

Tóth András

**Az elektronikus média
versenyjogi vonatkozásai**

Budapest, 2007. november, 16. szám

ISSN 1788-134X
ISBN 978-963-87610-7-1

Kiadja az Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet
Budapest, 1021 Hűvösvölgyi út 95.
Felelős kiadó: Nahimi Péter igazgató
Borítóterv: Czákó Zsolt
Nyomdai munkák
Műegyetemi Kiadó
Felelős vezető: Wintermantel Zsolt
www.kiado.bme.hu

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETÉS.....	4
2. AZ ELEKTRONIKUS MÉDIA GAZDASÁGI SZABÁLYOZÁSÁNAK VERSENYJOGHOZ FÜZŐDŐ VISZONYA.....	5
3. VERSENYJOGI JOGALKALMAZÁS AZ ELEKTRONIKUS MÉDIA PIACAIN	10
3.1. Érintett piacok az elektronikus médiában.....	10
3.1.1. Nézők „piaca”.....	12
3.1.2. Műsorszolgáltatás kiskereskedelmi piaca.....	12
3.1.3. Műsorterjesztés kiskereskedelmi piaca.....	13
3.1.4. Műsorszolgáltatás nagykereskedelmi piaca.....	14
3.1.5. Műsorterjesztés nagykereskedelmi piaca.....	15
3.1.6. Reklámpiac.....	16
3.2. Földrajzi piacok.....	16
4. ERŐFÖLÉNY.....	17
4.1. Erőfölényről általában.....	17
4.2. Erőfölény az elektronikus média piacain.....	18
5. ERŐFÖLÉNNYEL VALÓ VISSZAÉLÉS-TÍPUSOK.....	19
5.1. Hátrányos feltételek.....	19
5.2. Diszkrimináció.....	19
5.3. Hozzáféréstől elzárkózás.....	21
6. ÖSSZEFONÓDÁS-KONTROLL.....	24
6.1. Műsorszolgáltatói és terjesztői szint közötti összefonódások.....	25
6.2. Vertikális összefonódások a digitális média piacokon.....	26
7. MEGÁLLAPODÁSOK KONTROLLJA.....	28
7.1. Értékesítési megállapodások.....	28
7.2. Beszerzési megállapodások.....	29
FELHASZNÁLT IRODALOM.....	30

1. Bevezetés

Az elektronikus média és a versenyjog viszonya kettős kontextusban mutatható be teljes körűen.

Először is a versenyjog működésének terepe a vállalkozás autonóm mozgásterének függvénye. Ezt a mozgásteret szűkítheti az adott ágazatra vonatkozó szabályozás. Vagyis mindenekelőtt az ágazati és versenyszabályozás közti viszony tisztázása szükséges. A elektronikus média szabályozása két vonatkozásában veti fel a versenyjoggal való viszony kérdését. Egyrészt a demokratikus közvéleményt biztosító pluralizmus kialakításának és fenntartásának alkotmányos követelménye, másrészt a médiapiaci verseny strukturális piaci kudarcokra visszavezethető torzulásainak versenyjogot meghaladó igényű szabályozása vonatkozásában.

Másodszor az elektronikus média versenyjogi vonatkozását jelenti a szektorral kapcsolatos versenyjogi gyakorlat, melynek keretében az érintett piacok meghatározására, a megállapodások és összefonódások értékelésre, az erőfölény és az azzal való visszaélés vizsgálatára kell kitérni.

2. Az elektronikus média gazdasági szabályozásának versenyjoghoz fűződő viszonya

A versenyjog szempontjából a média még alkotmányos meghatározottsága ellenére is csak piacként érdekes. Ugyanakkor a versenyjognak piacsabályozásként is megvannak a saját határai (pl.: strukturális piaci kudarcok). Ebből következően ez a fejezet egyrészt arra keresi a választ, hogy a médiapiacokba való alkotmányos irányú beavatkozás miként egyeztethető össze a versenyjog állami beavatkozástól mentes világával; másrészt a médiaszabályozásnak mely területekre kell kiterjednie a versenyjog elégtelensége okán. Ez a koncepció a médiaszabályozást egyszerre látja korszerű piacsabályozásként, és a piacot az alkotmányos elvárásokkal arányban álló módon korlátozó beavatkozásként.

A médiát¹ kulturális jellege (és ebből fakadó jelentős alkotmányos meghatározottsága miatt) miatt alapvetően a tagállami jogalkotás határozza meg az EU-ban. Ugyanakkor a média gazdasági tevékenységként az EK Sz hatálya alá tartozik a szolgáltatások javak, tőke szabad áramlása és a versenyjogi szabályok tekintetében.² Ebben az értelemben a média gazdasági szabályozásának legfontosabb kérdése, hogy hol húzódjanak az állami beavatkozás határai.

A piaci viszonyokba való állami beavatkozás általános mércéje – ha létezik ilyen egyáltalán – szerint versenyjogot meghaladó ágazati, ex-ante szabályozás lehet indokolt, ha a piac valamilyen oknál fogva (pl. a verseny hiánya miatt) még a versenyjogi jogalkalmazás mellett sem képes a vele azonosított jóléti hatások kiváltására. Ilyenkor piaci kudarcról beszélünk, és az államnak kell biztosítania, hogy a verseny vagy annak hiánya ne legyen jóléti veszteségek forrása, a közérdekkel ellentétes kimenetek melegágya. Az állami beavatkozás pontos terjedelme, és mértéke tekintetében a magyar alkotmányjogi gyakorlat nem ad sok iránymutatást, ugyanakkor az Európai Bíróság gyakorlatából világosan kiderül, hogy az arányosság elvének (szükségesség, alkalmasság, lehető legkisebb terhelés) akkor is teljesülnie kell, mikor az állam szabályozás általi beavatkozását gazdaságin túli okok indokolják, miként az alkotmányosan jelentősen meghatározott média esetében.

Az EK Sz 46. cikkének (1) bekezdése lehetővé teszi, hogy a tagállamok közrendi, közbiztonsági vagy közegészségügyi okból korlátozzák a letelepedés szabadságát. Az Európai Bíróság egy ítélet³ szerint a megkülönböztetés-mentesen alkalmazott korlátozások, összeegyeztethetők a közösségi joggal, amennyiben azok közérdekből kerülnek alkalmazásra, és alkalmasak az általuk elérni kívánt cél megvalósítására, illetve nem mennek túl azon a mértéken, amely az elérni kívánt cél megvalósításához szükséges. A Bíróság egy másik ügyben⁴ pedig kifejtette, hogy a kultúrpolitikai megfontolásokból fakadó, például médiapluralizmus érdekében alkalmazott korlátozások elvileg közérdekűnek minősülhetnek, ha egyébként az arányossági és alkalmassági feltétel is teljesül.

Mindez azt jelenti, hogy a legitim cél elérésére alkalmas, és ahhoz szükséges mértékű korlátozás arányos. A média esetében a legitim célt egyrészt a demokratikus közvéleményt biztosító pluralizmus kialakításának és fenntartásának alkotmányos követelménye, másrészt a médiapiaci verseny strukturális piaci kudarcokra visszavezethető torzulásainak versenyjogot

¹ Az EK Sz 151. cikkelye a kultúra vonatkozásában korlátozott lehetőséget biztosít csak a közösségi fellépés számára. Az EK Sz 151. cikkely (2) bekezdése rögzíti, hogy a Közösség célja a tagállamok közötti együttműködés előmozdítása, és ha szükséges azok tevékenységének támogatása és kiegészítése.

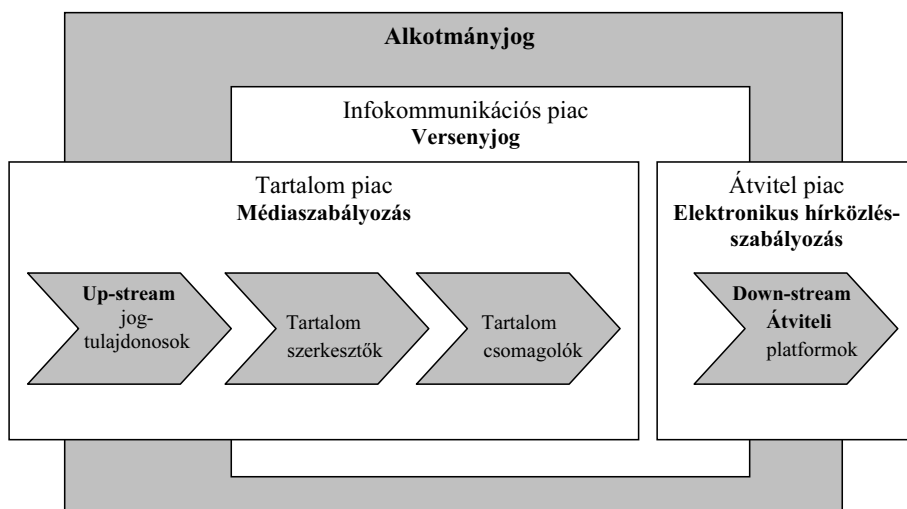
² Laurent Garzanti: Telecommunications, broadcasting and the Internet, EU competition law and regulation – 2nd edition, Sweet & Maxwell 2003., 143-144. old.

³ Gebhard / Consiglio dell'Ordine degli Avvocati e Procuratori di Milano C-55/94. sz. ügy, [1995] ECR I-4165.

⁴ European Communities v Kingdom of the Netherlands C-353/89. sz. ügy, [1991] ECR I-4069.

meghaladó igényű szabályozása jelenti. Vagyis a média szabályozása olyan ágazatspecifikus ex-ante eszközöket foglal magába, amelyek egyszerre vezethetők vissza alkotmányos és piaci megfontolásokra. Ugyanakkor lényeges, hogy a médiaszabályozás alkotmányos meghatározottságából semmikképp sem következik, hogy a piaci szereplők a szükségést meghaladó mértékben korlátozhatók. A kérdés, hogy az elektronikus média esetében az alkotmányos meghatározottságú beavatkozás milyen mértékű legyen.

Az alkotmányos médiaszabályozásnak két nagy részterülete van. Az egyik kifejezetten passzív, tilalmi, a véleménynyilvánítás szabadságát más alapjogok védelmében korlátozó tartalmi vonatkozású, a másik aktív, kötelező típusú tartalmat és átvitelt egyaránt érintő, piaci magatartást a pluralizmus biztosítása érdekében korlátozó normákból áll. Az állam piaci viszonyokba való beavatkozásának határaitól való elhatárolás kérdése egyértelműen csak az utóbbi, a pluralizmus biztosításával kapcsolatosan merül fel.



1.ábra
Szabályozási területek a médiapiaci értékláncban

A pluralizmus alkotmányos követelménye egyszerre igényli a médiarendszer egészében a sokszínűséget (külső pluralizmus), illetve az egyes médiumok tekintetében az objektivitást és változatosságot (belső pluralizmus). Előbbi az Alkotmánybíróság (Ab) egy közelmúltban hozott döntése⁵ szerint a sokszereplős piac létrejöttével megvalósult, amely a digitális média világában még inkább igaz lehet. Vagyis a demokratikus közvélemény kialakulásának garanciáját jelentő pluralizmus⁶ a médiarendszer egészében a sokszereplős piac függvénye. Lényeges azonban, hogy az Ab megállapítását a fennálló szabályozásra figyelemmel tette így nem feltétlenül következik belőle az, hogy a rendszer a jelenleginél kevésbé korlátozó szabályok mellett is plurális lenne. Mindenesetre a testület ennek kapcsán nem erre, hanem a belső pluralizmust biztosító szabályok fenntartásának szükségességére tért ki, amely az

⁵ 1/2007. (I. 18.) AB határozat

⁶ A sokszínűség elengedhetetlen feltétele a megalapozott egyéni véleménynyilvánításnak. Polyák Gábor: Új média, régi kérdések? Fundamentum, 2007/2. 24. old.

Alkotmánybíróság⁷ szerint is kivételes eszköz. Éppen ezért alkotmányos lehet az – az egyébként határozatlanban sugallt – megoldás, amely a sokszínű, objektív tájékoztatásra vonatkozó kötelezettséget kizárólag a ténylegesen véleményt befolyásoló piaci szereplőkre engedné kiróni.⁸ Ez egyúttal a piaci szereplők legitim céllal arányosabb mértékű korlátozását is jelentheti, melyhez a következő lépést a belső és külső pluralizmus egymáshoz fűződő viszonyának tisztázása révén lehetne megtenni. Ha ugyanis a belső pluralizmust biztosító szabályozási eszközök alkotmányjogi szempontból drasztikusabb beavatkozást jelentik, és a pluralizmus két dimenziója nem egymást kiegészítő viszonyban van egymással, akkor a közszolgálat kitüntetett szerepe mellett a jövőben elképzelhető egy inkább külső pluralizmusra koncentráló szabályozás, ha egyébként alkotmányos szempontból nem a tényleges véleménybefolyásolás számít.

Ezzel kapcsolatban két megjegyzést szükséges tenni. Az egyik, hogy ez a következtetés hangsúlyozottan alkotmányos logikájú, hiszen versenypolitikai szempontból a helyzet éppen fordított, mert a belső pluralizmust biztosító kötelezettségek optimális körülmények között kisebb mértékű beavatkozását jelentenek a piaci szereplők autonómiájába, mint az összefonódási korlátok.

