Google, Inc., 693 F.Supp.2d 370 (S.D.N.Y. 2010). Cf. Blizzard Ent’t, Inc. v. Ceiling fan Software, LLC, 2013 WL 5511596 (C.D. Cal. Sept. 23, 2013); The Apple iPod iTunes Antitrust Litig., \_\_ F.Supp.3d \_\_, 2014 WL 7323399 (N.D. Cal. Dec. 17, 2014). In: Hovenkamp (2015), 4 és 5. o.

<sup>99</sup> United States v. Microsoft Corp. (Microsoft II), 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001)

sokkal egyszerűbben össze tudja kapcsolni a termékét a másik platformmal, mivel a fogyasztónak szoftver leváltásához a hardvert is cserélni kellene.

Az egyik amerikai versenyhatóság (*Department of Justice, DoJ* – a másik a *Federal Trade Commission, FTC*) által indított ügy alapja a Sherman Act 1. és 2. cikkei voltak. A minisztérium az eljárás alá vont vállalkozást erőfölénnyel való visszaéléssel gyanúsította: a feltételezések szerint a Microsoft az operációs rendszerek és az Internet Explorer piacán élt vissza erőfölényével azáltal, hogy az említett termékeket összekapcsolta. Minden Windows operációs rendszert futtató számítógépen a Windows 95 csomag részeként megjelent az Internet Explorer is. Az összekapcsolás miatt az alternatív browserek (*Netscape Navigator, Opera*) nem tudtak fejlődni, a Netscape idővel kiszorult a piacról.<sup>100</sup> Az eljárásnak része volt még az alkalmazásokat érintő API-val<sup>101</sup> kapcsolatos magatartás elemzése – ti. Microsoft úgy alakította az operációs rendszeren megjelenő alkalmazások használatát, hogy a saját browser-e sokkal gyorsabban futott –, valamint az OEM-ekkel<sup>102</sup> kapcsolatos megállapodások is, amelyek szerint Microsoft úgy alakította a kereskedelmi kapcsolatait a PC gyártókkal és forgalmazókkal, hogy kizárólagos megjelenést kért a saját termékeivel kapcsolatban. Tekintettel az operációs rendszerek piacain meglévő erőfölényére, az OEM-k, amennyiben nem akartak marginálissá válni, kénytelenek voltak elfogadni a feltételeket. Az eljárásban, egyebek mellett, az Explorer önálló termék jellegét és a fejlesztéshez kapcsolódó költségeket is vizsgálták.

A Windows operációs rendszerek összekapcsolása az Intel-alapú (vagy IBM) számítógépekkel hosszú távon biztosította a Microsoft számára a kizárólagosságot, mert minden Apple-t használó fogyasztónak a teljes hardver/szoftver csomagot le kellett váltani, amennyiben Apple számítógépen akart dolgozni. Másként, a központi feldolgozóegységgel (CPU, *Central Processing Unit*) összekapcsolható PC-alapú operációs rendszerek általában úgy működnek, hogy egy PC egy operációs rendszerrel fut. Az operációs rendszeren működő alkalmazások pedig egészen addig működnek zavartalanul a PC-n, amíg azok az operációs rendszerrel összeegyeztethetők. Ez a termékspecifikusság olyan extraköltségeket – a csere költsége, a szoftver használatának az elsajátításai költsége – jelentett a fogyasztók számára, amelyek mellett sokan inkább a kényszerkötődést választották és nem cserélték le a Microsoft alapú számítógépeiket.<sup>103</sup>

Microsoft az innovációra kifejtett pozitív hatással, a csökkenő árakkal és a szélesedő termék-portfólióval védekezett.

<sup>100</sup> Az ügy elindulásakor még mindig Netscape volt a legnépszerűbb böngésző.

<sup>101</sup> Application Programming Interface.

<sup>102</sup> *Original Equipment Manufacturers* – az eredeti termék megvásárlója, aki továbbértékesíti a terméket.

<sup>103</sup> Bővebben: A.S. Edlin and R.G. Harris, The role of switching costs in antitrust analysis: a comparison of Microsoft and Google. *Yale Journal of Law and Technology*, Vol. 15: Iss. 2, Article 4, 2013. <http://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=yjolt>; A.I. Gavil and H. First, *The Microsoft Antitrust Cases – Competition Policy for the Twenty-first Century*. The MIT Press. 2014.

Az ügyben az első ítélet (*District Court, D.C.*, 2000. április 3. és június 7.) versenyjogba ütközőnek ítélte a Microsoft magatartásait és elrendelte a vállalkozás tevékenységeinek a jogi szétválasztását.<sup>104</sup> Judge Jackson megállapította, hogy Microsoft ugyan sokat tett annak érdekében, hogy a web browserhez ingyen lehessen hozzájutni – magatartása miatt a Netscape is ingyenessé tette a keresőt –, azonban számos olyan magatartást is tanúsított, amelyek eredménye a fogyasztók jólétének azonnali és hosszú távon is érezhető a csökkenése lett.<sup>105</sup> Főként, a Microsoft magatartása következtében mind a Netscape Web Browser, mind a Java programok fejlődése megakadt. Különösen ilyen magatartásnak számít a forgalmazók IE és Windows összekapcsolására való kényszerítése, a versenytárs web browser operációs rendszerrel való működésének a megnehezítése.<sup>106</sup> Az ítélet szerint, a Microsoft piacralépési akadályokat állított fel, gátolta az Intel-kompatibilis *nem-Windows* operációs rendszerek fejlődését, azaz közvetlenül csökkentette a fogyasztók választási lehetőségeit. A Microsoft akadályozta a Java programok fejlesztését is, ami lehetővé tette volna a *nem-Windows* alkalmazások operációs rendszerek közötti mozgását.<sup>107</sup>

A fellebbezést követően az ügy az illetékes Fellebbviteli Bírósághoz került (*D.C. Circuit Court of Appeals*), amely az elsőfokon megállapított tényállástól eltekintve, más következtetésekre jutott (pl. nem rendelte el a vállalkozás feldarabolását). Az 1998-ban indult ügy, négy év után, végül egy peren kívüli egyezségben, 2001 novemberében ért véget.<sup>108</sup> A megállapodásban a DoJ eltekintett a Microsoft funkcionális szétválasztásától, kötelezte a Microsoftot arra, hogy harmadik féllel megossza a Windows operációs rendszer egyes forráskódjait, eltiltotta a szoftveróriást az OEM-ekkel szemben alkalmazott magatartásaitól, valamint elrendelte, hogy a Microsoft mindenkinek hozzáférhető módon tegye elérhetővé a termékeit.

A Microsoft-ügy azonnal levonható tanulságai a következők: a versenyellenes ügyek gyakran túl hosszúra nyúlnak és ennek következtében a politikai akaratervényesítés befolyásolhatja az ügy kimenetét. Az eljárás alá vont vállalkozás szuperdominanciája miatt és a politizálódó vizsgálat következtében már a vizsgálati szakaszban olyan helyzetbe kerülhetnek a versenytársak, hogy vagy az eredeti kialakulóban lévő verseny már nem állítható vissza, vagy a vállalkozás a piac elhagyására kényszerül a végső döntést megelőzően. Abban az esetben, ha a jogalkalmazónak

<sup>104</sup> A fentebb idézett határozat teljes szövege elérhető: (Civil Action No. 98-1232 (TPJ) and Civil Action No. 98-1233 (TPJ) <http://www.webcitation.org/query?id=1298665666970544>.

<sup>105</sup> *Ibid.*, 409. pont.

<sup>106</sup> Pl. az Internet Explorer akkor is alapértelmezett böngészőként indul az x86-alapú számítógépeken, amikor a Netscape böngészője van beállítva; vagy a *nem IE*-vel futó programok lassabban működnek Windowsban. *Ibid.*, 410. pont.

<sup>107</sup> *Ibid.*, 411. pont.

<sup>108</sup> Az egyezség nem vonatkozott mindegyik felperesre. Ezt még követte számos módosítás és hosszabbítás, de az ügy érdemi szakasza ekkor lezárult. Lásd még: <http://cyber.law.harvard.edu/msdoj/011106-proposed-settlement.html>

megalapozott gyanúja van a jogsértés fennállásával kapcsolatban, javasolt az ideiglenes intézkedés alkalmazása.<sup>109</sup>

#### 4.1.2. Az Apple iPod iTunes-ügy.<sup>110</sup>

Apple gyakori alanya az amerikai versenypolitikával kapcsolatos híreknek.<sup>111</sup> Ezzel együtt, a vállalkozás ellen az FTC vagy a DoJ által indított eljárás eddig csak az eBooks/Apple ügyben volt.<sup>112</sup> Ezen alfejezetben tárgyalt ügy a kaliforniai bíróság előtt 2005-ben indított csoportos kereset, melynek versenypolitikai fókusza Apple FairPlay DRM szoftvere és *RealNetworks Harmony* szoftverei köré szerveződött.<sup>113</sup>

#### A kérelem

A felperesek<sup>114</sup> azt indítványozták, hogy a bíróság állapítsa meg, hogy a 2001-ben piacra dobott Apple iPod-hoz – és az azt 2003-ban kiegészítő iTunes-hoz – tartozó szoftverfrissítéseket<sup>115</sup> az Apple úgy hajtotta végre, hogy azok következtében lehetetlenné tette a nem Apple iTunes-on vásárolt zenék lejátszását. A keresetben érintett szoftverfrissítések a 2006. szeptember 12. és a 2009. március 31. közötti időszakban végbement változásokat érintették. A felperesek amellett érveltek, hogy a fenti magatartásának következtében az Apple – a Sherman Act, Clayton Act, Cartwright Act, California Unfair Competition Law, Consumer Legal Remedies Act, és a California Common Law of Monopolization-ba ütközően – az iTunes-on árusított zenéket drágábban tudta értékesíteni, az iPod-ek árát emelni tudta, és a versenytársakat (pl. RealNetworks, Napster, Buy.com, Audio Lunch Box, Gateway,

<sup>109</sup> Az USA-ban ilyen intézkedések lehetnek: temporary restraining orders, preliminary injunctions.

<sup>110</sup> Apple iPod iTunes Antitrust Litigation, 2014 WL 4809288 (N.D.Cal. Sept. 26, 2014).

<sup>111</sup> Például: „Rio Exits the MP3 Player Business”, August 26, 2005, PCmag. <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,1853090,00.asp>; „How dumb is this Apple iPod antitrust suit? - new plaintiff update”, Fortune.com, 9 December, 2014. <http://fortune.com/2014/12/09/how-dumb-is-this-apple-ipod-antitrust-suit/>; „Apple wins a unanimous victory in the iTunes antitrust case”, December 16, 2014, Fortune.com. <http://fortune.com/2014/12/16/apple-wins-a-unanimous-victory-in-the-itunes-antitrust-case/>; „Apple Wins Decade-Old Lawsuit Over iTunes Updates”, The New York Times, December 16, 2014. [http://www.nytimes.com/2014/12/17/technology/apple-antitrust-suit-ipod-music.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2014/12/17/technology/apple-antitrust-suit-ipod-music.html?_r=0); „The Apple iPod antitrust lawsuit: Did Apple play fair with its FairPlay DRM?”, December 17, 2014, Extremetech. <http://www.extremetech.com/electronics/196055-the-apple-ipod-antitrust-lawsuit-did-apple-play-fair-with-its-fairplay-drm/>; „Why Apple's latest antitrust woes are a good thing”, Yahoo! Finance, June 19, 2015. <http://finance.yahoo.com/news/apple-s-in-antitrust-hot-water-again-and-that-s-good-182144017.html>.

<sup>112</sup> „Apple conspired to fix e-book prices: U.S. appeals court”, Reuters.com, June 30, 2015. <http://www.reuters.com/article/2015/06/30/us-apple-ebooks-decision-idUSKCN0PA1RS20150630>.

<sup>113</sup> 796 F.Supp.2d 1137 (2011) U.S. District Court, Northern District of California, The Apple iPod iTunes Anti-Trust Litigation, No. C-05-00037 JW [továbbiakban: ügylezáró végzés]. Hasonlóan a korábbi technológiai tartalmú ügyekhez (Internet Explorer/Netscape Navigator, Google Search, Windos Player/Real Player), a folyamatban lévő ügy tárgya korántsem olyan meghatározó termék, mint amilyen az eljárás indulásakor volt. Az iPod-ot nagyban felváltotta az iPhone-, iPad-generáció.

<sup>114</sup> A mintegy 8 millió felperes között több kereskedelmi lánc is megtalálható: pl. Walmart, Best Buy. Az eredeti keresetet azonban Somtai Troy Charoensak, Mariana Rosen and Melanie Tucker jegyezték, a pertársak később csatlakoztak. Az ügy előzményei a *Charoensak v. Apple Computer, Inc.*, No. C 05-00037 JW, and *Tucker v. Apple Computer, Inc.*, No. C 06-04457 JW ügyek, amelyek az eljáró bíróság 2007. március 21-én vont össze.

<sup>115</sup> Különösen iTunes 7.0 és 7.4.



Epson, e.Digital) marginalizálta vagy kiszorította a piacról.<sup>116</sup> Az alperes továbbá nem tette elérhetővé a FairPlay szoftvert a saját versenytársai számára sem – ugyan a RealNetworks „Harmony” szoftverének köszönhetően az iPod-eken egy rövid ideig (2004. július-október között) az Apple és más lejátszók szoftverei átjárhatók és összekapcsolhatók voltak, az iTunes 4.7-es frissítés ezt az összekapcsolást megszüntette.<sup>117</sup> 2006. szeptemberében pedig az iTunes 7.0 frissítése a nem Apple szoftverek számára teljesen elérhetlenné tette az iPod-ot (máshonnan letöltött zenéket nem játszott le a készülék).<sup>118</sup> A felperesek bizonyítékként bemutatták, hogy az Apple az iTunes 4.7 frissítését a FairPlay szoftver RealNetwork kérésének megfelelő hozzáférés elutasítása után kezdte meg – annak ellenére, hogy a RealNetwork szoftverét számos zenei kiadó megfelelőnek minősítette – azzal a céllal, hogy még lehetetlenebbé tegye a versenytárs piaci helyzetét.

#### *Az alperes védekezése*

Az Apple érvelése szerint a platformok közötti átjárhatóság korlátozásának a magasabb szintű és biztonságosabb zeneállományok kialakítása volt a célja – mindez a fogyasztók érdekét szolgálta, és nem volt hatással az iPod és iTunes áraira. A kívánt biztonsági színvonalat Apple a FairPlay DRM szoftver használatával érte el<sup>119</sup> – ez az alkalmazás blokkolta a nem iTunes eredetű („nem jogtiszt”) zenék átváltását.<sup>120</sup> Az Apple érvelése szerint, mivel a fogyasztói érdeksérelem nem volt megállapítható, minden egyéb versenyjogi kérelmet el kellett volna utasítani a bíróságnak.<sup>121</sup>

Az ügy érdekessége, hogy az Apple-t a felperesek olyan piacon támadták, ahol a vállalkozásnak csak nagyon rövid ideig volt meggyőző piaci erőfölénye: az online elérhető zenék piacán. A csoportperben kereseti társak érvelésének központi eleme volt, hogy az Apple-ügy hasonlítható ahhoz, amikor pl. egy hanglemezkiadó (Sony Records, Tower Records) úgy forgalmazná a termékeit, hogy azokat csak a saját márka alatt megjelenő lejátszókon lehessen meghallgatni.

#### *A döntés*

A tíz évig húzódó eljárásban a bíróság először a Sherman Act 1. cikkével kapcsolatban – amelynek kapcsán az iPod és iTunes versenyjogellenes technikai összekapcsolásának megállapítását indítványozták – foglalt állást 2009-ben, és megállapította, hogy a feltételezett magatartást önmagában nem ütközik a Sherman

<sup>116</sup> Az eredeti kereseti kérelem tartalma az iPod és az iTunes jogellenes technikai összekapcsolása volt, de azt a bíróság nem találta jogellenesnek, így a felperesek a szoftverfrissítésekre helyezték a kérelmük középpontját.

<sup>117</sup> Ügylezáró végzés, 1140.

<sup>118</sup> Ibid. Ebből következett, hogy az iPod adatbázisához egyedül az iTunes szoftver tudott hozzáférni.

<sup>119</sup> Ügylezáró végzés, 1140.

<sup>120</sup> A felperesek szerint ez a korlátozás egyértelműen azt hivatott elérni, hogy a felhasználók az iTunes-on vásárolt zenéket más lejátszón ne halgathassák, valamint más platformokon beszerzett zenét ne tudjanak iPod-on hallgatni.

<sup>121</sup> Ügylezáró végzés, 1143.

Act 1. cikkébe.<sup>122</sup> A bíróság 2009-es *sua sponte* végzése kimondta, hogy a monopolizációra törekvés ettől függetlenül további eljárás tárgya.

Az iTunes 4.7 frissítésével kapcsolatban a bíróság, az alperes kérelmének helyt adva, a Sherman Act 2. cikke alkalmazásának a feltételei közül csak azt vizsgálta, hogy az Apple a piaci erőfölényét a versenytársak kiszorításának céljával érte el.<sup>123</sup> E feltétel vonatkozásában a bíróság kiemelte, hogy amennyiben egy design változtatás az innováció és termékfejlesztés szükségszerű eleme, az csak abban az esetben tekinthető versenyellenesnek, ha a fejlesztés valamelyik elemével kapcsolatban megállapítható az erőfölény jogellenes kiterjesztése vagy egyéb, versenyjogba ütköző magatartás.<sup>124</sup> Tekintettel arra, hogy a kérelmezők nem tudták bizonyítani a versenyjogba ütköző magatartást, a bíróság a gyorsított eljárásban hozott végzésében (*summary judgment*) az Apple-nek adott igazat: az iTunes említett frissítése tényleges fejlesztés eredménye volt és a fogyasztók érdekét szolgálta.<sup>125</sup> Tekintettel arra, hogy a kereseti kérelem része volt a csoportper jogszerűségének a megállapítása is, az annak előfeltételül szolgáló versenyjogellenes magatartás hiányában a bíróság az iTunes 4.7 frissítésével kapcsolatos kérelmet nem találta megalapozottnak.

Az iTunes 7.0 frissítése kapcsán<sup>126</sup> – a felperesek mellett érveltek, hogy a frissítés nem fejlesztette az iTunes szoftvert, sőt, annak működési hatékonyságát csökkentette – a bíróság nem fogadta el az alperes gyorsított eljárásban hozott ítéletére vonatkozó kérését, mert azt hiányosnak találta.<sup>127</sup>

Az ügyben az esküdtszék 2014. december 16-án hozta meg a döntését. Az esküdtszék a kérelmezők keresetét nem tartotta megalapozottnak, és azt állapította meg, hogy Apple minden szoftverfrissítésekor a fogyasztók érdekeit tartotta szem előtt. A bíróság végzésében kiemelte, hogy felperesek nem tudták bizonyítani, hogy a versenytársak korábban üzleti kapcsolatban lettek volna, így a szerződéskötés elutasítása nem versenyjog-ellenes,<sup>128</sup> azt ezt támogató kérelmek nem megalapozottak<sup>129</sup>. A fogyasztói érdeksérelem hiányában a többi kérdéssel (a fogyasztóknak okozott sérelem mértéke és az okozati összefüggés) a bíróság nem foglalkozott.

