

II

(Teatised)

EUROOPA LIIDU INSTITUTSIOONIDE, ORGANITE JA ASUTUSTE TEATISED

EUROOPA KOMISJON

KOMISJONI TEATIS

KOMISJONI TEATIS

Suunised vertikaalsete piirangute kohta

(2022/C 248/01)

SISUKORD

Lehekülg

1. Sissejuhatus	3
1.1. Suuniste eesmärk ja ülesehitus	3
1.2. Aluslepingu artikli 101 kohaldatavus vertikaalsete kokkulepete suhtes	4
2. Vertikaalsete kokkulepete mõju	6
2.1. Positiivne mõju	6
2.2. Negatiivne mõju	9
3. Vertikaalsed kokkulepped, mis jäävad üldjuhul aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja	10
3.1. Mõju puudumine kaubandusele, vähese tähtsusega kokkulepped ning väikesed ja keskmise suurusega ettevõtjad ...	10
3.2. Agendilepingud	11
3.2.1. Aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävad agendilepingud	11
3.2.2. Aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamine agendilepingute suhtes	15
3.2.3. Agenditegevus ja veebiplatvormimajandus	16
3.3. Alltöövõtukokkulepped	17
4. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala	17
4.1. Määrusega (EL) 2022/720 kehtestatud „safe harbour“-põhimõte	17
4.2. Vertikaalsete kokkulepete määratlus	18
4.2.1. Ühepoolne tegevus jääb määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja	18
4.2.2. Ettevõtjad tegutsevad tootmis- või turustusahela eri tasanditel	19
4.2.3. Kokkulepe käsitleb kaupade või teenuste ostmist, müümist või edasimüümist	19
4.3. Vertikaalsed kokkulepped veebiplatvormimajanduses	20
4.4. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamise piirangud	21

4.4.1.	Jaemüüjate ühendused	21
4.4.2.	Intellektuaalomandi õigusi käsitlevaid sätteid sisaldavad vertikaalsed kokkulepped	22
4.4.3.	Konkurentidevahelised vertikaalsed kokkulepped	25
4.4.4.	Vertikaalsed kokkulepped hübriidfunktsiooniga veebipõhiste vahendusteenuste osutajatega	28
4.5.	Seosed muude grupierandi määrustega	30
4.6.	Turustussüsteemide eriliigid	30
4.6.1.	Ainuõiguslikud turustussüsteemid	31
4.6.2.	Valikulised turustussüsteemid	35
4.6.3.	Frantsiisimine	40
5.	Turu mõiste ja turuosa arvutamine	42
5.1.	Turu mõistet käsitlev teatis	42
5.2.	Turuosa arvutamine määruse (EL) 2022/720 alusel	42
5.3.	Turuosa arvutamine määruse (EL) 2022/720 alusel	43
6.	Määruse (EL) 2022/720 kohaldamine	43
6.1.	Määruse (EL) 2022/720 kohased põhilised piirangud	43
6.1.1.	Edasimüügihindade kujundamine	45
6.1.2.	Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktide b, c, d ja e kohased põhilised piirangud	49
6.1.3.	Varuosade müügi piirangud	57
6.2.	Määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja jäävad piirangud	57
6.2.1.	Mittekonkureerimiskohustused, mille kehtivusaeg on üle viie aasta	58
6.2.2.	Pärast kokkuleppe lõppemist kehtivad mittekonkureerimiskohustused	58
6.2.3.	Valikulise turustussüsteemi liikmetele kehtestatud mittekonkureerimiskohustused	59
6.2.4.	Platvormiülesed jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused	59
7.	Tühistamine ja kohaldamise lõpetamine	59
7.1.	Määruse (EL) 2022/720 kohase erandi tühistamine	59
7.2.	Määruse (EL) 2022/720 kohaldamise lõpetamine	62
8.	Konkurentsieeskirjade täitmise tagamine üksikjuhtudel	63
8.1.	Analüüsiraamistik	63
8.1.1.	Aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohasel hindamisel arvestatavad tegurid	64
8.1.2.	Aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohasel hindamisel arvestatavad tegurid	66
8.2.	Konkreetsete vertikaalsete piirangute analüüs	67
8.2.1.	Ühe kaubamärgi pealesurumine	68
8.2.2.	Ainuõiguslik tarnimine	72
8.2.3.	Internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirangud	74
8.2.4.	Hinnavõrdlusteenuste kasutamise piirangud	75
8.2.5.	Võrdse kohtlemise kohustused	77
8.2.6.	Ettemaksed juurdepääsu eest	82
8.2.7.	Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped	83
8.2.8.	Seosmüük	83

1. Sissejuhatus

1.1. Suuniste eesmärk ja ülesehitus

- (1) Käesolevates suunistes on sätestatud põhimõtted vertikaalsete kokkulepete ja kooskõlastatud tegevuse hindamiseks vastavalt Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklile 101⁽¹⁾ ning komisjoni määrusele (EL) 2022/720⁽²⁾. Kui ei ole märgitud teisiti, hõlmab termin „kokkulepe“ käesolevates suunistes ka kooskõlastatud tegevust⁽³⁾.
- (2) Komisjon on käesolevad suunised koostanud selleks, et ühest küljest aidata ettevõtjatel ise hinnata vertikaalsete kokkulepete vastavust liidu konkurentsieskirjadele ja teisest küljest hõlbustada aluslepingu artikli 101 täitmise tagamist. Käesolevaid suuniseid ei saa aga kohaldada mehaaniliselt, sest iga kokkulepet tuleb hinnata sellega seotud faktide põhjal⁽⁴⁾. Samuti ei piira käesolevad suunised Euroopa Liidu Üldkohtu ega Euroopa Liidu Kohtu (edaspidi „Euroopa Liidu Kohus“) kohtupraktikat.
- (3) Vertikaalseid kokkuleppeid võib sõlmida vahetoodete ja -teenuste või lõpptoodete ja -teenuste kohta. Kui ei ole sätestatud teisiti, kohaldatakse käesolevaid suuniseid kõikide kauba- ja teenuseliikide ning kõikide kaubandus-tasandite suhtes. Samuti, kui ei ole sätestatud teisiti, hõlmab termin „lõppkasutaja“ ettevõtjaid ja tarbijaid, täpsemalt füüsilisi isikuid, kes tegutsevad eesmärgil, mis ei kuulu nende kutse-, äri-, käsitöö- või ametialase tegevuse alla.
- (4) Suunised on üles ehitatud järgmiselt.
 - Käesolevas sissejuhatavas jaos on selgitatud, miks komisjon vertikaalsete kokkulepete kohta suuniseid esitab, ja suuniste kohaldamisala. Samuti selgitatakse siin aluslepingu artikli 101 eesmärgi, seda, kuidas aluslepingu artikkel 101 kohaldub vertikaalsete kokkulepete suhtes, ja peamisi samme vertikaalsete kokkulepete hindamisel aluslepingu artikli 101 alusel.
 - Teises jaos antakse ülevaade vertikaalsete kokkulepete positiivsest ja negatiivsest mõjust. Seda mõju on arvesse võetud määruses (EL) 2022/720, käesolevates suunistes ja komisjoni nõuete täitmise tagamise poliitikas üksikjuhtumite puhul.
 - Kolmandas jaos käsitletakse vertikaalseid kokkuleppeid, mis üldjuhul jäävad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja. Kuigi määrust (EL) 2022/720 selliste kokkulepete suhtes ei kohaldata, tuleb anda suuniseid tingimuste kohta, mille korral vertikaalsed kokkulepped võivad jääda väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala.
 - Neljandas jaos antakse täiendavaid suuniseid määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala kohta, sealhulgas selgitatakse määruse „safe harbour“-põhimõtet ja vertikaalse kokkuleppe määratlust. Samuti sisaldab see jagu suuniseid vertikaalsete kokkulepete kohta veebiplatvormimajanduses, millel on järjest suurem roll kaupade ja teenuste tarnimisel. Selles jaos selgitatakse ka määruse (EL) 2022/720 kohaldamise piiranguid, nagu on sätestatud selle artikli 2 lõigetes 2, 3 ja 4. Need hõlmavad määruse artikli 2 lõike 5 kohaseid konkreetseid piiranguid, mida kohaldatakse tarnija ja ostja vahelise teabevahetuse suhtes topeltturustuse korral, ja määruse artikli 2 lõike 6 kohaseid piiranguid, mida kohaldatakse veebipõhiste vahendusteenuste pakkumise suhtes, kui nende teenuste osutajal on hübriidfunktsioon. Neljandas jaos selgitatakse ka seda, kuidas kohaldatakse määrust (EL) 2022/720 juhul, kui vertikaalne kokkulepe kuulub mõne muu grupierandit käsitleva määruse kohaldamisalasse, nagu on sätestatud kõnealuse määruse artikli 2 lõikes 7. Samuti kirjeldatakse selles jaos teatavaid üldlevinud turustussüsteemide liike, eelkõige neid, mille suhtes kohaldatakse määruse artikli 4 erisätteid, mis käsitlevad põhilisi piiranguid.

⁽¹⁾ Käesolevate suunistega asendatakse komisjoni teatis „Suunised vertikaalsete piirangute kohta“ (ELT C 130, 19.5.2010, lk 1).

⁽²⁾ Komisjoni 10. mai 2022 määrus (EL) 2022/720 Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamise kohta teatavat liiki vertikaalsete kokkulepete ja kooskõlastatud tegevuse suhtes (ELT L 134, 11.5.2022, lk 4).

⁽³⁾ Vt punkt (51).

⁽⁴⁾ Komisjon jätkab määruse (EL) 2022/720 ja käesolevate suuniste toimimise jälgimist ning võib edasiste arengusuundade põhjal käesoleva teatise läbi vaadata.

- Viiendas jaos käsitletakse asjaomaste turgude määratlemist ja turuosa arutamist kooskõlas turu mõistet käsitleva teatisega ⁽⁷⁾. See on asjakohane seetõttu, et vertikaalsete kokkulepete puhul saab tugineda määrusega (EL) 2022/720 ette nähtud grupierandile ainult siis, kui kokkuleppes osalevate ettevõtjate turuosad ei ületa määruse (EL) 2022/720 artiklis 3 sätestatud künniseid.
- Kuuendas jaos käsitletakse määruse (EL) 2022/720 artiklis 4 sätestatud põhilisi piiranguid ja artiklis 5 sätestatud välja jäetud piiranguid, selgitades muu hulgas seda, miks on asjakohane käsitada piirangut põhilise või välja jäetud piiranguna.
- Seitsmes jagu sisaldab suuniseid komisjoni ja liikmesriikide konkurentsiametite volituste kohta tühistada vastavalt nõukogu määruse (EÜ) nr 1/2003 (asutamislepingu artiklites 81 ja 82 sätestatud konkurentsieeskirjade rakendamise kohta) ⁽⁸⁾ artiklile 29 ja määruse (EL) 2022/720 artiklile 6 üksikjuhtudel määrusele (EL) 2022/720 tuginemise võimalus, samuti suuniseid komisjoni volituste kohta võtta vastavalt määruse (EL) 2022/720 artiklile 7 vastu määrusi, millega teatatakse, et määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata.
- Kaheksandas jaos kirjeldatakse komisjoni nõuete täitmise tagamise poliitikat üksikjuhtumite puhul. Seal selgitatakse, kuidas hinnata aluslepingu artikli 101 lõigete 1 ja 3 alusel vertikaalseid kokkuleppeid, mis ei ole kuulu määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalasse, ning esitatakse suuniseid mitmesuguste üldlevinud vertikaalsete piirangute liikide kohta.

1.2. Aluslepingu artikli 101 kohaldatavus vertikaalsete kokkulepete suhtes

- (5) Aluslepingu artikli 101 eesmärk on tagada, et ettevõtjad ei kasutaks ei horisontaalseid ega vertikaalseid kokkuleppeid ⁽⁷⁾ turul konkurentsi takistamiseks, piiramiseks või moonutamiseks viisil, mis kahjustaks tarbijaid ⁽⁸⁾. Ühtlasi on aluslepingu artikli 101 laiem eesmärk saavutada integreeritud siseturg, mis suurendab konkurentsi liidus. Ettevõtjad ei tohi kasutada vertikaalseid kokkuleppeid uute tökete loomiseks liikmesriikide vahele erasektoris, kui riiklikud tõkked on edukalt kõrvaldatud.
- (6) Aluslepingu artiklit 101 kohaldatakse vertikaalsete kokkulepete ja neis sisalduvate piirangute suhtes, mis mõjutavad liikmesriikidevahelist kaubandust ning takistavad, piiravad või moonutavad konkurentsi ⁽⁹⁾. See moodustab vertikaalsete piirangute hindamise õigusraamistiku, ⁽¹⁰⁾ milles võetakse arvesse erinevusi konkurentsivastase ja konkurentsi soodustava mõju vahel. Aluslepingu artikli 101 lõikega 1 on keelatud kokkulepped, mis märgatavalt piiravad või moonutavad konkurentsi. Kõnealust keeldu ei kohaldata aga kokkulepete suhtes, mis vastavad aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele, nimelt kui kokkuleppest tulenev kasu kaalub üles selle konkurentsivastase mõju, nagu on osutatud artikli 101 lõiget 3 käsitlevates suunistes ⁽¹¹⁾.

⁽⁷⁾ Komisjoni teatis asjaomase turu mõiste kohta ühenduse konkurentsioiguses (EÜT C 372, 9.12.1997, lk 5) või komisjoni mis tahes tulevased suunised asjaomase turu mõiste kohta liidu konkurentsioiguses, sealhulgas mis tahes suunised, mis võivad asendada turu mõistet käsitleva teatise.

⁽⁸⁾ Nõukogu 16. detsembri 2002. aasta määrus (EÜ) nr 1/2003 asutamislepingu artiklites 81 ja 82 sätestatud konkurentsieeskirjade rakendamise kohta (EÜT L 1, 4.1.2003, lk 1).

⁽⁹⁾ Täiendavaid juhiseid vertikaalse kokkuleppe määratluse kohta määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkti a tähenduses on esitatud käesolevate suuniste jaos 4.2.