A másik, hogy a külső pluralizmus tartalma egyáltalán nem tisztázott, tehát kérdéses, hogy mikortól, mely jellemzők megvalósulása esetén tekinthető egy sokszereplős piac alkotmányos szempontból is kielégítő módon plurálisnak, vagyis, hogy hol vannak a plurális média megvalósulásának határai. Emiatt az arra vonatkozó kérdés megválaszolása, hogy a külső pluralizmus biztosítása miatt, és mennyiben igényel versenyjogot meghaladó szabályozási eszközöket, egyelőre nem lehetséges.

A versenyjogi jogalkalmazás határai azért a külső pluralizmus szempontjából meghatározó piaci koncentrátság ellenőrzése szempontjából jól leírhatók. *Multi channel paradoxon*-ként⁹ ismert az a tétel, amely szerint a sokszereplős piac még nem jelenti, hogy a vélemények médiapolitikai értelemben is sokszínűek is lesznek, sőt a verseny a tartalom szintjén bizonyos fokú hasonlóságot¹⁰ eredményez. Ráadásul az organikus fejlődés eredményeként jelentkező és bizonyos összehatárokat el nem érő összefonódások kívül esnek a versenyjogi fűzőkontroll körén. Az is igaz lehet, hogy a versenyhatóságok az eléjük került ügyekben általában a gazdasági verseny árszínvonal alakulásában megragadható aspektusait vizsgálják, és nem veszik figyelembe a változatos tartalmak közötti választás lehetőségének alakulását.¹¹ Pedig a versenyjogi elvek nem önmagukban léteznek, hanem a közösség alapvető célkitűzéseinek eszközeként szolgálnak, így a versenyjogi jogalkalmazás során más politikai célkitűzések (pl. médiapluralizmus) figyelembe vételére is sor kellene, hogy kerüljön. Az EKSz 151. cikkely (4) bekezdése kifejezetten is előírja, hogy az EKSz más rendelkezéseinek alkalmazásakor figyelembe kell venni a kulturális vonatkozásokat.

⁷ 37/1992 (VI. 10.) AB határozat

⁸ Ez a megoldás Polyák Gábor javaslatára az AKTI által készített médiaörvény tervezet 72. §-ába is bekerült a jelentős véleménybefolyásoló szolgáltató koncepció formájában. A tervezet letölthető a www.akti.hu oldalról.

⁹ Monica Arino: Competition Law and Pluralism in European Digital Broadcasting: Addressing the Gaps, Communications & Strategies, no. 54, 2nd quarter 2004, 99. old

¹⁰ Motta M – M. Polo: Concentration and public policies in the broadcasting industry: the future television, in Economic Policy, 1997. no. 25:295-334; Az újságok és televíziós csatornák gyakran foglalkoznak ugyanazzal a kérdéssel, illetve sugároznak hasonló típusú műsorokat.

¹¹ Stucke M.E. – A.P. Grunes: Antitrust and the Marketplace of Ideas, in antitrust Law Journal, 2001, 69:249; Monica Arino is ennek megfelelően sürgeti a médiapolitikai szempontok alkalmazását, melyre álláspontja szerint az EKSz kifejezetten meg is adja a felhatalmazást. Arino:121.

A Bizottság ennek megfelelően felismerte, hogy a kulturális politikai megfontolások befolyásolják az EKSZ 81. cikkely (3) bekezdése szerinti mentesítést.¹² Más ügyben¹³ a Bizottság arra tekintettel engedélyezte a megállapodást, hogy annak résztvevői a sportprogramok egy szélesebb körét is kínálják, beleértve az oktatási, kulturális tartalmú sporteseményeket is. Ezen szempontok pedig nem gazdasági megfontolások figyelembevételét jelentik. A *UIP* ügyben¹⁴ is a mentesítést a Bizottság az európai filmgyártás támogatását biztosító kötelezettség vállalása mellett adta meg. Az is igaz azonban, hogy a gazdaságin túli szempontok figyelembe vétele kivételesnek számít a versenyhatóságok gyakorlatában.

A külső pluralizmus biztosításának jelenleginél arányosabb megoldását jelentheti, ha a horizontális ágazati koncentrációtilalmi kötelezettségek szintén a tényleges véleménybefolyásoló képességhez kapcsolódnak. A vertikális koncentráció esetében pedig a digitalizációtól függetlenül álláspontom szerint alkotmányos okok miatt sem szükséges ágazati tilalmakat felállítani, főleg nem a jelenleg technológiafüggően, a tartalom és az átvitel szintjének alkotmányos elvárásokra ténylegesen veszélyt jelentő jellegének figyelmen kívül hagyásával alkalmazott módon. Az alkotmányos célkitűzéseket megfelelőbben szolgálná, ha a tényleges véleménybefolyáshoz kapcsolódóan a vertikálisan integrált szolgáltatót ún. must-offer kötelezettség terhelné saját tartalma vonatkozásában. A tilalmazni tervezett integráció alkotmányos célkitűzésekre veszélyes következménye ugyanis a downstream piaci versenytárstól való elzárkózásban nyilvánul meg, melyet arányosabb szabályozni, mint az egyébként jóléti előnyökkel is járó egész tranzakciót normatíve megtiltani.

A pluralizmust illetően tett fenti állítások lényege tehát az, hogy a belső pluralizmust biztosító szabályozás a közszolgálat kitüntetett szerepe mellett a digitális média világában is szükséges lehet, ha az a külső pluralizmus szabályozásával együtt alkotmányosan elvárt a tájékoztatási monopóliumok kialakulásának megakadályozása érdekében és elfogadjuk, hogy az előírt objektivitás tényleges nézettségen való megtörése alkotmányosan aggályos. Ellenkező esetben a belső pluralizmust biztosító kötelezettségek a közszolgáltatón túl lebonthatók és a médiaszabályozás az alkotmányos szempontból kevésbé, versenyjogi szempontból azonban sokkal inkább beavatkozó külső pluralizmust garantáló rendelkezésekre szűkíthetők. De csak akkor, ha alkotmányos igazolást nyer, hogy a külső pluralizmus szempontjából meghatározó koncentráció mértéke a versenyjog révén nem elfogadható szinten biztosítható. Addig azonban fentiek szerint törekedni kell olyan médiaszabályozás kialakítására, amely a külső és belső pluralizmus biztosítékait, arányosan, a tényleges véleménybefolyáshoz kapcsolódóan írja elő. Ez azonban messzire vezethet, hiszen felmerül, hogy a vélemények forrásai egyenértékűsége elve alapján a véleménybefolyásoló képességet valamennyi médiumra tekintettel vizsgálni kell.

Fentiek alapján látható, hogy a digitális média világának korszerű médiaszabályozása számos olyan kérdés alkotmányjogi megválaszolását igényli (pl. külső pluralizmus versenyjogi biztosítása, belső pluralizmus tényleges véleménybefolyásolástól függése, a két pluralizmus viszonya), melyekben az Alkotmánybíróság pozíciójánál fogva magabiztosabb lehet, míg a jogalkotó csak jelentős bizonytalanságok közepette léphet.¹⁵

¹² *VBBB-Vereniging Bevordering Belangen Boekhandels/VBVB Vereniging Bevordering Vlaamsche Boekwezen* [1981] OJ L 054/36

¹³ *EBU/Eurovision System*, OJ 1993 L 179/23,

¹⁴ *United International Pictures* [1989] OJ L 226/25

¹⁵ Nem véletlen, hogy a kereskedelmi televíziózás bevetésére Európa több államában alkotmánybíróági ösztönzés révén került sor. Polyák, 23. old.

A média szabályozásának másik nagy területe a tulajdonképpeni klasszikus piacsabályozás, amely a többi piachoz hasonlóan strukturális piaci kudarcokra visszavezethetően jelentkező szabályozási beavatkozásokat jelenti.

A digitális televíziózás vonatkozásában ilyen strukturális piaci kudarcok fakadhatnak a fizetős tartalmakhoz való hozzáférést biztosító, a titkosítást feloldását vezérlő feltételes hozzáférési rendszerek üzemeltetéséből, a digitális interaktív szolgáltatások nyújtása szempontjából meghatározó alkalmazási program interfészből (API) és a nagy számú tartalom közt navigálását segítő elektronikus programfüzet (EPG) működtetéséből. Valamennyi említett szűk keresztmetszet szabályozását az elektronikus hírközlés jog tette magáévá a jelentős piaci erőtől függetlenül, éppen a versenyjogi tapasztalatok mentén. (Különbség van a piaci részesedéstől függő és az attól független piacsabályozás között. Előbbi a piaci verseny olyan fejlett állapotához kapcsolódik, amikor az arányosság jegyében, a változó piaci körülményekre tekintettel, a kötelezettséggel címzett piaci szereplő pozíciójának rugalmas vizsgálata szükséges. Utóbbi a közérdekű és a piaci verseny hiányához kapcsolódó szabályozások sajátja.)

De az ágazatspecifikus médiaszabályozásban is helye van az alkotmányos elvárásokat meghaladó, piaci kudarcra visszavezethető ex-ante szabályozásnak. Az egyes médiumok által elért hálózati hatás például olyan jelentős lehet, hogy emiatt a versenytárs műsorszolgáltatók reklámidejeik értékesítését is rájuk bízhatják. Az ilyen megállapodások azonban kiküszöbölik az egyébként független tartalomszolgáltatók közötti, hirdetőkért folytatott versenyt, tehát mindenképpen tilalmazandók.¹⁶

Fentieket összefoglalva megállapítható, hogy a médiaszabályozásnak, mint a piaci viszonyokba való állami beavatkozásának a közösségi jog alapján akkor is meg kell felelnie az arányosság elvének, ha az alkotmányos meghatározottságú. A digitális média és Internet világában ugyanakkor már nem áll fenn a korábbi szűkösségre való hivatkozás. Sokféle tartalom, sokféle helyről beszerezhető. Kérdés azonban, hogy a sokszereplős piac versenyjogi biztosítékai elegendőek-e alkotmányos szempontból, illetve a szabályozott közszolgálat mellett van-e jelentősége a tényleges véleménybefolyásolásnak. Ezekben a válaszokban múlik ugyanis a külső és belső pluralizmus szabályozásának jövője. Az alkotmányos okokon túl ágazati szabályozást csak a strukturális piaci kudarcok igényelnének a digitális média világában, melynek részben az elektronikus hírközlés jog már most is megfelelően eleget tesz.

¹⁶ *TV Eye* ügyben (OFT CA98/03/2005, 24 May 2005) a résztvevő műsorszolgáltatók szervezete egységes szerződési feltételeket alakított ki reklámidő értékesítésére vonatkozóan, amely körülmény a köztük lévő versenyt kiküszöbölte.

3. Versenyjogi jogalkalmazás az elektronikus média piacain

A versenyjog központi elemét egyrészt az EKSz 81. és 82.,¹⁷ versenytársak közti korlátozó megállapodásokat és gazdasági erőfölénnyel való visszaéléseket tiltó cikkelyei, másrészt a fúziókontroll¹⁸ szabályai képezik, amelyek célja a hatékony versenyt jelentősen – különösen is erőfölény létrehozásán/megerősítésén keresztül¹⁹ – korlátozó összefonódások megakadályozása.

Magyarországon²⁰ a versenyjogi jogalkalmazás részét képezi a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása is. E vonatkozásban az elektronikus média többnyire, mint közvetítő platform játszik szerepet, ritkábban a megtévesztő magatartás tanúsítójaként²¹ éppen ezért alábbiakban ezzel az ügýtípussal nem foglalkozunk részletesen. A megtévesztés szabályozását illetően azt azonban szükséges megjegyezni, hogy jelenleg zajlik a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (UCP irányelv) átültetése. Ezzel kapcsolatban meg kell jegyezni, hogy az nem érinti a hatályos médiatörvény 89/552/EGK irányelv rendelkezéseit átültető 10-17. §-ait. Ugyanakkor a médiatörvény (mint speciális rendelkezés) megtévesztésre vonatkozó tilalmi utalásainak [10. § (6) bekezdés és (14. § (2) bekezdés)] nincsen közösségi jogi alapja (ezek az általános tilalmak alá fognak esni), így azok indokolatlanok.

3.1. Érintett piacok az elektronikus médiában

A piacmeghatározás célja az adott vállalkozásra nehezedő versenynyomás azonosítása, tehát azon tényleges és potenciális versenytársak megtalálása, amelyek korlátozzák független piaci viselkedésében. A vállalkozásokat érő versenykihívások három fő forrásból származhatnak: keresleti, kínálati helyettesíthetőségből és a potenciális versenyből. Ezek közül a keresleti helyettesítés képviseli a leghatásosabb fegyverező erőt.²²

A potenciális verseny és a kínálatoldali helyettesítés közötti különbség abban rejlik, hogy a kínálatoldali helyettesítés gyorsan reagál egy áremelésre, miközben a potenciális belépőknek több időre lehet szükségük, mielőtt megkezdik egy piacon a szolgáltatás nyújtását. A kínálatoldali helyettesítés így nem foglal magába további jelentős költséget, miközben a potenciális belépés jelentős elsüllyedt költségek mellett megy végbe. A potenciális versenyt tehát annak felmérése szempontjából kell vizsgálni, hogy egy piacon létezik-e érdemi verseny, azaz jelen vannak-e erőfölénnyel rendelkező szolgáltatók.