<sup>122</sup> Ügylezáró végzés, 1141.

<sup>123</sup> A másik két előfeltétel a piaci erőfölény birtoklása és a magatartással okozati kapcsolatban lévő versenyjogi sérelem megléte. Idézve: *Allied Orthopedic Appliances, Inc. v. Tyco Health Care Group LP*, 592 F.3d 991, 998 (9th Cir.2010).

<sup>124</sup> *Foremost Pro Color, Inc. v. Eastman Kodak Co.*, 703 F.2d 534, 545-46 (9th Cir.1983).

<sup>125</sup> Ügylezáró végzés, 1146.

<sup>126</sup> Később az iTunes 7.4 (minimális) frissítés is bekerült a felperesek kérelmébe.

<sup>127</sup> Az eljáró bíróság a gyorsított ítéletben a jogi körülményeket (facts of law) állapítja meg, amennyiben azok tisztázására nincs minden kétséget kizáróan lehetőség, a bíróság az arra vonatkozó kérelmeket elutasítja. Szintén érdekes adalék, hogy a Kaliforniai Fogyasztóvédelmi Törvényre (UCL – Unfair Competition Law, Cal. Bus. & Prof.Code §§ 17200.) vonatkozó joggyakorlat értelmében, a UCL rendelkezéseibe ütköző magatartás akkor állapítható meg, amikor a tárgyalat magatartás a Sherman Act rendelkezéseibe is ütközik. Lásd: *Psystar*, 586 F.Supp.2d, 1204.

<sup>128</sup> *Ibid.*, 1145.

<sup>129</sup> Ez a szerződéskötés visszautasításának szűken való értelmezése. In: *LiveUniverse, Inc. v. MySpace, Inc.*, 304 Fed.Appx. 554, 556 (9th Cir.2008)

Megjegyzendő, hogy egy sokkal kevesebb médianyilvánosságot kapott ügyben, az Apple iPhone és iPod jótállásával kapcsolatos csoportperben, a szoftveróriás a felperesekkel – a jogsértést el nem ismerve ugyan – megállapodott (*settlement*).<sup>130</sup> Egy másik, 2007-ben indult csoportos kereset kapcsán, amely több változtatást követően Apple *App Store*-ban található fizetős alkalmazásaihoz kapcsolható, Apple-t illető 30%-os jutalék versenyjogi megengedhetőségét vitatta, az eljáró bíróság végül 2013-ban, szintén elutasította a pertársak kérelmét.<sup>131</sup> Az ügyben az első csoportper befogadását megalapozó keresetek még az iPhone-ban található SIM-kártyák AT&T-hez való kódolását is vitatták,<sup>132</sup> a bíróság azonban végül a kérelem tartalmát, elemről-elemre elutasította.

Az Apple azonban továbbra sem nyugodhat meg: a legújabb Apple Music szolgáltatását már a bevezetéssel egyidejűleg versenyjogba ütközőnek tartják a *streaming* piacon aktív versenytársak.<sup>133</sup> Ahhoz azonban, hogy az Apple-t valamilyen feltételezett, fogyasztókat károsító versenyjogi alapú magatartás miatt eljárás alá lehessen vonni, a Sherman Act 2. cikke alapján legalább két dolgot kell megállapítani: az Apple erőfölényes piaci helyzetben van a zene streaming piacon, és a magatartása versenyjogba ütközik.<sup>134</sup> Amennyiben erre nincs lehetőség, a hatóság ugyan az FTC Act 5. cikke alapján is indíthat eljárást, azonban ennek a valószínűsége még kisebb. A tanulmány készítésekor az ügyben még nem született döntés.

#### 4.1.3. A Google-kereső ügy

Az OTT-óriás több üzleti technikáját is érintő eljárás az elmúlt 5 év egyik legjobban követett versenypolitikai ügye, mind Amerikában, mind az EU-ban.<sup>135</sup>

A Google keresőprogramjával kapcsolatos eljárások központi eleme – szemben a Microsoft ügyekkel – nem a technikai jellegű árukapcsolás. A Google keresőprogram azzal együtt, hogy az Android operációs rendszereken előre telepített, nem kér kizárólagosságot, és minden felhasználó pillanatok alatt új keresőprogramot tud telepíteni az eszközére. A *Bing*, a *Yahoo!*, vagy az *Ask.com* mind olyan keresőprogramok, amelyeket a Google Search mellé bárki, komolyabb erőfeszítések nélkül letölthet.<sup>136</sup> Továbbá, a Google keresőprogramja egy kizárólag internet-alapon

<sup>130</sup> Apple iPhone, iPod warranty litigation. CV-10-01610 sz. ügy.

<sup>131</sup> In re Apple iPhone Antitrust Litigation. 11-cv-06714-YGR sz. ügy.

<sup>132</sup> Lásd, Timothy Smith, et al., v. Apple, Inc. et al., No. C 07-05662 RMW (a csengőhangok blokkolását vitatta); Kliegerman v. Apple, Inc., No. C 08-948 (Magnuson–Moss Warranty Act (P.L. 93-637) alapján).

<sup>133</sup> „What the Apple Music antitrust inquiry is really about”, Fortune.com, July 13, 2015. <http://fortune.com/2015/07/13/apple-music-ftc/>

<sup>134</sup> Arra, hogy az FTC vagy a DoJ a Sherman Act 2. cikke alapján eljárás alá vonjon egy vállalkozást, utoljára a Bush-kormányzat előtt volt példa. Az amerikai versenyjog illetően fordulatának részletezésére később kerül sor.

<sup>135</sup> Lásd, többek között: Joyce Verhaert, *The challenges involved with the application of Article 102 TFEU to the New Economy: A case study of Google*. European Competition Law Review, 2014/6, 265. o.; Torsten Körber, *Common errors regarding search engine regulation – and how to avoid them*, European Competition Law Review, 2015/6, 239. o.

<sup>136</sup> Edlin és Harris jegyzi meg, hogy a Microsoft és a Google ügyek összehasonlítása abból kellene, hogy kiinduljon, hogy a Microsoft-ügyben a fogyasztóknak magas szolgáltatásváltási költségeik voltak,

működő szolgáltatás, így a platform alapjául szolgáló rendszerhez tulajdonosi jogok nem kötik. Ezen természetesen változtathat, ha a Google kiépíti a saját hálózatát (Google Fiber)<sup>137</sup>, amely az OTT-t egy érdekeltségi körbe helyezi az internetszolgáltatóval. Ugyanakkor, ez sem jelent majd közvetlen összekapcsolódást, hiszen az internetszolgáltató továbbra is tud a Google keresője nélkül működni, míg a Google terméke más szélessávú hálózatokon is működhet. A Google kereső futtatása így minden számítógépen lehetséges,<sup>138</sup> a platformnak (Google Search) kizárólagos és *a priori* nélkülözhetetlen jellege – ahogyan a Microsoftnak volt – tehát nincs.

Az amerikai eljárás központi kérdései a „*search bias*”, azaz a mesterkedett keresési találatok, az *AdWords*-on (Google online hirdetési platformja) alkalmazott és a hirdetőket korlátozó magatartások, valamint a Google, Motorola Mobility megvásárlásával megszerzett szabványaihoz<sup>139</sup> kapcsolható *SEP-pereskedés* versenyjogba ütköző jellegei voltak.

A **search bias**-szal kapcsolatban az FTC feltételezése az volt, hogy Google nem a keresési szándék optimális megválaszolására programozza a keresési algoritmusait, hanem úgy, hogy azok a keresés kulcsszavait a Google saját, vertikálisan integrált termékei (éttermek értékelése, utazási és szállodákkal kapcsolatos szolgáltatások) kiemelt helyzetbe hozásával kezeljék. Ennek eredményeképpen, ezeken a vertikálisan integrált piacokon (pl. nagykereskedelmi szinten mindig ugyanaz található: a Google keresőprogramja; a kiskereskedelmi szint, amely változhat: szállodai foglalások) a potenciális és tényleges versenytársak kiszorultak a piacról, kárt okozva a fogyasztói – és végérvényesen a társadalmi – jólétben. Ehhez a magatartáshoz kapcsolható még a Google állítólagos fogyasztói/felhasználói véleményeket (*rating*) manipuláló magatartása, mely szerint az eljárás alá vont a vertikális versenytársai oldalán megjelenő magasabb értékeket figyelmen kívül hagyta annak érdekében, hogy a saját oldalai (*Google + Local, Google Shopping, Flights, Hotels, Advisor*) jelenjenek meg a keresések első találatai között. A „scraping”-gel<sup>140</sup> kapcsolatban az FTC feltételezte, hogy Google jogellenesen jut más weboldalakon lévő adatokhoz (*Yelp, Amazon, TripAdvisor*), amelyeket aztán a saját termékei fejlesztésére használ. Amikor a vállalkozások ennek hangot adtak, a feltételezések szerint a Google a keresési eredményekből való kizárással fenyegette őket.

---

míg a Google Search esetében ezek a költségek jóval alacsonyabbak (egy elérhető keresőprogramra sokkal hamarabb tud a felhasználó átváltani, mint a hardverrel összekötött szoftvert lecserélni). (Edlin and Harris, 2013, 193. o.)

<sup>137</sup> <https://fiber.google.com/about/>

<sup>138</sup> Ez minden olyan interneten futó programra és alkalmazásra igaz, amelyek HTML-t (*hypertext markup language*) vagy HTTP-t (*hypertext transfer protocol*) használnak.

<sup>139</sup> Google 2012-ben vásárolta fel Motorola Mobility-t – és annak kb. 24.000 szabványát és szabványhoz köthető alkalmazását. Lásd: „Google to acquire Motorola Mobility”, August 15, 2011. <https://investor.google.com/releases/2011/0815.html>. A brand 2014-ben Lenovo-hoz került. „It’s official: Motorola Mobility now belongs to Lenovo”. October 30, 2014. <http://www.cnet.com/news/lenovo-closes-acquisition-of-motorola-mobility-from-google/>.

<sup>140</sup> Jogellenes adathalászat más, a saját termékekkel versenyző oldalakról.

Az **AdWords**-öt érintően, az FTC feltételezte, hogy Google olyan technikákat és szerződési feltételeket alkalmaz, amelyek megnehezítik a Google AdWords-t használó hirdetőknél a más keresőprogramokban és weboldalakon történő hirdetés (*multiplatform advertising*). Az összetett és időigényes keresési marketing szolgáltatások a kereső és a hirdető szoros együttműködésre épülnek, amelynek felülete az API (*application programming interface*). A hirdetők ezen a platformon jutnak el a marketing keresőprogramhoz, és ezt tudják arra használni, hogy a saját kampányaikat menedzseljék és céltudatosan fejlesszék a szoftvereiket. Google szerződési feltételei költségesebbé tették a más keresőprogramokban való kampányokat.

A **szabványokkal** kapcsolatban a hatóság feltételezése az volt, hogy Google a mobilpiacok működéséhez és az interoperabilitáshoz nélkülözhetetlen szabványokat (SEP), amelyek a táblagép, okostelefon, a játékok és az OS működéséhez szükségesek, a FRAND szabályokba<sup>141</sup> ütközően értékesítette, és a rendszeres, SEP-el kapcsolatban indított pereit – vagy perindításra vonatkozó fenyegetéseit – a hozzáférés megtagadása érdekében, versenykorlátozó jelleggel indította. Az ilyen perek a versenyző technológiák késedelmes bevezetéséhez és magasabb fogyasztói árakhoz vezethetnek, különösen, amennyiben a SEP-eket használó vállalkozások hajlandóak a FRAND-hez képest magasabb ára fizetni a szabványokért, és amely árat a fogyasztókra hárítanak tovább.

Az ügy nem részletezte a Google piaci erejét, de későbbi dokumentumokból kiderül, hogy a *comScore* által 65%-on jegyzett részesedés az internetes keresőprogramok piacán jelentősen alábecsülte a Google valós piaci részesedését (69-84%).<sup>142</sup>

Az amerikai versenyhatóság által 19 hónap alatt végzett vizsgálat 2013-ban, a Google által felajánlott kötelezettség-vállalások elfogadásával ért véget.<sup>143</sup> Ezekben Google vállalta, hogy a szabványok vonatkozásában nem indít eljárásokat a FRAND-alapon tárgyalni kívánó harmadik felekkel szemben<sup>144</sup>; hátrányos helyzetbe hozás mellőzésével lehetővé teszi a harmadik feleknek, hogy a weboldalukat más keresőprogramokból is elérhetővé tegyék, illetve kényszer nélkül meg tudjanak jelenni organikus találatként a Google keresőben (és nem csak a Google által preferált weboldalakon, azaz a Google vertikálisan integrált speciális kereső-összehasonlító oldalain);<sup>145</sup> illetve, az AdWords-öt használókra vonatkozó API-

<sup>141</sup> „Fair, reasonable and non-discriminatory” – “Ésszerű, méltányos, és megkülönböztetés-mentes”.

<sup>142</sup> Lásd, kiszivárogtatott FTC-jelentés. In: „Inside the U.S. Antitrust Probe of Google”, The Wall Street Journal, March 19, 2015. <http://www.wsj.com/articles/inside-the-u-s-antitrust-probe-of-google-1426793274>

<sup>143</sup> “Google Agrees to Change Its Business Practices to Resolve FTC Competition Concerns In the Markets for Devices Like Smart Phones, Games and Tablets, and in Online Search”, January 3, 2013. <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2013/01/google-agrees-change-its-business-practices-resolve-ftc>

<sup>144</sup> <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/cases/2013/01/130103googlemotorolaagree.pdf>

<sup>145</sup> A Google kötelezettségvállalása (27 December, 2012): [https://www.ftc.gov/system/files/documents/closing\\_letters/google-inc./130103googleletterchairmanleibowitz.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/closing_letters/google-inc./130103googleletterchairmanleibowitz.pdf)

szabályzatból kitörli a hirdetőik és harmadik felek közötti együttműködésre vonatkozó korlátozásokat.

Az FTC a vállalatok fényében nem látta igazoltnak a fogyasztókat érintő károkat, így nem indította el a hivatalos eljárást. A Google természetesen ezt úgy értelmezte, hogy az FTC arra a megállapításra jutott, hogy Google magatartása a fogyasztókat előnyösebb helyzetbe hozza, és az innovációt segíti.<sup>146</sup> Az FTC-megállapodást követően a Google más, bírósági fórumokon is győztesen került ki a keresőprogramjával kapcsolatos magánjogi perekből.<sup>147</sup>

Az ügy jelentősége és az eljáráshoz kapcsolható hatósági lépések számos kritikai megszólalás tárgyát képezték.<sup>148</sup> 2015 márciusában kiderült, hogy az FTC Versenytanácsaként működő *Bizottsága* az eljárásban részt vevő alkalmazottai határozott véleménye ellenére<sup>149</sup> nem indított eljárást a Google ellen.<sup>150</sup> Különösen annak fényében fontos ez a megállapítás, hogy az EU-ban a Google-lel kapcsolatos eljárás folyamatban van.<sup>151</sup>

#### 4.1.4. Az Apple e-könyv- ügye

A 2012 áprilisában, a New York állam déli kerületi bírósága előtt indított ügyben az Apple-nek és öt könyvkiadónak a Sherman Act 1. cikke szerinti kartellgyanúval kapcsolatosan kellett bíróság elé járulni.<sup>152</sup>

##### *Az ügy háttere*

Az e-könyvek piaca az Egyesült Államokban jóval fejlettebb, mint Európában. Míg az USA-ban 2012-ben az e-könyvek a keresettel érintett időszakban a teljes könyvkereskedés 22%-át tették ki, addig pl. az Egyesült Királyságban ez csak 12% volt.<sup>153</sup> A Global eBook jelentés<sup>154</sup> szerint az e-könyvek piaca minden országban

<sup>146</sup> „The Federal Commission closes its antitrust review”, January 3, 2013. <http://googlepublicpolicy.blogspot.be/2013/01/the-federal-trade-commission-closes-its.html>

<sup>147</sup> Pl., Google Inc. v. myTriggers.com Inc. et al, no. 09CVH10-14836 (ohio-i bírósági döntés).

<sup>148</sup> Lásd, többek között: Edlin and Harris (2012); M.A. Carrier, *Only „Scraping” the Surface: The Copyright Hole int he FTC’s Google Settlement*. 46 UBC Law Review (2013), [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2391318](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2391318); W.E. Kovacic, *From Microsoft to Google: Intellectual Property, Hhigh Technology, and the Reorientation of U.S. Competition Policy and Practice*. Fordham Intell. Prop. Media & Ent. LJ, 2012, 645-654. o.; „Why Google’s Antitrust problems are far from Over”, March 31, 2015, Knowledge @ Wharton, <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/why-googles-antitrust-problems-are-far-from-over/>;

<sup>149</sup> Az eljárás mellett a hatóság Versenyügyi irodája (Bureau of Competition) érvelt. A Közgazdasági iroda (Bureau of Economics) nem támogatta az eljárás megindítását. „Inside the U.S. Antitrust Probe of Google”, The Wall Street Journal, March 19, 2015. <http://www.wsj.com/articles/inside-the-u-s-antitrust-probe-of-google-1426793274>

<sup>150</sup> Ibid.

<sup>151</sup> Case 39740. „Google Search”; lásd: „Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Google on comparison shopping service”, 15 April 2015, IP/15/4781

<sup>152</sup> United States v. Apple, Inc., 952 F. Supp. 2d 638 (S.D.N.Y. 2013) [az *alapkeresef*]. Az ügyet négy, hasonló tartalommal bíró ügygel egyszerre, 2012. április 11-én juttatták el az említett bírósághoz. Ezek az ügyek: State of Texas, et al. v. Hachette Book Group, Inc., et al., 12 Civ. 6625 (DLC) [parens patrie keresetek]; In re: Electronic Books Antitrust Litigation, 11 MD 2296 (DLC); [privát csoportper az Apple ellen, ugyanebben a tárgyban].

<sup>153</sup> F. Benhamou, *Fair use and fair competition for digitized cultural goods: the case of eBooks*. J Cult Econ (2015) 39:123–131. 124. o.

növekszik [a brit piacra a 2012-es évben 25%-ot jelzett], a piacok 50-60%-át az Amazon és az Apple uralják, jelentős Amazon fölényvel.<sup>155</sup> Az ügy szempontjából fontos időszakban, azaz az iPad bevezetést megelőzően, az elektronikus könyvek (eBooks, e-könyvek) piacán az USA-ban 2010-ig az Amazonnak 90%-os részesedése volt.