⁽⁸⁾ Vt nt kohtuotsus, 21. veebruar 1973, Europemballage Corporation ja Continental Can Company vs. komisjon, 6/72, ECLI:EU:C:1973:22, punktid 25 ja 26; kohtuotsus, 17. veebruar 2011, Konkurrensverket vs. TeliaSonera Sverige AB, C-52/09, ECLI:EU:C:2011:83, punktid 20–24 ja kohtuotsus, 18. november 2021, SIA „Visma Enterprise“ vs. Konkurences padome, C-306/20, ECLI:EU:C:2021:935, punkt 58 (edaspidi kohtuasi „C-306/20: Visma Enterprise“).

⁽⁹⁾ Vt nt kohtuotsus, 13. juuli 1966, Grundig-Consten ja Grundig vs. EMÜ komisjon, liidetud kohtuasjad 56/64 ja 58/64, ECLI:EU:C:1966:41; 30. juuni 1966 kohtuotsus Société Technique Minière vs. Maschinenbau Ulm, 56/65, ECLI:EU:C:1966:38 (edaspidi „kohtuasi 56/65: Société Technique Minière“), ja kohtuotsus, 14. juuli 1994, Parker Pen vs. komisjon, T-77/92, ECLI:EU:T:1994:85 (edaspidi „kohtuasi T-77/92: Parker Pen“).

⁽¹⁰⁾ Seoses määruse (EL) 2022/720 kohaldamisega on nimetatud määruse artikli 1 lõike 1 punktis b vertikaalne piirang määratletud kui „aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse kuuluv konkurentsipiirang vertikaalses kokkuleppes“ [kursiiv lisatud]. Täiendavaid juhiseid üldjuhul aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävate vertikaalsete kokkulepete kohta on esitatud käesolevate suuniste jaos 3.

⁽¹¹⁾ Komisjoni teatis „Suunised asutamislepingu artikli 81 lõike 3 kohaldamise kohta“ (ELT C 101, 27.4.2004, lk 97), milles kirjeldatakse komisjoni üldisi meetodeid ja tõlgendusi aluslepingu artikli 101 ja eelkõige artikli 101 lõike 3 kohaldamise tingimuste kohta.

- (7) Kuigi vertikaalseid kokkuleppeid ei ole vaja hinnata kindlas järjekorras, hõlmab hindamine tavaliselt järgmisi samme.
- Kõigepealt peavad asjaomased ettevõtjad määrama kindlaks tarnija ja ostja turuosad asjaomastel turgudel, kus nad lepingujärgseid kaupu või teenuseid vastavalt müüvad või ostavad.
 - Kui tarnija ega ostja turuosad ei ületa määruse (EL) 2022/720 artiklis 3 sätestatud 30 % turuosade künnist, kohaldatakse vertikaalse kokkuleppe suhtes määrusega kehtestatud „safe harbour“-põhimõtet, tingimusel et see ei sisalda põhilisi piiranguid määruse artikli 4 tähenduses ega selliseid välja jäetud piiranguid määruse artikli 5 tähenduses, mida ei ole võimalik ülejäänud kokkuleppes eraldada.
 - Kui tarnija või ostja turuosad ületab 30 % künnise või kui kokkulepe sisaldab üht või mitut sellist põhilist piirangut või välja jäetud piirangut, mida ei ole võimalik ülejäänud kokkuleppes eraldada, tuleb hinnata, kas vertikaalne kokkulepe kuulub aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse.
 - Kui vertikaalne kokkulepe kuulub aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, tuleb uurida, kas see vastab aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud erandi tegemise tingimustele.
- (8) Kestlik (säastev) areng on üks aluslepingus sisalduv aluspõhimõte ja liidu poliitika prioriteetne eesmärk, ⁽¹²⁾ nagu seda on ka digiüleminek ja vastupanuvõimeline ühtne turg ⁽¹³⁾. Kestlikkuse mõiste hõlmab muu hulgas kliimamuutusega tegelemist (näiteks kasvuhoonegaaside heite vähendamise teel), loodusvarade kasutamise piiramist, jäätmete vähendamist ja loomade heaolu soodustamist ⁽¹⁴⁾. Liidu eesmärged kestlikkuse, vastupanuvõime ja digiülemineku valdkonnas edendatakse ettevõtjatevaheliste tõhusate tarne- ja turustuskokkulepetega. Vertikaalsed kokkulepped, millega taotletakse kestlikkusega seotud eesmärged või mis toetavad digitaalset ja vastupanuvõimelist ühtset turgu, ei moodusta liidu konkurentsioiguse alusel vertikaalsete kokkulepete eraldiseisvat kategooriat. Seepärast tuleb selliste kokkulepete hindamisel lähtuda käesolevates suunistes sätestatud põhimõtetest, võttes samal ajal arvesse erieesmärgi, mida kokkulepetega taotletakse. Sellest tulenevalt kohaldatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit vertikaalsete kokkulepete suhtes, millega taotletakse kestlikkuse, vastupanuvõime ja digiülemineku seotud eesmärged, kui kokkulepped vastavad määruses sätestatud tingimustele. Käesolevad suunised sisaldavad näiteid selle kohta, kuidas hinnata kestlikkuseeesmärged taotlemaid vertikaalseid kokkuleppeid ⁽¹⁵⁾.
- (9) Kui vertikaalne kokkulepe piirab konkurentsi aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses ja määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata, võib kokkulepe siiski vastata artikli 101 lõike 3 kohase erandi tingimustele ⁽¹⁶⁾. See kehtib ka vertikaalsete kokkulepete puhul, millega taotletakse kestlikkuseeesmärged või mis toetavad digitaalset ja vastupanuvõimelist ühtset turgu. Jagu 8 sisaldab suuniseid selliste vertikaalsete kokkulepete hindamise kohta üksikjuhtumitel, kuid samas võivad olla asjakohased ka komisjoni muud suunised. See hõlmab artikli 101 lõiget 3 käsitlevaid suuniseid, horisontaalseid suuniseid ⁽¹⁷⁾ ja kõiki muid juhiseid, mida võidakse esitada nende suuniste edasistes versioonides. Eelkõige võivad need suunised käsitleda asjaolusid, mille korral kestlikkuse, digiülemineku või vastupanuvõimega kaasnevad kasu saab aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel arvesse võtta kvalitatiivsete või kvantitatiivsete kasuteguritena.

⁽¹²⁾ Vt Euroopa Liidu lepingu artikli 3 lõige 3.

⁽¹³⁾ Vt komisjoni 5. mai 2021. aasta teatis „2020. aasta uue tööstusstrateegia ajakohastamine: ehitame üles tugevama ühtse turu, et Euroopa saaks taastuda“ (COM(2021) 350 final).

⁽¹⁴⁾ Kui liidu õigus sisaldab kestlikkuse, digiülemineku või vastupanuvõime määratlusi, siis võidakse neid määratlusi vertikaalsete kokkulepete hindamisel arvesse võtta.

⁽¹⁵⁾ Vt punktid (144) ja (316).

⁽¹⁶⁾ Käesolevaid suuniseid ei kohaldata põllumajandustoodete tootjate kokkulepete suhtes, mis jäävad Euroopa Parlamendi ja nõukogu 17. detsembri 2013. aasta määruse (EL) nr 1308/2013 (millega kehtestatakse põllumajandustoodete ühine turukorraldus ning millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrused (EMÜ) nr 922/72, (EMÜ) nr 234/79, (EÜ) nr 1037/2001 ja (EÜ) nr 1234/2007) (ELT L 347, 20.12.2013, lk 671). artikli 210a kohaldamisalasse.

⁽¹⁷⁾ Suunised Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 kohaldatavuse kohta horisontaalkoostöö kokkulepete suhtes (ELT C 11, 14.1.2011, lk 1).

2. Vertikaalsete kokkulepete mõju

- (10) Vertikaalsete kokkulepete hindamisel aluslepingu artikli 101 alusel ja määruse (EL) 2022/720 kohaldamisel tuleb võtta arvesse kõiki asjakohaseid konkurentsiparameetreid, nagu hinnad, toodang toodete koguse, kvaliteedi ja tootevaliku seisukohast ning uuenduslikkus. Hindamisel tuleb võtta arvesse ka seda, et tootmis- või turustusahela eri tasanditel tegutsevate ettevõtjate vahelised vertikaalsed kokkulepped on üldjuhul vähem kahjulikud kui horisontaalsed kokkulepped asendatavaid kaupu või teenuseid tarnivate konkureerivate ettevõtjate vahel⁽¹⁸⁾. Põhimõtteliselt tuleneb see vertikaalse kokkuleppe osaliste tegevuse vastastikku täiendavast laadist, mis üldjuhul tähendab seda, et ühe ettevõtja konkurentsi soodustav tegevus on kasulik kokkuleppe teisele osalisele ja lõppkokkuvõttes tarbijatele. Vastupidiselt horisontaalsetele kokkulepetele on vertikaalsete kokkulepete osalistel seega üldjuhul stiimul leppida kokku madalamates hindades ja kõrgemates teenustasemetes, mis on kasulik ka tarbijatele. Samamoodi on vertikaalse kokkuleppe osalisel tavaliselt stiimul olla vastu teise osalise tegevusele, mis võib tarbijaid kahjustada, kuna sellise tegevuse tulemusel väheneb üldjuhul nõudlus ka esimese osalise tarnitud kaupade või teenuste järele. Peale selle tähendab vertikaalse kokkuleppe osaliste tegevuse vastastikku täiendav laad kaupade või teenuste turuletoomisel ka seda, et vertikaalsed piirangud võivad pakkuda suuremal määral kasutegureid, näiteks tootmis- või turustusprotsesside ja teenuste optimeerimise teel. Sellise positiivse mõju näiteid on esitatud jaos 2.1.
- (11) Sellest hoolimata võivad turuvõimu omavad ettevõtjad püüda teatavatel juhtudel kasutada vertikaalseid piiranguid konkurentsivastastel eesmärkidel, mis lõppkokkuvõttes kahjustab tarbijaid. Nagu on lähemalt selgitatud jaos 2.2, võivad vertikaalsed piirangud kaasa tuua turulepääsu piiramist, konkurentsi vähenemist või konkurentsivastast koostööd. Turuvõim on võime hoida olulise ajavahemiku jooksul hindu konkurentsivõimelisest tasemest kõrgemal või toodangut konkurentsivõimelisest tasemest madalamal kas toodete koguse, kvaliteedi ja tootevaliku või uuenduslikkuse seisukohast⁽¹⁹⁾. Turuvõimu tase, mida on vaja konkurentsi piiramise tuvastamiseks aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, on madalam turuvõimu tasemest, mida on vaja turgu valitseva seisundi tuvastamiseks aluslepingu artikli 102 tähenduses.

2.1. Positiivne mõju

- (12) Vertikaalsetel kokkulepetel võib olla positiivne mõju, sealhulgas madalamad hinnad, hinnavälise konkurentsi soodustamine või teenuste parem kvaliteet. Tarnija ja ostja lihtsad lepingupõhised kokkulepped, millega on kindlaks määratud ainult tehingu hind ja toodete kogus, võivad sageli põhjustada investeringute ja müügi jäämise allapoole optimaalset taset, sest neis ei võeta arvesse tarnija ja tema turustajate tegevuse vastastikku täiendavast laadist tulenevat välismõju. Sellist välismõju on kahte liiki: vertikaalne ja horisontaalne.
- (13) Vertikaalne välismõju tekib sellepärast, et tootmis- või turustusahela eri tasandite otsused ja tegevus määravad kindlaks kaupade või teenuste müümise aspektid, nagu hind, kvaliteet, seotud teenused ja turustamine, mis mõjutavad lisaks otsuseid tegevatele ettevõtjatele ka teisi ettevõtjaid tootmis- või turustusahela muudel tasanditel. Näiteks ei pruugi turustaja saada kogu kasu oma jõupingutustest müüki suurendada, sest osa sellest kasust võib saada tarnija. Selle põhjus on asjaolu, et iga lisäühiku eest, mille turustaja müüb oma jaehinda alandades või müügitgevust suurendades, saab tarnija kasu, kui tema hulgihind on kõrgem tootmise piirkulust. Sellisel juhul on tegemist tarnija jaoks positiivse välismõjuga, mille toob kaasa turustaja müügiarendustegevus. Seevastu võib esineda olukordi, kus turustaja võib küsida tarnija seisukohast liiga kõrget hinda,⁽²⁰⁾ teha liiga vähe müügiarendust või mõlemat.
- (14) Horisontaalne välismõju võib eelkõige tekkida samade kaupade või teenuste turustajate vahel eelkõige siis, kui turustaja ei suuda oma müügitgevusest täit kasu saada. Näiteks kui üks turustaja pakub müügieelseid nõudlust suurendavaid teenuseid, nagu isikustatud nõustamine seoses teatavate kaupade või teenustega, võib see tuua kaasa samu kaupu või teenuseid pakkuvate konkureerivate turustajate müügi suurenemise ning luua seega turustajatele stiimuleid teiste pakutavaid kulukaid teenuseid parasiitlikult ära kasutada. Mitut kanalit hõlmava

⁽¹⁸⁾ Vt nt kohtuasi C-306/20: Visma Enterprise, punkt 78.

⁽¹⁹⁾ Vt artikli 101 lõiget 3 käsitlevate suuniste punkt 25.

⁽²⁰⁾ Seda nimetatakse mõnikord topeltmarginaali lisamise probleemiks.

turustuskeskkonna puhul võib parasitlus toimuda veebi- ja muu müügikanali vahel ning mõlemas suunas ⁽²¹⁾. Näiteks võivad kliendid külastada füüsilist kauplust, et kaupu või teenuseid järele proovida või saada kasulikku teavet, mille põhjal nad ostuotsuse teevad, kuid tellida toote seejärel veebis mõnelt teiselt turustajalt. Vastupidiselt võivad kliendid koguda ostu eel teavet e-poest ning seejärel külastada füüsilist kauplust, kasutada veebist saadud teavet konkreetsete kaupade või teenuste valimiseks ja proovimiseks ja teha lõpuks ostu füüsilises kaupluses. Kui selline parasitlus on võimalik ja kui müügieelseid teenuseid pakkuv turustaja ei suuda neist tait kasu saada, võib see kaasa tuua selliste müügieelsete teenuste pakkumise ebapiisavas ulatuses või ebapiisava kvaliteediga.