A keresletoldali helyettesíthetőséget annak mérésére használják, hogy a fogyasztók milyen mértékben képesek egyéb termékekkel vagy szolgáltatásokkal helyettesíteni a kérdéses

¹⁷ Magyarországon a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tptv.) 11. § és 21 §-i

¹⁸ A Tanács 2004. január 20-i 139/2004 Rendelete, OJ L 24., Tptv. V. fejezet

¹⁹ A Tptv. 30. § (2) bekezdése csak az erőfölény létrejöttén vagy megerősítésén keresztül engedi értékelni az összefonódások esetlegesen káros versenyhatásait. Így olyan nem koordinatív hatások, mint a loss of maverick vagy loss of potential competitor elvileg nem értékelhetők a Tptv. alapján.

²⁰ Tptv. III. fejezetének rendelkezései

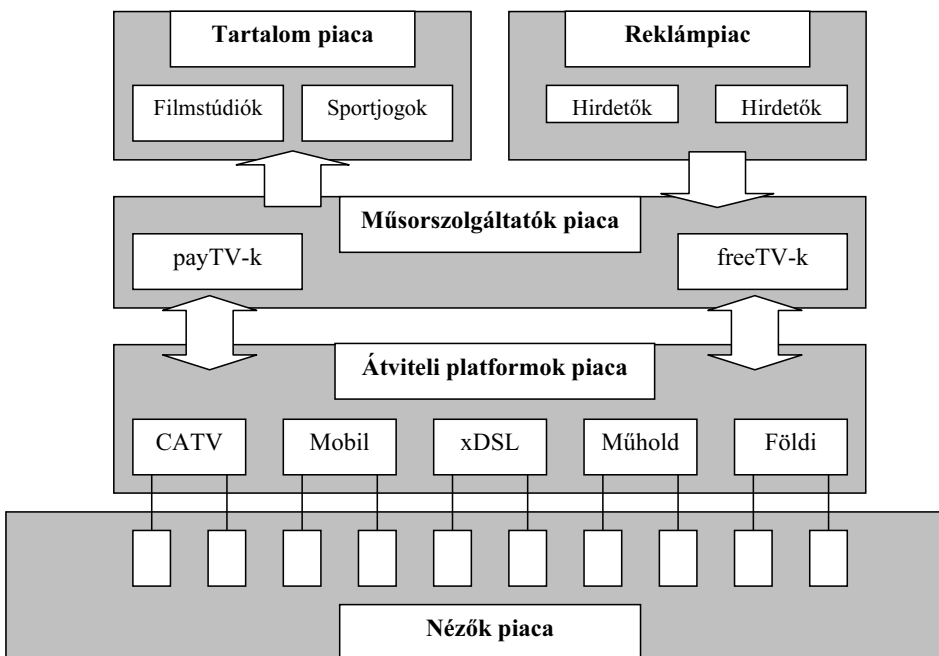
²¹ Pl. a Vj-198/2005 sz. alatti ügyben, melyben a TV2-t azért marasztalta el a GVH, mert nem volt igazolható, hogy a „Született feleségek” 2005 legnézettebb sorozata volt.

²² A Bizottság a távközlési ágazatban szokásos hozzáférési megállapodásokra vonatkozó versenyszabályok alkalmazásáról szóló Közleménye (Hozzáférési Közlemény) OJ C 265 1998.08.22., 41. pont

termékeket vagy szolgáltatásokat, miközben a kínálatoldali helyettesíthetőség azt jelzi, hogy a kérdéses terméket vagy szolgáltatást nem nyújtó szolgáltatók változtathatnák-e azonnal vagy rövidtávon a termékskálájukat, illetve kínálhatnák-e az érintett terméket vagy szolgáltatást jelentős többletköltségek nélkül.

A kereslet-kínálati helyettesítés vizsgálatának egyik módja a hipotetikus monopolista, másként SSNIP²³ teszt. Eszerint egy adott termék – minden más termék árának változatlanul hagyása mellett végrehajtott – 5-10%-os tartós áremelésére (relatív áremelés) adott fogyasztói válaszok meghatározzák az adott termék helyettesítésének határait. Az SSNIP teszt alkalmazható a kínálati helyettesítés megállapítása során is, annak vizsgálatára, hogy adott időpillanatban piacon nem lévő szolgáltató egy meghatározott időn belül képes a relatív áremelés hatására a piacra belépni.

A kereslet-kínálati helyettesítés elvégzéséhez nyújt segítséget az értéklánc, amely megmutatja, hogy adott tranzakció tekintetében ki a vevő és ki az eladó. Az értéklánc alapján látható, hogy a média több szinten zajló tranzakciók sorozatából épül fel, miközben számos vertikális integráltság is jellemzi a gyakorlatban. Ezen okok miatt a kereslet-kínálati helyettesítés bonyolult feladatot jelent. A 2. ábra a különböző tranzakciós szinteket szemlélteti.



2. ábra
Médiapiaci értéklánc

²³ Small but significant non transitory increase in price

3.1.1. Nézők „piaca”

Az értéklánc első eleme a nézők piaca, akikért gazdasági értelemben a verseny folyik, hiszen a csatorna gazdasági teljesítménye a nézettsége függvénye. A műsorszolgáltatás esetében olyan kétoldalú piacról van tehát szó, ahol a hirdető és nézőkből álló két oldal ugyanazon a platformon cserél információt, miközben például a nézettség csökkenése csökkenti a hirdetések arányát is.

A Bizottság szerint, ahhoz hogy gazdasági értelemben nézők piacáról lehessen beszélni szükséges, hogy a néző és a műsorszolgáltató között közvetlen kereskedelmi kapcsolat legyen.²⁴ Ez azonban csak a fizetős (pay) TV-k esetében állapítható meg. *Armin Trafkowski* szerint ugyanakkor az a körülmény, hogy a nézők között különbséget lehet tenni aszerint, hogy tranzakcióban állnak-e a műsorkészítővel, vagyis fizetnek-e a tartalomért, vagy sem, nem befolyásolja azt, hogy nézők piacáról beszéljünk, a freeTV-k esetében ugyanis a nézők mintegy az idejükkel fizetnek („time is money”).²⁵

3.1.2. Műsorszolgáltatás kiskereskedelmi piaca

A műsorszolgáltatás kiskereskedelmi piaca tulajdonképpen az egyik oldalon nézőkkel, másik oldalon pedig hirdetővel jellemzett kétoldalú piac platformja. A kereskedelmi tartalomkészítők között különbség tehető a működési modelljükkel, vagyis, hogy fizetése-e vagy sem, illetve tartalom szerint, amely alapján beszélhetünk tematikus és általános jellegű csatornákról.

Magyarországon a nézők többsége a műsorokhoz csomagban jut hozzá, melyért díjat fizet. Valódi ingyenes televíziózást a földfelszíni úton is terjesztett közszolgálati adó és két kereskedelmi csatorna biztosít.

A Bizottsági joggyakorlat is megkülönbözteti a pay-és free-TV-k kiskereskedelmi piacát figyelemmel a kínált tartalom különbözőségére mennyiség és minőség terén, illetve a kapcsolódó szolgáltatásokra, bevételeik forrásaira (reklámpiac, előfizetési díjak).²⁶ A Bizottság²⁷ szerint a rétegigényeket kielégítő csatornák elkülönült piacot képeznek és annak további alpiacokra osztása lehetséges a különböző csatornák témái szerint. Ennek megfelelően a *Mezzo/Muzzik* ügyben²⁸ a tematikus csatornák közül a különféle zenecsatornák alpiacának (pl. klasszikus zenecsatornák), a *Chellomedia/Sport1* ügyben²⁹ pedig sportcsatornák elkülönült piacának megállapíthatóságát nem zárta ki a hatóság.³⁰

Kérdésként felmerülhet, hogy miként viszonyul a pay-per-view és a near-video-on-demand a pay-TV szolgáltatásokhoz. A pay-TV szolgáltatók az alap és prémium csatornák mellett,

²⁴ IV/M.553 - *RTL/Veronica/Endemol* 1995. szeptember 20., 17. pont „[...] there is no direct trade relationship between broadcasters of "free" tv channels, on the "supply side" and, viewers on the "demand side", it might be argued that tv broadcasting does not constitute a market in the strict economic sense of this notion. Since it is not necessary to decide upon this issue for the purposes of the present case the issue is left open.”

²⁵ Armin Trafkowski: *Medienkartellrecht*, Verlag C.H. Beck, München 2002., 35. o.

²⁶ *BskyB/Kirch Pay TV* 2000. március 21-i döntés, COMP/JV.37, 24. pont; *British Interactive Broadcasting/Open IV/36.539*, [1999] OJ L 312/1 24. pont; *Holland Media Group M.553 RTL/Veronica/Endemol*, 1995. szeptember 20-i döntés, OJ L 134/32 1995.; *NewsCorp./Telepiù* 2003. április 4-i döntés, OJ (2004) L 110/73; *TPS* 2002. április 30-i döntés, COMP/JV 57-TPS, 14. pont; *Bertelsmann/Kirch/Premiere* és *Deutsche Telekom/BetaResearch M.993* 1998.május 27-i döntés, 1998, M.1027. OJ L 53/1 és 31

²⁷ *JV.40 Canal+/Lagardere/CanalSatelite* 2000. június 22-i döntés, OJ C 110/45 2000., és *JV.47 Canal+/Lagardere/Liberty* OJ C 145 25.05.2000

²⁸ M.2550, 2001. december 6-i döntés, OJ C 21/29 2001.

²⁹ Vj-61/2006

³⁰ *A Screensport/EBU Members* ügyben (1991. március 9-i döntés, OJ L 63/32 1991.) a Bizottság a sportcsatornák piacát meghatározta.

azokhoz kapcsolódóan, kiegészítő jelleggel kínálnak pay-per-view (PPV) és near-video-on demand (NVOND)³¹ szolgáltatásokat is. A Bizottság *Telenor/Canal+/Canal Digital* ügyben³² megállapította, hogy azok elkülönülnek a prémium payTV csatornák szolgáltatásától. A PPV csatornák ugyanis a fizikai videó disztribúcióra rendelkezésre álló rendszerint 6 hónapos időintervallum lejártát követően azonnal jótsszák az adott filmet, míg a pay-TV prémium csatornák csak a PPV-k számára rendelkezésre álló 3 hónap után. Ráadásul a PPV esetében az előfizetők nincsenek kötve a pay-TV-k esetében alkalmazott műsorrendhez. A Bizottság egyébként a *Telenor/Canal+/Canal Digital* ügyben alkalmazott SSNIP teszt keretében is kizárta, hogy a payTV-k és PPV-k egy piacon lennének, mert míg előbbieket fix havi díjakat, addig utóbbiak a szolgáltatás tényleges igénybevételéhez kapcsolódó árakat alkalmaznak, így valószínűtlen, hogy egy kicsi, de jelentős és nem átmeneti növelése esetén az előfizetők váltanának.

3.1.3. Műsorterjesztés kiskereskedelmi piaca

A műsorterjesztés kiskereskedelmi piaca tartalmi, azaz tartalomcsomagolási, és átviteli, azaz infrastruktúra szegmensre bontható. A tartalom csomagolás a különböző tartalomszerkesztők eltérő díjú szolgáltatási csomagokba sorolását jelenti, tipikus kétoldali piac, ahol a kínálat jelentős mértékben a kereslet által meghatározott.³³ A piac határainak megvonását azonban számos körülmény nehezíti. Az egyik legfontosabb, hogy Magyarországon a nézők többsége³⁴ a műsorokhoz az átviteli szolgáltatást is magába foglaló csomagokban jut hozzá, így felmerül a kérdés, hogy a csomag szintű értékesítés egy köztes, elkülönült piacot képez-e.

Az ilyen „cluster” típusú termékek elkülönült piaként való meghatározása szempontjából a kérdés mindig az, hogy a fogyasztók képesek-e azt szétcsomagolni megfelelően helyettesítő elemekre. Ez a helyettesítés vizsgálat a *Telenor/Canal+/Canal Digital* és *UGC/Noos* ügy alapján a csomagok árai, az elérhető csatornák száma és fajtája, a váltás és kezdeti beruházások költségei fényében végezhető el. A GVH a vezetékes műsorelosztás keresleti helyettesítése szempontjából szintén figyelembe veszi a kezdeti beruházási költségeket, a legnépszerűbb csatornák elérhetőségét, a digitális jelvéttelhez szükséges konverterek korábbi TV készülékekhez való felhasználhatóságát.³⁵ A Bizottság is utalt arra az OPTA kiskereskedelmi kábeltelevíziós piacon meghozni tervezett határozata kapcsán küldött komoly kétségeket megfogalmazó levelében,³⁶ hogy más műsorterjesztési platformokat helyettesítőként annyiban lehet figyelembe venni, amennyiben a tíz legnézettebb program elérhető rajtuk keresztül. Az egyik legfontosabb szempont a helyettesítés vizsgálatánál tehát az elérhető programválaszték, az persze nem világos, hogy miért éppen tíz program elég a helyettesítés megállapításához.

A magyar piaci körülmények között a fölfelzési műsorszórás és a nem kódolt műholdas vétel a keresleti helyettesítés szempontjából figyelmen kívül hagyható, mert számos olyan csatornát nem tartalmaznak, amelyek a kábeles műsorterjesztés szempontjából meghatározóak.³⁷ Az

³¹ A NVOD gyakorlat a video-on-demand egy fajtája azzal a különbséggel, hogy míg előbbi esetben a kiválasztott film lejátszási ideje kötött, míg az utóbbinál a film és vetítési időpontja is a fogyasztó döntésének függvényében alakul.