A tárgyalt piacok működése modellje alapvetően két fajta együttműködés mellett lehetséges: a nyílt hozzáférést alkalmazó modell (Google Books) és a fogyasztókat lekötő modell (Amazon, Apple) alkalmazásával.<sup>156</sup> A fogyasztókat lekötő modell működhet nagykereskedelmi értékesítési modell vagy a képviseleti modell alapon. Utóbbit a kiadók sokkal jobban tudják – a viszonteladói áron keresztül – ellenőrizni, hiszen az értékesítési platform százalékot kap az eladott könyvek után és a könyvek árát a kiadók alakítják, míg az első esetben az árat a platform határozza meg és a könyveket nagykereskedelmi áron szerzi be a kiadóktól.

Az Apple 2010 áprilisában szeretne volna piacra dobni az *Apple iPad*-et, és azzal együtt az elektronikus könyvek vásárlására szolgáló alkalmazását, az *AppStore*-on keresztül elérhető *iBookstore*-t. A képviseleti modellen alapuló elektronikus könyvértékesítésben az Apple az alkalmazáson keresztül történő értékesítést választotta – az *iBookstore*-on való vásárlást követően a könyv árának 30%-a marad Apple-nél, a többi a kiadókat illeti. Az *iBookstore*-ra való bekerülés feltétele volt az Apple-nek a legkedvezőbb elbírálás alá esése [*most favored nation clause*]<sup>157</sup>, amely szerint az Apple platformján értékesített könyvekre a kiadók a legalacsonyabb viszonteladási árat alkalmazzák. Cserébe az Apple vállalta, hogy a platformon megjelenő könyvek nem kizárólagosan nála jelennek meg.

Az igazságügy-minisztérium (DoJ) gyanúja szerint Apple és a könyvkiadók összejátszottak annak érdekében, hogy Apple platformján megjelenő e-könyvek kiskereskedelmi árát emeljék. Ez a fogyasztóknak kárt okozott és egyben korlátozta az e-könyvkiadók szabad versenyzési jogát.<sup>158</sup> A DoJ és 33 állam által párhuzamosan benyújtott kereset későbbi szakaszában alperesként azonban már

<sup>154</sup> Rüdiger Wischenbart Consulting, *Global eBook. A report on market trends and developments*. Update Spring 2014. [http://www.wischenbart.com/upload/123400000358\\_04042014\\_final.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/123400000358_04042014_final.pdf)

<sup>155</sup> *Ibid.*, 21. és 33. o.

<sup>156</sup> Benhamou (2015), 124. o. A piacok működésével kapcsolatban, lásd, többek között: J.B. Thompson, *Merchants of culture*. Cambridge: Penguin, 2012; J. Merkovski, *Burning the page. The e-book revolution and the future of reading*. NY: Sourcebooks, 2013.

<sup>157</sup> A nemzetközi magánjogból vett kifejezés szerint a Világkereskedelmi Szervezet tagjai vállalják, hogy egymással szemben a MNO elve alapján kereskednek, különbséget nem tesznek a kereskedelmi partnerek között. In: GATT-egyezmény, 1. cikk; GATS-egyezmény, 2. cikk; TRIPS-egyezmény, 4. cikk.

<sup>158</sup> A kereseti kérelmek tényekre vonatkozó része megegyezett, az államok által benyújtott kereset azonban tartalmazott speciális kereseti kérelmet a fogyasztókkal szembeni magánjogi kár megtérítésére vonatkozóan is (az államok a köz érdekét képviselő ügyvédként jártak el).

csak az Apple szerepelt, a korábban eljárás alá vont kiadóknak<sup>159</sup> peren kívüli egyezséget kötöttek.<sup>160</sup>

#### *Az elsőfokú döntés*

Az ügyben az első fokon eljáró bíróság 2013. július 10-én közölte álláspontját. A 160 oldalas véleményben az eljáró bíróság – az e-maileket, telefonhívásokat, vallomásokat figyelembe véve – szinte mindenben a felperesnek adott igazat.<sup>161</sup> A részletes véleményből kitűnik, hogy Apple és a kiadók egyezségének köszönhetően a könyvek kiskereskedelmi árversenye megszűnt és azok jóval drágábban kerültek piacra: a bíróság a horizontális és vertikális viszonteladási árrögzítést is megállapította. Ez pedig *per se* a Sherman Act 1. cikkébe ütköző magatartás megállapítását is eredményezte.<sup>162</sup>

Az Apple versenyjogba ütköző magatartásának és a kiadókkal kötött egyezésnek a kiadók képesek voltak a korábbi, Amazonon értékesített 9,99 dollártól magasabb áron értékesíteni a termékeiket.<sup>163</sup> Az azonnali áremelést a kiadók a *nagykereskedelmi értékesítési modellről a képviseleti modellre* való váltásnak köszönhetően tudták végrehajtani (a váltásra 2010 januárjában került sor).<sup>164</sup> Az alperes nem csak tudott a kiadók közötti együttműködésről, de annak tevékeny részese is volt.<sup>165</sup> Ebben a tekintetben a bíróság hangsúlyozta, hogy az alperes közreműködése és a kikényszerített képviseleti szerződése nélkül a kiadók nem tudták volna egyenként végrehajtani a régóta óhajtott áremeléseket, hiszen – a régi értékesítési modellben – az Amazon vagy a versenytársak azonnal tudtak volna profitálni az egyoldalú áremelésekből.<sup>166</sup> A kiadók annak ellenére végrehajtották az értékesítési modell-váltást, hogy a rövidtávú pénzügyi érdekeik ez ellen szóltak, és hogy joggal tarthattak az Amazon megtorló magatartásától.<sup>167</sup> A modellváltásnak és az áremelésnek, rövidtávon, alacsonyabb értékesítési példányszám lett az eredménye.<sup>168</sup>

A bíróság továbbá elrendelte az Apple versenyjogi megfelelés-képzését (*compliance monitoring*), valamint azt, hogy a vállalkozás megfelelési politikáját

<sup>159</sup> Hachette Book Group, Inc., HarperCollins Publishers, Macmillan Publishers, Penguin Group, Inc., and Simon & Schuster, Inc.

<sup>160</sup> Alapkereset, elsőfokú bíróság véleménye (elérhető: <http://www.justice.gov/file/486691/download>), 5. o.

<sup>161</sup> Alapkereset, elsőfokú bíróság véleménye, 119-120. o.

<sup>162</sup> Alapkereset, elsőfokú bíróság véleménye, 120. o. Lásd még: *Monsanto Co. v. Spray-Rite Service Corp.*, 465 U.S. 752 (1984).

<sup>163</sup> Ez volt a resale (retail) price maintenance, azaz a kiskereskedelmi (vizonteladási) ár kikötésére vonatkozó tényállás.

<sup>164</sup> Alapkereset, elsőfokú bíróság véleménye, 114. o.

<sup>165</sup> *Ibid.*, 113. o.

<sup>166</sup> A képviseleti szerződések, tekintettel a multi-partner konstrukcióra, közgazdaságilag ugyanolyan kockázatot és jutalmat jelentettek minden közreműködőnek. Lásd: *Ibid.*, 118-119. o.

<sup>167</sup> *Ibid.*, 120. o.

<sup>168</sup> *Ibid.*, 122. o.



külső, független szakértő rendszeresen kövesse.<sup>169</sup> Az elsőfokú bíróság döntése ellen az alperes fellebbezett. Az államok keresetével kapcsolatosan az Apple vitatta továbbá a kártérítés mértékét is. A bíróság végzését követő hónapokban az e-könyvek kiskereskedelmi ára több mint 30%-kal csökkent.<sup>170</sup>

#### A másodfokú döntés

A másodfokon eljáró szövetségi fellebbviteli bíróság 2015. június 30-án döntött az ügyben,<sup>171</sup> és 2-1 arányban jóváhagyta az elsőfokú bíróság döntését, különös tekintettel a versenyjogellenes magatartás (összejátszás a könyvkiadókkal) és az ideiglenes intézkedés (*injunction*) vonatkozásában.<sup>172</sup> A fellebbviteli bíróság szintén elutasította Apple „*it will set a dangerous precedent and will discourage businesses from entering other markets*” érvelését [„a felperesnek igazat adó végzés veszélyes esetjogot hoz létre, mert elbátortalanít minden új piacra belépni szándékozó vállalkozást”].

A bíróság elutasította továbbá az Apple azon érvelését is, amely szerint az e-könyvek piacán végbement technológiai innováció és időnkénti árcsökkenések a kiadókkal kötött szerződések következménye lett volna.<sup>173</sup> E tekintetben a fellebbező fél nem tudta bizonyítani, hogy az árrögzítésre szolgáló szerződések hogyan hatottak a többi – összejátszásban nem érintett – könyvkiadó magatartására. Hasonlóan, a bíróság elutasította az Apple azon érvelését is, amely szerint a hardverfejlesztések (t.i.: iPad) és a kapcsolódó szoftverek (iBookstore) kialakítása szükségszerűvé tette a tárgyalat együttműködések kialakítását.<sup>174</sup> Az Apple az iBookstore nélkül is piacra vitte volna az iPad-et, valamint más fejlesztők is ki tudtak volna alakítani ilyen alkalmazást az AppStore-ban.<sup>175</sup> Ez pedig az árrögzítés önmagában való jogellenessége mellett, a mérlegelés szerinti szabály (*rule of reason*) alapján is versenyjogba ütköző magatartást jelent.

#### Konklúzió

A bíróság az e-könyvek [amerikai] piacán egy olyan növekedési szakaszban lévő digitális piacot vizsgált, amelyre nagyban jellemzőek a tanulmány első felében bemutatott internet-alapú platform-jellegű szolgáltatásokat leíró közgazdasági és jogi tulajdonságok. A piac oligopolisztikus jellegű, mert kevés meghatározó szereplő van (Amazon, Apple, Google, Kobo) és a szolgáltatók árai egymáshoz kötve vannak, valamint a digitalizáció következtében a szellemi tulajdonjogok kérdése ütközik a Fair Play használatával (t.i.: a szellemi tulajdonjog alatt álló termékeket kivéve, a

<sup>169</sup> Ezt a bíróság az antitröszt ismeretek hiányosságával, az Apple együtt nem működő magatartásával, valamint a legmagasabb szinteken lévő tisztviselők bevonásának a súlyosságával indokolta.

<sup>170</sup> Lásd még, Baer (2014), 8. o.

<sup>171</sup> Case 13-3741-cv (L) *United States v. Apple, Inc.* United States Court of Appeals for the Second Circuit, Nos. 13-3741-cv, 13-3748-cv, 13-3783-cv, 13-3857-cv, 13-3864-cv, 13-3867-cv. [a Másodfokú végzés]

<sup>172</sup> Másodfokú végzés, 2. o. 19-27.

<sup>173</sup> Másodfokú végzés, 104. o. 8-16. A technológiai fejlesztések elsősorban az egyéb platformok megjelenése következtében és az így kialakult árverseny miatt jelentek meg.

<sup>174</sup> Apple itt az iTunes/iPod ügyben megítélt szoros hardver-szoftver kapcsolatra kívánt hivatkozni.

<sup>175</sup> Másodfokú végzés, 106. o. 2-7.

digitalizációért nem kell fizetni a digitalizáló vállalkozásnak). A kétoldalú platformokra jellemző közvetett és közvetlen hálózati externáliák itt is megtalálhatók: minél többen használják az e-könyveket, annál több készülék gyártója lesz érdekelt az alkalmazások és dedikált *reader*-ek gyártásában, valamint az olvasásra alkalmas készülékek számának a növekedése a digitalizációs hajlandóságot is növelni fogja, hiszen több platformon tud megjelenni ugyanaz a digitalizált példány.<sup>176</sup> Közvetve, a tömeg-hatás miatt, versenyhelyzetben ez alacsonyabb árhoz is vezet.<sup>177</sup>

A piac fejlődése több tényezőtől függ: egyrészt, a fogyasztók által birtokolt e-könyv olvasó készülékek minőségétől és fejlettségétől (táblagép, Apple Kindle, PC, okostelefonok); másrészt, a gördülékeny és élménygazdag olvasáshoz szükség van megfelelő átviteli sebességre (legalább a letöltés alatt); végül pedig a letöltött termékek tárolásához minél nagyobb tárolóhelyre van szükség.<sup>178</sup> Hatással van a piac fejlődésére az online fizetések elterjedése is, hiszen a könnyebb és biztonságosabb fizetési rendszer mellett nagyobb az internetes vásárlásra való hajlandóság is. Amennyiben az e-könyvek piacát az üzleti modelltől függetlenül egységes piacnak tekintjük (más kérdés, hogy földrajzilag hol húzzuk meg a határt)<sup>179</sup>, az oligopolisztikus piac egyes jellemzőivel szembesülünk. Amennyiben azonban az üzleti modellek mellett választjuk el a határt, inkább két, jelentős erőfölényben működő páci szereplővel számolhatunk. Természetesen, a piaci működés kereteire ez hatással lesz.<sup>180</sup>

#### 4.2. Az ügyekből levonható tanulságok

A fent elemzett ügyek részletes tanulmányozása után több, az amerikai versenyjogi keretrendszer digitális piacokra való alkalmazását leíró megállapítás is tehető:

1. Általánosságban megállapítható, hogy az egyesült államokbeli antitröszt jogalkalmazás az erőfölénnyel való visszaélést – vagy a monopolizáció kísérletét – nem szívesen vizsgálja. A Sherman Act 2. cikke alapján induló és bírósági szakaszt elérő eljárások a Clinton-kormányzatot követően eltűntek.<sup>181</sup> Ugyan a Google és a Microsoft ügyek is végződhetek volna az

<sup>176</sup> Ide tartozik még a katalógusok és az olvasók közötti összefüggés is, ahol szintén érezhetők hálózati hatások. Szintén fontos az e-könyvek és a hagyományos könyvek közötti árrés, mert a vásárlók legtöbbször diszkontáron szeretnek „a kézzel nem fogható” könyvekhez hozzájutni.

<sup>177</sup> F. Benhamou, *Fair use and fair competition for digitized cultural goods: the case of eBooks*. J Cult Econ (2015) 39:123–131. 124. o.

<sup>178</sup> Ibid.

<sup>179</sup> Úgy tűnik, hogy Európában erre a nemzeti határokon belül van lehetőség.

<sup>180</sup> Közvetlen nem érinti a piacok *működésének* versenyjogi elemzését, de versenyjogi jellegű az e-könyvkereskedőkre jellemző adózási verseny (lásd: Amazon és Apple állami támogatással kapcsolatos eljárásokat. „State aid: Commission investigates transfer pricing arrangements on corporate taxation of Amazon in Luxembourg”, 7 October 2014, IP/14/1105; „State aid: Commission investigates transfer pricing arrangements on corporate taxation of Apple (Ireland) Starbucks (Netherlands) and Fiat Finance and Trade (Luxembourg)”, 11 June 2014, IP/14/663.

<sup>181</sup> In: Kovacic (2013), 648-649. o. A szerző az elmaradt, monopolizációval kapcsolatos ügyekért elsősorban a nagyobb vállalkozások politikai befolyásolásának növekedését teszi felelőssé. A helyzet javítása érdekében érdekes lehet a Federal Trade Commission Act [Federal Trade Commission Act, 15 USC 45.] 5. cikkének [fogyasztók megtévesztése] keretbe helyezése: néhány esetben, különösen a nagyobb fogyasztói közösséget jelentő digitális piacokon fennállhat a lehetőség az FTC Act idézett cikke alapján induló eljárásokra. Több ügyben, az idézett FTC Act 5. cikke - amely szélesebb

említett cikk alapján jogsértést megállapító határozatban, a hatóság és a DoJ minden esetben az eljárás alá vont vállalkozással való megállapodást választotta.<sup>182</sup> E tekintetben az Apple Music-ügye hozhat változást.

2. Úgy tűnik, hogy – szemben az általánosan elterjedt és gyakran hangoztatott védekezéssel, miszerint a digitális piacok vizsgálata több időt igényel – nem lehetetlen, hogy a technikai szempontból összetett ügyeket is ésszerű időn belül tárgyalja le a hatóság. A Microsoft ügy elsőfokú eljárása, a Google Search FTC előtti vizsgálata egyaránt példaként szolgálnak.
3. A digitális, sokrétű IP-tartalmú és technikai piacokat érintő ügyek kapcsán az FTC és a DoJ tanácsadó/ismeretterjesztő-tevékenysége az elmúlt években felerősödött.<sup>183</sup> Ez együtt járt a fentebb említett, monopolizációval kapcsolatos jogérvényesítési tevékenység háttérbe szorulásával.<sup>184</sup>
4. A vizsgált ügyek jelentős része abból indul ki, hogy a hagyományos piacokhoz képest a digitalizáció következtében az információ (adat) átadása valamilyen elektronikus eszköz közreműködésével történik. Ez lehet a – technikai szempontból – „kvázi-digitális” adathordozó, a mobiltelefon, *handset*, táblagép és okostelefon, vagy egy teljesen digitális alapon működő platform. Utóbbiak közé tartoznak a népszerű közösségi gazdaság online platformjai, de a zeneszolgáltatások, a megosztó és közösségi oldalak, az online mozi/DVD-szolgáltatások is.<sup>185</sup>
5. A digitális piacokon a vállalkozások rendelkezésére álló lehetőségek, amelyek a piaci erő kihasználásához vezetnek, a hagyományos piacokhoz képest jóval szűkösebbek. Éppen ezért összejátszani, az erőfölényt a fogyasztók kárára kihasználni a vállalkozások nehezebben tudják.
6. Az Egyesült Államokban a digitális piacok mérete és határvonalai folyamatosan változnak. A szolgáltatások helyettesíthetősége nem állandó, a technológiai változások miatt a piacmeghatározás szűken értelmezhető. A nemzeti, regionális piacok egy technológiai és fogyasztói trendváltásnak

---

vizsgálati területet kínál a jogalkalmazónak – volt az eljárás alá vonttal kapcsolatos megállapodás alapja (Intel, Google Search, Google/Bosch SEP-keresetek). Kovacic jegyzi meg, hogy a bíróságok a hatvanas évek óta nem fogadtak be olyan ügyeket, ahol az eljárás alapja kizárólag az FTC Act 5. cikke lett volna, tehát a „könnyebb út” nem feltétlenül gördülékenyebb, ugyanakkor az alperesekre együttműködési kényszerhatása biztosan van. In: Kovacic (2013), 650. o.

<sup>182</sup> Valószínűleg közrejátszott ebben az is, hogy a Legfelsőbb Bíróság „Trinko”-ügyben hozott határozata elbizonytalanította a hatóságot. In: Verizon Commc'ns, Inc. v. Law Offices of Curtis V. Trinko, L.L.P., 540 U.S. 398 (2004).