- (15) Sellise välismõju esinemise korral võib tarnijatel olla stiimul oma turustajate tegevuse teatavaid aspekte kontrollida, ja vastupidi. Eelkõige võib vertikaalseid kokkuleppeid kasutada selleks, et muuta selline välismõju sisemõjuks ning suurendada vertikaalse tarne- ja turustusahela ühist kasumit ja teatavatel asjaoludel ka tarbijate heaolu.
- (16) Kuigi käesolevate suuniste eesmärk on anda ülevaade mitmest olukorrast, kus vertikaalsed piirangud on õigustatud, ei ole need täielikud ega ammendavad. Teatavate vertikaalsete piirangute kohaldamine võib olla õigustatud muu hulgas järgmistel põhjustel.
- (a) Vertikaalse välismõju probleem. Turustaja poolt liiga kõrge hinna kehtestamist, võtmata arvesse tema otsuse mõju tarnijale, saab vältida seeläbi, et tarnija kehtestab turustajale maksimaalse edasimüügihinna. Samamoodi võib tarnija selleks, et tagada turustaja ulatuslikum müügiedendustegevus, kasutada valikulist või ainuõiguslikku turustust.
- (b) Parasiitluse probleem. Ostjatevaheline parasiitlus võib toimuda hulgi- või jaemüügi tasandil, eelkõige juhul, kui tarnijal ei ole võimalik kehtestada kõikidele ostjatele tõhusaid müügiedenduse või teenustega seotud nõudeid. Ostjate vahel võib parasiitlust esineda ainult müügieelse teeninduse ja muu müügiedendustegevuse puhul, kuid mitte müügijärgse teeninduse korral, kus turustaja saab igalt tarbijalt eraldi tasu nõuda. Müügieelne tegevus, mille puhul võib parasiitlust esineda, võib olla tähtis näiteks siis, kui kaubad ja teenused on suhteliselt uued, tehniliselt keerulised või suure väärtusega või kui selliste kaupade või teenuste maine on oluline tegur nõudluses nende järele ⁽²²⁾. Selle vältimiseks või vähendamiseks võib abi olla piirangutest ainuõiguslikes või valikulistes turustussüsteemides või muudest piirangutest. Parasiitlust võib esineda ka tarnijate vahel, näiteks kui üks tootja investeerib ostja valdustes läbiviidavasse müügiedendustegevusse, mis meelitab ligi ka selle tootja konkurentide kliente. Tarnijatevahelise parasiitluse probleemi lahendamisel võib olla abi mittekonkureerimiskohustuse laadi piirangutest ⁽²³⁾.
- (c) Uute turgude avamine või nende sisenemine. Kui tarnija soovib siseneda uuele geograafilisele turule, näiteks kui ta hakkab ekspordima teise riiki, võivad sellega turustaja jaoks kaasnedes konkreetsetes pöördumatud investeeringud kaubamärgi kinnistamiseks turul. Selleks et veenda kohalikku turustajat selliseid investeeringuid tegema, võib olla vajalik pakkuda talle territoriaalset kaitset, et ta saaks oma investeeringud tagasi. See võib õigustada muudel geograafilistel turgudel tegutsevate turustajate müügi piiramist uuel turul (vt ka punktid (118), (136) ja (137)). Sellisel juhul on tegemist alapunktis b kirjeldatud parasiitluse probleemi erijuhtumiga.

⁽²¹⁾ Vt komisjoni talituste töödokument „Vertikaalsete kokkulepete grupierandi määruse hindamine“ (SWD (2020) 172 final, 10. mai 2017, lk 31–42) ja seal viidatud hindamisuuring; komisjoni 10. mai 2017. aasta aruanne nõukogule ja Euroopa Parlamendile „E-kaubandussektori uuringu lõpparuanne“ (COM(2017) 229 final), lk 11.

⁽²²⁾ See, kas tarbijad tegelikult saavad täiendavast müügiedendustegevusest kasu, sõltub sellest, kas täiendava müügiedenduse raames teavitatakse ja veendakse paljusid uusi kliente, kes seega saavad sellest kasu, või jõutakse reklaamiga peamiselt klientideni, kes juba teavad, mida nad soovivad osta, ning kelle jaoks täiendav müügiedendus toob kaasa ainult või peamiselt hinnatõusu.

⁽²³⁾ Vt eelkõige määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis f esitatud mittekonkureerimiskohustuse määramine, mille kohta on juhiseid esitatud käesolevate suuniste jaos 6.2, ja käesolevate suuniste jaos 8.2 esitatud juhised seoses ühe kaubamärgi pealesurumisega.

- (d) Võõra kvaliteedimärgi kasutamise seonduv parasiitluse probleem. Mõnes sektoris on teataval turustajatel maine, et nad müüvad ainult kvaliteetseid kaupu või osutavad ainult kvaliteetseid teenuseid (nn kvaliteetturustajad). Sellisel juhul võib olla äärmiselt oluline müüa just selliste turustajate kaudu, eriti uue toote edukaks turuletoomiseks. Kui tarnija ei suuda tagada, et tema toodete turustamine piirub ainult selliste kvaliteetturustajatega, on oht, et sellised turustajad teda nimekirja ei lisa. Sellises olukorras võib olla õigustatud ainuõigusliku või valikulise turustuse kasutamine.
- (e) Investeeringute kinnihoidmise probleem. Tarnijal või ostjal võib olla vaja teha suhtespetsiifilisi investeeringuid (näiteks eriseadmetesse või koolitusse), mille näol on tegemist pöördumatute investeeringutega ja millel väljaspool konkreetset vertikaalset suhet väärtus puudub või on see väike. Selle näide on komponenditootja, kes peab ühe oma kliendi nõudmiste täitmiseks valmistama erimasinaid, mida ei saa aga kasutada muude klientide jaoks ja mida võib olla võimatu edasi müüa. Kokkuleppe puudumise korral on investeeringuid tegeva osalise läbirääkimispositsioon pärast suhtespetsiifilise investeeringu tegemist nõrk, sest esineb oht, et kaubanduspartner tema investeeringuid läbirääkimiste jooksul n-ö kinni hoiab. Sellise oportunistliku kinnihoidmise tagajärjel ei pruugi investeeriv osaline teha optimaalseid investeeringuid. Vertikaalsete kokkulepetega on võimalik investeeringute kinnihoidmise võimalused kõrvaldada (eelkõige kui investeeringu saab täielikult kokkuleppega hõlmata ja kõiki tulevase ettenägematu olukordi on võimalik prognoosida) või neid vähendada. Näiteks võivad mittekonkureerimiskohustused, kogusekohustused või ainuõiguslik ostmise vähendada investeeringute kinnihoidmise probleemi juhul, kui suhtespetsiifilise investeeringu teeb tarnija, samal ajal kui ainuõiguslik turustamine, klientide ainuõiguslik loovutamine või ainuõiguslik tarnimine võivad vähendada investeeringute kinnihoidmise probleemi juhul, kui investeeringu teeb ostja.
- (f) Olulise oskusteabe siirde korral tekkida võib oskusteabe kinnihoidmise probleem. Oskusteabe edastaja ei pruugi soovida, et seda teavet tema konkurentide poolt või nende kasuks kasutatakse, näiteks frantsiisimise puhul. Kui oskusteave ei ole ostjale hõlpsalt kättesaadav ning on oluline ja kokkuleppe täitmiseks hädavajalik, võib selle edastamise korral olla õigustatud mittekonkureerimispiirangu rakendamine, mis sellisel juhul jääks üldjuhul väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala.
- (g) Turustamisel mastaabisäästu saavutamine. Mastaabisäästu ja seega ka oma kaupade või teenuste madalama jaehinna saavutamiseks võib tootja soovida müüa oma kaupu või teenuseid üksnes piiratud arvule turustajatele. Selleks võib tootja kasutada ainuõiguslikku turustust, kogusekohustust minimaalse ostukoguse nõude näol, valikulist turustust koos sellise minimaalse ostukoguse nõudega või ainuõiguslikku ostmist.
- (h) Ühtsuse ja kvaliteedi tagamine. Vertikaalne piirang võib aidata luua või edendada kaubamärgi kuvandit, kuna sellega kehtestatakse turustajatele teatavad ühtsus- ja kvaliteedinormid. Sellega on võimalik kaitsta kaubamärgi mainet, muuta asjaomased kaubad või teenused lõppkasutajate jaoks atraktiivsemaks ja suurendada müüki. Selliste normide kehtestamine võib toimuda näiteks valikulise turustuse ja frantsiisimise kaudu.
- (i) Kapitaliturgude puuduste kõrvaldamine. Kapitali pakkujad, näiteks pangad ja aktsiaturg, ei pruugi pakkuda kapitali optimaalselt, kui neil ei ole täielikku teavet laenuvõtja maksevõime kohta või kui laenu tagamise alused ei ole piisavad. Ostjal või tarnijal võib olla rohkem teavet ja võimalus saada oma investeeringule ainuõigusliku suhte kaudu täiendav tagatis. Kui tarnija annab laenu ostjale, võidakse selle tulemusel kehtestada ostjale mittekonkureerimis- või kogusekohustus. Kui ostja annab laenu tarnijale, võidakse selle tagajärjel kehtestada tarnijale ainuõiguslik tarnekohustus või kogusekohustus.
- (17) Eri vertikaalsed piirangud on väga suurel määral omavahel asendatavad, mis tähendab, et ühe ja sama ebatõhususe probleemi lahendamiseks saab kasutada erinevaid vertikaalseid piiranguid. Näiteks võib olla võimalik saavutada turustamisel mastaabisäästu, kasutades ainuõiguslikku turustust, valikulist turustust, kogusekohustust või ainuõiguslikku ostmist. Eri vertikaalsete piirangute puhul võib aga negatiivne mõju konkurentsile olla erinev. Seda võetakse arvesse hädavajalikkuse hindamisel aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel.

2.2. Negatiivne mõju

- (18) Negatiivne mõju turule, mis võib tuleneda vertikaalsetest piirangutest ja mida püütakse liidu konkurentsioiguse abil tõkestada, seisneb eeskätt järgmises:
- (a) teiste tarnijate või ostjate turulepääsu konkurentsivastane piiramine, seades tõkkeid turule sisenemisele või seal laienemisele;
 - (b) konkurentsi vähenemine tarnija ja tema konkurentide vahel ja/või konkureerivate tarnijate vahelise (teadliku või vaikiva) konkurentsivastase koostöö hõlbustamine, mida sageli nimetatakse kaubamärkidevahelise konkurentsi vähenemiseks;
 - (c) konkurentsi vähenemine ostja ja tema konkurentide vahel ja/või konkureerivate ostjate vahelise (teadliku või vaikiva) konkurentsivastase koostöö hõlbustamine, mida sageli nimetatakse kaubamärgisese konkurentsi vähenemiseks, kui tegemist on sama tarnija toodete või teenuste turustajatega ⁽²⁴⁾;
 - (d) tõkete seadmine turgude integreerimisele, sealhulgas eelkõige piirangud tarbijate võimalusele osta kaupu või teenuseid mis tahes liikmesriigis.
- (19) Turulepääsu piiramine, konkurentsi vähenemine ja konkurentsivastane koostöö tarnija tasandil võivad kahjustada tarbijaid, eelkõige
- (a) tõstes kaupade või teenuste ostjatelt küsitavaid hindu, mille tulemusel võivad omakorda tõusta jaehinnad;
 - (b) piirates kaupade või teenuste valikut;
 - (c) alandades kaupade või teenuste kvaliteeti;
 - (d) ning vähendades innovatsiooni või pakutavaid teenuseid tarnija tasandil.
- (20) Turulepääsu piiramine, konkurentsi vähenemine ja konkurentsivastane koostöö turustaja tasandil võivad kahjustada tarbijaid, eelkõige
- (a) suurendades kaupade või teenuste jaehindu;
 - (b) piirates hinna-teenuse kombinatsioonide ja turustusviiside valikut;
 - (c) vähendades jaemüügiteenuste kättesaadavust ja kvaliteeti;
 - (d) ning vähendades innovatsiooni taset turustamise tasandil.
- (21) Ei ole tõenäoline, et kaubamärgisese (st sama tarnija kaupade või teenuste turustajate vahelise) konkurentsi vähenemine isenesest mõjutaks tarbijaid negatiivselt, kui kaubamärkidevaheline konkurents (st eri tarnijate kaupade või teenuste turustajate vaheline konkurents) on tugev ⁽²⁵⁾. Turul, kus üksikud jaemüüjad turustavad ainult ühe tarnija kaubamärki (kaubamärke), toob sama kaubamärgi turustajate vahelise konkurentsi vähenemine eelkõige kaasa kaubamärgisese konkurentsi vähenemise nende turustajate vahel, kuid sel ei pruugi olla negatiivset mõju üldisele turustajatevahelisele konkurentsile.
- (22) Vertikaalsete piirangute võimalik negatiivne mõju suureneb, kui mitu tarnijat ja nende ostjad korraldavad oma kauplemistegevust ühtmoodi, mis toob kaasa nn kumulatiivse mõju ⁽²⁶⁾.

⁽²⁴⁾ Seoses teadliku ja vaikiva konkurentsivastase koostöö mõistega vt kohtuotsus, 31. märts 1993, Ahlström Osakeyhtiö ja teised vs. komisjon, liidetud kohtuasjad C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 ja C-125/85 – C-129/85, ECLI:EU:C:1993:120.

⁽²⁵⁾ Vt otsus kohtuasjas C-306/20: Visma Enterprise, punkt 78.

⁽²⁶⁾ Kumulatiivse konkurentsivastase mõju tõttu võib olla õigustatud määrusele (EL) 2022/720 tuginemise võimaluse tühistamine; vt käesolevate suuniste jagu 7.1.