³² 55. pont

³³ *Telenor/Canal+/Canal Digital* COMP C.2.-38.287, 2003. december 29. 66. pont., *British Interactive Broadcasting/Open* IV/36.539, 1999 OJ L 312/1, 28. pont; *Eurovision II*. IV/32.150, OJ (2000) L 151/18

³⁴ Az NHH előrejelzéseinek figyelembevételével a jelenlegi piaci helyzetben a nézők 60%-a kábeles, 7%-a digitális műholdas, 6%-a nem kódolt műholdas, 1,5%-a Antenna Digital és 25,5% földfelszíni vétellel rendelkezik. Vagyis a nézők kétharmada csomagban jut hozzá a műsorokhoz. A kábeles műsorelosztási piac átfogó, jövőbe mutató elemzése az ex-ante és ex-post szabályozás indokoltságának és lehetőségének bemutatása céljából, (NHH KTV projekt) 2006 április, 35. ábra

³⁵ Vj-15/2006

³⁶ case: NL/2005/0247, SG-Greffé (2004) D/205996, 2005. november 3.

³⁷ Vj-15/2006 27. pont

IPTV szolgáltatás keretében, illetve az analóg kábeltelevíziós, a digitális műholdas, és mikrohullámú platformokon többnyire ugyanazon csatornák érhetőek el. Vagyis úgy tűnik, hogy a hazai műsorterjesztés kiskereskedelmi piacán a verseny alapvetően csomag szinten zajlik, a műsorok csomagban való igénybevétele pedig nem helyettesíthető teljes körűen a csatornák műholdas és földfelszíni úton való elkülönült igénybevételével.

Csomagok közti verseny a platformok átfedésének, az ár, és az elérhető szolgáltatások körének függvénye. Figyelembe véve azonban, hogy a kábelen két vagy három szolgáltatást egyszerre igénybe vevő előfizetők aránya, és a kizárólag telefonnal vagy Internettel megrendelhető IPTV szolgáltatást használó száma csekély³⁸ a csomagok közti verseny keresleti szempontból vállalkozásokra fegyelmező erőt gyakorló tényezője úgy tűnik egyelőre a műsorcsomagok ára és párhuzamos elérhetősége marad. Az IPTV szolgáltatás tehát szintén cluster termék formájában jelentkezik a piacon, melynek elemei ugyan külön is elérhetőek, de összességében mégis elkülönült szegmensként való meghatározása lehet indokolt azoknak az emelt szintű televíziós szolgáltatásoknak (élőkép megállítása, felvétel merevlemezre, kép a képből, késleltetett lejátszás) köszönhetően, melyek egyelőre csak ezen a platformon érhetőek el. Helyettesítés, szűk körben a két vagy három szolgáltatást egyszerre igénybe vevő kábeles előfizetők irányából lehetséges, amely azonban egyelőre vélhetően nem piac határait tágtó mértékű.

A csomagok árai és az elérhető csatornák számát illetően a kábeles, digitális műholdas és mikrohullámú kiskereskedelmi szolgáltatások közötti helyettesítés valószínűsíthető, akkor is, ha a digitális hozzáféréshez külön set-top-box-ra van szükség. Ezen eszközök ugyanis sokszor ingyen vagy jelentős kedvezményekkel szerezhetőek be.

A GVH gyakorlata egyelőre az IPTV és digitális műholdas hozzáférés megjelenése előtti időre nézve érhető el, amikor is a kábeltelevíziós hozzáférés helyettesítőjének kizárólag a digitális mikrohullámú műsorszórását tekintette.³⁹

3.1.4. Műsorszolgáltatás nagykereskedelmi piaca

A műsorszolgáltatás nagykereskedelmi piaca egyrészt a tartalomszerkesztők (műsorszolgáltatók) és tartalomgyártók (jogtulajdonosok), másrészt a tartalomszerkesztők (műsorszolgáltatók) és tartalomcsomagolók (műsorterjesztők) közti tranzakciókat foglalja magába.

A tartalomszerkesztők és tartalomgyártók közti tranzakciók felölelik a sportközvetítési jogok⁴⁰, és a prémium filmek nagykereskedelmi piacát.⁴¹ Az említett film-és sportjogokat prémium tartalmaknak nevezzük.⁴² A Bizottság a *Vivendi/Canal+/Seagram* ügyben⁴³ rögzítette, hogy a prémium tartalmak nélkülözhetetlenek az audiovizuális tartalmakat szolgáltatók számára. Azokat más, kevésbé vonzó tartalmakkal nem lehet ésszerűen helyettesíteni. A műsorszolgáltatók közötti versenyt csak tovább élezi, hogy a közvetítési jogok bizonyos területekre kizárólagosak, illetve a tartalmak szűkösök.⁴⁴

³⁸ Az NHH KTV projekt adatai szerint (82., 87. pontok) a kábeles Internetre az előfizetők 20, telefonra pedig kb 11%-a fizet elő. Az IPTV előfizetők számát illetően: Vj-127/2007 24. pont

³⁹ Vj-15/2006

⁴⁰ *Premier Leagues*, COMP/C.2./38.173

⁴¹ 2000. október 13-i döntés, IV/M.2050, OJ C 311

⁴² Pablo Ibáñez Colomo: *Saving the Monopsony, Innovation and Market Power in the Media Sector*, GCLC Working Paper 01/07, 2old

⁴³ 2000. október 13-i döntés, IV/M.2050, OJ C 311

⁴⁴ Pablo Ibáñez Colomo.; Damien Geradin: *Access to content by new media platforms: a review of the competition law problems*, GCLC Working Paper 1/04, 2. old

A sporteseményeknek kizárólag akkor van prémium értéke, ha élő a közvetítés. Csúcsfilmeknek pedig van egy életciklusuk, amely szerint először mozikban kerülnek bemutatásra, majd DVD formában értékesítik, ezt követően kerül bemutatásra pay-TV elsőként pay-per-view, aztán video-on-demand, near-video-on-demand, végül a többi a csatornán.⁴⁵

A Bizottság eddigi gyakorlatában a sportközvetítési jogok nagykereskedelmi upstream piacon belül nem zárta ki, hogy az egyes nemzetközi jelentőségű sportesemények (pl. olimpia), illetve olyan futball bajnokságok (akár évi rendszerességgel játszottak akár nem), amelyeken a nemzeti csapatok szerepelnek, elkülönült piacot képezhetnek.⁴⁶ A programok helyettesíthetősége kapcsán a Bizottság a *Champions League* ügyben⁴⁷ azt vizsgálta, hogy a programmal ugyannyi nézőt lehet-e elérni.

A műsorszolgáltatás nagykereskedelmi piacának részét képezheti a műsorszerkesztők (műsorszolgáltatók) és műsortartalom csomagolók (műsorterjesztők) közti tranzakció is. A műsortartalom csomagolójának kínálatát a nézői kereslet befolyásolja, így minél vonzóbb egy tartalom, annál kevésbé lehet megkerülni azt. Kiegészítő vásárlóerőt a jelentős előfizetői bázis képezhet.

3.1.5. Műsorterjesztés nagykereskedelmi piaca

A műsorterjesztés nagykereskedelmi piaca a műsorszerkesztői tartalom végfelhasználókhöz való eljuttatását jelenti. Az érintett piac határainak megvonását illetően a gyakorlat nem egységes.

A Bizottság *Apollo/JP Morgan/Primacom* ügyben⁴⁸ úgy vélte, hogy ez a piac a távközlés végződtetési piacához hasonlatos, ahol az Ajánlás 16. piaca minden mobil hálózatot elkülönült piacként határoz meg. Eszerint a különféle átviteli utak többnyire kiegészítik egymást, hisz a cél a minél több előfizetőhöz való eljutás.

A Bizottság ugyanakkor az Értelmező Rendelkezések tervezetében⁴⁹ arra a megállapításra jut, hogy az egyes platformok (földfelszíni, kábeles, műholdas, DSL) állnak egymást kiegészítő viszonyban, így platformonkénti elkülönült piac-meghatározásra tett javaslatot.

A GVH több fúziós ügyben⁵⁰ - amelyekben a kérelmezett kereskedelmi televízió volt – kizárólag azokat a platformokat tekintette releváns piacnak, amelyeken a csatornák csomagba foglalva érhetőek el, és ezek között helyettesítést állapított meg a műsorszolgáltató szempontjából.

Álláspontom szerint a műsorterjesztés nagykereskedelmi piaca valóban végződtetési típusú, de éppen ezért kétoldalú piac,⁵¹ így a kiskereskedelmi helyettesítést is vizsgálni kell a nagykereskedelmi piac határainak megvonásához. A helyettesítést az SSNIP teszt alapján kell

⁴⁵ Pablo Ibáñez Colomo: 5. old.

⁴⁶ *Eurovision II*. IV/32.150, OJ (2000) L 151/18, 46-49. pontok, bár az Elsőfokú Bíróság megsemmisítette a döntést, a piac-meghatározást elfogadta.

⁴⁷ 57-58. pontok

⁴⁸ COMP/M.3355, 2004. június 15. *Apollo/JP Morgan/Primacom*, 10. pont: „On the demand side of this market, broadcasters, i.e. public and private broadcasters, demand the transmission of their signals in order to reach as many end customers as possible. [...] Broadcasters require transmission through every single network without being able to substitute one for the other.”

⁴⁹ SEC(2006)837, 45. old.

⁵⁰ Vj-61/2006, Vj-42/2007, Vj-123/2007, a Vj-142/2005 sz. ügyben a GVH nyitva hagyta azt a kérdést, hogy a közvetítő választás szempontjából az érintett piacot az adott hálózat, vagy a szóba jöhető hálózatok együttese képezi-e. Meg kell jegyezni, hogy a GVH ez utóbbi kérdést is csak a közvetítő-szolgáltató szempontjából értékelte volna.

⁵¹ Martin Cave – Ulrich Stumpf – Tommaso Valletti: A Review of certain markets included in the Commission’s Recommendation on Relevant Markets subject to ex ante Regulation, July 2006, 24. old.

elvégezni. Míg azonban a hívásvégződtetés díjának emelésekor a hívó fizet elve miatt a hívott fél nem lép, addig a műsorterjesztés díjának emelése megdrágítja az adott csatorna díját is, amely így a nézőhöz visszajut. Vagyis a műsorterjesztés nagykereskedelmi piacának határai egybeesnek a műsorterjesztés kiskereskedelmi piacának határaival. Ebből a szempontból a GVH megközelítése helyesnek tűnik. A helyzet hasonló egyébként a közvetítő választáshoz, ahol a nagykereskedelmi díj emelésére adott válasz szintén a kiskereskedelmi helyettesítés függvénye. Nem véletlen, hogy a közvetítő választás kötelezettségét a szabályozás a kiskereskedelmi JPE pozícióhoz kapcsolja.

3.1.6. Reklámpiac

Az értéklánc fontos eleme a reklámpiac, amely szinten egy kétoldalú piac része. A reklámpiacok tekintetében különbség tehető a televíziós és nyomtatott reklámok piaca között a velük elérhető célközönségre és a reklámozás díjai közötti jelentős különbségekre tekintettel.⁵²

Több – már hivatkozott – GVH előtti fúziós ügyben felmerült, hogy a különféle tematikus csatornák speciális hordozói-e a csak meghatározott rétegnek szóló reklámoknak. A GVH azonban arra a következtetésre jutott, hogy az ilyen tematikus csatornákon elérhető televíziós reklámok más adókon is elérhetők, illetve csak tematikus csatornákon sugárzott reklámokkal nem érhető el kellő számú néző, így érintett piacnak a teljes televíziós reklámok piaca tekinthető.

3.2. Földrajzi piacok

A médiapiacok földrajzi határai gyakran nemzetiként kerülnek meghatározásra figyelemmel a különféle szabályozásokra, nyelvi korlátokra, kulturális különbözőségekre, és szerzői jogi korlátokra. Ehhez a megközelítéshez például a Bizottság az északi tagállamok kivételével tartotta is magát.⁵³ *UEFA* ügyben⁵⁴ a Bizottság a nyelvi és kulturális különbözőségek miatt a földrajzi piacot nemzetiként határozta meg, de elismerte, hogy a nyelviileg homogén területek esetében ennél tágabb is lehet. Ennek azért van jelentősége, mert a Magyarországon sugárzott magyarnyelvű adások a környező országok magyar nemzetiségű lakossága számára is elérhető lehet. A Bizottság hasonló helyzetben az *RTL/Veronica/Endemol* ügyben⁵⁵ megállapította, hogy a belgiumi Flamand Közösség nem része a Holland földrajzi piacnak az eltérő kulturális szokások, a nézők nemzeti preferenciái és a hirdetési piac miatt. Ezt a GVH is figyelembe vette, mikor az érintett földrajzi piacot a hivatkozott fúziós ügyekben Magyarország tekintetében állapította meg.