<sup>183</sup> Kovacic (2013), 651-652. o.

<sup>184</sup> Pl.: „Competition Policy in the New High-Tech, Global Marketplace”, FTC Report, May 1996. [https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/anticipating-21st-century-competition-policy-new-high-tech-global-marketplace/gc\\_v1.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/anticipating-21st-century-competition-policy-new-high-tech-global-marketplace/gc_v1.pdf); „Competition and IP Law and Policy in the Knowledge-Based Economy Hearings”, February 2, 2002. <https://www.ftc.gov/news-events/events-calendar/2002/02/competition-ip-law-policy-knowledge-based-economy-hearings>; „To Promote Innovation: The Proper Balance of Competition and Patent Law and Policy”, FTC Report, October 2003. <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/promote-innovation-proper-balance-competition-and-patent-law-and-policy/innovationrpt.pdf>

<sup>185</sup> A lista nem kimerítő jellegű.

köszönhetően rövid időn belül globális méretűvé válhatnak.<sup>186</sup> Ennek oka az interneten azonosítható alacsony – vagy nulla – szállítási költségek és az információ terjedésének sebessége, valamint az ahhoz kapcsolható minimális tranzakciós költségek.<sup>187</sup>

7. A digitális piacokon megjelenő termékek és szolgáltatások általában magas állandó és jóval alacsonyabb változó költségek mellett kezdik el működésüket.<sup>188</sup> Így arra nincs lehetőség, hogy a működő piacra jellemző határkölség áron való értékesítéshez közel vagy azzal megegyező áron értékesítsék a terméküket. Hagyományos piacokon a tartós határkölség fölötti értékesítés, amely nyereségben realizálódik, piaci erőnek a jele.<sup>189</sup> A tartós – és a vállalkozás csődbe jutását nem előidéző – határkölség alatti értékesítés pedig az erőfölénnyel való visszaélés egyik jele. Bonyolítja a helyzetet, hogy a digitálisan aktív vállalkozások gyakran olyan platformot üzemeltetnek, ahol az egyik oldalon rendszerint nullaárú szolgáltatás/termék jelenik meg.
8. Abban az esetben van lehetőség a nullaárú stratégiaétól eltérni, ha a szolgáltatásnak van olyan tulajdonsága, amely azt egyedivé teszi, azaz a platform specifikus. Ez azonban, amennyiben a platformot használók mennyisége elér egy kritikus tömeget, előidézheti a kényszerkötődést, ami magas K+F+I-vel és magas indulókölséggel rendelkező piacokon a lehetséges piacra lépők kedvét csökkentheti.
9. A magas induló- és alacsony járulékos költséggel rendelkező piacokon, amennyiben kevés szereplő van (vagy kevés, de meghatározó piaci szereplő azonosítható), megnő az összejátszás veszélye. Ennek következménye árrögztítés vagy piacfelosztás lehet.<sup>190</sup> Ez számos negatív hatással járhat, hiszen az együttműködő vállalkozások valószínűleg nem „kicsit” emelnek az árakon, hanem a lehető legnagyobb mértékben, ami jelentős holtteher-veszteséghez és következésképpen csökkenő társadalmi jóléthez vezet.
10. Egy szerző megjegyzi, hogy az USA-ban is tetten érhető az eljárás alá vont vállalkozások érdekérvényesítési tevékenységének a felerősödése.<sup>191</sup>

<sup>186</sup> Pl., a hagyományos és elektronikus könyvkereskedelem piacmeghatározása lényegesen különbözik, hiszen az utóbbi elérésének egyetlen előfeltétele a szélessávú hozzáférés és a világ bármely pontján hozzá lehet férni a piachoz (más kérdés, hogy a tényleges vásárlás még az EU-ban sem akadálytalan, annak ellenére, hogy az egy regionális gazdasági integráció).

<sup>187</sup> Ezzel kapcsolatban jegyzi meg Hovenkamp, hogy annak ellenére, hogy a többcsatornás elérés azonos piacokra utal, hiba lenne azt gondolni, hogy minden esetben, minden piacméret tekintetében az on- és offline piacokon jelenlévő vállalkozások versenytársak is egyben. In: Hovenkamp (2015), 6. o. Megjegyzendő hogy a szerző a nyolcvanas évekbeli kábeltársaságokkal kapcsolatos ügyekre utal. 30 évvel ezelőtt a digitális környezet jelentősen különbözött a maitól, az információ terjedése – és a hozzáférhető tranzakciós költségek is ezáltal – jóval lassúbb volt.

<sup>188</sup> A szoftverek fejlesztési és piacra viteli ára jellemzően magas, míg az értékesítési és disztribúciós költségek alacsonyak.

<sup>189</sup> P.E. Areeda and D.F. Turner, *Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act*. Harvard Law Review. 88: 697-733., 700. o.

<sup>190</sup> Hovenkamp (2015), 10. o.

<sup>191</sup> Kovacic (2013), 653. o.

Egy kiélezettebb PR és jogi harcban, ahogy ezt Apple, Google és Facebook is felismerte, a jogérvényesítőnek sokkal nehezebb biztossá tenni az ügyet. Az Apple e-könyveket érintő, másodfokon is elveszített ügye ugyanakkor némi reményt adhat – még akkor is, ha az nem feltétlenül a monopolizációra törekvés [Sherman Act, 2. cikk] alatt kerül elbírálásra [hanem Sherman Act, 1. cikk alapján – kartell].

11. A tárgyalt piacokon a megoldás gyakran a versenyjog által közvetetten érintett területek ágazati reformjával képzelhető el.<sup>192</sup> a szellemi tulajdonjogokkal, technikai szabályozással és szabványokkal kapcsolatos „ismeretterjesztő” jogalkalmazói tevékenység élénkülése és a közvetlen jogérvényesítése elmaradása ezt üzenik.<sup>193</sup>
12. A digitális piacokon a piaci erő meglétét a vállalkozások cselekedetéből is le lehet vezetni. Amennyiben létezik „védeni érdemes” haszonráta (*defensive leveraging*), vagy az innováció hiánya a felvásárlással megcélzott vállalkozás által kiküszöbölhető (*pre-emptive merger*), a hagyományos piacokon használt ár-termék kapcsolatának félrevezető információja hiányában is lehet arra a következtetésre jutni, hogy a vállalkozás adott piacon erőfölényben van.<sup>194</sup>

Összegzőképpen, az USA szövetségi és tagállami jogrendszereket átfogó versenyjogi keretrendszere – és a régebbre visszanyúló antitröszt joggyakorlat – elviekben több lehetőséget adnak a szabályokat megszegő vállalkozások térdre kényszerítésére. A magánjogi jogérvényesítés fejlettsége és a csoportperekben szerzett gyakorlatok, valamint azok színvonala, szintén a jogsértő vállalkozás szigorúbb elbírálásának a valószínűsítése felé mutatnak. A jogsértés megállapításához megkövetelt fogyasztói érdeksérelem tényleges bekövetkezése, és a versenytársak elszenvedett sérelmére keveset adó joggyakorlat valójában nehezebbé teszi az erőfölénnyel visszaélés megállapítását. Különösen, a dinamikus, fogyasztói választásoktól irányított digitális piacokon.

<sup>192</sup> Lásd még: Kovacic (2013), 652. o.

<sup>193</sup> Üzenheti még azt is, természetesen, hogy a jogalkalmazónak hiányos ismeretei vannak a piacról és a tökéletlen ügyek bíróságok előtti pereskedésébe fél belekezdni.

<sup>194</sup> FTC v. Actavis, Inc., 133 S.Ct. 2223, 2236 (2013). Lásd még: 2B P.E. Areeda & H. Hovenkamp, *Antitrust Law*, 4th ed., 2014. 520. o.

## 5. Az Európai Unió gyakorlata

Az Európai Bizottság Versenypolitikai Főigazgatósága, „*DG Competition* vagy *DG COMP*”, több olyan ügyet is vizsgált az elmúlt 15 évben, amely a gyorsan változó IT-, digitális piac-, és digitális technológiákhoz volt köthető.<sup>195</sup> Az ügyek nagy része jelentős média- és akadémiai visszhangot is kapott.<sup>196</sup> Jelen tanulmány az említett ügyekből az internet alapú szolgáltatásokat érintő esetekre fordít nagyobb figyelmet.

### 5.1. A Microsoft együttműködhetőséggel kapcsolatos ügye

Az 1998-ban indult ügyben a Bizottság a később eljárás alá vont versenytársai bejelentése alapján kezdte vizsgálni a Microsoft magatartását, különösen a Windows

<sup>195</sup> Az ügyeket általában a Versenyügyi Főigazgatóság C3-osztálya vizsgálta. A tanulmány szerzője ennek az osztálynak volt munkatársa 2006-2007-ben. Az itt közöltek – a titoktartási kötelezettség elavulása ellenére – csak olyan ismereteket tartalmaznak, amelyek mindenki számára elérhetőek. Az Európai Bizottság által vizsgált, fontosabb antitröszt ügyek: Microsoft I (Case COMP/C-3/37.792 Microsoft) [interoperabilitás, WMP]; Microsoft II (Case AT.39530.) [Internet Explorer, árukapcsolás]; Intel (Case AT.37990) [x86 CPU-kal kapcsolatos, AMD chipeket kiszorító piaci magatartás]; Rambus (Case AT.38636.) [szabványokkal kapcsolatos kötelezettségvállalások a DRAM chip-ek piacán]; Qualcomm/Texas Instruments (Case AT.39247) [SEP árazási technikák]; Google Search (AT.39740) [Google keresőprogramjával kapcsolatos erőfölénnyel való visszaélés]; Google Android platform („Antitrust: Commission opens formal investigation against Google in relation to Android mobile operating system.” Brussels, 15 April 2015. IP/15/4782.) [Az Android mobil operációs rendszer kapcsán tanúsított magatartása. A Google feltételezhetően versenyellenes megállapodásokat kötött, illetve visszaélt az intelligens mobil eszközökhöz kapcsolódó operációs rendszerek, alkalmazások és szolgáltatások terén meglévő esetleges piaci erőfölényével.]

<sup>196</sup> E.M. Fox, *Monopolization, Abuse of Dominance, and the Indeterminacy of Economics: The EU/U.S. Divide*. 2006 Utah L. Rev. 725 (2006); P. Larouche, *The European Microsoft Case at the Crossroads of Competition Policy and Innovation*. TILEC Discussion Paper No. 2008-021. <http://ssrn.com/abstract=1140165>; D. Geradin, *The Decision of the Commission of 13 May 2009 in the Intel case: Where is the Foreclosure and Consumer Harm?* Journal of European Competition Law & Practice (2010) 1 (2): 112-122; S.M. Besen and R. J. Levinson, *Economic Remedies for Anticompetitive Hold-up: The Rambus Cases*. The Antitrust Bulletin, Vol. 56, No. 3, September 2011: 583-608; S. Rab et al., *Commitments in EU Competition Cases – Article 9 of Regulation 1/2003, its application and the challenges ahead*. Journal of European Competition Law & Practice (2010) 1 (3): 171-188.

ClientPC operációs rendszer (Windows)<sup>197</sup> és a Windows Media Player-ek (WMP) árukapcsolását, valamint a munkacsoport szervereket érintő operációs rendszerek együttműködhetőségét érintően. A Bizottság azt feltételezte, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a Windows ClientPC (WCPC) operációs rendszerek megvásárlását a WMP-k egyidejű megvételétől tette függővé, illetve, ezzel párhuzamosan megtagadta a WCPC-hez kapcsolódó alkalmazások fejlesztéséhez és az összekapcsoláshoz szükséges kódok versenytársak felé való kiadását (azaz visszatartotta a futó alkalmazások közötti kommunikációhoz szükséges ún. interfész protokollok azon információit, amelyeknek ismerete elengedhetetlen ahhoz, hogy más szoftvergyártók programjai együtt tudjanak működni a Windows operációs rendszerrel). Az ügyben a Bizottság, 2001-es kifogásközlését követve, 2004 áprilisában fogadta el az elmarasztaló határozatát. Ebben megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a fenti magatartások tanúsításával megsértette az EUMSZ 102. cikket.<sup>198</sup> Tekintettel arra, hogy az ügy vonatkozásában számos cikk és vélemény látott napvilágot, illetve a GVH-ban belső anyag is készült, itt részletesen nem elemzem.<sup>199</sup> A tanulmány szempontjából azonban – az elemzett hálózati hatásokon, valamint a szoftverpiacokat platformként értékelő elemeken túl – érdekes a kiszabott kötelezettségek elemzése.<sup>200</sup>

A félmilliárd eurós közigazgatási bírság mellett, a Bizottság kötelezte a Microsoftot, hogy 120 napon belül megkülönböztetés-mentesen tegye hozzáférhetővé a kliens- és a kiszolgáló szerverek közötti kommunikációs protokollok specifikációit minden olyan vállalkozás részére, amely a munkacsoportszerverekhez való operációs rendszereket kíván fejleszteni és forgalmazni (ez volt az ún. kényszerengedély).<sup>201</sup> A hozzáférést rendszeresen és időben (*timely manner*) kellett a kérelmezőknek biztosítani.<sup>202</sup> Ezt kiegészítendő, a hozzáférést biztosító protokoll működéséről a vállalkozások véleményt mondhattak a Microsoftnak, amelyet utóbbinak figyelembe kellett venni, és a hozzáférés biztosítását ennek megfelelően kellett alakítani. Továbbá, Microsoftnak 60 napon belül el kellett küldeni a Bizottságnak a fenti

<sup>197</sup> Olyan szoftver, amely a számítógép működést alapvetően szabályozza. Megkülönböztethetünk Intel-kompatibilis és nem Intel-kompatibilis számítógépeket (utóbbira példa az Apple Macintosh rendszere).

<sup>198</sup> Case COMP/C-3/37.792 Microsoft. A határozat teljes szövege elérhető: [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/37792/37792\\_4177\\_1.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/37792/37792_4177_1.pdf) [Microsoft-határozat]

<sup>199</sup> Lenk Zsuzsanna, *Az európai Microsoft-ügyben folytatott alapeljárás az és Elsőfokú Bíróság ítéletének összefoglalója.* [http://www.gvh.hu/data/cms1024165/gvh\\_vkk\\_rendezyeny\\_beszalgetesek\\_delidoben\\_Microsoft\\_Lenk\\_osszefoglalo.pdf](http://www.gvh.hu/data/cms1024165/gvh_vkk_rendezyeny_beszalgetesek_delidoben_Microsoft_Lenk_osszefoglalo.pdf)

<sup>200</sup> A Bizottság már ebben a döntésben is felismerte, hogy a szoftverpiacok olyan platformok, amelyeken a hálózati hatás többszörösen is érvényesül: adott szoftverprogramok akkor futnak a PC-n, amennyiben kompatibilisek az operációs rendszerrel. Az operációs rendszer pedig akkor értékes a felhasználó számára, ha sok alkalmazást tud futtatni. A termék és kiegészítő termékek közötti kölcsönös húzó hatás erős, hiszen minél többen fejlesztenek egy operációs rendszerre, annál nagyobb a fogyasztói igény rá (minél nagyobb a fogyasztói igény, annál többen fejlesztenek rá). Az összekapcsoláshoz azonban szükség van a szoftver forráskódjára, hiszen a kompatibilitást csak így lehet biztosítani.

<sup>201</sup> Microsoft-határozat, 5.a cikk.

<sup>202</sup> Microsoft-határozat, 5.b cikk.

kötelezettségek teljesítésére vonatkozó tervét, amit újabb hatvan napon belül életbe kellett léptetnie.<sup>203</sup>

Az árukapcsolás vonatkozásában a Bizottság arra kötelezte a Microsoftot, hogy 90 napon belül hozza forgalomba a Windows operációs rendszer WMP nélküli változatát.<sup>204</sup> Tekintettel az ügy súlyára és világszinten érzékelhető versenyhatásaira, a Microsoftnak olyan kiegészítő intézkedéseket is kellett javasolnia, amelyek lehetővé tették a fenti kötelezettségek hatékony felügyeletét (pl. ellenőrző ügygondnok kinevezése).<sup>205</sup>

Míg a médialejátszó és a Windows PC összekapcsolása az eljárást követően megszűnt, a forráskódokhoz való hozzáférés biztosításának elmaradása miatt a Bizottság később több ízben, ismételten megbüntette a Microsoftot.<sup>206</sup> Ugyan az operációs rendszerekhez való hozzáférésre vonatkozó kötelezettség végrehajtása megfelelt a kitűzött céloknak, és a fogyasztói jólét csökkenését, elméleti síkon, helyesen orvosolta, azzal, hogy az összekapcsolást megszüntette, a kívánt hatást nem érte el, ugyanis a médialejátszók piacára való bejutás nehézsége addigra már több vállalkozást visszatartott a piacralépéstől.<sup>207</sup> Egyes véleményvezérek szerint azonban az, hogy a kötelezettség implementálásának akár minimális hatása is volt a piacon, azt mutatja, hogy a vállalkozás visszaélt piaci erőfölényével.<sup>208</sup>

A Törvényszék 2007-ben, egyes, az ügy lényegét nem érintő rendelkezések megváltoztatásától eltekintve, a Bizottság határozatát megerősítette és Microsoft fellebbezését elutasította.<sup>209</sup> A nagyvállalat a döntést nem fellebbezte meg.

## 5.2. A Microsoft árukapcsolásos ügye

Az Európai Bizottság figyelme 2007-ben fordult ismét a Microsoft felé.<sup>210</sup> Ezúttal a hatóság fő problémája a személyi (ügyfél) számítógépeken (PC) futó operációs rendszerek és az Internet Explorer (IE) tiltott árukapcsolása volt.<sup>211</sup>

<sup>203</sup> Microsoft-határozat, 5.d és e cikkek.

<sup>204</sup> Microsoft-határozat, 6.a cikk.

<sup>205</sup> Microsoft-határozat, 7. cikk.

<sup>206</sup> Commission Decision of 10 November 2005 in Case No COMP/C-3/37.792 - Microsoft for failure to comply with its obligation to make Interoperability Information available to interested undertakings pursuant to Article 5(a) and (c) of Commission Decision C (2004) 900 final of 24 March 2004; Commission Decision 2008/C 138/07 in Case No COMP/C-3/37.792 – Microsoft, OJ C 138, 5.6.2008, p. 10 to 14, fixing the final amount of the daily penalty payment imposed on Microsoft Corporation by Decision C (2005) 4420 final and amending that Decision as regards the amount of the penalty imposed; Commission Decision 2009/C 166/08 in Case No COMP/C-3/37.792 – Microsoft, OJ C 166, 18.7.2009, p. 20 to 23, fixing the definitive amount of the periodic penalty payment imposed on Microsoft Corporation by Decision C(2005) 4420 final.