3. Vertikaalsed kokkulepped, mis jäävad üldjuhul aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja

3.1. Mõju puudumine kaubandusele, vähese tähtsusega kokkulepped ning väikesed ja keskmise suurusega ettevõtjad

(23) Enne määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala ja kohaldatavuse ning üldisemalt aluslepingu artikli 101 lõigetega 1 ja 3 hõlmatud vertikaalsete kokkulepete hindamise käsitlemist on oluline meelde tuletada, et määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse ainult selliste kokkulepete suhtes, mis kuuluvad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse.

(24) Kokkulepped, mis ei mõjuta märgatavalt liikmesriikidevahelist kaubandust (millel puudub mõju kaubandusele) või millega ei piirata märgatavalt konkurentsi (vähese tähtsusega kokkulepped) jäävad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja⁽²⁷⁾. Komisjon on esitanud juhiseid kaubandusele avalduva mõju kohta kaubandusmõju käsitlevates suunistes⁽²⁸⁾ ja vähese tähtsusega kokkulepete kohta vähetähtsaid kokkuleppeid käsitlevas teatises⁽²⁹⁾. Käesolevad suunised ei piira kaubandusmõju käsitlevate suuniste ja vähetähtsaid kokkuleppeid käsitleva teatise kohaldamist ega komisjoni tulevaste suuniste kohaldamist.

(25) Kaubandusmõju käsitlevates suunistes on kirjeldatud liidu kohtute väljatöötatud põhimõtteid kaubandusmõju mõiste tõlgendamisel ja viidatud sellele, millistes olukordades kokkulepped tõenäoliselt ei suuda liikmesriikidevahelist kaubandust märgatavalt mõjutada. Need hõlmavad ümberlükatavat negatiivset eeldust, mida kohaldatakse kõikide aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaste kokkulepete suhtes, olenemata sellistes kokkulepetes sisalduvate piirangute laadist, seega kohaldatakse seda ka põhilisi piiranguid hõlmavate kokkulepete suhtes⁽³⁰⁾. Selle eelduse kohaselt ei suuda vertikaalsed kokkulepped põhimõtteliselt liikmesriikidevahelist kaubandust märgatavalt mõjutada, kui:

(a) kokkuleppe osaliste liidetud turuosa asjaomasel liidu turul, mida kokkulepe hõlmab, ei ületa 5 % ja

(b) tarnija kokkuleppega hõlmatud toodete liidusise aastakäibe summa ei ületa 40 miljonit eurot või, ostja ja mitme tarnija vahel sõlmitud kokkulepete puhul, ei ületa ostja kokkuleppega hõlmatud toodete ostud kokku 40 miljonit eurot⁽³¹⁾. Komisjon võib selle eelduse kõrvale jätta, kui kokkuleppe tunnusoonte ja majandusliku konteksti analüüs tõendab vastupidist.

(26) Nagu on sätestatud vähetähtsaid kokkuleppeid käsitlevas teatises, ei käsitata mittekonkurentide vahel sõlmitud vertikaalseid kokkuleppeid üldjuhul aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse kuuluvatena, kui ühegi kokkuleppeosalise turuosa ei ületa 15 % ühelgi kokkuleppest mõjutatud asjaomasel turul⁽³²⁾. Sellel üldreeglil on kaks erandit. Esiteks kohaldatakse seoses piirangutega, mille eesmärk on konkurentsi piirata, aluslepingu artikli 101 lõiget 1 ka juhul, kui kõikide kokkuleppeosaliste turuosa ei ületa 15 %⁽³³⁾. Seda seetõttu, et kokkulepe, mis võib mõjutada liikmesriikidevahelist kaubandust ja millel on konkurentsivastane eesmärk, võib

⁽²⁷⁾ Vt kohtuotsus, 13. detsember 2012, Expedia Inc. vs. Autorité de la concurrence ja teised, C-226/11, ECLI:EU:C:2012:795 (edaspidi „kohtuasi C-226/11: Expedia“), punktid 16 ja 17.

⁽²⁸⁾ Komisjoni suunised EÜ asutamislepingu artiklites 81 ja 82 sätestatud kaubandusmõju mõiste kohta (ELT C 101, 27.4.2004, lk 81).

⁽²⁹⁾ Komisjoni teatis vähetähtsate kokkulepete kohta, mis ei piira märgatavalt konkurentsi Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 lõike 1 kohaselt (de minimis) (ELT C 291, 30.8.2014, lk 1). Täiendavaid juhiseid on esitatud komisjoni talituste töödokumendis „Suunised konkurentsi piiramise eesmärgiga piirangute kohta selle kindlakstegemiseks, milliste kokkulepete puhul saab tugineda vähetähtsaid kokkuleppeid käsitlevale teatisele“ (SWD(2014) 198 final).

⁽³⁰⁾ Vt kaubandusmõju käsitlevate suuniste punkt 50.

⁽³¹⁾ Vt kaubandusmõju käsitlevate suuniste punkt 52.

⁽³²⁾ Vt vähetähtsaid kokkuleppeid käsitleva teatise punkt 8, millega on samuti ette nähtud turuosa künnis tegelike või potentsiaalsete konkurentide vaheliste kokkulepete puhul, mille kohaselt ei piira sellised kokkulepped märgatavalt konkurentsi aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, kui kokkuleppe osaliste liidetud turuosa ei ületa 10 % ühelgi kokkuleppest mõjutatud asjaomasel turul.

⁽³³⁾ Vt otsus kohtuasjas C-226/11: Expedia, punktid 21–23 ja 37, milles on viidatud 9. juuli 1969. aasta kohtuotsusele Völk vs. Vervaecke, C-5/69, ECLI:EU:C:1969:35; vt ka kohtuotsus, 6. mai 1971, Cadillon vs. Höss, C-1/71, ECLI:EU:C:1971:47; ja kohtuotsus, 28. aprill 1998, Javico vs. Yves Saint Laurent Parfums, C-306/96, ECLI:EU:C:1998:173, punktid 16 ja 17 (edaspidi „kohtuasi C-306/96: Javico vs. Yves Saint Laurent Parfums“).

oma olemuselt ja sõltumata selle konkreetsetest tagajärgedest konkurentsi märgatavalt piirata⁽³⁴⁾. Teiseks alandatakse 15 % turuosa künnist 5 %-le, kui asjaomasel turul piirab konkurentsi kokkulepete paralleelsete võrgustike kumulatiivne mõju. Kumulatiivset mõju määramisele (EL) 2022/720 tuginemise võimaluse tühistamise kontekstis on käsitletud punktides (257)–(261). Vähetähtsaid kokkuleppeid käsitlevas teatises on selgitatud, et üldjuhul ei leita, et üksikud tarnijad või turustajad, kelle turuosa ei ületa 5 %, suurendaksid oluliselt kumulatiivset turulepääsu piiravat mõju⁽³⁵⁾.

- (27) Peale selle ei eeldata, et vertikaalsed kokkulepped, mille on sõlminud ettevõtjad, kellest ühe või enama turuosa eraldi ületab 15 %, kuuluksid automaatselt aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse. Sellistel kokkulepetel võib siiski puududa märgatav mõju liikmesriikidevahelisele kaubandusele või need ei pruugi märgatavalt konkurentsi piirata⁽³⁶⁾. Seepärast tuleb selliseid kokkuleppeid hinnata nii nende juriidilises kui ka majanduslikus kontekstis. Käesolevate suuniste jaos 8 on esitatud selliste kokkulepete individuaalse hindamise kriteeriumid.
- (28) Peale selle on komisjon seisukohal, et väikeste ja keskmise suurusega ettevõtjate (edaspidi „VKEd“) (37) vahelised vertikaalsed kokkulepped suudavad harva liikmesriikidevahelist kaubandust märgatavalt mõjutada. Samuti leiab komisjon, et sellised kokkulepped piiravad konkurentsi harva märgatavalt aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, nagu seda on tõlgendanud Euroopa Liidu Kohus, välja arvatud juhul, kui need sisaldavad piiranguid, mille eesmärk on konkurentsi piiramine aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses. Seega jäävad VKEd vahelised vertikaalsed kokkulepped üldjuhul aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja. Kui aga aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamise tingimused on selliste kokkulepete puhul siiski täidetud, ei hakka komisjon liidu piisava huvi puudumise tõttu üldjuhul menetlust algatama, välja arvatud juhul, kui need ettevõtjad on kas eraldi või koos turgu valitsevas seisundis olulisel osal siseturust.

3.2. Agendilepingud

3.2.1. Aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävad agendilepingud

- (29) Agent on juriidiline või füüsiline isik, kelle teine isik (käsundiandja) volitab pidama läbirääkimisi ja/või sõlmima lepinguid tema eest kas agendi enda või käsundiandja nimel selleks, et osta käsundiandjale kaupu või teenuseid või müüa käsundiandja tarnitavaid kaupu või osutatavaid teenuseid.
- (30) Aluslepingu artiklit 101 kohaldatakse kahe või enama ettevõtja vaheliste kokkulepete suhtes. Teatavatel asjaoludel võib agendi ja tema käsundiandja vahelist suhet iseloomustada suhtena, milles agent ei tegutse enam sõltumatu ettevõtjana. See kehtib juhul, kui agent ei võta olulist finants- või kommertsriski seoses lepingutega, mille ta on käsundiandja nimel sõlminud või mille üle läbi rääkinud, nagu on täpsemalt selgitatud allpool punktides (31)–(34)⁽³⁸⁾. Sellisel juhul jääb agendileping aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast täielikult või osaliselt välja⁽³⁹⁾. Kuna tegemist on erandiga aluslepingu artikli 101 üldisest kohaldatavusest ettevõtjatevaheliste kokkulepete suhtes, tuleks kokkuleppe väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala jäävaks agendilepinguks liigitamise tingimusi tõlgendada kitsalt. Näiteks on vähem tõenäoline, et agendileping liigitatakse väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse jäävaks siis, kui agent räägib läbi ja/või sõlmib lepinguid suure arvu käsundiandjate nimel⁽⁴⁰⁾. Kõnealuse liigitamise seisukohast ei ole oluline see, kuidas käsitatakse kokkulepet selle osaliste poolt või liikmesriigi õigusaktide alusel.

⁽³⁴⁾ Vt kohtuasi C-226/11: Expedia, punkt 37.

⁽³⁵⁾ Vt vähetähtsaid kokkuleppeid käsitleva teatise punkt 8.

⁽³⁶⁾ Vt vähetähtsaid kokkuleppeid käsitleva teatise punkt 3. Vt kohtuotsus, 8. juuni 1995, Langnese-Iglo vs. komisjon, T-7/93, ECLI:EU:T:1995:98, punkt 98.

⁽³⁷⁾ Määratletud komisjoni 6. mai 2003. aasta soovitusel (mikro-, väikeste ja keskmise suurusega ettevõtjate määratluse kohta) lisas (ELT L 124, 20.5.2003, lk 36).

⁽³⁸⁾ Vt kohtuotsus, 15. september 2005, DaimlerChrysler vs. komisjon, T-325/01, ECLI:EU:T:2005:322 (edaspidi „kohtuasi T-325/01 – DaimlerChrysler vs. komisjon“); kohtuotsus, 14. detsember 2006, Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio vs. CEPSA, C-217/05, ECLI:EU:C:2006:784, ja kohtuotsus, 11. september 2008, CEPSA Estaciones de Servicio SA vs. LV Tobar e Hijos SL, C-279/06, ECLI:EU:C:2008:485.

⁽³⁹⁾ Vt käesolevate suuniste jagu 3.2.2 seoses agendilepingu sätetega, mis võivad siiski aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse jääda.

⁽⁴⁰⁾ Vt kohtuotsus, 1. oktoober 1987, ASBL Vereniging van Vlaamse Reisbureaus vs. ASBL Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten, 311/85, ECLI:EU:C:1987:418, punkt 20.

- (31) On kolme liiki finants- ja kommertsriske, millel on oluline tähtsus seoses agendilepingu liigitamisega aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast väljapoole jäävaks kokkuleppeks:
- (a) lepingust tulenevad riskid, mis on otseselt seotud lepingutega, mida agent käsundiandja eest näiteks varude finantseerimiseks sõlmib ja/või mille üle ta läbi räägib;
 - (b) turuspetsiifiliste investeeringutega seotud riskid. Tegemist on investeeringutega, mida on vaja konkreetselt seda liiki tegevuseks, milleks käsundiandja on agendi määranud, see tähendab investeeringutega, mida on vaja selleks, et agent saaks konkreetset liiki lepingu sõlmida ja/või selle üle läbi rääkida. Seda laadi investeeringud on harilikult pöördumatud, mis tähendab, et pärast ühest konkreetsest tegevusvaldkonnast väljumist ei saa neid investeeringuid kasutada muuks tegevuseks ega edasi müüa, välja arvatud märkimisväärse kahjuga;
 - (c) riskid, mis on seotud muu tegevusega samal tooteturul sel määral, mil käsundiandja nõuab agendisuhete raames, et agent teostaks sellist tegevust mitte agendina käsundiandja nimel, vaid agendi omal vastutusel.
- (32) Kokkulepe liigitatakse väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala jäävaks siis, kui agent ei võta mingeid punktis (31) loetletud riske või võtab neid riske üksnes ebaolulisel määral. Selliste agendi võetud riskide olulisuse hindamisel lähtutakse üldjuhul agendi agenditeenuste osutamise eest saadud tasust, näiteks tema komisjonitasust, mitte agendilepinguga hõlmatud kaupade või teenuste müügist saadud tulust. Agenditeenuste osutamise üldiselt seotud riskidel, nagu risk, et agendi tulu sõltub tema agendina tegutsemise edukusest, või näiteks mis tahes liiki tegevuseks kasutatavatesse tööruumidesse või tööjõusse tehtud üldinvesteeringud, ei ole hindamises aga määravat tähtsust.
- (33) Eespool kirjeldatud arvesse võttes liigitatakse kokkulepe agendilepinguks, mis jääb väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala, üldjuhul siis, kui kehtivad kõik alljärgnevad tingimused:
- (a) agent ei saa agendilepingu alusel ostetavate või müüdavate kaupade omandiõigust ega osuta ise agendilepingu alusel ostetavaid või müüdavaid teenuseid. Asjaolu, et agent võib saada lepingujärgsete kaupade käsundiandja nimel müümise ajal ajutiselt väga lühikeseks ajaks nende omandiõiguse, ei välista sellise agendilepingu olemasolu, mis jääb väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala, tingimusel et agent ei kanna mingeid kulusid ega võta mingeid riske seoses asjaomase omandiõiguse üleminekuga;
 - (b) agent ei osale lepingujärgsete kaupade või teenuste tarnimise või ostmisega seotud kulude, sealhulgas kaupade veoga seotud kulude katmises. See ei takista agendil veoteenust osutada, kui selle kulud kannab käsundiandja;
 - (c) agent ei hoiä oma kulul ega riskil lepingujärgsete kaupade varusid, sealhulgas varude rahastamise ja nende kao katmise kulusid. Agent peaks saama müümata jäänud kaubad käsundiandjale tasuta tagastada, välja arvatud juhul, kui agent on selles ise süüdi, näiteks kuna ta ei ole võtnud varude kao vältimiseks mõistlikke turva- või varguskaitsemeetmeid;
 - (d) agent ei võta vastutust (välja arvatud oma komisjonitasu kaotamine) selle eest, kui kliendid ei täida lepingut, välja arvatud juhul, kui agent on selles ise süüdi (näiteks kui ta ei ole võtnud mõistlikke turva- või varguskaitsemeetmeid või ei ole võtnud põhjendatud meetmeid, et teatada vargusest käsundiandjale või politseile või anda käsundiandjale kogu talle teadaolev vajalik teave kliendi rahalise usaldusväärse kohta);
 - (e) agent ei võta lepingujärgsete kaupade või teenuste tarnimisest tuleneva kahju eest vastutust klientide või muude kolmandate isikute ees, välja arvatud juhul, kui agent on selles ise süüdi;
 - (f) agent ei ole otseselt ega kaudselt kohustatud investeerima müügiedendusse, näiteks panustama käsundiandja reklaamieelarvesse või konkreetselt lepingujärgsete kaupade või teenustega seotud reklaami- või müügiedendustegevusse, välja arvatud juhul, kui käsundiandja need kulud täiel määral hüvitab;