⁵² IV/M.553 - *RTL/Veronica/Endemol* 1995. szeptember 20., 23. pont

⁵³ 1995.07.19-i döntés, IV/M.490. *Nordic Satellite Distribution* Az ügyben a Bizottság a műholdas terjesztésű pay-TV-k esetében nem zárta ki, hogy az érintett piac az északi államokra kiterjed. (72. pont) A kábeles átvitel esetében azonban az érintett földrajzi piac nemzeti maradt ebben az esetben is. (73. pont)

⁵⁴ 80. pont

⁵⁵ IV/M.553., 1995. szeptember 20., 25-26. pontok

4. Erőfölény

4.1. Erőfölényről általában

Az erőfölény fogalmát az EK Sz nem tartalmazza, azt a bírósági joggyakorlat alakította ki. Aszerint a gazdasági erőfölény képessé teszi a vállalkozást a hatékony verseny korlátozására az érintett piacon azáltal, hogy pozíciója lehetővé teszi számára, hogy a versenytársaitól, az ügyfeleiktől és végső soron a fogyasztóktól nagymértékben függetlenül viselkedjék.⁵⁶ Az erőfölény nem csak százalékban mért részesedés, hanem számos egyéb tényező függvénye is.⁵⁷

Két vagy több vállalkozás lehet közösen is erőfölényben, ha köztük lévő gazdasági kapcsolat miatt nincsen hatékony verseny.⁵⁸ Az Európai Bíróság *Compagnie Maritime Belge*⁵⁹ és a *Gencor*⁶⁰ ügyben hozott ítélete szerint a gazdasági kapcsolat nem korlátozódik megállapodás vagy más jogi kapcsolat létezésére, hanem alapulhat más kapcsolódó tényezőn és a piaci struktúra gazdasági elemzésén múlik. A *Gencor* ügyben kimondottak szerint a közös erőfölény interdependencia viszony egy oligopolisztikus piac szereplői között, amely magatartásaik összehangolására ösztönzi őket közös profitjuk maximalizálása érdekében.⁶¹ Oligopolisztikus szerkezetű piacokon⁶² a piaci szereplők közti hallgatólagos összejátszás párhuzamos magatartásokhoz vezethet. A hallgatólagos összejátszás kifejezett megállapodás hiányában történik (ezért nem alkalmazható az EK Sz 81. cikkelye) Azt a tesztet, amely az összejátszás egyensúlyi stabilitásához szükséges intenzív kapcsolatok fennállására vonatkozik az Elsőfokú Bíróság alakította ki az *Airtours* ügyben⁶³ (*checklist approach*⁶⁴). Eszerint az összejátszás megállapítható, ha i) a piac megfelelően transzparens, ii) fenntartható, mert elrettentő stratégia áll a felek rendelkezésére, iii) hiányzik a fogyasztók és potenciális versenytársak reakciója, amely alááshatná az összejátszást, mert pl. magasak a piacralépési korlátok. Az Elsőfokú Bíróság egy közelmúltban hozott döntésében azért kötelezte új eljárásra a Bizottságot, mert az nem támasztotta alá, hogy a Sony és a BMG közötti összefonódás nem hoz létre közös erőfölényt.⁶⁵ A Bíróság szerint a Bizottság nem bizonyította, hogy a piac nem megfelelően transzparens a hallgatólagos összejátszáshoz. A Bíróság szerint, ha nincs is közvetlen bizonyíték a transzparenciára, akkor is lehet arra következtetni az árak összehangoltságából.

⁵⁶ 27/76 *United Brands v. Commission* [1978] ECR 207 és 85/76 *Hoffmann-La Roche v. Commission* [1979] ECR 461.

⁵⁷ Így pl.: potenciális versenytárs, kiegyenlítő vásárlóerő hiánya. Meg nem kettőzhető eszközök feletti ellenőrzés, privilegizált hozzáférés, vertikális integráció, méretgazdaságosság.

⁵⁸ *Societa Italiano v. Commission*, T-68/89 ECR [1992] II-1403

⁵⁹ C-395, 396/96 ECR [2000] I-1365, 45. pont

⁶⁰ T102/96 [1999] ECR II-753

⁶¹ 276. pont

⁶² A klasszikus, de mainstream oligopólium modell a Cournot (1938), amely statikus, és melynek értelmében csak egy időhorizonton van, amin belül az oligopolista döntést hoz. A modell szerint a vállalkozás a profitmaximalizáló kibocsátási szintet választja, de felteszi, hogy a többiek erre nem lépnek.

⁶³ *Airtours v. Commission*, T-342/99., [2002] ECR II-2585.

⁶⁴ *Collective Dominance from Economic Perspective*, OXERA, Competing Ideas, June 2002

⁶⁵ T-464/04, *Independent Music Publishers and Labels Association v Commission*, 13 July 2006

4.2. Erőfölény az elektronikus média piacain

A GVH több ügyben⁶⁶ hozott határozatában megállapította a kábelszolgáltató kiskereskedelmi erőfölényének a hiányát a digitális mikrohullámú műsorterjesztés helyettesítő jellege miatt. A szolgáltatás csak a fővárosban és környékén érhető el azonban a kábeltelevíziós vállalkozás előfizetői számarányát tekintve ez olyan mértéket is elérhet, hogy erőfölénye az egyébként földrajzilag tényleges átfedésben nem lévő területi vonatkozásában is megszűnik.⁶⁷

Ezt megelőzően a GVH 2004 végén a Vj-88/2003. sz. alatti versenyfelügyeleti eljárásban még Budapest vonatkozásában is megállapíthatónak találta a kábelszolgáltató erőfölényét, annak ellenére, hogy a Fővárosi Ítéletábla a Vj-10/2001. sz. alatti eljárásban 2003 végén hozott érdemi határozatot hatályon kívül helyező (egyébként számos ponton tárgyi tévedéseket tartalmazó⁶⁸) 2.K.f.27213/2003/5. sorszámú ítéletében kimondta, hogy a jelszolgáltatást hasonló feltételekkel be lehet szerezni parabola-antennán, UPC Directen, és Antenna Mikro-n keresztül is.

A fenti piac-meghatározást figyelembe véve a digitális műholdas műsorszórásra tekintettel az analóg kábeltelevíziós vállalkozások kiskereskedelmi erőfölényes helyzete immár megkérdőjelezhető. Nagykereskedelmi oldalról az IPTV, a földfelszíni műsorszórók ugyan saját hálózataikat illetően erőfölényben vannak, viszont előbbi esetében – minthogy új szolgáltatás – a kiegyenlítő vásárlóerő miatt visszaélésre aligha kerülhet sor.

A *Magill* ügyben⁶⁹ a Bizottság Európai Bíróság által megerősített álláspontja szerint az ír televízió erőfölényben volt saját televíziós műsorújságát illetően. *Mutatis mutandis* egy műsorszolgáltató erőfölényt élvezhet saját televíziós csatornájának piacán, amennyiben az „must have”-nek tekinthető, amely nélkül versenyképes programcsomag kínálat nem volna összeállítható. A GVH a Vj-61/2006. sz. alatti ügyben a műsorkészítő piaci pozícióját a nézettség, árbevétel és reklámbevétel mutatók alapján határozta meg.

⁶⁶ Vj-15/2006 és Vj-16/2006

⁶⁷ Miként a Vj-15/2006. sz. alatti ügyben.

⁶⁸ A Bíróság például ítéletében megerősíti a másodfokú bíróság azon megállapítását, hogy „a Direct Home szolgáltatás szintén kábeltelevíziós szolgáltatás”, miközben az digitális műholdas műsorszórásnak minősül.

⁶⁹ C-241 és 242/91 [1995] ECR I-743

5. Erőfölénnyel való visszaélés-típusok

Az EKSz 82. cikkelyének célja a verseny védelme és ezen keresztül a fogyasztó jólét emelése, az erőforrások hatékony allokálásának biztosítása. A hatékony verseny alacsony árakat, magas minőséget a javak széles választékát, összességében a fogyasztói jólét növelését eredményezi. A versenyjog célja a verseny és nem a versenytársak védelme, így az erőfölénnyel való visszaélés vizsgálatának középpontjába a fogyasztókat, és nem a versenytársat érő hátrány kell, hogy álljon.

A visszaélés objektív koncepció a domináns piaci szereplő azon magatartására vonatkozik, melynek korlátozó hatása van a piaci verseny fennálló szintjére, vagy annak növekedésére. Vagyis a magatartás visszaélésszerű,⁷⁰ ha

- az természeténél fogva alkalmas a verseny korlátozására;
- a tényleges vagy potenciális versenytársak profitábilis hozzájárása a piachoz egészben vagy részben meghiúsul, ezzel kapcsolatban elegendő, ha a versenytársak olyan mértékű hátrányt szenvednek (pl. költségek emelése, vagy a termékeik iránti kereslet csökkentése révén), hogy a versenyt kevésbé „agresszíven” képesek csak folytatni.

A visszaélés nem állapítható meg, ha a domináns vállalkozás bizonyítja, hogy az a versenyt érő hátrányt ellensúlyozó mértékű hatékonyság növelésével járt. A bizonyítási teher ez esetben a domináns vállalkozáson van.⁷¹

5.1. Hátrányos feltételek

Az új médiaplatformok piacralépésének súlyos korlátozását jelentheti a jogtulajdonosoknak fizetendő minimum garancia, amelyet a bevételtől, előfizetőinek számától függetlenül kell megfizetniei. Az ilyen garanciális kikötések a *BRT v. SABAM*⁷² és *Tetra Pak II*.⁷³ ügyek alapján *mutatis mutandis* az EKSz 82. cikk a) pontjában tilalmazott hátrányos feltételeknek minősülhetnek, hiszen a piacralépéssel összefüggésben szélsőségesen magas pénzügyi kockázat viselésére kényszerítik az új platformmal piacra lépőket.

Damien Geradin szerint⁷⁴ a bevételarányos minimum garancia biztosíthatná az új platform szolgáltatóknak a részesedés megszerzését a piacon. Arra azonban tekintettel kell lenni, hogy a *British Airways/Virgin* ügyben⁷⁵ azt a kedvezményrendszert, amelyben a kedvezmény kizárólag az előző évi eladáshoz kötődött, és független volt a tényleges teljesítménytől, jogsértőnek ítélték meg.

5.2 Diszkrimináció

Az EKSz 82. cikkely c) pontja szerint visszaélést követ el az erőfölénnyel rendelkező vállalkozás, ha eltérő feltételeket alkalmaz azonos értékű ügyletekre más kereskedelmi

⁷⁰ Bizottság Vitaanyaga, 18. old.

⁷¹ T-203/01 *Michelin v. Commission* [2003] ECR II-4071

⁷² 127-73, ECR [1974]-51

⁷³ T-83/91, ECR [1194] II-755. Az ügyben az Elsőfokú Bíróság jogsértőnek minősítette azt a gyakorlatot, amely a szerződés kezdetekor a bérleti díjat a gép értékével megegyező díjban állapította meg.

⁷⁴ 16. old.

⁷⁵ T-219/99 [2003] ECR. II

felekkel szemben, ezáltal versenyhátrányt okozva nekik.

Ezen diszkriminációtilalmi rendelkezéseknek a célja az ún. másodlagos (ez jogi kategória, nincs összefüggésben a másodfokú árdiszkriminációval) sérelmek megelőzése. Elsődleges sérelmek azok, amelyeket a domináns vállalkozás a versenytársainak okoz, másodlagosak pedig, amelyek a fogyasztóit/ügyfeleit érintik hátrányosan. Ez utóbbi esetben azonban szükséges a tényállás kimerítéséhez, hogy ezek a fogyasztók egymással versenyben legyenek, nem szükséges viszont, hogy a domináns vállalkozás vertikálisan integrált legyen, vagyis jelen legyen a downstream piacon. Tehát a Szerződés illetve a Tpvt. betűje szerint a jogsértés megállapítható, ha az erőfölényes vállalkozás üzleti partnerének saját piacán – melyen a visszaélést elkövető nincs is jelen – folyó versenyben hátrányt okoz. Az Európai Bíróság a *British Airways/Virgin* ügyben⁷⁶ is kifejtette, hogy az EKSz diszkrimináció tilalmi 82. cikkely c) pontja része az EKSz 3. cikkely (1) bekezdés g) pontja szerinti rendszernek, melynek célja annak biztosítása, hogy a belső piacon ne torzuljon a verseny.

Az európai versenyjogi gyakorlatban főleg a közlekedési piacok vonatkozásában találni olyan jogeseteket, amelyek vertikálisan nem integrált vállalkozásokat marasztaltak el másodlagos árdiszkriminációs sérelmek miatt. Az *Alpha Flight/Aeroports de Paris* ügyben⁷⁷ a párizsi repülőterek üzemeltetője kereskedelmi díj ellenében tette lehetővé két földi kiszolgálást nyújtó vállalkozás számára a tevékenységet az egyik légitársaságnál. A fizetendő kereskedelmi díjakat a vállalkozások árbevétele alapján számították ki, amelyek így nagy mértékben eltértek egymástól. A Bizottság megállapította, hogy a díjakat diszkriminatív módon alkalmazták, amely korlátozta a versenyt a repülőtéren a földi kiszolgálást nyújtók között, ezzel megsértették az EKSz 82. cikkely c) pontját.

A bizottsági ügytípusok egy jelentős részében – éppen a már ismertetett kivétellel, ahol minden érintett francia vállalkozás volt – az ilyen másodlagos árdiszkrimináció rendszerint nemzeti alapon történik. Viszont a lényeg, hogy a tilalmazott tényállás kimerítése nem követeli meg a célzatot, vagyis az ügyfelekkel szembeni diszkrimináció oka irreleváns, a tényállás kimerítésének feltétele mindössze a verseny torzítása. Ennek megfelelően hangsúlyozta az Európai Bíróság a *Portuguese Republic v. Commission*⁷⁸ ügyben, hogy a 82. cikkely c) pontja a hasonló ügyletek esetében alkalmazott eltérő feltételeket tilalmazza, tekintet nélkül a diszkrimináció alapjául szolgáló esetleges nemzeti okokra.