<sup>207</sup> A kiszabott kötelezettségekkel kapcsolatban, lásd: I. Ayres and B. Nalebuff, *Going Soft on Microsoft? The EU's Antitrust Case and Remedy*. The Economists' Voice, Vol. 2., Issue 2, Article 4, 2005. [http://www.law.yale.edu/documents/pdf/The\\_Economists\\_Voice.pdf](http://www.law.yale.edu/documents/pdf/The_Economists_Voice.pdf); C. Genakos et al., *The European Commission versus Microsoft: competition policy in high-tech industries*. CentrePiece Summer 2007. <http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/cp223.pdf>.

<sup>208</sup> Ayres and Nalebuff (2005), 9. o.

<sup>209</sup> Microsoft Corp. kontra az Európai Közösségek Bizottsága. T-201/04. sz. ügy. *European Court Reports 2005 II-01491*.

<sup>210</sup> A hivatkozott Microsoft-ügyek:



A PC-k operációs rendszerének a piacán a Windows operációs rendszer erőfölényben volt, az IE és a Windows pedig külön terméknek minősülnek. A Bizottság megállapította, hogy a Windows 7 piacra kerülése előtt, a számítógépgyártók és végfelhasználók műszakilag és jogilag nem tudták beszerezni a Windowst az Internet Explorer browser nélkül.<sup>212</sup> Továbbá, sem az eredetiberendezés-gyártók (OEM), sem a végfelhasználók számára nem volt műszakilag lehetséges, hogy az IE-t eltávolítsák a Windowsból. A Microsoft és az OEM-ek által kötött kereskedelmi megállapodások pedig megakadályozták utóbbiakat abban, hogy a Windowst Internet Explorer nélkül értékesítsék. Ennek következtében a böngészők közötti verseny lényegesen csökkent, hiszen a Windows-hoz való kapcsolás következtében az IE olyan forgalmazási előnyhöz jutott, amellyel – elsősorban Microsoft Windows-t érintő erőfölényes helyzete miatt – a többi böngésző nem vetekedhetett. A kialakult helyzetben a web- és szoftverfejlesztőket a Microsoft arra ösztönözte, hogy termékeiket az IE-hez optimalizálják.

Az eljárás alá vont vállalkozás a Bizottság 2009 januári kifogásközlésére válaszolva kötelezettségvállalásokat ajánlott, amelyeket a Bizottság végül elfogadott.<sup>213</sup> A Microsoft vállalta, hogy az operációs rendszerek elindulásakor megjelenik egy böngészőválasztó képernyő (*choice screen*), amelyről a felhasználó ki tudja választani a 12 legnépszerűbb web browser program közül azt, amelyiket használni és letölteni szeretné.<sup>214</sup> Továbbá, a Microsoft vállalta, hogy elérhetővé tesz a Windowsban egy olyan mechanizmust, amely az OEM-ek és a végfelhasználók számára lehetővé teszi, hogy be- és kikapcsolják az Internet Explorer-t. Ezen túl, az OEM-ek tetszőlegesen telepíthettek böngészőket és azokat alapböngészőként beállíthatták az általuk forgalmazott számítógépekre. A vállalásokról a Microsoftnak évente, 5 évig kellett a Bizottságot tájékoztatni.<sup>215</sup> A kötelezettségvállalások be nem

---

Commission Decision 2007/53/EC in Case No COMP/C-3/37.792 – Microsoft, OJ L 32, 6.2.2007, p. 23;

Commission Decision of 10 November 2005 in Case No COMP/C-3/37.792 - Microsoft for failure to comply with its obligation to make Interoperability Information available to interested undertakings pursuant to Article 5(a) and (c) of Commission Decision C (2004) 900 final of 24 March 2004;

Commission Decision 2008/C 138/07 in Case No COMP/C-3/37.792 – Microsoft, OJ C 138, 5.6.2008, p. 10 to 14, fixing the final amount of the daily penalty payment imposed on Microsoft Corporation by Decision C (2005) 4420 final and amending that Decision as regards the amount of the penalty imposed;

Commission Decision 2009/C 166/08 in Case No COMP/C-3/37.792 – Microsoft, OJ C 166, 18.7.2009, p. 20 to 23, fixing the definitive amount of the periodic penalty payment imposed on Microsoft Corporation by Decision C(2005) 4420 final.

<sup>211</sup> Case AT.39530.

<sup>212</sup> Az USA Microsoft-ügyéhez hasonló magatartás vizsgálata szembetűnő.

<sup>213</sup> A döntés összefoglalója a Hivatalos Lapban megjelent. HL C 36, 2010.2.13., 7. o.

<sup>214</sup> 11 és 13. par. Ibid.

<sup>215</sup> Az elfogadott kötelezettségvállalásokat többen kritizálták. Lásd, többek között: N. Economides, I. Lianos, *A critical appraisal of remedies in the E.U. Microsoft cases*. 2010 Colum. Bus. L. Rev. 346 (2010) [elsősorban a fogyasztói érdeksérelm és a vállalások helyénvalósága közötti fogalmi kapcsolat hiányát érintő kritika]; C. Shapiro, *Microsoft: A Remedial Failure*. 75 ANTITRUST L.J. 739 (2009) [kritika a nem megfelelő kötelezettségvállalás kiszabása miatt].

tartása miatt később a Microsofttal szemben újabb eljárás indult, amely eredményeként a Microsoftnak 561 millió bírságot kellett megfizetni a Bizottság felé.

Az ügygel kapcsolatosan megjegyzendő, hogy – előbb az ismételt eljárásban, majd az eljárást követő akadémiai kommentátorok között – újra előkerült az IT és digitális piacok általános versenyjogi problémája: a túl hosszadalmas eljárás és a piaci visszasságokat/fogyasztói érdeksérelmet nem hatékonyan orvosló kötelezettségek kapcsolata. A piacokon a technikai fejlettségi szint gyorsan változik, a vizsgálat alatt az eljárás alá vontnak bőven van arra ideje, hogy a saját céljai szerint alakítsa a magatartását, és, ad absurdum, elfogadjon egy olyan helyzetet, amikor a jogsértése már nem kérdőjelezhető meg, hiszen a bírságot még mindig „megéri” neki kifizetni.<sup>216</sup> Ezt támasztja alá továbbá, hogy a bírósági eljárás a technikai fejlesztési és az árversenyhez képest jelentősen költséghatékonyabb megoldás a versenytársak kiszorítására. A jogsértő magatartásának több földrajzi piacon való vizsgálata, amennyiben ilyenre egyáltalán sor kerül, fokozza az elrettentést, de a globális piacokon szereshető nyereséghez képest a lehetséges bírságok még így is eltörpülnek.<sup>217</sup>

### 5.3. A Google/DoubleClick összefonódás

A platform-alapon működő szolgáltatások témája és a kapcsolódó piacmeghatározás egy másik európai ügyben is előkerült, szintén a Google-lel kapcsolatban. Az óriásvállalkozás egyik összefonódása vonatkozásában az Európai Bizottság az internetes keresőprogramok és az online hirdetési piacok kapcsolatát vizsgálta.

2007. szeptember 21-én az Európai Bizottság bejelentést kapott egy Google Inc. által tervezett összefonódásról. A bejelentés szerint a vállalkozás részesedés vásárlása útján teljes irányítást tervezett szerezni a DoubleClick Inc. felett.<sup>218</sup> A bejelentés az üzleti tevékenységet a Google vonatkozásában az internetes keresőprogramok működtetésében, online hirdetési lehetőségek ajánlásában és üzemeltetésében (*AdSense*), internetalapú szoftverek és szolgáltatások készítésében és működtetésében (*Gmail*, *GMaps*, *Google Earth*, stb.), valamint digitális tartalomszolgáltatásban (YouTube csatornán) határozta meg; a DoubleClick esetében pedig az online hirdetési rendszerek üzemeltetésében és fejlesztésében. A Bizottság úgy ítélte meg, hogy mindkét vállalkozás tevékeny szereplője az online hirdetések piacának.<sup>219</sup> Az összefonódás a piaci viszonyokat jól tükrözve, a *Yahoo–Right Media* és a *Microsoft–aQuantitative* ügyekkel körülbelül egy időben történt. A Bizottság az összefonódást,<sup>220</sup> a fúziós rendelet 8 (1) pontja<sup>221</sup> szerint jóváhagyta, hasonlóan az FTC-hez.

<sup>216</sup> Bővebben: H. First, *Netscape is Dead: Remedy Lessons from the Microsoft Litigation*. 6 (N.Y.U. Law & Econ. Research Paper No. 08-49, 2008), <http://ssrn.com/abstract=1260803>.

<sup>217</sup> Economides and Lianos (2010), 417. o.

<sup>218</sup> COMP/M.4731 – Google/ DoubleClick

<sup>219</sup> Az összefonódást jóváhagyó határozat (Jóváhagyó határozat), 8. pont. [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4731\\_20080311\\_20682\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4731_20080311_20682_en.pdf)

<sup>220</sup> „Federal Trade Commission Closes Google/DoubleClick Investigation. Proposed Acquisition Unlikely to Substantially Lessen Competition”, December 20, 2007, <https://www.ftc.gov/news-events/press->

Az összefonódás által is érintett adatok kezelésével kapcsolatosan komoly vita alakult ki az Európai Parlamentben.<sup>222</sup> A vita epicentruma azonban nem az összefonódás versenyre kifejtett hatása, hanem annak a személyes adatok kezelését érintő jellege volt. Az akkoriban felszólaló képviselők többsége zavarónak tartotta, hogy egy digitális piacon jelenlévő óriásvállalkozás akkora mennyiségű személyes adattal rendelkezhet, mint amennyivel például a Google rendelkezik. Azt csak egy képviselő emelte ki, hogy a személyes adatok birtokolása jelenthet versenyelőnyt is, amennyiben az egy meghatározott kritikus mennyiséget elér.<sup>223</sup> Ez pedig erőfölényhez, és könnyen az azzal való visszaéléshez vezethet – akár egy időben a személyes adatok kezelésére vonatkozó szabályok megsértésével.

A Bizottság összefonódást engedélyező határozata több szempontból is érdekes.

Egyrészt, a Bizottság (és az FTC is) arra a következtetésre jutott, hogy bár az általános online hirdetési piacnak mindkét vállalkozás szereplője, az ügy szempontjából érdekes és versenyjogilag releváns piacmeghatározáskor a vállalkozások különböző piacok meghatározó szereplőivé válnak. A DoubleClick ugyanis nem értékesít hirdetési felületet (a Google igen), míg a Google nem értékesít hirdetéseket megjelenítő és elemző technológiát (a DoubleClick igen). Ez a megfigyelés figyelmen kívül hagyja azt, hogy a nem-horizontális összefonódás adatfelhalmozódás következtében olyan erőfölényes helyzetbe hozhatja a Google-t, amelyet csak a fogyasztókról összegyűjtött információkkal lehet támadni, valamint azt, hogy a Google saját fejlesztések következtében, könnyen beléphetett volna – és hatékonysági szempontból indokolt is lett volna – a kiszolgáló technikákat készítő vállalkozások piacára is. Ehelyett azonban felvásárolta az egyik legkomolyabb versenytársát (ez az ún. *preemptive merger*). A Google piaci helyzetének a támadhatósága, a nagy mennyiségű fogyasztói információ birtoklása miatt, azonban piacralépési akadálnak minősül a többi vállalkozás előtt, mert az adatmennyiség és a vonatkozó adatkezelési szabályok nem teszik lehetővé az olyan, rövid idő alatti adatfelhalmozást, amely hirdetési szempontból is értékes lehet.<sup>224</sup> Ezt az aggályt, azaz a lehetséges jövőbeli DoubleClick – Google versenyt a harmadik feleket

---

[releases/2007/12/federal-trade-commission-closes-googledoubleclick-investigation](https://www.federaltrade.com/releases/2007/12/federal-trade-commission-closes-googledoubleclick-investigation); F.T.C. File No. 071\_0170

<sup>221</sup> A Tanács 139/2004/EK rendelete (2004. január 20.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről (az EK összefonódás-ellenőrzési rendelete). HL L 024 , 29/01/2004 o. 0001 – 0022.

<sup>222</sup> Az Európai Parlament 2008. március 10. vitanapja, elérhető: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+CRE+20080310+ITEM-018+DOC+XML+V0//HU>

<sup>223</sup> Az ALDE képviselőcsoport nevében felszólaló holland képviselő, Sophie in 't Veld.

<sup>224</sup> Ezzel szemben felhozott ellenérv az, hogy pontosan az adatfelhalmozás következtében tud Google jobb szolgáltatásokat nyújtani, ami a fogyasztói jólétet emeli, illetve, az ideiglenes monopolhelyzet az, amely érdekében megéri befektetni, hiszen ezen idő alatt tudja a vállalkozás a magas kezdeti költségeit haszonra váltani. Lásd, pl., Statement of Thomas M. Lenard before the Subcommittee on Antitrust, Competition Policy and Consumer Rights, Committee on the Judiciary, United States Senate. September 27, 2007. <https://www.techpolicyinstitute.org/files/1.pdf>

kiszolgáltató szolgáltatások piacán az FTC egyik biztosa is felismerte különvéleményében.<sup>225</sup>

#### 5.4. A Google elleni eljárások

Az internetalapú szolgáltatások legnagyobb képviselőjének magatartásaival kapcsolatban az Európai Bizottság 2010-ben kezdett el vizsgálni.<sup>226</sup> A vizsgálatok több, a szoftveróriás feltételezett piaci működését elemezték: a keresőprogramban megjelenő találatok rangsorolásával és a vertikális keresőprogramok kezelésével kapcsolatos magatartás (*Quality Score ranking*), a hirdetőpartnerek szerződésben rögzített kizárólagosságának gyakorlatát, valamint az online hirdetési kampányok más oldalakra való átvitelével kapcsolatos körülményeket. A feltételezeten versenyjogba ütköző magatartások elemzése évekre elhúzódott. A Google több ízben ajánlott ugyan önkéntes kötelezettségvállalásokat,<sup>227</sup> amelyek közül a 2013 végén bemutatott vállalások ígéretesnek tűntek, de a Bizottság végül mégis úgy döntött, hogy azok nem képesek a piaci problémák hatékony orvoslására. A jelentős sajtónyilvánosság mellett folyó ügyben az Európai Parlament is véleményt nyilvánított: a ház 2014 novemberében elfogadott egy határozatot, amely a Google-höz hasonló vállalkozások jogi és funkcionális leválasztása mellett érvelt.<sup>228</sup>

##### 5.4.1. A Bizottság Google keresőprogrammal kapcsolatos kifogásközlése

A 2014 év végén hivatalba lépett új versenyügyi biztos, M. Vestager javaslatára a Bizottság 2015 áprilisában úgy döntött, hogy az eljárást folytatja és a vállalkozásnak kifogásközlést küld. Ebben a feltételezett jogsértések közül a Google keresőprogramjával kapcsolatban megfogalmazta versenyjogi aggályait, valamint egyben elindított egy újabb vizsgálatot a Google Android mobilplatformjával kapcsolatos piaci magatartásokat illetően. A Bizottság a kifogásközlésben azt feltételezi, hogy a Google versenyjogba ütközően élt vissza feltételezett erőfölényével az internetes keresők piacán, és tisztességtelen előnyhöz jut azáltal, hogy a saját ár-összehasonlító szolgáltatásait<sup>229</sup> (pl. *Google Shopping*) előnyösebb helyzetbe hozza, mint azt a keresési kritériumok alapján kellene, és ezáltal a hirdetési piacon több bevételhez jut, valamint visszaszorítja a hasonló oldalak (*Kayak, Amazon, Venere.com, Foursquare, stb.*) fejlődését. A kifogásközlésben foglaltak szerint a magatartást súlyosbítja, hogy a felhasználók nem minden esetben

<sup>225</sup> Dissenting Statement of Commissioner Pamela Jones Harbor, [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_statements/statement-matter-google/doubleclick/071220harbour\\_0.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/statement-matter-google/doubleclick/071220harbour_0.pdf).

<sup>226</sup> „Antitrust: Commission probes allegations of antitrust violations by Google”, Brussels, 30 November 2010, IP/10/1624. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-10-1624\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-10-1624_en.htm)

<sup>227</sup> Az ügyvel kapcsolatos eljárásbeli lépések elérhetők a Bizottság honlapján: [http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case\\_details.cfm?proc\\_code=1\\_39740](http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39740)

<sup>228</sup> „MEPs zero in on internet search companies and clouds”. 27.11.2014. <http://www.europarl.europa.eu/news/en/news-room/content/20141125IPR80501/html/MEPs-zero-in-on-internet-search-companies-and-clouds>

<sup>229</sup> Az ár-összehasonlító alkalmazások lehetővé teszik a vásárlók számára, hogy egyidejűleg több online platformon (internetes áruházban) keressenek egy kívánt termékre, és összehasonlíthassák a kereskedők árait.

vesznek tudomást arról, hogy nem a keresésüknek megfelelő legoptimálisabb eredményeket kapják, így a fogyasztói érdeksérelem nem közvetlenül érvényesül.<sup>230</sup>

Az eljárás egyben rávilágít az OTT szolgáltatások és a digitális piacok versenyjogi felügyeletének az egyik legszembetűnőbb kérdésére: az eljárás lezárásának határidejére. Tekintettel arra, hogy a versenyügyi eljárásoknak nincs jogilag kötelező határideje, a piacok a vizsgálat kezdete és a határozat megszületése között jelentős mértékben átalakulhatnak, s így a kiszabott kötelezettségek már nem biztos, hogy hatékonyan orvosolják a vizsgálódás elindulásakor felmerülő piaci problémákat.<sup>231</sup> A jelen esetben egyrészt nem biztos, hogy a keresési szokások változása és a piacra lépő vállalkozások magatartása 2015-ben is indokolja a piaci beavatkozást.<sup>232</sup> Másrészt, amennyiben indokolja, az eredeti piacsérülési teória (*theory of harm*) ugyanúgy megáll. Ez nem csak a versenytársak szempontjából kényes kérdés, de az eljáró versenyhatóságot is nehéz helyzetbe hozza. Az ugyanis, hogy a múltbeli versenyjogsértésért vállalni kell a következményeket, nem vitás, az azonban, hogy a fogyasztói érdeksérelemet a piacszerkezeten végbement változások fényében kell megítélni, enyhítheti az eljárás alá vont vállalkozás felelősségét. Ilyen esetben szükséges lehet az eljárási szabályok rugalmasabbá tétele annak érdekében, hogy a gyorsan változó piacokon a fogyasztók és a piacszerkezet védelmét hatékonyabban tudja ellátni az eljáró hatóság.

#### 5.4.2. A Google Android platformmal kapcsolatos bizottsági vizsgálat

A *Google Search*-cel kapcsolatos magatartások miatt kiküldött kifogásközléssel egy napon az Európai Bizottság egy másik Google szolgáltatás vonatkozásában is komolyabb vizsgálatokba kezdett:<sup>233</sup> a Google Android mobilplatformot érintő vizsgálat hivatalosan is elindult.