- (g) agent ei tee turuspetsiifilisi investeeringuid seadmetesse, tööruumidesse, töötajate koolitamisega ega reklaami, näiteks ei investeeeri kütusemahutisse kütuse jaemüügi korral, eritarkvarasse kindlustusandjapoolse kindlustuspoliiside müügi korral ega marsruutide või sihtkohtadega seotud reklaami lennupileteid või hotellimajutust müüvate reisibüroode korral, välja arvatud juhul, kui käsundiandja kõnealusel kulud täiel määral hüvitab;
- (h) agent ei tegele samal tooteturul muu tegevusega, mida käsundiandja agendisuhete alusel nõuab (näiteks kaupade tarnimine), välja arvatud juhul, kui käsundiandja kõnealusel tegevuse täiel määral hüvitab.
- (34) Punktis (33) esitatud loetelu ei ole küll täielik, ent kui agent võtab vähemalt ühe punktides (31)–(33) nimetatud riski või peab kandma vähemalt ühe nendes punktides nimetatud kulu, siis ei liigitata agendi ja käsundiandja vahelist lepingut agendilepinguks, mis jääb väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala⁽⁴¹⁾. Riski tuleb hinnata iga juhtumi puhul eraldi, arvestades pigem tegelikku majanduslikku olukorda kui lepingu õiguslikku vormi. Praktilistel põhjustel võib riskianalüüsi alustada lepinguspetsiifiliste riskide hindamisega. Kui agent võtab lepinguspetsiifilisi riske, mis ei ole ebaolulised, piisab sellest järelduse tegemiseks, et agent on sõltumatu turustaja. Kui agent ei võta lepinguspetsiifilisi riske, tuleb analüüsi jätkata, hinnates turuspetsiifiliste investeeringutega seotud riske. Kui agent ei võta ühtegi lepinguspetsiifilist riski ega turuspetsiifiliste investeeringute riski, võib olla vaja kaaluda riske, mis on seotud muu tegevusega, mida nõutakse samal tooteturul agendisuhete raames.
- (35) Käsundiandja võib kasutada asjaomaste riskide ja kulude hüvitamiseks mitmesuguseid meetodeid, kuivõrd selliste meetoditega tagatakse, et agent ei võta mingeid olulisi punktides (31)–(33) kirjeldatud liiki riske. Näiteks võib käsundiandja otsustada hüvitada täpsed kantud kulud või katta kulud kindlasummalise maksena või maksta agendile kindlaksmääratud protsendimäär agendilepingu alusel müüdüd kaupadest või teenustest saadud tulust. Selle tagamiseks, et kõik asjaomased riskid ja kulud oleksid kaetud, peaks käsundiandja kasutatav meetod võimaldama agendil hõlpsalt eristada summaseid, mis on ette nähtud asjaomaste riskide ja kulude katmiseks, muudest agendile makstavatest summadest, näiteks nendest, mille eesmärk on hüvitada agendile agenditeenuste osutamine. Vastasel korral ei pruugi agendil olla võimalik kontrollida, kas käsundiandja valitud meetodi alusel tema kulud kaetakse. Ühtlasi võib olla vajalik näha ette lihtne meetod, mille põhjal agent saaks deklareerida mis tahes kulud, mis ületavad kokkulepitud kindlasummalist makset või kindlaksmääratud protsendimäär, ja nõuda nende hüvitamist. Samuti võib käsundiandjal olla vaja süstemaatiliselt jälgida kõiki muutusi asjaomastes kuludes ja kohandada vastavalt kindlasummalist makset või kindlaksmääratud protsendimäär. Kui asjaomased kulud hüvitatakse protsendimäärana agendilepingu alusel müüdüd toodete hinnast, peaks käsundiandja ühtlasi arvesse võtma asjaolu, et agent võib kanda asjaomaseid turuspetsiifiliste investeeringute kulusid ka siis, kui tal teatava aja jooksul müük puudub või see on piiratud. Sellised kulud peab hüvitama käsundiandja.
- (36) Tarnija teatavate kaupade või teenuste sõltumatu turustaja võib tegutseda agendina ka sama tarnija muude kaupade või teenuste puhul, tingimusel et agendilepinguga hõlmatud tegevust ja riske saab tõhusalt piiritleda, näiteks kuna need on seotud kaupade või teenustega, millel on täiendavaid funktsioone või uusi tunnuseid. Selleks et kokkulepe liigitataks väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala jäävaks agendilepinguks, peab sõltumatu turustaja olema agendilepingu sõlmimisel täiesti vaba (näiteks ei tohi käsundiandja agendilepingut *de facto* peale suruda, ähvardades turustussuhet lõpetada või selle tingimusi kehvemaks muuta). Samamoodi ei tohi käsundiandja agendilt otseselt ega kaudselt nõuda tegutsemist sõltumatu turustajana, välja arvatud juhul, kui käsundiandja selle tegevuse täiel määral hüvitab, nagu on kirjeldatud punkti (33) alapunktis h. Peale selle, nagu on märgitud punktides (31)–(33), peab käsundiandja võtma kõik agendilepinguga hõlmatud kaupade või teenuste müügiga, sealhulgas turuspetsiifiliste investeeringutega seotud asjaomased riskid.
- (37) Kui agent teostab sama tarnija heaks omal vastutusel muud tegevust, mida see tarnija ei nõua, siis esineb võimalus, et agendile seoses tema agenditegevusega kehtestatud kohustused mõjutavad tema stiimuleid ja piiravad otsustusvabadust toodete müümisel sõltumatu tegevuse käigus. Eelkõige esineb võimalus, et käsundiandja agendilepingu alusel müüdüd toodete hinnapoliitika mõjutab agendi/turustaja stiimuleid kujundada sõltumatult nende toodete hinda, mida ta müüb sõltumatu turustajana. Peale selle on sama tarnija

⁽⁴¹⁾ Vt ka punkt (192). Eelkõige peab agendil olema aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jääva agendilepingu puhul õigus alandada kliendi makstavat tegelikku hinda, jagades oma hüvitise kliendiga.

heaks agendina ja sõltumatu turustajana tegutsemise korral raske eristada agendiülesannete täitmisega seotud investeeringuid ja kulusid, sealhulgas turuspetsiifilisi investeeringuid, ja üksnes sõltumatu tegevusega seotud investeeringuid ja kulusid. Sellisel juhul võib olla eriti keeruline hinnata, kas agendisuhe vastab käesolevate suuniste punktides (30)–(33) kehtestatud tingimustele ⁽⁴²⁾.

- (38) Punktis (37) kirjeldatud probleemid võivad tekkida eelkõige siis, kui agent teostab samal tooteturul sama käsundiandja jaoks muud tegevust sõltumatu turustajana. Seevastu on nende probleemide tekkimine vähem tõenäoline juhul, kui agendi muu tegevus sõltumatu turustajana on seotud erineva asjaomase turuga ⁽⁴³⁾. Üldisemalt on nende probleemide tekkimise tõenäosus seda väiksem, mida vähem asendatavad on tooted, mida müüakse agendilepingu alusel, ja tooted, mida agent müüb sõltumatult. Kui toodete objektiivsed erinevused (näiteks parem kvaliteet, uudsed omadused või lisafunktsioonid) on ebaolulised, võib agendi kahe eri tegevusliigi vahel olla raskem vahet teha ja sellisel juhul võib esineda oluline oht, et agendilepingu tingimused, eelkõige hinnakujunduse osas, mõjutavad agentni nende toodete puhul, mida ta turustab sõltumatult.
- (39) Et teha kindlaks, milliseid turuspetsiifilisi investeeringuid tuleb asjaomasel turul juba tegutseva sõltumatu turustajaga agendilepingut sõlmides hüvitada, peaks käsundiandja selle hindamiseks, millised investeeringud on asjakohased selle tegevuse liigi puhul, milleks agent määratakse, kaaluma hüpoteetilist olukorda, kus ta sõlmib lepingu sellise agendiga, kes asjaomasel turul veel ei tegutse. Käsundiandja peab katma turuspetsiifilised investeeringud, mida on vaja asjaomasel turul tegutsemiseks, muu hulgas siis, kui need investeeringud on seotud ka eristatavate toodetega, mida turustatakse väljaspool agendilepingut, kuid mis ei ole seotud ainult selliste eristatavate toodete müügiga. Ainus olukord, kus käsundiandja ei pea asjaomasel turul tehtavaid turuspetsiifilisi investeeringuid katma, on see, kui need investeeringud on seotud üksnes selliste eristatavate toodete müügiga, mida ei müüda agendilepingu alusel, vaid turustatakse sõltumatult. Selle põhjus on asjaolu, et agent kannaks kõik turul tegutsemisega seotud turuspetsiifilised kulud, kuid mitte eristatavate toodete müügiga eksklusiivselt seotud turuspetsiifilised kulud, kui ta ei tegutseks ka nende toodete sõltumatu turustajana (tingimusel et agent suudab tegutseda asjaomasel turul ilma kõnealuseid eristatavaid tooteid müümata). Hüvitamist võib proportsionaalselt kohandada selles ulatuses, mil asjaomased investeeringud (näiteks investeeringud konkreetse tegevusega seotud seadmetesse) on juba amortiseerunud. Samamoodi võib hüvitist kohandada ka siis, kui sõltumatu turustaja tehtud turuspetsiifilised investeeringud, mis ta on teinud sõltumatu turustajana tegutsemise tulemusel, ületavad olulisel määral neid turuspetsiifilisi investeeringuid, mida peaks tegema agent asjaomasel turul tegevuse alustamiseks.
- (40) Näide kulude võimalikust jaotusest juhul, kui turustaja tegutseb teatavate toodete puhul ühtlasi sama tarnija agendina.

Tooteid A, B ja C müüb üldiselt sama turustaja (müüvad samad turustajad). Tooted A ja B kuuluvad samale toote- ja geograafilisele turule, kuid on eristatavad ja objektiivselt erinevate tunnustega. Toode C kuulub erinevale tooteturule.

Tarnija, kes üldjuhul kasutab oma toodete turustamiseks sõltumatuid turustajaid, soovib kasutada agendilepingut, et turustada oma toodet A, millel on uued funktsioonid. Ta pakub seda agendilepingut oma (toote B) sõltumatutele turustajatele, kes juba tegutsevad samal toote- ja geograafilisel turul, nõudmata neilt ei õiguslikult ega faktiliselt sellise lepingu sõlmimist.

⁽⁴²⁾ Vt kohtuotsus, 16. detsember 1975, Suiker Unie vs. komisjon, liidetud kohtuasjad 40–48, 50, 54–56, 111, 113 ja 114/73, ECLI:EU:C:1975:174, punktid 537–557.

⁽⁴³⁾ Vt kohtuasi T-325/01: DaimlerChrysler vs. komisjon, punktid 100 ja 113.

Selleks et agendileping ei jääks aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse ja vastaks punktides (30)–(33) kirjeldatud tingimustele, peab käsundiandja katma kõik nii toote A kui ka B (mitte ainult toote A) müümist puudutava tegevusega seotud investeeringud, sest need tooted kuuluvad samale toote- ja geograafilisele turule. Näiteks on tõenäoliselt turuspetsiifilised sellised kulud, mida kantakse kaupluse kohandamiseks või sisustamiseks toodete A ja B esitlemise ja müümise eesmärgil. Samamoodi on tõenäoliselt turuspetsiifilised toodete A ja B müügiks vajalikud personali koolituskulud ning toodete A ja B jaoks vajalike spetsiaalsete ladustamiseadmete kulud. Need asjaomased investeeringud, mis üldjuhul on vajalikud selleks, et agent saaks turule siseneda ning alustada toodete A ja B müümist, peaks katma käsundiandja ka siis, kui konkreetne agent juba tegutseb asjaomasel turul sõltumatu turustajana.