Miként azt a Bizottság a *Clearstream* ügyben⁷⁹ illetve az Elsőfokú Bíróság a *Deutsche Bahn v. Commission* ügyben⁸⁰ is kimondta, pusztán az árak objektív indokok nélküli eltérő alkalmazása a hasonló helyzetben lévő kereskedelmi partnerekkel szemben megalapozza a versenyhátrányt azáltal, hogy rajtuk kívülálló okok miatt nem ugyanolyan feltételekkel szembesülnek a saját piacaikon versenyben.

Ezt a megközelítést az Európai Bíróság fenntartotta a *British Airways/Virgin* ügyben 2007. március 15-én hozott ítéletében, melyben kifejtette, hogy szükségtelen az üzleti partnereket versenyhelyezükben egyedileg ért hátrány mennyiségi meghatározása. A domináns szereplő magatartásának az eset összes körülményeit figyelembe véve kell alkalmasnak lenni a partnerek közötti verseny torzítására. Az Elsőfokú Bíróság pedig megállapította, hogy az

⁷⁶ C-95/04. 2007. március 15.

⁷⁷ 98/153, 1998. június 11., Hivatalos Lap L 230 1998 augusztus 18., 10-27 old.

⁷⁸ C-163/99, 2001 március 29. Európai Bírósági Értesítő [2001] I-2613 46. §

⁷⁹ COMP.38.096 2004. június 2., 337. pont

⁸⁰ T-229/94, 1997., ECR II.-1689 „The Court finds that that practice artificially consolidated a protective system of tariffs for carriage by rail passing through the northern ports and must be regarded as an imposition of dissimilar tariff conditions to the detriment of the competitive position of undertakings operating on the western rail journeys by comparison with those operating on the northern rail journeys.” (86.)

Egyesült Királyságban az utazási irodák között intenzív verseny van és helytállásuk alapvetően két tényezőn, a repülőjegyek eladásának képességén és pénzügyi adottságaikon múlik. Az Elsőfokú Bíróság megállapította, hogy a kedvezményrendszer ez utóbbi vonatkozásában gyakorol behatást. Vagyis a Bíróság szerint, ha a diszkrimináció megtörténik, akkor versenyhátrány annak mértékétől függetlenül megállapítható.

Egyébként a verseny torzítását pusztán a hasonló feltételek esetén alkalmazott eltérő árakból levezető gyakorlat a közösségi joggyakorlatba vélhetően az amerikai Legfelsőbb Bíróság *FTC v. Morton Salt Co.* ügyben⁸¹ kidolgozott „inference of injury” tesztjének köszönhetően szivárgott be.

A médiapiacok tekintetében is felmerülhet például, hogy valamely vertikálisan nem integrált upstream piaci szereplő (pl. egy TV csatorna) eltérő díjat kér egy downstream piaci (pl. tartalom csomagoló) szereplőtől.

5.3. Hozzáféréstől elzárkózás

A hozzáféréstől elzárkózásos ügyek lényege, hogy a vállalkozás egyik piacon fennálló domináns pozícióját felhasználva erősíti jelenlétét egy másik kapcsolódó, de elkülönült piacon. A *Tetra Pak* ügyben⁸² az Európai Bíróság aláhúzta, hogy erőfölénnyel való visszaélést valósít meg az is, ha a domináns vállalkozás visszaélése a domináns pozícióval érintett piactól elkülönült szegmensen fejti ki hatását. Bár a *Tetra Pak* ügy esetében szorosan összefüggő horizontális piacokról volt szó, a Bizottság Hozzáférési Közleményében⁸³ jelezte, hogy az elv ugyanúgy alkalmazandó a szorosan összefüggő vertikális piacokra is, amelyek általánosak a távközlési ágazatban. Az Európai Bíróság az *RTT v GB-Inno-BM* ügyben ki is mondta, hogy erőfölénnyel való visszaélést valósít meg, ha egy távközlési monopólium objektív indok nélkül kiterjeszti erőfölényét egy kapcsolódó, de elkülönült piacra.

A szerződéskötéstől elzárkózás (refusal to supply) kapcsán az Európai Bíróság első alkalommal a *Commercial Solvents* ügyben⁸⁴ mondta ki, hogy egy vállalkozás, amely erőfölényben egy nyersanyag piacán, és amelyik abból a célból, hogy saját származékok gyártását biztosítsa, elzárkózik ennek az alapanyagnak a versenytársak számára történő értékesítésétől, gazdasági erőfölénnyel való visszaélést követ el.

A *Telemarketing* ügyben⁸⁵ az RTL visszautasította a Telemarketing reklámjainak sugárzását arra az esetre, ha azokban nem történik utalás saját telemarketinges leányvállalatának a telefonszámára is. Akkor az RTL erőfölényes helyzetben volt a belgiumi francia nyelvű reklámpiacon, ezért az Európai Bíróság alkalmazandónak tartotta a *Commercial Solvents* ügyet, mert a domináns pozíció egy más piacokon tevékenykedő vállalkozás működése szempontjából nélkülözhetetlen szolgáltatás piacán állt fenn.

A Bizottság 82. cikkely felülvizsgálatával kapcsolatosan kibocsátott Vitaanyaga⁸⁶ szerint az input piacok tekintetében különbség tehető azok fizikai és a szellemi tulajdon jellege szerint.

⁸¹ 334 U.S. 37, 1948 Később hivatkozva: Falls City Indus., Inc. v. Vanco Beverage, Inc. 460 U.S. 428, 435 (1983) „injury to competition is established prima facie by proof of a substantial price discrimination between competing purchasers over time”

⁸² C-333/94 P [1996] ECR I-5951.

⁸³ 65. pont

⁸⁴ Egyesített ügyek 6/73 és 7/73, [1974] ECR 109.

⁸⁵ 311/84 [1985] ECR 03261

⁸⁶ DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the treaty to exclusionary abuses, Brussels December 2005

A szellemi tulajdonnal való rendelkezés önmagában nem jelent erőfölényt, így a szellemi tulajdonhoz fűződő jogok gyakorlása sem lehet önmagában visszaélés. Ezen ügýtípusokra jellemző, hogy a Bizottság és a Bíróság igyekszik kiegyenlíteni a versenyjogi és szellemi tulajdonjogi szempontokat. Ez utóbbiakból folyó kizárólagos jogok ugyanis az innovatív teljesítmény elismerését és ösztönzését jelentik.

Az Európai Bíróság a *Magill* ügyben⁸⁷ kifejtette, hogy egy engedély megadásának megtagadása kivételes körülmények esetén lehet visszaélészerű. Ezek a kivételes körülmények akkor állnak fenn a Bíróság szerint, ha a szellemi tulajdonjoggal rendelkező erőfölényes vállalkozás engedélye

- i) nélkülözhetetlen (nincs tényleges vagy potenciális helyettesítője) egy új termék gyártáshoz, melyet
- ii) a domináns vállalkozás nem nyújt, és ami
- iii) iránt egyértelműen kereslet mutatkozik, és
- iv) a jogtulajdonosok a másodlagos piacot maguknak tartják fenn a teljes verseny kizárásával,
- v) az elzárkózás objektív indokok nélkül történik.

A *Magill* ügyben kidolgozott szempontokat a Bíróság az *IMS Health* ügyben⁸⁸ hozott ítéletével megerősítette. Az Elsőfokú Bíróság azonban a *Microsoft* ügyben⁸⁹ elfogadta a Bizottság azon megközelítését, hogy a kivételes körülmények megítélésakor valójában az adott eset összes körülményeire kell tekintettel lenni.

A közvetítési jogokhoz való hozzáférés szempontjából érdekes eset *Tiercé Ladbroke* ügy,⁹⁰ amely annak következtében került az Elsőfokú Bíróság elé, hogy a Bizottság elutasította a legnagyobb belga fogadóiroda panaszát, amely arra vonatkozott, hogy a jogtulajdonos megtagadta a francia lóversenyek képeihez és hangjaihoz való hozzáférést. Az Elsőfokú Bíróság megállapította, hogy a sérelmezett magatartás nem akadályozta a Ladbroke-t, hogy a fogadási piacon tevékenykedjen. Az igényelt közvetítési képek és hangok ugyanis az Elsőfokú Bíróság álláspontja szerint nem tekinthetők nélkülözhetetlenek a fogadási piacon való működéshez.

Az Elsőfokú Bíróság azonban elutasította, hogy az esetre a *Magill* ügy alkalmazható lenne, mert míg abban az esetben az engedély megadásának megtagadása megakadályozta a piacrálépést a televíziós műsorújságok piacára, addig ebben az ügyben a jogtulajdonos nincs jelen a fogadási piacon. Vagyis az ő elzárkózása nem tekinthető az érintett piac korlátozásának.⁹¹ Az Elsőfokú Bíróság szerint, ha jelen is lett volna a jogtulajdonos az érintett piacon, az EKSz 82. cikkelye vele szemben akkor lett volna alkalmazható, ha a kérdéses szolgáltatás (képek és hangok) a fogadási tevékenység gyakorlásához nélkülözhetetlen lett volna, azaz olyan, amelynek nincs tényleges vagy potenciális helyettesítője, vagy új szolgáltatásnak minősült volna, amelynek a megjelenésére annak ellenére nem került sor,

⁸⁷ Egyesített ügyek C-241/91 és C-242/91, *Radio Telefís Éireann e Independent Television Publications Ltd. v. Commission*, [1995] ECR I-743. Írország három legnagyobb műsorszolgáltató társasága (Radio Telefís Éireann, Independent Television Publications, BBC) tagadta meg programlistáinak kiadását a Magill TV Guide-tól, amely ezeket egy hetente megjelenő összes műsort tartalmazó kiadványában kívánta közzétenni. A három műsorszolgáltató azonban saját programkínálatát saját műsorfüzetben közzölte. Minthogy az ír és angol jog szerint a programlisták szerzői jogi védelem alatt állnak, így ez egy olyan eset volt, ahol a szerzői és versenyjogi szempontok kerültek összeütközésbe.

⁸⁸ *IMS Helath GmbH&Co. OHG v. NDC Health GmbH&Co. KG*, C-418/01, [2004] ECR-I 5039.

⁸⁹ T-201/04, 17. September 2007

⁹⁰ T-504/93, *Tiercé Ladbroke SA v. Commission*, [1997] ECR II-923.

⁹¹ T-504/93, 130. pont

hogy a fogyasztók részéről potenciális kereslet mutatkozott volna iránta.⁹² Jelen ügyben azonban bár a lóversenyek televíziós közvetítése hozzáadott és megfelelő szolgáltatás lehet, nem nélkülözhetetlen a fogadási szolgáltatások nyújtásához.⁹³ Szintén elutasította az Elsőfokú Bíróság a *Commercial Solvents* ügyre hivatkozást, mert a jogtulajdonos és a fogadóiroda nem versenytársai egymásnak az érintett belga sportfogadási piacon.⁹⁴

Ennek a kettőségnak a műsorkészítés tekintetében is jelentősége van, hiszen míg a csúcsművek (TV csatornák) szerzői jogi védelem alatt állnak, a futball játékok nem (azok közvetítésnek joga a tulajdonhoz való hozzáféréstől ered). Indokolatlan volna az újszerűségi kritériumot kizárólag a csúcsművek esetében alkalmazni, ezért a szakirodalmi álláspontok szerint⁹⁵ azt mindkét esetben használni kellene. Ez esetben, ha egy tartalmat nélkülözhetetlennek minősítünk⁹⁶ az ahhoz való hozzáférés biztosításától való elzárkózás, akkor tekinthető visszaélésnek, ha ezáltal új termék vagy szolgáltatás megjelenése lehetetlenül el. De szó sincs arról, hogy valamely futball esemény közvetítéséhez való hozzáférés hiányában a verseny megszűnne a downstream piacon. Éppen ezért a sportközvetítési jogok átadásától való elzárkózás megítélése során az újszerűségi kritérium alkalmazása felesleges.

⁹² T-504/93, 131. pont

⁹³ T-504/93, 132. pont

⁹⁴ T-504/93, 133. pont

⁹⁵ Vandencastele et Waelbroeck: Une nouvelle approche à l'égard des abus de monopolisation? *Revue Internationale de Droit Economique* 2006, 87. old.

⁹⁶ *Pablo Ibáñez Colomo* szerint (23. old) a verseny kiiktatásával fenyeget a hozzáférés megtagadása, az Elsőfokú Bíróság (*Ladbroke* 131. pont) és az Európai Bíróság (Bronner, 41. pont) szerint nincs tényleges vagy potenciális helyettesítője.

6. Összefonódás-kontroll

A fúzió kontroll célja a résztvevő vállalkozások árbevétele alapján számított összehatárt elérő összefonódások előzetes (ex-ante) vizsgálata abból a szempontból, hogy az nem eredményezi-e versenyt korlátozó erőfölény megerősítését vagy létrejöttét.

A Tanács 139/2004/EK rendelete a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről⁹⁷ 2. cikk (2) bekezdése szerint azt az összefonódást, amely különösen erőfölény létrehozása vagy megerősítése következményeként a közös piacon vagy annak egy jelentős részén a hatékony versenyt nem akadályozná jelentősen, a közös piaccal összeegyeztethetőnek kell nyilvánítani.