A nyílt forráskódú, azaz bárki által szabadon használható és fejleszthető mobil operációs rendszer, a Google Android, az okostelefonok és táblagépek többségén megtalálható. A gyártók az Androidot a Google saját alkalmazásaival és kiegészítő szolgáltatásával együtt alkalmazzák. A gyártók a Google-lal kötött megállapodás alapján szerzik meg a jogot arra, hogy az óriáscég alkalmazásait telepíthessék az

<sup>230</sup> A kifogásközlés következménye, hogy a tagállami versenyhatóságok Google ellen folyamatban lévő ügyeiben nem alkalmazhatják többé az EU-s versenyjogot, valamint a tagállami bíróságok nem hozhatnak olyan döntést folyamatban lévő versenyügyben, amely ellentétes lehet a Bizottság döntésével. (A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról. HL L 001 , 04/01/2003, 0001 – 0025. o., 11 (6) és 16 (1) cikkek)

<sup>231</sup> Lásd a Microsoft I és II ügyben tett megjegyzéseket, valamint az USA gyakorlatával kapcsolatos megfigyeléseket.

<sup>232</sup> Az üggyel kapcsolatosan egyelőre viszonylag kevés kommentátor fejtette ki a véleményét. Lásd, pl.: A. Renda, *Antitrust on the 'G string' What's behind the Commission's investigations of Google and Gazprom?* CEPS Policy Paper. 15 June 2015. [http://aei.pitt.edu/65085/1/150615\\_AR\\_Antitrust\\_Google\\_and\\_Gazprom\\_final.pdf](http://aei.pitt.edu/65085/1/150615_AR_Antitrust_Google_and_Gazprom_final.pdf); R. Nazzini, *Google and the (Ever-stretching) Boundaries of Article 102*. Journal of European Competition Law and Practice, (2015) 6 (5): 301-314. (Kiemelés a cikk szerzőjétől.)

<sup>233</sup> „Antitrust: Commission opens formal investigation against Google in relation to Android mobile operating system”, Brussels, 15 April 2015, IP/15/4782, [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-15-4782\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-4782_en.htm).

Android operációs rendszert futtató eszközeikre. A Bizottság előzetes feltevése szerint feltételezhető, hogy a Google az uniós versenyjogot megsértve hátráltatta a versenytárs mobil operációs rendszerek és alkalmazások fejlesztését, valamint azok piacra jutását.

Amennyiben a vélt jogsértések beigazolódnak – vagy azokat Google nem tudja objektíven kimenteni –, Google ezen magatartásával kapcsolatban is komoly bírságra számíthat, különösen úgy, hogy az Android operációs rendszerek piaci részesedése világszinten 2012 és 2015 között folyamatosan növekedett (az induláskori 60% helyett 2015 első negyedévében 78% volt).<sup>234</sup> Árnyalja az ügy kimenetelét, hogy az Android rendszer, az aktuális fogyasztói preferenciák szerint – és az iPhone 6 sorozat megjelenése következtében – veszített népszerűségéből, ami az Apple iOS feltámadását és egyben az Android OS piacvesztését jelzi.<sup>235</sup> A fogyasztói érdeksérelem megállapítása és a magatartás hatékonysága (azaz a hatásalapú elemzés), minden bizonnyal, nagyobb kihívás lesz.<sup>236</sup>

### 5.5. A Facebook/WhatsApp összefonódás

2014. augusztus 29-én az Európai Bizottság bejelentést kapott a Facebook, Inc. által tervezett összefonódásról, amely szerint a vállalkozás részesedés vásárlása útján teljes irányítást kívánt szerezni *WhatsApp, Inc.* felett.<sup>237</sup> A bejelentés az üzleti tevékenységet, a Facebook esetében közösségi hálózatépítési és üzenetküldési lehetőségeket, valamint fotó- és videómegosztó funkciókat kínáló weboldalak és mobilalkalmazások, továbbá online hirdetési felületek biztosításaként jellemezte; a WhatsApp esetében üzenetküldési funkciókat kínáló mobilalkalmazás biztosításaként. Az érintett piacot a Bizottság a fogyasztói kommunikációs szolgáltatásokban (*consumer communications services*) határozta meg. A Bizottság az összefonódást a fúziós rendelet 6 (1) (b) pontja<sup>238</sup> szerint jóváhagyta.<sup>239</sup>

A bejelentésben azonban több olyan elem is megjelent, amelyek alaposabb vizsgálata megváltoztathatta volna az engedélyezési eljárás kimenetelét.

*Egyrészt*, a Bizottság egyértelművé tette, hogy az összefonódás következtében esetlegesen kialakuló adatvédelmi kérdések (a Facebook nagyobb mennyiségű és

<sup>234</sup> IDC: Smartphone OS market share, Q1 2015. <http://www.idc.com/prodserv/smartphone-os-market-share.jsp> (Megjegyzés: az USA-ban az Android OS alapú készülékek piaci részesedése ettől kisebb. 2015. januárjában 53% volt. <http://www.comscore.com/Insights/Market-Rankings/comScore-Reports-January-2015-US-Smartphone-Subscriber-Market-Share>)

<sup>235</sup> Pl., „Apple converts many Android users to iOS with larger iPhone sin Europe and China”, Digital Trends, May 8, 2015. <http://www.digitaltrends.com/mobile/android-ios-market-share-europe-news/>

<sup>236</sup> A hatásalapú elemzésekkel kapcsolatosan lásd Csorba Gergely, *Milyen követelmények érvényesüljenek a versenyjogi ügyek közgazdasági értékelésekor, különösen bírósági felülvizsgálat esetén?* Verseny és Szabályozás, 2013, 15-30. o. <http://real.mtak.hu/17520/1/felulvizsgalat.pdf>

<sup>237</sup> HL C 297/13, 4.9.2014.

<sup>238</sup> A Tanács 139/2004/EK rendelete (2004. január 20.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről (az EK összefonódás-ellenőrzési rendelete). HL L 024 , 29/01/2004 o. 0001 – 0022. („[az összefonódás] *nem támaszt komoly kétségeket a közös piaccal való összeegyeztethetőségét illetően*”)

<sup>239</sup> A jóváhagyó határozata elérhető itt: [http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217\\_20141003\\_20310\\_3962132\\_EN.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf)

pontosabb adattal fog rendelkezni a felhasználókról) nem a versenyjogi eljárás hatáskörébe tartoznak.<sup>240</sup> Vélekedett így annak ellenére, hogy az adatok értékesítése, azaz a testre szabottabb hirdetésekől származó bevételek jelentősen erősítik Facebook OTT-szolgáltatók közötti helyzetét.<sup>241</sup>

Másrészt, mivel a tranzakció idejében az online hirdetési szolgáltatások piacán a WhatsApp nem volt jelen, a Bizottság úgy ítélte meg, hogy az összefonódásnak nincs negatívan értékelhető horizontális hatása.<sup>242</sup> Nem tekintette tehát az esetleges és jövőbeni üzleti modell változását komoly versenytorzító fenyegetésnek (azaz, nem vette figyelembe, hogy mi történt volna akkor, ha a felvásárolt vállalkozás is értékesíteni kezdett volna online hirdetéseket?<sup>243</sup>). A kérdést az eljáró hatóság alaposabban megvizsgálta és arra a következtetésre jutott, hogy annak ellenére, hogy Facebook piaci ereje az online hirdetések és az online kereső-hirdetések között jelentős,<sup>244</sup> az összefonódást követően is maradna elegendő alternatív online hirdetési platform, még abban az esetben is, ha a hirdetéseket a WhatsApp-on is lehetővé tennék. Ezt a piaci teszt során megkérdezettek is megerősítették. Ezt kiegészítendő, abban az esetben, ha Facebook megváltoztatná a WhatsApp-on való regisztráció folyamatát, és újabb adatokat kérne a felhasználóktól, az Interneten számos olyan platform maradna (*Apple, Amazon, eBay, Microsoft, AOL, Yahoo!, Twitter, IAC, LinkedIn, Adobe and Yelp*), amelynek az adatgyűjtése elegendő kényszerítő erőt fejtene ki a Facebookra az online hirdetések piacán. Az így megnövekedett adathalmaz – a Bizottság értékelése szerint – nem alkalmas arra, hogy az összefonódást követően erőfölénnyel visszaélésre ösztönözze Facebookot.<sup>245</sup>

Ezzel kapcsolatosan két kérdés merülhet fel. *Elsőként*, a piacmeghatározással kapcsolatban, a keresleti oldali helyettesíthetőség kérdése. Mint számos más digitális piacon, így ez itt sem irányadó. Annak ellenére, hogy a Facebook (jellemzően egy-több fél közötti kommunikáció)<sup>246</sup> és a WhatsApp (jellemzően egy-egy fél közötti kommunikáció)<sup>247</sup> érdemben különböző internetalapú szolgáltatások, ettől függetlenül jelenthetnek veszélyt egymásra, hiszen abban az esetben, ha a Facebook felhasználói szívesebben folytatnak egy-egy irányú kommunikációt, a korábban Facebook-on töltött idejüket máshol fogják eltölteni. Így a rájuk jellemző adatokat a Facebook elveszíti (az adatokat nem csak a regisztrációkor, hanem az oldalon eltöltött tevékenység elemzéséből is ki tudja nyerni a Facebook), amelynek következtében csökkeni fog a hirdetésekől származó bevétele (akkor is, ha a WhatsApp nem online hirdetési felület). A keresleti oldali helyettesíthetőség tehát

<sup>240</sup> Ibid., 164. pont.

<sup>241</sup> A Bizottság szerint ilyen veszély nem állt fenn, mivel a két platformon tárolt adatok minősége és mennyisége alapvetően különbözött. Lásd, *ibid.*, 166. pont.

<sup>242</sup> Ibid., 165. pont.

<sup>243</sup> Ennek ellentmondott WhatsApp üzleti filozófiája, lásd: <https://blog.whatsapp.com/245/Why-we-dont-sell-ads>

<sup>244</sup> Az EU-tagállamokban, az eljárás idején 20-70% között volt. Jóváhagyó határozat, 91. l. megjegyzet.

<sup>245</sup> Ibid., 184-189. pontok.

<sup>246</sup> Kivétel: Facebook Messenger.

<sup>247</sup> Kivétel: csoportos üzenetek küldése.

ilyen esetben hiányos piaci információval szolgálhat. *Másodsorban*, a nulla áras szolgáltatások (mint Facebook és WhatsApp<sup>248</sup>) egymásra fejthetnek ki versenyképesszert annak ellenére, hogy a verseny nem áralapú. A Bizottság ezt ugyan *expressis verbis* nem jelentette ki a határozatában, azt megjegyezte, hogy a fogyasztói kommunikációs szolgáltatásokat használók árérzékenysége magas.<sup>249</sup> A nullaáras szolgáltatás versenyképesszerének a felismerése ugyanakkor azt jelentené, hogy minden multi-termék platform (Google, Microsoft, Apple) a Facebook versenytársává válna az online hirdetések piacán. A versenyképesszer azonban, szemben a hagyományos kínálati és keresleti oldalt érintő elemzésekkel, az innovációból, az új üzleti modellekből jön, amelyek nem a meglévő piacokat és üzleti modelleket támadják.

Mint gyakran az összefonódásoknak, a WhatsApp–Facebook fúzióknak is az marad a következő években megítélendő kérdése, hogy a felvásárlás mire szolgál: arra, hogy a felvásárló még jobb, még testre szabottabb szolgáltatást nyújtson a felhasználóinak és ehhez a felvásárolt vállalkozásra van szüksége, vagy arra, hogy felvásároljon egy rá a jövőben esetlegesen fenyegetést jelentő vállalkozást? Utóbbi fogyasztói és társadalmi jólétre kifejtett hatása negatív, hiszen egy feltételezhetően tovább specializálódó, kifinomultabb vállalkozástól fosztja meg a piacot.<sup>250</sup>

#### 5.6. Az európai ügyekből levonható tanulságok

A bemutatott ügyek lefedik az EU-ban az erőfölénnyel való visszaéléssel kapcsolatos fontosabb IT és digitális piacokat érintő eseteket. Ezeken túl, megismerhettünk két összefonódást is, amelyek a digitális szolgáltatások piacmeghatározásában rejlő problémákra világítottak rá.<sup>251</sup> Érdeemes azonban megemlíteni, hogy a DG COMP digitális piacokat érintő tevékenysége a bemutatotthoz képest kiterjedtebb. A Bizottság például az Amazont két ügyben is eljárás alá vonta: egyrészt a vállalkozást érintő luxemburgi adókedvezmények feltételezett jogellenes állami támogatási jellege miatt,<sup>252</sup> másrészt az e-könyvek piacán kötött vertikális versenykorlátozó megállapodásokkal kapcsolatban.<sup>253</sup> A tanulmány lezárásakor az ügyekben még nem született elemzésre alkalmas bizottsági álláspont. Nem elképzelhetetlen, hogy a jelenlegi tempó mellett a tagállamokban is elkezdődnek a digitális piacokat érintő versenyügyek. Ezzel együtt, a fenti elemzésekből levonható néhány következtetés.

Az Európai Unió versenypolitikája és az azt alátámasztó versenyjogi keretrendszer az amerikai gyakorlathoz képest, a jogszabályokat kikényszerítő hatóságok számára,

<sup>248</sup> A WhatsApp szolgáltatás nem minden országban ingyenes: Olaszországban, Kanadában, USA-ban és Nagy-Britanniában egyszeri letöltési díja van (0.89 euró).

<sup>249</sup> Határozat, 90. pont.

<sup>250</sup> Lásd a *defensive leveraging* résznél kifejtetteket [2.2.1 fejezet].

<sup>251</sup> A tanulmány írásakor a Bizottság előtt folyamatban vannak más, a digitális piacokat érintő ügyek is, de ezek részletes bemutatása az ügyek jelen szakaszában felelősségteljesen még nem lehetséges.

<sup>252</sup> SA.38944. Alleged aid to Amazon – Luxembourg. [http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case\\_details.cfm?proc\\_code=3\\_SA\\_38944](http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=3_SA_38944)

<sup>253</sup> „Antitrust: Commission opens formal investigation into Amazon's e-book distribution arrangements”, Brussels, 11 June 2015, IP/15/5166. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-5166\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5166_en.htm)



hatékonyabb beavatkozást tesz lehetővé.<sup>254</sup> Ezért volt többek között arra is lehetőség, hogy a Microsoft és az Intel ügyekben kiszabott büntetések az amerikai hatóságok által kikényszerített megállapodások tartalmához képest hatékonyabbak legyenek, a piaci versenyen ért sérelmeket pontosabban orvosolják.<sup>255</sup>

Továbbá, Európában a versenyjogi jogérvényesítés hangsúlyozottan innovációközpontú.<sup>256</sup> A hosszú távú befektetések biztosítása a verseny függvénye, a piaci koncentráció és az összefonódás-ellenőrzés úgy tűnik, hogy a korábbi gyakorlathoz képest komolyabb korlátok között, csak abban az esetben engedélyezett, amennyiben a működő piaci verseny biztosított. Az, hogy ebben a folyamatban milyen szerepe van az ügyek „politizálásának”, vitatható. Az azonban nehezen, hogy az EU rendszeresen az amerikai hatóságok által is eljárás alá vont vállalkozásokat vizsgál.<sup>257</sup> Akkor is kijelenthető ez, ha az ügyeket más megközelítés vezérli: például, a Microsoft elleni árukapcsolásos ügyet az amerikai hatóságok a monopolizációra törekvés szempontjából vizsgálták, míg az EU-ban a versenytársakra kifejtett – és közvetve piacromboló hatás – volt az eljárás alapja. Az innováció és a hosszú távú dinamikus hatékonyság kiemelt szerepe megjelent már az első Microsoft ügyben is: az eljárás alá vont chicagói iskolára alapozott „monopolista haszonszerzési érdek” (*one monopoly profit theory*)<sup>258</sup> védekezését sem a Bizottság, sem a Bíróság nem fogadta el. A rövid távú érdekeket szem előtt tartó magatartást a digitális piacokkal kapcsolatban alapvetően a piaci korlátok ideiglenes létezéséhez kapcsolta a Bizottság.<sup>259</sup> Egyre inkább úgy tűnik, hogy a Microsoft ügyben alkalmazott dinamikus kizárási elmélet (*dynamic foreclosure theory*) és annak a központi eleme, azaz a rövidtávú piaci részesedés-eltolódáshoz kapcsolódó magatartásokat bíráló és potenciálisan versenyellenesnek tartó bizottsági gyakorlat, a digitális piacok terén egyre teret fog nyerni az EU-ban. Legalábbis a Microsoft II, az Intel és a Google Android platform ügyek ezt mutatják.

Emellett, amennyiben az eljárás alanya változik is, a versenyjogi aggodalom ugyanaz marad: például, egy friss eljárásban, a német és angol nyelvű e-könyvek piacán az EU Amazon MFN-szerződéseit<sup>260</sup> – és azoknak a platformok közötti versenyre való

<sup>254</sup> Az állítás nem kívánja vitatni azt, hogy az amerikai keretrendszerben a magánjogi keresetek által kiegészített versenyjogi eljárások nagyobb visszatartó erőt jelenthetnek a vállalkozásoknak.

<sup>255</sup> E mellett érvel Kovacic is. In: Kovacic (2013), 652. o.

<sup>256</sup> Lásd, többek között M. Vestager 2015-ös évértékelőjét: „The State of the Union: Antitrust in the EU in 2015-2016.” M. Vestager, Concurrences’ New Frontiers of Antitrust – Paris, 15 June 2015 – Keynote speech. [https://ec.europa.eu/commission/2014-2019/vestager/announcements/state-union-antitrust-eu-2015-2016\\_en](https://ec.europa.eu/commission/2014-2019/vestager/announcements/state-union-antitrust-eu-2015-2016_en).

<sup>257</sup> Különösen a digitális piacokkal kapcsolatban: Microsoft, Intel, Google search, Facebook/WhatsApp.

<sup>258</sup> Az erőfölényben lévő vállalkozásnak nem érdeke a kapcsolódó piacok monopolizálása, hiszen minden hasznot be tud hajtani az általa már uralt elsődleges piacon. Azáltal, hogy a kapcsolódó piacokat monopolizálná, gyakorlatilag a saját, elsődleges piacról nyerhető monopolprofitját ásná alá. Microsoft a szerver OS és a Windows OS kapcsán hangoztatta ezt.

<sup>259</sup> A kilencvenes évek végétől több versenyző operációs rendszer és alkalmazás jelent meg a piacon, illetve elterjedt a különféle kiegészítő alkalmazások munkacsoportszervereken való futtatásának a lehetősége is.