Käsundiandja ei pea aga katma investeeringuid seoses toote C müümisega, mis ei kuulu samale tooteturule kui tooted A ja B. Peale selle, kui toote B müümiseks on vaja konkreetseid investeeringuid, mis ei ole vajalikud toote A müümiseks, näiteks investeeringuid sihtotstarbelistesse seadmetesse või töötajate koolitamisega, ei ole sellised investeeringud asjakohased ja seega ei pea käsundiandja neid katma, tingimusel et turustaja saab tegutseda tooteid A ja B hõlmaval asjaomasel turul nii, et ta müüb ainult toodet A.

Mis puudutab reklaami, siis on investeeringud agendi kaupluse enda reklaami, selle asemel, et reklaamida konkreetselt toodet A, kasulikud nii agendi kaupluse jaoks üldiselt kui ka toodete A, B ja C müümise seisukohast, kuigi agendilepingu alusel müüakse ainult toodet A. Seega oleksid need kulud agendilepingu hindamisel osaliselt asjakohased sel määral, mil need on seotud agendilepingu alusel müüdava toote A müümisega. Üksnes toodetega B ja C seotud reklaamikampaaniate kulud ei oleks aga asjakohased ja seepärast ei peaks käsundiandja neid katma, tingimusel et turustaja saab tegutseda asjaomasel turul nii, et ta müüb ainult toodet A.

Samad põhimõtted kehtivad veebisaiti või e-poodi tehtavate investeeringute puhul, sest osa neist investeeringutest ei ole asjakohased, kuna neid tehtaks sõltumata agendilepingu alusel müüdavatest toodetest. Seepärast ei pea käsundiandja hüvitama üldisi investeeringuid veebilehe kujundamisse, kui veebisaiti ennast saaks kasutada muude toodete müümiseks peale nende, mis kuuluvad asjaomasele tooteturule, näiteks toote C või laiemalt muude toodete kui A ja B müümiseks. Asjaomasele tooteturule kuuluvate toodete, see tähendab nii toote A kui ka B veebisaidil reklaamimise või müümise seotud investeeringud oleksid aga asjakohased. Sõltuvalt toodete A ja B veebisaidil reklaamimiseks ja müümiseks vajalike investeeringute tasemest peaks käsundiandja seega katma osa veebisaidi või e-poe loomise ja/või käigushoidmise kuludest. Katta ei ole vaja konkreetselt toote B reklaamimiseks või müümiseks tehtavaid investeeringuid, tingimusel et turustaja saab tegutseda asjaomasel turul nii, et ta müüb ainult toodet A.

3.2.2. Aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamine agendilepingute suhtes

- (41) Kui leping vastab aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävaks agendilepinguks liigitamise tingimustele, moodustab agendi ostu- või müügitgevus osa käsundiandja tegevusest. Kuna käsundiandja kannab lepingujärgsete kaupade või teenuste ostu ja müügiga seotud kommerts- ja finantsriskid, jäävad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja kõik kohustused, mis on agendile pandud seoses käsundiandja eest sõlmitavate ja/või läbi räägitavate lepingutega. Asjaolu, et agent võtab enda kanda käesolevas punktis loetletud kohustused, käsitatakse agendilepingu lahutamatu osana, sest need kohustused võimaldavad käsundiandjal määrata kindlaks agendi lepingujärgsete kaupade või teenustega seotud tegevuse ulatuse. See on äärmiselt oluline juhul, kui käsundiandja peab kandma selliste lepingutega seotud riskid, mille agent käsundiandja nimel sõlmib ja/või mille üle ta läbi räägib. Seega on käsundiandjal võimalik määrata kindlaks äristrateegia seoses järgmisega:

- (a) piirangud seoses territooriumiga, kus agent võib lepingujärgseid kaupu või teenuseid müüa;
- (b) piirangud seoses klientidega, kellele agent võib lepingujärgseid kaupu või teenuseid müüa;
- (c) hinnad ja tingimused, mille kohaselt agent peab lepingujärgseid kaupu või teenuseid müüma või ostma.
- (42) Seevastu kui agent kannab vähemalt ühte punktides (31)–(33) kirjeldatud asjakohast riski, ei kujuta agendi ja käsundiandja vaheline leping endast aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävat agendilepingut. Sellises olukorras käsitletakse agenti sõltumatu ettevõtjana ning agendi ja käsundiandja vahelise lepingu suhtes kohaldatakse aluslepingu artikli 101 lõiget 1 nagu mis tahes muu vertikaalse kokkuleppe suhtes. Sellepärast on määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis k selgitatud, et ettevõtja, kes müüb aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse kuuluva kokkuleppe alusel kaupu või teenuseid teise ettevõtja nimel, on ostja.
- (43) Isegi kui agent ei kanna mingeid olulisi punktides (31)–(33) kirjeldatud liiki riske, on ta jätkuvalt käsundiandjast eraldi seisev ettevõtja ning seega võivad agendi ja käsundiandja suhet käsitlevad sätted olla aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalal, olenemata sellest, kas need moodustavad osa lepingujärgsete toodete müügi või ostu lepingust või eraldi lepingu. Selliste sätete puhul võib olla võimalik tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, kui on täidetud määruses sätestatud tingimused. Väljaspool määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala tuleb selliseid sätteid aluslepingu artikli 101 alusel üksikjuhtumite kaupa hinnata, nagu on kirjeldatud jaos 8.1, eelkõige selle kindlakstegemiseks, kas nendega kaasneb piirav mõju aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, ja kui see nii on, siis kas need vastavad aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud tingimustele. Näiteks võivad agendilepingud sisaldada sätet, millega keelatakse käsundiandjal määrata teatavat liiki tehingu, kliendi või territooriumi jaoks teisi agente (ainuesindusõiguse sätted), või sätet, millega keelatakse agendil tegutseda käsundiandjaga konkureerivate ettevõtjate agendi või turustajana (ühe kaubamärgi pealesurumise sätted). Ainuesindusõiguse sätted ei tekita üldjuhul konkurentsi kahjustavat mõju. Ühe kaubamärgi pealesurumise sätted ja pärast lepingu kehtivusaja lõppu konkureerimist keelavad sätted, mis on seotud kaubamärkidevahelise konkurentsi, võivad aga piirata konkurentsi aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, kui nende eraldi või kumulatiivse mõju tagajärjel piiratakse pääsu asjaomasele turule, kus lepingujärgseid kaupu või teenuseid müüakse või ostatekse (vt eelkõige jaod 6.2.2 ja 8.2.1).
- (44) Agendileping võib aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse kuuluda ka siis, kui käsundiandja kannab kõik lepingust tulenevad finants- ja kommertsriskid, kuid leping soodustab konkurentsi vastast koostööd. Selline olukord võib esineda näiteks siis, kui mitu käsundiandjat kasutab samu agente ega lase ühiselt teistel neid kasutada, või kui käsundiandjad kasutavad agente oma turustusstrateegia konkurentsi vastaseks kooskõlastamiseks või tundliku turuteabe vahetamiseks.
- (45) Kui sõltumatu turustaja tegutseb sama tarnija teatavate kaupade või teenuste puhul ühtlasi agendina, tuleb rangelt hinnata punktides (36)–(39) kehtestatud nõuete täitmist. See on vajalik selleks, et vältida agenditegevuse mudeli kuritarvitamist olukorras, kus tarnija agendilepingu kaudu jaemüügi tasandil tegelikult ei tegutse ega tee kõiki seotud äriotsuseid ja võta kõiki seotud riske kooskõlas punktides (30)–(33) kehtestatud põhimõtetega, vaid pigem kasutab agenditegevuse mudelit nende toodete jahindade kontrollimiseks, mis võimaldavad kasutada kõrgeid edasimüügi marginaale. Kuna edasimüügi hindade kujundamine on määruse (EL) 2022/720 artikli 4 alusel põhiline piirang, nagu on kirjeldatud jaos 6.1.1, ja aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaselt on selle eesmärk konkurentsi piiramine, ei tohi tarnijad kuritarvitada agendisuhet aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisest kõrvalehoidmiseks.

3.2.3. Agenditegevus ja veebiplatvormimajandus

- (46) Veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevate ettevõtjate sõlmitud lepingud ei vasta üldjuhul aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävaks agendilepinguks liigitamise tingimustele. Tavaliselt tegutsevad sellised ettevõtjad sõltumatute ettevõtjatena, mitte osana ettevõtetest, kellele nad teenuseid osutavad. Eelkõige teinudavad veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevad ettevõtjad sageli väga suurt arvu müüjaid, mille

tõttu praktikas ei ole neil võimalik saada osaks mõne müüja ettevõttest. Peale selle võib veebiplatvormimajanduse ulatusliku võrgustikumõju ja muude tunnuste tagajärjel tekkida märkimisväärne ebakõla kokkuleppe osaliste suuruse ja läbirääkimispositsioonide vahel. Selle tulemuseks võib olla olukord, kus kaupade või teenuste müügi tingimused ja äristrateegia määrab kindlaks veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsev ettevõtja, mitte kaupade või teenuste müüja. Lisaks teevad veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevad ettevõtjad tavaliselt suuri turuspetsiifilisi investeeringuid näiteks tarkvarasse, reklaami ja müügijärgsetesse teenustesse, mis näitab, et sellised ettevõtjad kannavad seoses nende vahendatavate tehingutega märkimisväärseid finants- või kommertsriske.

3.3. Alltöövõtukokkulepped

- (47) Alltöövõtukokkulepete teatises ⁽⁴⁴⁾ on alltöövõtukokkulepped määratletud kui kokkulepped, mille kohaselt üks ettevõtja (töövõtja), kes võib tegutseda kolmandalt isikult saadud eelneva tellimuse alusel, usaldab teisele ettevõtjale (alltöövõtjale) töövõtja juhiste alusel kaupade tootmise, teenuste osutamise või töö teostamise töövõtja jaoks või tema nimel. Üldjuhul jäävad alltöövõtukokkulepped aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja. Alltöövõtukokkulepete teatis sisaldab täiendavaid suuniseid selle üldreegli kohaldamise kohta. Eelkõige on alltöövõtukokkulepete teatises märgitud, et aluslepingu artikli 101 lõiget 1 ei kohaldata klauslite suhtes, millega piiratakse sellise tehnoloogia või seadmete kasutamist, mille töövõtja on alltöövõtjale andnud, tingimusel et selline tehnoloogia või seadmed on vajalikud selleks, et alltöövõtjal oleks võimalik asjaomaseid tooteid toota ⁽⁴⁵⁾. Samuti on alltöövõtuteatises selgitatud selle üldreegli kohaldamisala ja eelkõige seda, et muud alltöövõtjale seatud piirangud, näiteks kohustus mitte viia läbi oma teadus- ja arendustegevust või kasutada selle tulemusi või üldiselt mitte toota kolmandate isikute jaoks, võivad jääda aluslepingu artikli 101 kohaldamisalasse ⁽⁴⁶⁾.

4. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala

4.1. Määrusega (EL) 2022/720 kehtestatud „safe harbour“-põhimõte

- (48) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 1 kohase erandiga kehtestatakse määruse kohaste vertikaalsete kokkulepete suhtes kohaldatav „safe harbour“-põhimõte, tingimusel et tarnija ja ostja turuosad asjaomasel turul ei ületa määruse artiklis 3 täpsustatud künniseid (vt jagu 5.2) ning et kokkulepe ei sisalda määruse artikli 4 kohaseid põhilisi piiranguid (vt jagu 6.1) ⁽⁴⁷⁾. „Safe harbour“-põhimõte kehtib juhul, kui komisjon või liikmesriigi konkurentsiasutus ei ole grupierandile tuginemise võimalust määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 alusel konkreetsel juhul tühistanud (vt jagu 7.1). Asjaolu, et vertikaalse kokkuleppe suhtes „safe harbour“-põhimõtet ei kohaldata, ei tähenda, et kokkulepe jääb aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse või et see ei vasta aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele.
- (49) Kui tarnija kasutab sama vertikaalset kokkulepet mitut liiki kaupade või teenuste turustamiseks, võib määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erand määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud turuosa künniste kohaldamise tagajärjel teatavate kaupade või teenuste puhul kehtida, kuid teiste puhul mitte. Neid kaupu või teenuseid, mille suhtes määruse artikli 2 lõiget 1 ei kohaldata, tuleb aluslepingu artikli 101 alusel eraldi hinnata.

⁽⁴⁴⁾ Komisjoni 18. detsembri 1978. aasta teatis hinnangu andmise kohta teatavatele alltöövõtukokkulepetele vastavalt EMÜ asutamislepingu artikli 85 lõikele 1 (EÜT C 1, 3.1.1979, lk 2).

⁽⁴⁵⁾ Vt alltöövõtukokkulepete teatise punkt 2, kus on täiendavalt selgitatud eeskätt tööstusomandiõiguste ja oskusteabe kasutamist.

⁽⁴⁶⁾ Vt alltöövõtukokkulepete teatise punkt 3.

⁽⁴⁷⁾ Seoses välja jäetud piirangute ja määruse (EL) 2022/720 artikli 5 tähendusega vt käesolevate suuniste jagu 6.2.

4.2. Vertikaalsete kokkulepete määratlus

(50) Aluslepingu artikli 101 lõikes 1 on osutatud ettevõtjatevahelistele kokkulepetele. Seal ei ole eristatud seda, kas kõnealused ettevõtjad tegutsevad tootmis- või tarneahela samal tasandil või eri tasanditel. Seega kohaldatakse aluslepingu artikli 101 lõiget 1 nii horisontaalsete kui ka vertikaalsete kokkulepete suhtes ⁽⁴⁸⁾.

(51) Vastavalt määruse nr 19/65/EMÜ artikliga 1 komisjonile antud volitusele määrusega teatada, et aluslepingu artikli 101 lõiget 1 ei kohaldata teatavate ettevõtjatevaheliste kokkulepete kategooriate suhtes, on määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis a määratletud vertikaalne kokkulepe kui „kokkulepe või kooskõlastatud tegevus, mis on sõlmitud kahe või enama ettevõtja vahel, kes kõik tegutsevad kokkuleppe või kooskõlastatud tegevuse täitmise eesmärgil tootmis- või turustamisahela eri tasanditel, ja mis käsitleb tingimusi, mille alusel osalised võivad teatavaid kaupu või teenuseid osta, müüa või edasi müüa“ ⁽⁴⁹⁾.