A Tpv. 30. § (2) bekezdése értelmében a GVH nem tagadhatja meg az összefonódáshoz szükséges engedély megadását, ha – a Tpv. 30. § (1) bekezdésében foglaltakat figyelembe véve – az összefonódás nem hoz létre vagy erősít meg olyan gazdasági erőfölényt, amely akadályozza a hatékony verseny kialakulását, fennmaradását vagy fejlődését az érintett piacon vagy annak jelentős részén. A Tpv. 30. § (2) bekezdése csak az erőfölény létrejöttén vagy megerősítésén keresztül engedi értékelni az összefonódások esetlegesen káros versenyhatásait. Így olyan nem koordinatív hatások, mint a legnagyobb versenynomást támasztó versenytárs (loss of maverick) vagy potenciális versenytárs kiesése elvileg nem értékelhetők a Tpv. alapján.⁹⁸

A Tpv. 30. § (1) bekezdése szerint az engedély iránti kérelem elbírálásakor mérlegelni kell az összefonódással járó előnyöket és hátrányokat. Ha egy összefonódás következtében érdemi versenyt korlátozó erőfölény – vagy az EK jogában bármely körülmény – létrejötté merül fel, akkor a versenyhatóság a Tpv. 30. § (2) bekezdése/EK rendelet 2. cikk (3) bekezdése szerinti tilthat, vagy a Tpv. 30. § (3) bekezdése/EK rendelet 8. cikk (2) bekezdése szerinti előzetes/utólagos feltételt, illetve kötelezettséget írhat elő. A Tpv. szerinti utólagos feltétel és kötelezettség között eljárásjogi különbség van: előbbi nem teljesülése esetén az engedély a törvény szerint hatályát veszti, utóbbi nem teljesülésekor pedig a GVH-nak az engedélyt vissza kell vonnia. Egyszerűség kedvéért az összefonódás versenyjoggal való összhangjának biztosítására tett intézkedéseket egységesen kötelezettségnek nevezzük.

A kötelezettségeknek mindenekelőtt a versenyző struktúráját kell biztosítaniuk, ebből a szempontból a leválasztás a legjobb megoldás. Más strukturális kötelezettségek (pl. hozzáférés biztosításának a kötelezettsége diszkriminációmentes alapon egy nélkülözhetetlen inputhoz) egyenértékűek lehetnek a leválasztással, de magatartásbeli kötelezettségek csak kivételes körülmények esetén lehetnek alkalmasak lehetnek a felmerülő versenyaggályok eloszlására, de mindezt esetről-esetre kell értékelni.

Az összefonódásokat megkülönböztethetjük hatásaik alapján és így beszélhetünk horizontális⁹⁹ és nem horizontális (vertikális,¹⁰⁰ konglomerátum¹⁰¹) hatású fúziókról. Mindegyik esetben szó lehet koordinatív és nem koordinatív hatásokról. Előbbi esetben a közös erőfölényt jelentő hallgatólagos összejátszás kialakuláshoz szükséges stabil piaci környezet jellemzőinek vizsgálata szükséges. Utóbbi esetben a nem koordinatív horizontális

⁹⁷ OJ L 24 2004.01.29.

⁹⁸ Erre jó példa Vj-19/2007 sz. ügy

⁹⁹ Van olyan érintett piac, melynek azonos mindkét, az összefonódásban részes vállalkozás jelen van.

¹⁰⁰ Van olyan érintett piac, amelyen az egyik vállalkozás eladóként, a másik vevőként van jelen.

¹⁰¹ A részes felek egymáshoz közeli piacokon tevékenykednek (pl. egymást kiegészítő szolgáltatásokat nyújtanak). A GVH 1/2003. sz. Közleményében megkülönbözteti még a portfólió hatású összefonódást is, amely fenti bontásban a konglomerátum része.

hatás megnyilvánulhat az erőfölény létrejöttében, potenciális versenytárs vagy a versenyre legjelentősebb nyomást gyakorló vállalkozás kiesésében. Nem koordinatív vertikális hatás inpushoz vagy fogyasztói bázishoz való hozzáférés korlátozását jelentheti, melyet képesség, ösztönzés, hatás hármassága mentén kell vizsgálni.

Az elektronikus média piacain a horizontális összefonódások vélhetően az ágazati szabályozás miatt ritkák. A kivételek egyike a *Holland Media Group* ügye,¹⁰² melyet a Bizottság első körben¹⁰³ megtiltott, mert az RTL4 a legnagyobb független holland műsorgyártó az Endemol, és egy kereskedelmi csatorna a Veronica által létrehozott közös vállalat (HMG) erőfölénybe került volna a free-TV és reklámpiacon. Hasonlóan ítélte meg a Bizottság a Sky és az Eurosport közös vállalatát a sportszolgáltatás piacán.¹⁰⁴

A média világában a horizontális összefonódásokkal szemben a vertikális integrációk nem számítanak rendkívüli jelenségnek, hiszen az értékesítési lánc felépítése könnyen eredményezheti.¹⁰⁵ A tartalom és átviteli hálózat közötti összefonódások már önmagukban – a digitalizációtól függetlenül is – versenyjogi aggályokat vehetnek fel, miként arra a számos kötelezettség-szabással zárt ügy¹⁰⁶ rámutatott a GVH gyakorlatából. A digitális televíziózást érintő vertikális összefonódások versenyjogi tapasztalatai pedig beépültek az elektronikus hírközlés-szabályozásba.

6.1. Műsorszolgáltatói és terjesztői szint közötti összefonódások

A műsorszolgáltató és terjesztő összefonódása révén létrejövő új entitás érdemi versenyre gyakorolt esetleges káros hatását a vertikális összefonódások nem koordinatív hatása keretében, képesség, ösztönzés, versenyre gyakorolt hatás hármassága mentén lehetséges megválaszolni. Képesség keretében azt kell értékelni, hogy az upstream piaci hozzáférés korlátozása negatívan érinti-e a downstream piacon való jelenléthez szükséges inpushoz való hozzáférést. Ösztönzés keretében kell vizsgálni, hogy az esetleges elzárkózás miként érinti az új entitás downstream és upstream piaci profitabilitását. Az ösztönzöttséget egyébként csillapíthatja a magatartás jogellenessége. A hatás a versenytárs méretének függvényében fokozódhat, de megnyilvánulhat potenciális versenytárs piacralpési korlátjának emelésében is. Ha azonban a versenytársak költségei nem emelkednek egy esetleges elzárkózás következtében, mert például ők is vertikálisan integráltak, vagy képesek alternatív inputra váltani, akkor ez kellő visszatartó erőt fejthet ki a visszaélés tanúsításával szemben, hasonlóan a kiegyenlítő vásárlóerőhöz a downstream piacon.

A műsorszolgáltatói és terjesztői szintek közötti összefonódások során fentieket külön kell értékelni az átvitel és tartalom szempontjából. A képesség többnyire az upstream piaci erőfölény függvénye. Így a műsorszolgáltató esetében a továbbiakban azt kell tisztázni, hogy az összefonódás hatásaként, nagyobb lesz-e az új entitás ösztönzöttsége a versenytárs hátrányos helyzetbe hozására a domináns tartalom visszatartásával, mint a tartalom széles körű elterjedtségére vonatkozó, hiszen a tartalom szolgáltatás sikere az elért fogyasztók számának függvénye. Ez az ösztönzöttség elsősorban downstream piaci versenytárral (más platformszolgáltatóval) szemben keletkezik, de ekkor sem feltétlenül, hiszen egy ilyen elzárkózó stratégia általában csökkentheti a csatorna nézettségét (a hátrányosabb feltétel miatt

¹⁰² M.553 *RTL/Veronica/Endemol*, 1995. szeptember 20-i döntés, OJ L 134/32 1995.

¹⁰³ Míután az Endemol kilépett a közös vállalatból, illetve a HMG RTL5 csatornája free-TV-ből pay-TV-vé alakult át a Bizottság visszavonta korábbi tiltó határozatát.

¹⁰⁴ *Screensport/EBU Members* 1991. március 9-i döntés OJ L 63/32 1991.

¹⁰⁵ Garzaniti:533.

¹⁰⁶ Vj-61/2006, Vj-42/2007, Vj-123/2007

például magasabb díjú csomagba kerül). Ugyanakkor az is igaz, hogy az ilyen stratégia következtében kialakuló „nézettségi veszteség” csak azokban az esetekben visszatartó erő, amikor a szóban forgó versenytárs hálózat számottevő előfizetői bázist tudhat magáénak. Vagyis az új piacralépő szolgáltatókkal szemben az ösztönözöttség kézenfekvőnek tűnik. A GVH a *Chellomedia/Sport1* összefonódás során ezt a hatást leginkább az IPTV vonatkozásában találta aggályosnak¹⁰⁷ és minthogy ezzel szemben semmiféle szabályozási kötelezettség (*must offer*) nem állt, előírta a tartalom diszkriminációmentes átengedésének kötelezettségét. Későbbi ügyekben¹⁰⁸ a kérelmező ezt a kötelezettséget már előzetesen vállalta, a GVH pedig érdemi vizsgálat nélkül, eljárásjogi okokból elfogadta, mondván ezzel az elvileg felmerülő legkomolyabb versenyhátrány is küszöbölhető, akár egyszerűsített eljárás keretében is.

A műsorterjesztő erőfölényének értékeléshez az adott hálózatüzemeltető kiskereskedelmi piaci pozícióját kell meghatározni. A GVH a hivatkozott ügyekben úgy találta, hogy helyettesítés szempontjából egyedül a földfelszíni műsorszórás hagyható figyelmen kívül, de az így számított 32% körüli kérelmezői részesedés ellenére sem találta valószínűnek, hogy a vertikálisan integrálódó platformszolgáltató az összefonódás hatásaként képes lenne saját tartalmának támogatása érdekében arra, hogy annak versenytársait hálózatából kiszorítsa, vagy oda csak lényegesen hátrányosabb feltételekkel engedje be. A párhuzamos platformok felől érkező fokozódó versenynyomás ugyanis ki fogja kényszeríteni a változatos programkínálatot. De ha volna is képessége a platformszolgáltatónak ilyen diszkrimináció tanúsítására, az ösztönözöttséget csökkenti a műsorterjesztés és digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvény (Dtv.) alapján őt terhelő *must-carry* kötelezettség.

6.2 Vertikális összefonódások a digitális média piacokon

A feltörekvő és innovatív piacokra ható vertikális integrációk esetében – ilyen volt a *Vizzavi* ügy¹⁰⁹ is – a Bizottság többek között nyílt hozzáférés előírása révén igyekezett megelőzni szűk keresztmetszetek létrejöttét. Szabályozási szempontból azonban az ilyen nyílt hozzáférés biztosítási kötelezettségek – a hozzáférési irányelv 6. cikkely alapján – a digitális televíziós szolgáltatások feltételes hozzáférési rendszerei kapcsán már kirótnak tekinthetők. A nyílt hozzáférés ugyanakkor csak hálózati kapacitáshoz való hozzáférést eredményez, ami digitális környezetben a végfelhasználóhoz való hozzáférés nélkül semmit sem ér. Ebből a szempontból a *set-top-box gateway*-t képezhet a fogyasztókhöz.

A *BSkyB/KirchPayTV* ügyben¹¹⁰ például a Bizottság előírta, hogy a Kirch alkalmazza *d-box*-aiban az *MHP*-t, azonban nem írta elő a *CI*¹¹¹ bevezetését. A technológiai platform szintjén előírt kötelezettségtől így hiába várták a feltételes hozzáférés alkalmazását lehetővé tevő szerződések megkötését, mert az engedélyezés túl terhesnek tűnt a *d-box*-hoz hozzáférést igénylő versenytársak számára. Dacára annak, hogy ebből az ügyből is látni kellett volna,

¹⁰⁷ Vj-61/2006 48. pont

¹⁰⁸ Vj-42/2007 Vj-123/2007

¹⁰⁹ COMP/JV.48., OJ C 118, 2003.07.17. A távközlési és médiasektor meghatározó szereplői egy multi-access (tehát több platformról is elérhető) horizontális (nem tematikus) portál működtető full-function joint venture alapítását határozták el. A Bizottság úgy ítélte meg, hogy a mobil és vezetékes telefonon kívül a pay-TV szolgáltató *set-top-box*-án keresztül is elérhető portál létrehozása károsan befolyásolná a horizontális portálok piacán a versenyt, ezért kötelezte a kérelmezőket, hogy tegyék lehetővé előfizetőik számára más horizontális portálok választhatóságát is.

¹¹⁰ COMP/JV.37.

¹¹¹ CI (common interface) olyan csatlakozási felület, amely több modul csatlakozását is lehetővé teszi.

hogy a payTV nem csak nyílt API alkalmazást igényli, hanem CI előírását is, a Bizottság a *Newscorp/Telepiú*¹¹² ügyben szintén elmulasztotta az erre vonatkozó kötelezettség előírását.

¹¹² M.2876, 2003.04.02.

7. Megállapodások kontrollja

A Szerződés 81. és 82. cikkében lefektetett versenyszabályok végrehajtásáról szóló 1/2003/EK tanácsi rendelet 1. cikkének (1) és (2) bekezdése megszüntette a megállapodás-mentesítés vonatkozásában a kérelmezést és helyébe a jogszabályi kivételek rendszerét léptette.¹¹³ Így a megállapodást kötő vállalkozásoknak kell tisztában lenniük magatartásuk versenyjogi vonatkozásaival. Miként az lentebb látható, az eddigi esetjog az elektronikus médiapiacok esetében is megfelelő eligazítást ad e tekintetben is.