<sup>260</sup> „Most favoured nation” – legkiváltságosabb helyzetben lévő állam.

hatását – vizsgálja, míg az Egyesült Államokban, egy hasonló tartalmú eljárásban, az Apple immár másodfokon is veszített.

Fontos azonban megjegyezni, hogy az EU-ban az eljárások időigényessége a kiszabandó kötelezettségek hatékonyságát csökkentik. Például, a Google Android platformját érintő vizsgálattal kapcsolatban érdemes kiemelni, hogy az Android OS piaci részesedése már most csökkeni látszik ugyan, de feltételezhető, hogy a többi mobil platform piacszerzése gyorsabban ment volna végbe, ha Google nem alkalmaz kizárólagossági klauzulákat, és nem köti a gyártókat versenyellenes az OS-hez. A jövőben az eljáró hatóságoknak erre figyelni kell.

## 6. Az ágazati szabályozás szerepe

A digitális piacok versenyjogi megközelítéséről szóló fejezetben megismerhettük a versenyjog és ágazati beavatkozás közötti választás eldöntésre vonatkozó ábrát.<sup>261</sup>

Az egyes, versenyjogi eredetű, de alapvetően ágazati kérdések versenyjogi kezelésére a digitális piacokon fellelhető problémákkal kapcsolatos fejezetben szintén utaltam.<sup>262</sup> Az ágazati beavatkozás szükségessége bizonyos esetekben indokolt, hiszen a versenyjogi jellegű piaci kudarcok orvoslása a nem versenyjogi szabályok módosításával is elérhető. Így lehetőség van például arra, hogy amennyiben az adatvédelemre vonatkozó szabályok a technikai fejlettségnek megfelelően átalakulnak, az adatokkal kapcsolatos visszaélés kikerülhető, az adat platformok közötti átvitele jelentősen egyszerűbb lehet, s a platformok közötti átjárhatóság is megvalósulhatna. Ennek következtében a szolgáltatás-váltási és tranzakciós költségek csökkennének, és a piaci verseny is élénkülhetne.<sup>263</sup>

Ágazati szabályozás alatt Európában elsősorban a belső piaci harmonizációt kell érteni. Az Európai Digitális Egységes Piac megvalósítására az Európai Bizottság, hosszú előkészületet követően, 2015. május 6-án tett javaslatot.<sup>264</sup> A 2016 végéig megvalósítandó csomag tizenhat tervezetet tartalmaz. A célkitűzések a következő három kategóriára oszthatók: 1. az internetes termékek és szolgáltatások elérhetőbbé tétele az európai fogyasztók és vállalkozások számára (pl. fogyasztóvédelmi, e-kereskedelmi intézkedések, csomagküldés, területi alapú tartalomkorlátozások (geo-blocking), szerzői jogi kérdések); 2. a digitális hálózatok

<sup>261</sup> 3.2 fejezet.

<sup>262</sup> 2.1 fejezet.

<sup>263</sup> Hasonló érvelés mellett ment végbe az elektronikus kommunikáció területén a számhordozhatóság is.

<sup>264</sup> „A Bizottság 16 kezdeményezése az európai digitális egységes piac létrehozására.” Brüsszel, 2015. május 6. IP/15/4919. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4919\\_hu.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_hu.htm)

és szolgáltatások prosperálásához szükséges körülmények és egyenlő versenyfeltételek megteremtése (pl. elektronikus kommunikációs szolgáltatások szabályozása, digitális platformok szabályozása, illegális tartalmak kezelése, audiovizuális keretszabályozás felülvizsgálata); 3. az európai digitális gazdaság növekedési potenciáljának maximalizálása (pl. e-kormányzat, szabványok, európai felhőszolgáltatás).

A Bizottság Versenyügyi Főigazgatósága, a fenti tervezet közzétételével párhuzamosan elindított egy e-kereskedelmi ágazati vizsgálatot,<sup>265</sup> amelynek célja a határokon átnyúló kereskedelmi ügyletek akadályainak<sup>266</sup> az azonosítása és az ezzel kapcsolatos versenyjogi lehetőségek felmérése. A Bizottság közleménye szerint, *„[a]z ágazati vizsgálat különösen azokra a vállalkozások által teremtett, az áruk és szolgáltatások tagállamközi online kereskedelmét érintő potenciális akadályokra fog összpontosítani, amelyek esetében igen elterjedt az e-kereskedelem”*.<sup>267</sup> Ez elsősorban a digitális tartalom, elektronikai és ruházati cikkek kereskedését jelenti. Az ágazati vizsgálat eredményeinek vizsgálata után a Bizottság dönt az esetleges versenyjogi jellegű problémák versenyjog általi kezeléséről (eljárások elindítása és/vagy ágazati szabályozásra javaslattevés).

A digitális piacok szabályozásának kérdése azonban a Bizottságon belül is ellentétekbe ütközik: míg a digitális piacért és e-kereskedelemért felelős biztos szabályozáspárti,<sup>268</sup> a versenypolitikáért felelős biztos kevésbé.<sup>269</sup> A nagyobb digitális szereplők (Spotify, Netflix, Google, Facebook, Apple, Amazon, Alibaba) ágazati szabályozás alá vetése olyan terület, amely külön kutatás tárgya lehet. Ezzel kapcsolatban itt annyit érdemes megjegyezni, hogy a versenyjogi szempontból elemzett ügyek azt mutatják, hogy a megcélzott aggályok – viszonteladási ár rögzítése, kényszerkötődés, kizárólagosságot megkívánó szerződések, MFN-klauszúlok, termékek piacra lépés késleltetése – úgy tűnik, hogy versenyjogi eszközökkel kezelhetők. A probléma kulcsa az időszerű megoldásban van: az antitröszt eljárásoknak nincs határideje,<sup>270</sup> a piacok dinamikusak, a piaci szereplők száma, ereje és tevékenységének a jellege gyorsan változik. Mire az egy eljárás

<sup>265</sup> „Antitröszt-szabályozás: a Bizottság vizsgálatot indít az e-kereskedelmi ágazatban”, Brüsszel, 2015. május 6. IP/15/4921. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4921\\_hu.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4921_hu.htm)

<sup>266</sup> Pl. forgalmazási megállapodásokban rögzített szerződéses korlátozások, amelyek megakadályozzák a kiskereskedőket abban, hogy az online vagy tagállamközi kereskedelemben beszerzett árukat vagy szolgáltatásokat más tagállamban tartózkodó ügyfelek részére értékesítsék.

<sup>267</sup> IP/15/4921.

<sup>268</sup> „EU Digital Chief Urges Regulation to Nurture European Internet Platforms”, The Wall Street Journal, April 14, 2015. <http://www.wsj.com/articles/eu-digital-chief-urges-regulation-to-nurture-european-internet-platforms-1429009201>

<sup>269</sup> „Vestager sieht neue Gesetze gegen Internetfirmen skeptisch”, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31.5.2015. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/eu-wettbewerbskommissarin-margrethe-vestager-sieht-neue-gesetze-gegen-google-co-skeptisch-13622358.html>

<sup>270</sup> Az Intel x86 CPU erőfölényes ügye 1999-ben kezdődött és a Törvényszék 2014-ben adott ígazat a bizottságnak [T-286/09 sz. ügy]. Bővebben: W.P.J. Wills, *The Judgment of the EU General Court in Intel and the So-Called 'More Economic Approach' to Abuse of Dominance* (September 19. 2014). World Competition: Law and Economics Review, Vol. 37, No. 4, 2014. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2498407](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2498407)

véget ér, a piacok már nagy valószínűséggel teljesen más jellemzők és trendek mellett működnek. Ezt azonban az ágazati szabályozás sem tudja kezelni, sőt, a jogalkotásai folyamat hosszúságára tekintettel, valószínűsíthetően, még megkésettebb lenne.

A digitális piacokhoz közel áll a telekommunikációs szolgáltatások és termékek szabályozása. Az erősen szabályozott piac a húsz évvel ezelőtt, a liberalizáció miatt szükséges beavatkozást és felügyeletet, a piac átalakulásának és megerősödésének következtében, 2015-ben már nem kívánja. Az ágazat szabályozási szükségessége a szinte kizárólag interneten működő szolgáltatókhoz képest ugyan alapvetően máshonnan indulva,<sup>271</sup> de csökkent. Az OTT-eket segítő, hálózati jellegű betöltő szolgáltatók és üzleti modellek átalakulás előtt állnak, a vonatkozó keretszabályozás felülvizsgálata az elkövetkezendő másfél évben meg fog történni. Az egységes digitális piaci stratégiától sokan a szabályozás könnyítését és a harmonizációs intézkedéseket várják. A jogalkotónak azonban figyelni kell arra, hogy az emberi jogi követelmények (személyes adatok védelme) és a technikai fejlődés megfelelően mérlegelve legyen: egyik sem állhat a másik útjába. Az új vállalkozások és piaci jelenségek azonnali szabályozása viszont rossz üzenetet küldhet, és az USA-EU közötti kereskedelmi tárgyalásokra is negatív hatással lehet.<sup>272</sup> A versenyjog feladata azonban világos: adott keretek között, a vonatkozó szabályok figyelembevételével felügyelje a piacot.

---

<sup>271</sup> Állami tulajdonban lévő monopóliumok feldarabolása és a piaci verseny megnyitása, valamint privatizáció. Mobil, fix- hang és adatszolgáltatások dominanciájának átalakulása.

<sup>272</sup> Lásd még: C. Blackman, Last chance for Europe in the digital saloon? CEPS Commentary, 28 May 2015. [http://aei.pitt.edu/64325/1/Blackman\\_for\\_World\\_Commerce\\_Review.pdf](http://aei.pitt.edu/64325/1/Blackman_for_World_Commerce_Review.pdf)

## 7. A versenyjogi szabályozás egyes elemei korszerűsítésének időszerűsége

### 7.1. Beavatkozás vagy be nem avatkozás?

A technológiai fejlettség társadalmi jólétet növelő hatása egyértelmű, de a digitalizáció okozta változások káros hatást is kifejthetnek a piaci folyamatokra – aminek a kárát nem csak a fogyasztó, de a piac egésze, sőt, a regionálisan integrált, kibővült piacok is érezhetik.

A digitális piacok kezelésének gyakori kérdése a jogalkalmazói beavatkozás vagy be nem avatkozással kapcsolatos állásfoglalás:<sup>273</sup> a versenypolitikai eszközök képesek-e megvédeni a fogyasztókat a versenyellenes magatartásokkal szemben egy olyan piaci környezetben, amelynek a határai változnak és szerkezete nem átlátható?<sup>274</sup> Az elemzett piacokon ez elsősorban azért fontos, mert – ahogyan azt fentebb megismertük – a vállalkozások nem árversenyben küzdenek a piac egy szegmenséért, hanem új technikákkal próbálják megszerezni az egész piacot,<sup>275</sup> vagy innováció útján alakítanak ki új piacokat.<sup>276</sup>

---

<sup>273</sup> Evans (2008).

<sup>274</sup> Shelanski (2013), 1666. o.

<sup>275</sup> Ezt támogatja a schumpeter-i közgazdasági iskola is. A rendszeres fejlesztés és kutatás innovációhoz vezet, amely hullámszerűen visszatérő technológiai megújulást eredményez, amely pedig a termékpiacokon új helyzetbe hozza a vállalkozásokat. A „kreatív pusztítás” fogalma a piacok belső megújulási folyamatának – és a kapitalizmusnak – az egyik meghatározó eleme. Egy ilyen piacon a piaci erő megtartásának előfeltétele az innovatív, potenciális belépők által kikényszerített állandó megújulás. In: J.A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper and Row, New York, 1942.

<sup>276</sup> Lásd még: P.A. Geroski, *Competition in Markets and Competition for Markets*, 3 J. Industry, Competition & Trade 151, 159. 2003.; M.L. Katz & H.A. Shelanski, „Schumpeterian” *Competition and Antitrust Policy in High-Tech Markets*, Competition, Vol. 14, 47. o., 2005. Megjegyzendő, hogy a nem áralapú verseny nem áll teljesen távol, immár 15 éve, a versenyjogi felügyelettől. Lásd: Microsoft II, 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001).

A kérdéssel kapcsolatban a szakirodalom megosztott: egyesek a „nem” prominens szószólói,<sup>277</sup> míg mások az „igen” mellett érvelnek. A végrehajtói beavatkozás ellen érvelők a rossz beavatkozás innovációra kifejtett negatív hatására és a beavatkozás összehasonlító, magas költségeire fektetik a hangsúlyt.<sup>278</sup> Szerintük a kisebb mértékű innováció hosszútávon rossz hatással lesz a társadalmi jólétre, amit elsősorban a fogyasztók fognak megérezni. Ezzel szemben egy esetlegesen szükségszerű, de elmaradt végrehajtói beavatkozás csak rövidtávon fejt ki a negatív hatását, amit viszont a piac előbb-utóbb korrigálni tud.<sup>279</sup> Utóbbival kapcsolatban megjegyzendő, hogy az elmaradt versenyfelügyeleti eljárás és/vagy magatartás megszüntetését előíró határozat hiányában továbbra is működő monopolizált piacokhoz való korlátozott hozzáférés, a versenytársak kizárása és magas belépési korlátok megtartása mind a fogyasztókat, mind a kiegészítő termékeket előállító vállalkozásokat (tehát nem csak a versenytársakat) hátrányosabb helyzetbe hozza.<sup>280</sup>

Érdeemes kiemelni, hogy egy adott pillanatban hozott versenyjogi eljárásbeli határozat minden ügy vonatkozásában „idejétmúlt”, hiszen a versenyfelügyeleti eljárások természetből fakadóan *ex post* kezelik a kialakult piaci hibákat (az összefonódások és az állami támogatások vizsgálatától eltekintve minden egyéb helyzetben a versenyjogi beavatkozás nem lehetséges). Következésképpen, minden piaci struktúra változásokon megy keresztül, mire a magatartások jogellenességét a hatóság megállapítja.<sup>281</sup> Az eljárástól remélt jóléti állapot korrekciójának mértéke nagyban függ az eljárás hosszától és a piaci szerkezet változásától is (pl. minél rövidebb az eljárás és minél statikusabb a piac, annál nagyobb jólétváltozást okoz a tiltó határozat).

Ez kiegészítendő azzal, hogy az ideiglenes piaci erőfölény a digitális piacokon pontosan a célja és jutalma az innovációnak, és a legtöbb vállalkozás ezért kezd el fejleszteni, a fogyasztók igényét pontosabban kielégíteni. Amennyiben a hatósági jogalkalmazás ebben akadályozná, az olyan „túlkapásokhoz” vezetne, amelyek a piacra hosszútávon innovációt visszaszorító és gazdasági növekedést bénító hatásúak lennének.<sup>282</sup> A be-nem-avatkozás pártján állók, a fentiek alapján úgy vélik, hogy mivel a túlzott versenyjogi jogérvényesítés a digitális piacokon nagyobb kárt okoz, mint az elmaradt jogérvényesítés, célszerű az ilyen piacok túl szigorú vizsgálatától eltekinteni.

<sup>277</sup> G.A. Manne and J.D. Wright, *Google and the Limits of Antitrust: The Case Against the Case Against Google*, 34 Harv. J.L. & Pub. Policy 171, 244. 2011; D. McGowan, *Between Logic and Experience: Error Costs and United States v. Microsoft Corp.*, 20 Berkely Tech. L.J. 1185, 1189-90. 2005.

<sup>278</sup> Manne and Wright (2011).

<sup>279</sup> Ezzel kapcsolatban, bővebben: F.H. Easterbrook, *The Limits of Antitrust*. 63 TEX. L. REV. 1, 1984.

<sup>280</sup> Shelanski (2013), 1667. o.

<sup>281</sup> Ez alól kevés kivétel van, de szuper-monopol helyzetben lévő vállalkozások ide tartoznak (a Microsoft piaci részesedés alapján ide tartozott, de az úgy piacralépőknek – Apple, Google, Samsung – köszönhetően kizárólagos szerepe megkopott mind a operációs rendszerek, mind a browserek piacán.)

<sup>282</sup> Geroski (2003), 152. *et seq.* o., Shelanski (2013), 1671. o.

## 7.2. A SSNIP-teszt

A hagyományos piacvizsgálati eszközök ugyan könnyen kiszámítható jogalkalmazói magatartást biztosítanak, a digitális piacokon nem feltétlenül alkalmazhatók. Az ún. SSNIP-teszt (hipotetikus monopolista teszt, vagy az alacsony, de jelentős mértékű áremelkedés-teszt<sup>283</sup>), például, a többoldalú platformok közötti verseny megítélésére nem hiánytalanul alkalmas.

Ismert, hogy a SSNIP-teszt szerint egy monopolhelyzetben lévő vállalkozás tartósan a versenyár fölé tudja emelni egy szolgáltatás piaci árát úgy, hogy közben nyereséget realizál. A termék- és földrajzi piacok meghatározásakor máig ez az egyik leggyakrabban alkalmazott módszertan – az árkorrelációs elemzés és a termékek egyedi jellemzőinek az összehasonlítása mellett –, immár több mint harminc éve. A hipotetikus monopolista teszt azonban a kétoldalú piacokat nem tudja megfelelően kezelni, hiszen a keresleti árrugalmasságot csak az egyik oldal figyelembe vételével elemzi. Így azokon a piacokon, ahol nullaárú termékek szerepelnek, vagy ahol a multiplatform szolgáltató egyes oldalain megjelenő szereplők nincsenek közvetlen kapcsolatban, a SSNIP-teszt torzított képet ad. Ez meghatározhatja az üzleti modellek vizsgálatát, kihathat a piaci korlátok meghatározására, és végső soron befolyásolhatja a magatartás elbírálását – akár negatív, akár pozitív szempontból.

## 7.3. Az ár-költség rés (Lerner-index)

Az ár-költség teszt a vállalkozás piaci erejének kiszámítására gyakran használt mutató. Az arányszám az értékesítési ár és a határköltség százalékos viszonya. Képletben így fejezhető ki:  $t = \frac{p - MC}{p}$ .

A „t=0” a tökéletes versenyt jelenti, hiszen a vállalkozás a legalacsonyabb költségen, azaz a határköltségen értékesít. A „t” növekedése – és az érték „1”-hez való közeledése egyre növekvő piaci erőt jelent. A „t=1” a teljesen monopolizált piac arányszáma.