4.2.1. Ühepoolne tegevus jääb määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja

(52) Määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata ettevõtjate ühepoolse tegevuse suhtes. Ühepoolne tegevus võib aga kuuluda aluslepingu artikli 102 kohaldamisalasse, kuna kõnealuse artikliga on keelatud turgu valitseva seisundi kuritarvitamine ⁽⁵⁰⁾.

(53) Määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse vertikaalsete kokkulepete suhtes. Selleks et tegemist oleks kokkuleppega aluslepingu artikli 101 tähenduses, piisab sellest, et kokkuleppe osalised on väljendanud oma ühist kavatsust tegutseda turul teataval viisil (nn ühine tahe). Nimetatud kavatsuse väljendamise vorm ei ole oluline, kuni see kujutab endast kokkuleppe osaliste tegeliku tahte väljendust ⁽⁵¹⁾.

(54) Kui puudub osaliste ühist tahet väljendav sõnaselge kokkulepe, peab see osaline või ametiasutus, kelle väitel aluslepingu artiklit 101 rikutakse, tõendama, et kokkuleppe üks osaline nõustub teise osalise ühepoolse poliitikaga. Vertikaalsete kokkulepete puhul võib konkreetse ühepoolse poliitikaga nõustumine toimuda sõnaselgelt või vaikimisi.

(a) Sõnaselget nõustumist võib järeldada eelnevalt koostatud üldkokkuleppega osalistele antud volitustest. Kui sellise kokkuleppe tingimustega on ette nähtud, et üks osaline võib järgnevalt ühepoolselt vastu võtta teisele osalisele siduva ühepoolse poliitika, või teda on nende tingimustega volitatud seda tegema, võib selle alusel järeldada, et teine osaline nõustub selle poliitikaga ⁽⁵²⁾.

(b) Vaikimisi nõusoleku puhul on vajalik tõendada, et üks osaline soovib sõnaselgelt või kaudselt koostööd teise osalisega oma ühepoolse poliitika rakendamisel, ning et teine osaline on selle soovi täitnud, viies kõnealust ühepoolset poliitikat ellu ⁽⁵³⁾. Näiteks kui pärast tarnija teadet tarnete ühepoolse vähendamise kohta, mille eesmärk on ennetada paralleelset kaubandust, vähendavad turustajad kohe oma tellimusi ja peatavad paralleelse kaubandusega tegelemise, siis võib järeldada, et kõnealused turustajad nõustuvad vaikimisi tarnija ühepoolse poliitikaga. Seda järeldust ei saa aga teha juhul, kui turustajad tegelevad jätkuvalt paralleelse kaubandusega või üritavad leida uusi viise paralleelse kaubandusega tegelemiseks.

⁽⁴⁸⁾ Vt kohtuotsus Société Technique Minière vs. Maschinenbau Ulm, C-56/65, lk 249.

⁽⁴⁹⁾ Vastavalt määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktile a hõlmab termin „vertikaalne kokkulepe“ käesolevates suunistes vertikaalset kooskõlastatud tegevust, kui ei ole märgitud teisiti.

⁽⁵⁰⁾ Kui aga aluslepingu artikli 101 kohane vertikaalne kokkulepe on olemas, ei piira määrus (EL) 2022/720 ega käesolevad suunistes aluslepingu artikli 102 võimalikku samaaegset kohaldamist kõnealuse vertikaalse kokkuleppe suhtes.

⁽⁵¹⁾ Vt kohtuotsus, 14. jaanuar 2021, Kilpailu- ja kuluttajavirasto, C-450/19, ECLI:EU:C:2021:10, punkt 21.

⁽⁵²⁾ Vt kohtuotsus, 13. juuli 2006, komisjon vs. Volkswagen AG, C-74/04 P, ECLI:EU:C:2006:460, punktid 39–42.

⁽⁵³⁾ Vt kohtuotsus, 26. oktoober 2000, Bayer AG vs. komisjon, T-41/96, ECLI:EU:T:2000:242, punkt 120.

(55) Eespool kirjeldatud arvesse võttes on juhul, kui üks osaline kehtestab üldised tingimused, tegemist kokkuleppesega aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses siis, kui teine osaline nende tingimustega sõnaselgelt või vaikumisi nõustub⁽⁵⁴⁾.

4.2.2. Ettevõtjad tegutsevad tootmis- või turustusahela eri tasanditel

(56) Määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse kahe või enama ettevõtja vaheliste kokkulepete suhtes, olenemata nende ettevõtjate ärimudelitest. Määrust ei kohaldata kokkulepete suhtes, mis on sõlmitud füüsiliste isikutega, kes tegutsevad eesmärgil, mis ei kuulu nende kutse-, äri-, käsitöö- või ametialase tegevuse hulka.

(57) Selleks, et kokkulepet käsitataks vertikaalse kokkuleppena määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkti a tähenduses, peab see olema sõlmitud ettevõtjate vahel, kes tegutsevad kokkuleppe täitmisel tootmis- või turustusahela eri tasanditel. Näiteks on vertikaalne kokkulepe olemas juhul, kui üks ettevõtja toodab toorainet või osutab teenust ning müüb seda teisele ettevõtjale, kes kasutab seda sisendina, või kui tootja müüb toodet hulgimüüjale, kes müüb seda edasi jaemüüjale. Samamoodi on vertikaalne kokkulepe olemas siis, kui üks ettevõtja müüb kaupu või teenuseid teisele ettevõtjale, kes on nende kaupade või teenuste lõppkasutaja.

(58) Kuna määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis a esitatud määratluses on osutatud konkreetse kokkuleppe eesmärgile, siis ei välista asjaolu, et kokkuleppe ühest osalisest ettevõtja tegutseb rohkem kui ühel tootmis- või turustusahela tasandil, määruse (EL) 2022/720 kohaldamist. Kui kokkulepe on aga sõlmitud konkureerivate ettevõtjate vahel, siis määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata, välja arvatud juhul, kui on täidetud määruse artikli 2 lõikes 4 sätestatud tingimused (vt jaod 4.4.3 ja 4.4.4).

4.2.3. Kokkulepe käsitleb kaupade või teenuste ostmist, müümist või edasimüümist

(59) Selleks et kokkulepet saaks käsitada vertikaalse kokkuleppena määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkti a tähenduses, peab see käsitlema tingimusi, mille alusel selle osalised „võivad teatavaid kaupu või teenuseid osta, müüa või edasi müüa“. Kooskõlas grupierandi määruste üldeesmärgiga tagada õiguskindlus tuleb määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkti a tõlgendada laialt, see tähendab nii, et seda kohaldatakse kõikide vertikaalsete kokkulepete suhtes, olenemata sellest, kas need käsitlevad vahe- või lõpptooteid või -teenuseid. Määruse kohaldamisel konkreetse kokkuleppe suhtes käsitatakse nii tarnitud kaupu või teenuseid kui vahetoodete või -teenuste puhul ka neist valmistatud lõpptooteid ja -teenuseid lepingujärgsete kaupade või teenustena.

(60) Vertikaalsed kokkulepped veebiplatvormimajanduses, sealhulgas määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis d osutatud veebipõhiste vahendusteenuste osutajate sõlmitud kokkulepped, on hõlmatud määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktiga a. Veebipõhiste vahendusteenuste osutamist käsitlevate vertikaalsete kokkulepete puhul käsitatakse nii veebipõhiseid vahendusteenuseid kui ka kaupu ja teenuseid, millega veebipõhiste vahendusteenuste kaudu tehinguid tehakse, määruse (EL) 2022/720 kokkuleppe suhtes kohaldamise eesmärgil lepingujärgsete kaupade või teenustena.

(61) Määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata selliste vertikaalsete piirangute suhtes, mis ei ole seotud kaupade või teenuste ostmise, müümise või edasimüümise tingimustega. Selliseid piiranguid on seepärast vaja hinnata individuaalselt, nimelt tuleb kindlaks teha, kas need jäävad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, ning kui see nii on, siis kas aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused on täidetud. Näiteks ei kohaldata määrust (EL) 2022/720 kohustuse suhtes, millega keelatakse kokkuleppe osalistel teostada iseseisvalt teadus- ja arendustegevust, isegi kui osalised võivad olla selle oma vertikaalsesse kokkuleppesse lisanud. Teine näide on

⁽⁵⁴⁾ Vt komisjoni otsus juhtumi AT.40428 Guess kohta, põhjendus 97, milles on osutatud 11. jaanuari 1990. aasta kohtuotsuse Sandoz Prodotti Farmaceutici vs. komisjon (C-277/87, ECLI:EU:C:1990:6) punktile 2 ja 9. juuli 2009. aasta kohtuotsuse Peugeot ja Peugeot Nederland vs. komisjon (T-450/05, ECLI:EU:T:2009:262) punktidele 168–209.

rendi- ja liisingulepingud. Kuigi määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse kaupade suhtes, mida müüakse ja ostetakse kolmandatele isikutele rentimise eesmärgil, ei hõlma määrus rendi- ja liisingulepinguid kui selliseid, sest nende alusel ei toimu kaupade müüki ega ostmist.

4.3. Vertikaalsed kokkulepped veebiplatvormimajanduses

- (62) Veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevatel ettevõtjatel on kaupade ja teenuste turustamisel üha olulisem roll. Nad võimaldavad uusi äritegemise viise, millest osad ei ole lihtne liigitada põhimõtete alusel, mida kohaldatakse vertikaalsete kokkulepete suhtes füüsilises keskkonnas.
- (63) Veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevaid ettevõtjaid käsitatakse lepingu- või kaubandusõiguse alusel sageli agentidena. Nende kokkulepete liigitamisel aluslepingu artikli 101 lõike 1 alusel ei ole see käsitus aga oluline ⁽⁵⁵⁾. Veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevate ettevõtjate sõlmitud vertikaalsed kokkulepped liigitatakse aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävateks agendilepinguteks ainult siis, kui need vastavad jaos 3.2 kehtestatud tingimustele. Jaos 3.2.3 nimetatud tegurite tõttu ei ole need tingimused veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevate ettevõtjate sõlmitud kokkulepete puhul üldjuhul täidetud.
- (64) Kui veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevate ettevõtjate sõlmitud vertikaalne kokkulepe ei vasta aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävaks agendilepinguks liigitamise tingimustele, siis tuleb kaaluda, kas kokkulepe käsitleb veebipõhiste vahendusteenuste osutamist. Määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis e on veebipõhised vahendusteenused määratletud kui infoühiskonna teenused, ⁽⁵⁶⁾ mis võimaldavad ettevõtjatel pakkuda kaupu või teenuseid teistele ettevõtjatele või lõpptarbijatele eesmärgiga hõlbustada otsetehingute algatamist ettevõtjate vahel või ettevõtja ja lõpptarbija vahel, olenemata sellest, kas ja kus need tehingud lõpuks teostatakse ⁽⁵⁷⁾. Veebipõhised vahendusteenused võivad olla näiteks e-kaubanduse veebisaidid, rakendusi müüvad poed, hinnavõrdlusvahendid ja ettevõtjate kasutatavad sotsiaalmeediateenused.
- (65) Selleks et ettevõtjat käsitataks veebipõhiste vahendusteenuste osutajana, peab ta hõlbustama otsetehingute algatamist kahe muu isiku vahel. Põhimõtteliselt tuleb ettevõtja täidetavaid funktsioone hinnata eraldi iga vertikaalse kokkuleppe puhul, mille ta on sõlminud, eelkõige kuna sageli kasutavad veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevad ettevõtjad eri sektorites või isegi sama sektori raames erinevaid ärimudeleid. Näiteks võivad sellised ettevõtjad lisaks veebipõhiste vahendusteenuste osutamisele kaupu või teenuseid osta ja edasi müüa, täites mõnel juhul sama vastaspoole puhul mõlemat funktsiooni.
- (66) Asjaolu, et ettevõtja kogub vahendatavate tehingute eest makseid või pakub peale oma vahendusteenuste ka lisateenuseid, näiteks reklaamiteenuseid, hindamisteenuseid, kindlustust või tagatise kahju hüvitamiseks, ei välista tema liigitamist veebipõhiste vahendusteenuste osutajaks ⁽⁵⁸⁾.
- (67) Määruse (EL) 2022/720 kohaldamisel liigitatakse vertikaalses kokkuleppes osalevad ettevõtjad tarnijateks või ostjateks. Määruse artikli 1 lõike 1 punkti d kohaselt liigitatakse ettevõtja, kes osutab veebipõhiseid vahendusteenuseid määruse artikli 1 lõike 1 punkti e tähenduses, nende teenuste puhul tarnijaks ja ettevõtja,

⁽⁵⁵⁾ Vt ka punkt (30).

⁽⁵⁶⁾ Vt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 9. septembri 2015. aasta direktiivi (EL) 2015/1535 (millega nähakse ette tehnilistest eeskirjadest ning infoühiskonna teenuste eeskirjadest teatamise kord) (ELT L 241, 17.9.2015, lk 1) artikli 1 lõike 1 punkt b.

⁽⁵⁷⁾ Vt ka Euroopa Parlamendi ja nõukogu 20. juuni 2019. aasta määruse (EL) 2019/1150 (mis käsitleb õigluse ja läbipaistvuse edendamist veebipõhiste vahendusteenuste ärikasutajate jaoks) (ELT L 186, 11.7.2019, lk 57) artikli 2 lõige 2.

⁽⁵⁸⁾ Vt nt kohtuotsus, 19. detsember 2019, X, C-390/18, ECLI:EU:T:2019:1112, punktid 58–69.

kes pakub või müüb kaupu ja teenuseid veebipõhiste vahendusteenuste kaudu, liigitatakse nende veebipõhiste vahendusteenuste puhul ostjaks, olenemata sellest, kas ta nende veebipõhiste vahendusteenuste kasutamise eest maksab ⁽⁵⁹⁾. Sellel on määruse (EL) 2022/720 kohaldamisele järgmised tagajärjed.