1982-ben az Európai Bíróság a *Coditel II.* ügyben¹¹⁴ megállapította, hogy a filmgyártók által biztosított kizárólagos közvetítési jogok annyiban tekinthetők a szerzői jogok 81. cikkely (1) bekezdésével összeegyeztethető gyakorlásának, amennyiben azok nem járnak a filmértékesítés méltányolható szintet meghaladó korlátozásával, a mozifilmgyártás piacán folyó verseny korlátozásával. Ez az elv alkalmazható a sportközvetítési jogokra is, ahol azonban a kizárólagosság alapja nem szellemi, hanem fizikai tulajdon (stadion).¹¹⁵

A *Coditel II.* ítéletben megfogalmazott „méltányolható szintet nem meghaladó korlátozás” elvét a Bizottság és a nemzeti szabályozóhatóságok tovább részletezték a prémium tartalmak kizárólagos közvetítési jogai kapcsán.¹¹⁶ Erre egyrészt a pay-TV piac versenyző struktúrájának megőrzése, másrészt az új technológiák kifejlesztésének megkönnyítése érdekében volt szükség.¹¹⁷

7.1. Értékesítési megállapodások

A sportjogok közös értékesítésre vonatkozó megállapodások összehangolhatják a sportklubok árakat, kiiktathatják a köztük lévő versenyt, ugyanakkor számos olyan hatékonysági előnnyel rendelkezhetnek – így tranzakciós költségek csökkentése, márkázás¹¹⁸ – amelyekre tekintettel az EK Sz 81. cikkely (3) bekezdése alapján mentesíthetők.

A Bizottság, a downstream piaci versenyző struktúra megóvása érdekében, az *UEFA Champions League*¹¹⁹ ügyben, a bajnokságban résztvevő valamennyi futball klub közvetítési jogainak a nemzeti szövetségek általi közös értékesítésére vonatkozó megállapodását a 81. cikkely (1) bekezdésébe ütközőnek minősítette. A Bizottság ügyben kifejtett álláspontja szerint, a közös értékesítés korlátozza a versenyt a futball klubok között, összehangolja az árakat és más kereskedelmi feltételeket, így korlátozza a versenyt az upstream piacon. Az *UEFA* ügyben a Bizottság nyomására módosított közös értékesítési megállapodás többek között tartalmazza, hogy az nem hosszabb, mint három szezoniig érvényes, az *UEFA* megengedi, hogy a sportklubok nem kizárólagos alapon párhuzamosan is értékesítsék el nem adott közvetítési jogokat.

¹¹³ OJ L 1, 2003.01.04.

¹¹⁴ 262/81, *Coditel SA and others v. Ciné-Vog Films SA and others* [1982] ECR 3381.

¹¹⁵ Wachmeister: Broadcasting of sports event and competition law Competition Policy Newsletter, 1998, 23. old.

¹¹⁶ Pablo Ibáñez Colomo:3.

¹¹⁷ Nicolas Petit: The Commission's contribution to the emergence of 3G mobile communication – Analysis of some decisions in the field of competition law, *European Competition Law Review*, 2004., 429 old.

¹¹⁸ Mint ligatermék adható el olyan sporteseményekkel együtt, melyekre magukban nem lenne esetleg kereslet

¹¹⁹ 2003. július 23-i döntés, COMP/C.2-37.398, OJ (2003) L 291/25

A *Bundesliga* ügyben¹²⁰ a közös értékesítési megállapodások kapcsán a Bizottság az esemény különböző csomagokra osztásának kötelezettségét is előírta.¹²¹ Hasonló döntést hozott a francia versenyhatóság is. Ezek a kötelezettségek azonban nem bizonyultak túl hatékonyak. Franciaországban 2002-ben és 2004-ben valamennyi csomagot a Canal Satellite szerezte meg, Angliában pedig a BSkyB 2003-ban. A *Premier League*¹²² ügyben a Ligának ezézt kifejezetten vállalnia kellett, hogy nem engedi, hogy valamennyi csomagot egyetlen pályázó szerezze meg.

7.2. Beszerzési megállapodások

A downstream piacon a közös szerzési megállapodás a 81. cikkely (1) bekezdése hatálya alá eshet, ha a sportközvetítési jogok kizárólagos megszerzése korlátozza a versenyt. Ez különösen akkor fordulhat elő, ha a kizárólagos jog prémium tartalomra vonatkozik, amely nélkülözhetetlen a downstream piaci versenyhez. A kizárólagos jog valamennyi platformra való megszerzése további versenykorlátozó hatással járhat a szomszédos piacokon (pl. 3G), akadályozva új szolgáltatások fejlődését. Ha az erőfölény ex-ante fennáll a sportközvetítési jogok kizárólagos megszerzésekor, akkor erőfölénnyel való visszaélés is megvalósulhat.

Annak érdekében, hogy a kizárólagos jogok ne akadályozzák új platformok (pl.: 3G) prémium tartalmakhoz való hozzáférést a Bizottság például a *NewsCorp./Telepiù* ügyben a kérelmező kizárólagosságát a műholdas átvitelre szorította (*holdback clause*)¹²³ és annak időtartamát két évben korlátozta. Abban az esetben, ha a domináns downstream piaci szereplő már megszerezte a kizárólagos jogokat a szomszédos piacok vonatkozásában, akkor a továbbengedélyezés megfelelő megoldás lehet. Ha pedig a kizárólagosság ugyanazt a downstream piacot érinti, akkor ex-ante azt kell biztosítani, hogy ne a domináns szereplő szerezze meg az összes kizárólagosságot, de a továbbengedélyezés ex-post és ex-ante is alkalmazható.

¹²⁰ COMP/C-2/37.214, 2005. január 19-i döntés

¹²¹ 2005. január 19-i döntés, COMP/C.2-37.214 OJ (2005) L 134/46; 27. pont: „A liga jogait különböző csomagokban, transzparens és diszkrimináció-mentes alapon kell kínálni.” 28. pont: „A Bundesliga és Bundesliga 2. élő közvetítéseit a Ligának két csomagban kell értékesítenie, mind a free-, mind a payT-k számára. A harmadik csomag a megszerzöt legalább két Bundesliga meccs élő közvetítésére és az összefoglaló elsőkénti közzlésére jogosítja a free-TV-n. A negyedik csomag lefedi a Bundesliga 2. élő meccseit és az összefoglalók elsőkénti közzlését free-TV-n. A második és a harmadik felhasználási jog egy ötödik csomagban kerül értékesítésére. A harmadik és ötödik csomag különböző felhasználóknak értékesíthető.

¹²² COMP/38.173., 3.3.

¹²³ A holdback clause értelmében a közvetítési jog megszerzője megakadályozhatja a tartalom más platformon keresztül továbbítását. A *NewsCorp./Telepiù* ügyben a feleknek vállalniuk kellett, hogy lemondanak a műholdas platformon túli közvetítési jogokról.

Felhasznált irodalom

Könyvek, cikkek

Arino, Monica: Competition Law and Pluralism in European Digital Broadcasting: Addressing the Gaps, Communications & Strategies, no. 54, 2nd quarter 2004

Garzaniti, Laurent: Telecommunications, broadcasting and the Internet, EU competition law and regulation – 2nd edition, Sweet & Maxwell 2003.

Geradin, Damien: Access to content by new media platforms: a review of the competition law problems, GCLC Working Paper 1/04,

Motta, Massimo – M. Polo: Concentration and public policies in the broadcasting industry: the future television, in Economic Policy, 1997. no. 25:295-334

Pablo Ibáñez Colomo: Saving the Monopsony, Innovation and Market Power in the Media Sector, GCLC Working Paper 01/07

Petit, Nicolas: The Commission's contribution to the emergence of 3G mobile communication – Analysis of some decisions in the field of competition law, European Competition Law Review, 2004.,

Polyák Gábor: Új média, régi kérdések? Fundamentum, 2007/2. 24. old.

Stucke, M.E. – A.P.Grunes: Antitrust and the Marketplace of Ideas, in antitrust Law Journal, 2001, 69:249

Trafkowski, Armin: Medienkartellrecht, Verlag C.H. Beck, München 2002

Vandecasteele et Waelbroeck: Une nouvelle approche à l'égard des abus de monopolisation? Revue Internationale de Droit Economique 2006

Wachtmeister: Broadcasting of sports event and competition law Competition Policy Newsletter, 1998, 23. old.

Tanulmányok

A kábeles műsorelosztási piac átfogó, jövőbe mutató elemzése az ex-ante és ex-post szabályozás indokoltságának és lehetőségének bemutatása céljából, (NHH KTV projekt) 2006 április

Az elektronikus médiaszolgáltatásokról szóló törvény tervezete, Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet:

Collective Dominance from Economic Perspective, OXERA, Competing Ideas, June 2002

Martin Cave – Ulrich Stumpf – Tommaso Valletti: A Review of certain markets included in the Commission's Recommendation on Relevant Markets subject to ex ante Regulation, July 2006, 24. old

Versenyhatósági döntések

Vj-142/2005

Vj-198/2005

Vj-15/2006

Vj-61/2006

Vj-19/2007

Vj-42/2007

Vj-127/2007

TV Eye, (OFT CA98/03/2005) 24 May 2005

Alpha Flight/Aeroports de Paris (98/153) 1998. június 11., OJ L 230 1998 augusztus 18.,

Apollo/JP Morgan/Primacom (COMP/M.3355), 2004. június 15.

Bertelsmann/Kirch/Premiere és *Deutsche Telekom/BetaResearch* (M.993, M.1027.) OJ 1998 L 53/1 és 31

British Interactive Broadcasting/Open (IV/36.539) 1999OJ L 312/1

British Interactive Broadcasting/Open (IV/36.539) OJ 1999 L 312/1,

BskyB/Kirch Pay TV (COMP/JV.37) 2000. március 21.

Bundesliga (COMP/C-2/37.214) 2005. január 19.

Canal+/Lagardere/CanalSatelite (JV.40) OJ 2000 C 110/45 2000.,

Canal+/Lagardere/Liberty (JV.47) OJ C 145 25.05.2000

Clearstream (COMP.38.096) 2004. június 2., 337. pont

EBU/Eurovision System, OJ 1993 L 179/23,

Eurovision II. (IV/32.150) OJ 2000 L 151/18

Mezzo/Muzzik (M.2550) OJ 2001 C 21/29 2001.

NewsCorp./Telepiù OJ 2004 L 110/73;

Nordic Satellite Distribution (IV/M.490.) 1995.07.19.

Premier Leagues (COMP/C.2./38.173)

RTL/Veronica/Endemol (IV/M.553) 1995. szeptember 20

RTL/Veronica/Endemol OJ 1995 L 134/32 1995.;

Screensport/EBU Members OJ 1991 L 63/32 1991

Telenor/Canal+/Canal Digital (COMP C.2.-38.287), 2003. december 29.

UEFA Champions League (COMP/C.2-37.398) OJ 2003 L 291/25

United International Pictures OJ 1989 L 226/25

VBBB-Vereniging Bevordering Belangen Boekhandels/VBVB Vereniging Bevordering Vlaamsche Boekwezen, OJ 1981 L 054/36

Vizzavi (COMP/JV.48.) OJ 2003 C 118

Bírósági döntések

1/2007. (I. 18.) AB határozat

37/1992 (VI. 10.) AB határozat

Airtours v. Commission, T-342/99 [2002] ECR II-2585.

British Airways/Virgin, T-219/99 [2003] ECR. II; C-95/04.

BRT v. SABAM, 127-73, ECR [1974]-51

Coditel SA and others v. Ciné-Vog Films SA and others, 262/81 [1982] ECR 3381.

Commercial Solvents, Egyesített ügyek 6/73 és 7/73, [1974] ECR 109.

Compagnie Maritime Belge, C-395, 396/96 ECR [2000] I-1365

Deutsche Bahn v. Commission, T-229/94, 1997., ECR II.-1689

European Communities v Kingdom of the Netherlands, C-353/89. sz. ügy, [1991] ECR I-4069.

Gebhard / Consiglio dell'Ordine degli Avvocati e Procuratori di Milano, C-55/94. sz. ügy, [1995] ECR I-4165.

Gencor, T102/96 [1999] ECR II-753

Hoffmann-La Roche v. Commission, [1979] ECR 461.

IMS Helath GmbH&Co. OHG v. NDC Health GmbH&Co. KG, C-418/01, [2004] ECR-I 5039.

Independent Music Publishers and Labels Association v Commission, T-464/0413 July 2006

Magill, C-241 és 242/91 [1995] ECR I-743

Michelin v. Commission, T-203/01 [2003] ECR II-4071

Microsoft, T-201/04, 17. September 2007

Portuguese Republic v. Commission, C-163/99, [2001] ECR I-2613 46. §

Radio Telefis Eireann e Independent Televisón Publications Ltd. v. Commission, Egyesített ügyek C-241/91 és C-242/91 [1995] ECR I-743.

Societa Italiano v. Commission, T-68/89 ECR [1992] II-1403

Telemarketing, 311/84 [1985] ECR 03261

Tetra Pak, C-333/94 P [1996] ECR I-5951.

Tetra Pak II., T-83/91, ECR [1194] II-755

Tiercé Ladbroke SA v. Commission, T-504/93 [1997] ECR II-923

United Brands v. Commission, 27/76 [1978] ECR 207 és 85/76