Régóta ismert, hogy az ár-költség rés nem mindig alkalmas a piaci erő mérésére.<sup>284</sup> A digitális vállalkozásokkal kapcsolatban a mutató legnagyobb hátránya, hogy az pillanatnyi képet ad a piacról, és a többször hivatkozott piaci folyamatok dinamizmusa miatt annak a vállalkozásnak a piaci jelentőségét torzíthatja, amelynek célja a pillanatnyi piaci erőfölény megszerzése (és ezáltal a korábban befektetett költségeinek a visszanyerése.)<sup>285</sup> Amennyiben az ár-költség mutató túl szigorú, egy agresszív piacépítő magatartás – ami erőfölény hiányában nem jogellenes –

<sup>283</sup> Ez 5-10%-os áremelést jelent. A SSNIP-teszt megjelenik az USA jogalkalmazásában is: U.S. DEPT OF JUSTICE & FTC, Horizontal Merger Guidelines § 4.1.1 (2010), <http://www.ftc.gov/os/2010/08/100819hmg.pdf>

<sup>284</sup> A piaci erő torzítva jelenik meg a nagy és tartós hatékonyságú vállalkozások esetében, a méretgazdaságossággal rendelkező vállalatok esetében túlbecsüli a piaci erőt (elektronikus kommunikáció), a magas kutatási és fejlesztési költséggel működő vállalkozás esetében (pl. gyógyszeripar) szintén figyelmen kívül hagyja ezt a jelenséget.

<sup>285</sup> Ez a többször hivatkozott magas indulókölségek lehető legrövidebb időn belüli visszaszerzése miatt van így.

könnyen válhat jogellenessé. Az index szisztematikusan téves alkalmazása pedig a maverick-szerűen működő vállalkozásokat elrettentheti.

#### 7.4. Az innováció szerepe az eljárásokban

A vállalkozások megújulása a digitális piacok központi eleme. Az innovációnak központi szerepe van a vállalkozások dinamikus hatékonysága eléréséhez, ami pedig a hosszú távú termelési hatékonyságot biztosítja.<sup>286</sup> Az innováció azonban nem csak technikai újítást jelenthet, egy vállalkozás közgazdasági értelemben hatékonyabbá válhat új eljárások bevezetésével, optimalizált belső eljárások által, de akár a munkavállalók hatékonyabb belső feladatelosztásának köszönhetően is.<sup>287</sup> Az innováció érdekében azonban be kell fektetni, tehát ez a vállalkozások számára rövidtávon költségnövekedést jelenthet. A termékek és a szolgáltatások vonatkozásában azonban kijelenthető, hogy az innovatív vállalkozások új, jobb, hatékonyabb, olcsóbb és nagyobb számú termékeket és szolgáltatásokat visznek a piacra. A termékek és szolgáltatások vonatkozásában megkülönböztethetünk *belső* innovációt (meglévő termékek és szolgáltatások fejlesztése) és *organikus* innovációt (új termékek és szolgáltatások bevezetése).

A digitális piacokon mind a belső innovációnak, mind az organikus innovációnak fontos szerepe van. A vállalkozások komoly süllyedő költségeket viselnek el annak érdekében, hogy rövid ideig a piacot uralják, hiszen a terveik szerint a költségeiket ebben az időszakban, az alacsony változó költségek miatt képesek lesznek visszanyerni és nyereséget is realizálhatnak. Versenyjogi szempontból fontos kérdés, hogy egy új piacon az „innováció” mikor tekinthető versenyjogba ütközőnek, azaz a költségek feláldozása mikor jelentheti az erőfölénnyel való visszaélést.

Láthattuk, hogy az amerikai gyakorlat óvatosan közelíti meg a kérdést: míg az Apple iTunes ügyben, a Google Search ügyben a bíróság és a DoJ nem vélekedett úgy, hogy versenyjogba ütköző az új megoldás, míg az Apple eBooks ügyben immár a másodfokú bíróság is helybenhagyta a DoJ kérelmét és az Apple innovációra alapozott védekezését teljes mértékben elutasította. Az Európai Unióban folyó eljárások következtetésére egyelőre várnunk kell. Az azonban valószínű, hogy az innováció – és a dinamikus hatékonyság – szerepe központi kérdés marad. Mindez úgy, hogy a hagyományos esetalapú Európai Bíróság „belső innovációja” megkérdőjelezhető,<sup>288</sup> de a hivatalban lévő versenypolitikáért felelős biztos innováció párti.<sup>289</sup> Ezt bizonyítja az Amazon ellen indított e-book ügy,<sup>290</sup> a GSK/Novartis

<sup>286</sup> A hosszú távú átlagköltségek (LRAC) csökkentése által.

<sup>287</sup> A dinamikus hatékonysággal kapcsolatosan kiváló gyűjtemény: J.H de Soto, *The Theory of Dynamic Efficiency*. Routledge, New York and London. 2009.

<sup>288</sup> Lásd az Intel-ügyben elutasított hatékonysági elemzést. T-286/09 sz. ügy. A Törvényszék 2014. június 12-i döntése elérhető itt: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=153543&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=315037>

<sup>289</sup> „My competition philosophy. In Europe, companies must play by Europe's rules.”, M. Vestager, Politico.eu, 20/7/2015. <http://www.politico.eu/article/competition-philosophy-vestager-commission-amazon/>; „The State of the Union: Antitrust in the EU in 2015-2016.” M. Vestager, Concurrences' New Frontiers of Antitrust – Paris, 15 June 2015 – Keynote speech. [https://ec.europa.eu/commission/2014-2019/vestager/announcements/state-union-antitrust-eu-2015-2016\\_en](https://ec.europa.eu/commission/2014-2019/vestager/announcements/state-union-antitrust-eu-2015-2016_en).



összefonódás feltételekkel való jóváhagyása<sup>291</sup> és a folyamatban lévő Google-ügyek.<sup>292</sup>

### 7.5. A kötelezettségek kiszabásának szerepe

A kötelezettségek kiszabása a tárgyalt piacokon a fogyasztói érdeksérelem, az eltelt idő, a piaci verseny sérülékenysége és az okozati kapcsolatok felállítása miatt nehéz feladat. Az európai Microsoft-üggyel kapcsolatosan fentebb kifejtésre került, hogy az IT és digitális piacokon a technikai átalakulás gyorsasága következtében a kiszabott büntetések vagy kötelezettségvállalások általában nem alkalmasak a piac működésének helyreállítására, az összefonódások esetében pedig a piactorzítás megelőzésére.

A Bizottságnak és a tagállami hatóságoknak, az innováció biztosítására figyelve azt kellene szem előtt tartani, hogy egy erőfölényes helyzetben lévő vállalkozásnak is joga van ahhoz, hogy a költséges munkával felépített – és versenyjogilag nem kifogásolható módon megszerzett – piaci erejét megvédje. Shapiro hasonlatával élve, a [Microsoftra utalva], a kötelezettségeknek a domináns piaci vállalkozásra való kiszabásakor azt kell mérlegelni, hogy a vállalkozás erődjének a falait milyen mértékben kell lebontatni a hatóságnak, amikor egy versenytárs azokat támadni kezdi.<sup>293</sup> A kötelezettségek azonosításakor fontos tehát a vállalkozások érdekét szem előtt tartani, de ezt talán, a hagyományos piacokkal ellenben, nem a jogsértést megállapító piaci helyzetre tekintettel, hanem a digitális monopóliumoknak már a magatartás elkezdésekor azonosítható érdekeire figyelemmel kell meghatározni.

---

<sup>290</sup> Antitrust: Commission opens formal investigation into Amazon's e-book distribution arrangements, 11 June 2015, IP/15/5166.

<sup>291</sup> Novartis/Glaxosmithkline oncology business M.7275.

<sup>292</sup> Google Search ügy, 39740.

<sup>293</sup> Declaration of Carl Shapiro, United States v. Microsoft Corp., 97 F. Supp. 2d 59 (Civ. Nos. 98-1232, 98-1233) (Apr. 28, 2000), <http://www.justice.gov/atr/cases/f219100/219127.htm>.

## 8. Következtetések

A technikai megújulás és a digitális evolúció, bár sokaknak örömteli, másoknak zavaró is lehet. A digitális piacok új szereplőket, új gazdasági modelleket vezetnek és vezetnek be, a felhasználóknak új élményeket kínálnak. A fogyasztók több termék és szolgáltatás közül választhatnak, olcsóbb termékeket vásárolhatnak, a vállalkozások nagyobb bevételhez juthatnak, az érintett vállalkozások alkalmazottainak a fizetése emelkedhet, előttük új karrierlehetőségek nyílnak meg. Ezzel párhuzamban a régebbi modellt követő vállalkozások megszűnhetnek, egyes munkavállalók elveszíthetik az állásukat.

Az innovációnak és a fogyasztói szokások elemzésének köszönhetően immár több platformon tudunk videót készíteni, megosztani és nézni, több platformon tudunk kapcsolatba kerülni más felhasználókkal, valamint számos platformon tudunk igénybe venni különböző, kibővített szolgáltatásokat. A digitális piacok fejlődésének és a közösségi gazdaság terjedésének köszönhetően a felhasználók szolgáltatókká is tudnak válni, a megszokott ügyintézési és jogi akadályok nélkül is.

A szoftver és digitális piacok bemutatott jellegzetességei miatt azonban könnyen vezethetnek versenyjogi eljárások megindításához. A kényszerkötődés, a hálózati hatások, az erőfölényes helyzetet kiterjesztő és azt védő lépések, valamint a hirtelen növekedő bevételek ellenben nem minden esetben jelentik azt, hogy a piaci verseny sérül. Az amerikai Legfelsőbb Bíróság példájával élve: a versenyjogi beavatkozás „a versenyt, nem a versenytársakat védi”.<sup>294</sup> A piacok pedig akkor működnek a leghatékonyabban, amikor a fogyasztók kellően tájékoztatottak ahhoz, hogy a piaci folyamatokkal kapcsolatos döntéseiket meghozzák.

Milyen következtetések vonhatók le a digitális piacokat és azok versenyjogi elbírálását elemző tanulmányból?

---

<sup>294</sup> Brown Shoe Co. v. U.S.. 370 U.S. 294 (1962).

**Egyrészt**, a jogalkotási hiányosságot vagy piaci kudarcot mindent kizáróan nem lehet helyreállítani egy, a jogsértést követő versenyeljárással.

**Másrészt**, kijelenthető, hogy a jelentősebb szolgáltatók gyors piaci térnyerése, a fogyasztók – de még inkább versenyző vállalkozások – szempontjából, aggodalomra adhat okot.

**Harmadrészt**, a digitális piacokon tapasztalható alacsony piacralépési és piacelhagyási korlátok és a szolgáltatói létszámingadozás (*churn*) magas mértéke egy lehetőségekkel telített piacot is jellemezhet, ahol a túlságosan erélyes hatósági beavatkozás károkat okozhat az általános jólét mértékében, az innovációban, s közvetve a regionális piacnak a globális piactól való leszakadásához vezethet.

**Negyedrészt**, az ilyen piacok vizsgálata a piacelemzési szakasz kezdetekor alapos technikai és gazdasági elemzést, a kevésbé ismert piacszerkezetek mélyreható elemzését, és amennyiben indokolt, jogalkalmazói flexibilitást is kíván. A jogalkalmazónak tisztában kell lenni azzal, hogy az internet gazdasági környezete, az üzleti modellek és a fogyasztói szokások különböznek a hagyományos piacoktól, de ez nem jelentheti azt, hogy minden esetben az egyszerűbb és kényelmesebb be nem-avatkozást kell választani a testre szabott és piaci környezetnek megfelelő elemzések és kötelezettségek kiszabása helyett.

**Ötödrészt**, a versenyhatóságnak érdemes úgy tekinteni a piacra, mint egy folyamatosan formálódó dinamikus területre, amelyen a piaci jelenlét időleges (nem statikus) és a piaci erőfölény viszonylagos.

**Végezetül**, az Egyesült Államok és az EU versenyjoga – elméleti szinten – hasonlóan közelíti meg a digitális piacok joggazdasági jellegű kérdéseit. Az elemzett jog- és közgazdasági irodalomban nem fedezhetők fel szembetűnő különbségek a két oldal jogalkalmazása és az azokat alátámasztó közgazdasági és technikai véleményformálás vonatkozásában. A kényszerkötődés, a védekező és a támadó jellegű erőfölény-kiterjesztés ugyan szélesebben kutatott az USA-ban, a hálózati hatások kérdése és a piacra jellemző leírások azonban az EU-ban készült kutatásokban jelennek meg megalapozottabban. A szembetűnő különbség az egyedi ügyek vonatkozásában észlelhető: míg az USA engedékenyebb – gyakorlatilag eltűntek a monopolizációval kapcsolatos FTC és DOJ eljárások –, az EU az erőfölénnyel való visszaéléssel kapcsolatos ügyeket szigorúbban kezeli. A digitális piacok szerkezete és a piacvezető vállalatok többsége székhelyének és tulajdonosi szerkezetének amerikai vonatkozásai miatt, ennek „politikai elégtétel” mellékszengése is van.

**Mindezzel együtt**, a digitális monopóliumokkal kapcsolatos eljárások az Egyesült Államokban is felvetették, hogy a kormányzat célja nem lehet a régi, kevésbé hatékony üzleti modellek és vállalkozások mesterséges támogatása. Úgy tűnik, hogy

az ágazati politikák reformja és a piacsabályozás továbbra is időszerű kérdések maradnak.<sup>295</sup>

## 9. Javaslatok

Az EU és az USA vonatkozó joggyakorlatát összehasonlítva úgy tűnik, hogy a digitális piacok versenyjogi vizsgálatának az átgondolása szükségszerű, mert a rendelkezésre álló eszköztár ugyan tudja elemezni az esetleges jogellenes magatartásokat, átfogóan azonban nem képes kezelni az ilyen piacok versenyjogi jellegű kérdéseit. A rendszeresen új piacot kialakító szereplők, a létező piacok határainak a szélesedése a hagyományos piacelemzési módszerek áramvonalasítását kívánják. Emellett igény van arra is, hogy az egyre inkább *digitalizálódó* piacok, valamint a digitális *jelleggel* leírható piacok – biztosítás, kereskedelem, IP, adatvédelem, fogyasztóvédelem – szintén átvilágítás alá kerüljenek, hiszen a szűken értelmezett versenyjogi eszközök nem fogják tudni kezelni elszigetelten az ilyen ágazatokban felmerülő „digitális problémákat”.

*Elsőként*, a piacvizsgálat kérdéséről: hasznos lenne, ha a hagyományos piacvizsgálattól eltérően **kiemelt szerepet kapna a vizsgált vállalkozások üzleti modellje**. Az üzleti modellek sokkal dinamikusabb képet adnának a piacműködésről, és a statikus, egy adott időbeni részesedésnek kisebb szerep jutna. A piaci erőfölény vizsgálata is értelemszerűen ennek fényében változna. Egy ilyen megközelítés összefogja a piac-meghatározást és a piaci erő vizsgálatát, ugyanakkor lehetővé teszi, hogy a platformok közötti kölcsönös függőséget jobban megértsük. A versenyelemzés kiindulópontja a vállalkozás üzleti stratégiája/modellje legyen tehát, és a versenyképesszert kifejtő vállalkozások között távlatba kell helyezni az innováció szerepét is. Hasonlóan, a fogyasztói preferenciák és visszajelzések fontossága szintén kiemelendő, különösen, tekintettel arra, hogy a piaci szerkezet változó és a felhasználók elérése több csatornán keresztül lehetséges.

*Másodsorban*, a **piaci erőfölény meghatározásakor** célszerű, ha a piaci részesedés és a profitráta helyett **a belépési korlátokat, a piac támadhatóságát, a**

---

<sup>295</sup> A digitális monopóliumok szabályozása már Kínában is lehetséges alternatíva. Lásd: „China's digital monopolies are killing competition”, Business Insider, UK, Aug. 19, 2015.  
<http://uk.businessinsider.com/chinas-digital-monopolies-are-killing-competition-2015-8?r=US&IR=T>

**fogyasztókhöz való eljutás csatornáit, valamint a piaci szereplőkre jellemző innovációt vesszük figyelembe.** Egy olyan piaci környezetben, ahol rendszeresen új termékek- és szolgáltatás piacok tűnnek fel és tesznek szert rövid idő alatt hatalmas piaci részesedésre, indokolt, hogy a feltételezett versenyellenes magatartást folytató vállalkozás folyamatosan megújuljon. A folyamatos megújulási kényszer hiánya fontos információkat adhat az adott piac dinamikájáról. A piacon tapasztalható költsékező, rendszeres felvásárló magatartás szintén utalhat a piaci erőfölény létezésére, így ennek következtében a vállalkozás magatartásának az elbírálása is változhat.<sup>296</sup>

*Harmadrészt*, vitathatatlan, hogy a digitális piacok elemzésekor **komoly technikai tudással kell az eljáró hatóságnak és a vizsgálónak rendelkezni.** A technikai környezet alapos ismerete azonban nem várható el minden vizsgálótól – a hiányos ismeret pedig jogalkalmazói hibához vezethet. Ezt elkerülendő, javasolt nagyobb számú IT szakember bevonása az eljárásokba, lehetőleg a korai szakaszban.

*Negyedrészt*, a digitális piacok regionális vagy nemzeti jellege már a jelenlegi fejlettségi szint mellett is félrevezető lehet. Az online világban fizikai határokról és jogszabályi környezet miatti akadályokról időszakosan és korlátozott relevancia mellett lehet beszélni (lásd: egységes digitális belső piacra vonatkozó javaslatok, online kereskedelem bizottsági ágazati vizsgálata), ezért célszerű, hogy **a digitális piacokat versenypolitikai szempontból elemző hatóságok egymással rendszeresen találkozzanak, az ügyeket ne nemzeti, hanem legalább regionális szemmel vizsgálják.** Ez kihatással lehet a piac méretére, a piaci erőre, a belépési és kilépési akadályokra, de a fogyasztói vásárlóerőre is. Egy ügy megítélése szempontjából mindegyik kritikus lépés.

*Végezetül*, egy **átfogó ágazati vizsgálat** is komoly jelentőséggel bírna – azon túl, hogy a vállalkozásoknak ez egy olyan tartalmú üzenet lenne, hogy a versenyügyi hatóság komolyan érdeklődik a piaci magatartásokkal kapcsolatban<sup>297</sup> –, hiszen holisztikusabb és részletesebb képet adna egy sajátos piacról anélkül, hogy specifikus versenyellenes magatartásokat üldözne.<sup>298</sup>

<sup>296</sup> Lásd, pl. az Actavis-ügyet, amelyben az organikus és generikus gyógyszerekkel kapcsolatban az Egyesült Államok Legfelsőbb Bírósága megállapította, hogy a piaci erőfölény létezése levezethető a vállalkozások cselekményeiből is, mint például az organikus és a generikus vállalkozások olyan, bíróságon kívüli egyezségkötése, mint az ágazatban gyakori, haszonrátát védő „pay-for-delay” egyezségek. Lásd: *FTC v. Actavis, Inc.*, 133 S.Ct. 2223, 2236 (2013).

<sup>297</sup> Ez már önmagában jogkövetőbb magatartásra ösztönözhet.

<sup>298</sup> Például: határidők, bizalmassági kérdések, célirányosság, versenytársi érdekek.