- (a) Veebipõhiseid vahendusteenuseid osutavat ettevõtjat ei saa seoses kaupade või teenustega, mida neid vahendusteenuseid kasutades pakuvad kolmandad isikud, liigitada ostjaks määruse artikli 1 lõike 1 punkti k tähenduses.
 - (b) Määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud turuosa künniste kohaldamisel arvutatakse veebipõhiseid vahendusteenuseid pakkuva ettevõtja turuosa asjaomasel turul, kus neid teenuseid tarnitakse. Asjaomase turu ulatus sõltub juhtumi asjaoludest, eelkõige veebipõhiste ja muude vahendusteenuste, kaupade või teenuste eri kategooriate puhul kasutatavate vahendusteenuste ning vahendusteenuste ja otsemüügikanalite asendatavuse määrast.
 - (c) Piirangute suhtes, mille veebipõhiseid vahendusteenuseid pakkuv ettevõtja on kehtestanud nende teenuste ostjatele seoses hinnaga, territooriumidega või klientidega, mille eest, kuhu või kellele võib vahendatavaid kaupu või teenuseid müüa, sealhulgas veebipõhise reklaami ja müügi piirangute suhtes kohaldatakse määruse artikli 4 sätteid (põhilised piirangud). Näiteks ei kehti määruse artikli 4 punkti a kohaselt määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erand kokkuleppe suhtes, mille alusel veebipõhiste vahendusteenuste osutaja kehtestab enda vahendatavale tehingule fikseeritud või minimaalse müügihinna.
 - (d) Määruse artikli 5 lõike 1 punkti d kohaselt ei kehti määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erand platvormiüleste jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustuste suhtes, mille veebipõhiste vahendusteenuste osutajad nende teenuste ostjatele kehtestavad.
 - (e) Määruse artikli 2 lõike 6 kohaselt ei kehti määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erand veebipõhiste vahendusteenuste osutamist käsitlevate kokkulepete suhtes, mille puhul teenuste osutaja on asjaomasel turul vahendatavate kaupade või teenuste müümisel konkureeriv ettevõtja (hübriidfunktsioon). Nagu on kirjeldatud jaos 4.4.4, tuleb selliseid kokkuleppeid hinnata horisontaalsete suuniste alusel seoses võimaliku konkurentsivastase koostöö alase mõjuga ja käesolevate suuniste jao 8 alusel seoses võimalike vertikaalsete piirangutega.
- (68) Veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutsevad ettevõtjad, kes ei osuta veebipõhiseid vahendusteenuseid määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkti e tähenduses, võib määruse kohaldamisel liigitada tarnijateks või ostjateks. Näiteks võib sellised ettevõtjad liigitada eelneva etapi sisendteenuste tarnijateks või kaupade või teenuste järgneva etapi (edasi)müüjateks. Selline liigitus võib eelkõige mõjutada asjaomase turu määratlust määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud turuosa künniste kohaldamise ning määruse artikli 4 (põhilised piirangud) ja artikli 5 (välja jäetud piirangud) kohaldatavuse seisukohast.

4.4. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamise piirangud

4.4.1. Jaemüüjate ühendused

- (69) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 2 kohaselt saab „safe harbour“-põhimõttele tugineda teatavatele tingimustele vastava ettevõtjate ühenduse sõlmitud vertikaalsete kokkulepete puhul, jättes seega kõikide teiste ühenduste sõlmitud vertikaalsed kokkulepped „safe harbour“-põhimõtte kohaldamisalast välja. Täpsemalt kuuluvad vertikaalsed kokkulepped, mis on sõlmitud ettevõtjate ühenduse ja üksikute liikmete või ühenduse ja

⁽⁵⁹⁾ Käesolevate suuniste jaos 4 esitatud juhised ei piira selliste ettevõtjate liigitamist, kes osalevad määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja jäävates kokkulepetes.

üksikute tarnijate vahel, määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalasse üksnes juhul, kui kõik ühenduse liikmed on jaemüüjad, kes müüvad kaupu (mitte teenuseid) lõpptarbijatele, ja kui ühenduse ühegi üksiku liikme käive ei ületa 50 miljonit eurot aastas ⁽⁶⁰⁾. Kui aga vaid ühenduse mõne liikme aastakäive ületab 50 miljoni euro suuruse künnise ja kui selliste liikmete käive kokku moodustab alla 15 % kõikide liikmete käibest kokku, ei mõjuta see üldjuhul aluslepingu artikli 101 alusel tehtavat hindamist.

- (70) Ettevõtjate ühendus võib sõlmida nii horisontaalseid kui ka vertikaalseid kokkuleppeid. Horisontaalseid kokkuleppeid tuleb hinnata kooskõlas horisontaalsetes suunistes sätestatud põhimõtetega. Kui selle hindamise tulemusel järeldatakse, et ettevõtjatevaheline koostöö ostmise või müümise valdkonnas ei tekita probleeme, eelkõige kuna see vastab nendes suunistes ostu- ja/või turustamislepingute suhtes sätestatud tingimustele, tuleb viia läbi täiendav hindamine, et uurida ühenduse ja üksikute tarnijate või üksikute liikmete vahel sõlmitud vertikaalseid kokkuleppeid. Kõnealune täiendav hindamine tuleb viia kooskõlas määruses (EL) 2022/720 kehtestatud eeskirjadega, eeskätt määruse artiklites 3, 4 ja 5 sätestatud tingimustega, ja käesolevate suunistega. Näiteks ettevõtjate ühenduse liikmete vahel sõlmitud horisontaalseid kokkuleppeid või ettevõtjate ühenduse otsuseid, näiteks otsuseid, millega kohustatakse liikmeid ostma kaupu või teenuseid ettevõtjate ühenduselt või loovutatakse liikmetele teatavatel territooriumidel ainuõigus, tuleb kõigepealt hinnata horisontaalsete kokkulepetena. Alles siis, kui selle hindamise tulemusel järeldatakse, et horisontaalne kokkulepe või otsus ei ole konkurentsivastane, on vaja hinnata ettevõtjate ühenduse ja selle üksikute liikmete või ettevõtjate ühenduse ja üksikute tarnijate vahelisi vertikaalseid kokkuleppeid.

4.4.2. Intellektuaalomandi õigusi käsitlevaid sätteid sisaldavad vertikaalsed kokkulepped

- (71) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 3 on sätestatud, et määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile võidakse tugineda vertikaalsete kokkulepete puhul, mis sisaldavad teatavaid sätteid, milles käsitletakse intellektuaalomandi õiguste loovutamist või kasutamist, kui on täidetud teatavad tingimused. Sellest tulenevalt ei kohaldata määrust (EL) 2022/720 muude intellektuaalomandi õigusi käsitlevaid sätteid sisaldavate vertikaalsete kokkulepete suhtes.
- (72) Määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse intellektuaalomandi õigusi käsitlevaid sätteid sisaldavate vertikaalsete kokkulepete suhtes juhul, kui on täidetud kõik alljärgnevad tingimused:
- (a) intellektuaalomandi õigusi käsitlevad sätted peavad moodustama osa vertikaalsest kokkuleppest, see tähendab sellisest kokkuleppest, mis sisaldab tingimusi, mille alusel kokkuleppe osalised võivad teatavaid kaupu või teenuseid osta, müüa või edasi müüa;
 - (b) intellektuaalomandi õigused peavad olema ostjale loovutatud või talle litsentsiga kasutada antud;
 - (c) intellektuaalomandi õigusi käsitlevad sätted ei tohi olla kokkuleppe põhieesmärk;
 - (d) intellektuaalomandi õigusi käsitlevad sätted peavad olema otseselt seotud kaupade või teenuste kasutamise, müümise või edasimüümisega ostja või tema klientide poolt; frantsiisimise puhul, kui turustamine on intellektuaalomandi õiguste kasutamise eesmärk, turustab kaupu või teenuseid põhifrantsiisivõtja või frantsiisivõtja;
 - (e) intellektuaalomandi õigusi käsitlevad sätted ei tohi sisaldada lepingujärgsete kaupade või teenustega seonduvaid konkurentsipiiranguid, millel on sama eesmärk nagu vertikaalsetel piirangutel ja millele ei tehta määruse (EL) 2022/720 alusel erandit.
- (73) Nende tingimustega tagatakse, et määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse selliste vertikaalsete kokkulepete suhtes, mille korral kaupade või teenuste kasutamine, müük või edasimüük võib olla tõhusam seetõttu, et intellektuaalomandi õigused loovutatakse ostjale või antakse talle litsentsiga kasutada. See tähendab, et intellektuaalomandi õiguste loovutamise või kasutamiseks andmise piirangute puhul võib tugineda määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile juhul, kui kokkuleppe põhieesmärk on kaupade või teenuste ostmise või turustamine.

⁽⁶⁰⁾ Aastakäibe 50 miljoni euro suurune künnis põhineb komisjoni soovitusel 2003/361/EÜ lisa artiklis 2 VKEdel kohta kehtestatud käibe künnisel.

- (74) Punkti (72) alapunktis a sätestatud esimese tingimusega selgitatakse, et intellektuaalomandi õigused peavad olema ette nähtud kaupade ostmise või turustamise või teenuste ostmise või osutamise kokkulepete raames, mitte selliste kokkulepete raames, mis käsitlevad intellektuaalomandi õiguste loovutamist või litsentsimist kaupade tootmiseks, ega ka puhtakujuliste litsentsilepingute raames. Määrus (EL) 2022/720 ei hõlma näiteks:
- (a) kokkuleppeid, mille alusel üks osaline annab teisele retsepti ning litsentsi selle retsepti järgi joogi tootmiseks;
 - (b) puhtakujulisi litsentsilepinguid kaubamärgi või tähise kasutamiseks kauplemise eesmärgil;
 - (c) sponsorlepinguid, mis käsitlevad õigust reklaamida end mõne sündmuse ametliku sponsorina;
 - (d) autoriõiguse litsentsimist, näiteks ringhäälingulepinguid, mis käsitlevad õigust üritusi salvestada või üle kanda.
- (75) Punkti (72) alapunktis b kirjeldatud teisest tingimusest järeldub, et määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata juhul, kui intellektuaalomandi õigused annab tarnijale ostja, olenemata sellest, kas need õigused on seotud tootmis- või turustamisviisiga. Määrus (EL) 2022/720 ei hõlma kokkuleppeid, mis on seotud intellektuaalomandi õiguste üleandmisega tarnijale ning võivad sisaldada tarnija poolt müügitgevusele seatud piiranguid. See tähendab, et määrus (EL) 2022/720 ei hõlma alltoövõttu, millega kaasneb oskusteabe üleandmine alltoövõtjale (vt ka jagu 3.3). Määrus (EL) 2022/720 hõlmab aga selliseid vertikaalseid kokkuleppeid, mille alusel ostja annab tarnijale ainult tarnitavate toodete või teenuste kirjeldused.
- (76) Punkti (72) alapunktis c kirjeldatud kolmanda tingimusega nõutakse, et kokkuleppe põhieesmärk ei tohi olla intellektuaalomandi õiguste loovutamine või litsentsimine. Kokkuleppe põhieesmärk peab olema kaupade või teenuste ostmine, müümine või edasimüümine ning intellektuaalomandi õigusi käsitlevad sätted peavad üksnes aitama vertikaalset kokkulepet täita.
- (77) Punkti (72) alapunktis d kirjeldatud neljanda tingimusega nõutakse, et intellektuaalomandi õigusi käsitlevad sätted peavad hõlbustama ostjal või tema klientidel kaupade või teenuste kasutamist, müümist või edasimüümist. Kasutamiseks või edasimüümiseks ette nähtud kaupu või teenuseid tarnib harilikult litsentsiandja, kuid litsentsivõtja võib neid osta ka kolmandast isikust tarnijalt. Intellektuaalomandi õigusi käsitlevad sätted on üldjuhul seotud kaupade või teenuste turustamisega. Selle näide on frantsiisileping, mille kohaselt frantsiisandja müüb frantsiisivõtjale edasimüümiseks kaupu ja annab talle ka litsentsi, mille alusel ta võib kasutada frantsiisandja kaubamärki ja oskusteavet nende kaupade turustamiseks, või olukord, kus kontsentreeritud ekstrakti tarnija annab ostjale litsentsi ekstrakti lahjendamiseks ja villimiseks enne selle joogina müümist.
- (78) Punkti (72) alapunktis e kirjeldatud viienda tingimusega nõutakse, et intellektuaalomandi õigusi käsitlevatel sätetel ei tohi olla sama eesmärk kui määruse (EL) 2022/720 artiklis 4 loetletud põhilistel piirangutel ega nendel piirangutel, mille puhul määruse artikli 5 kohaselt ei saa määrusele tugineda (vt jagu 6).
- (79) Intellektuaalomandi õigused, mis on asjakohased määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 3 kohaste vertikaalsete kokkulepete täitmise seisukohast, on üldjuhul seotud kolme peamise valdkonnaga: kaubamärgid, autoriõigus ja oskusteave.
- 4.4.2.1. Kaubamärgid
- (80) Turustajale antav kaubamärgilitsents võib olla seotud litsentsiandja toodete turustamisega teataval territooriumil. Kui tegemist on ainulitsentsiga, on kokkulepe ainuõiguslik turustuskokkulepe.
- 4.4.2.2. Autoriõigus
- (81) Autoriõiguse omanik võib kohustada autoriõigusega kaitstud kaupade või teenuste (näiteks raamatud ja tarkvara) edasimüüjaid müüma tooteid või teenuseid edasi üksnes tingimusel, et ostja – olgu selleks siis mõni teine edasimüüja või lõppkasutaja – ei riku autoriõigust. Sel määral, mil sellised edasimüüjatele pandavad kohustused jäävad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, on need hõlmatud määrusega (EL) 2022/720.

- (82) Nagu on märgitud tehnoosiirde suuniste ⁽⁶¹⁾ punktis 62, ei ole autoriõiguste litsentsimine üksnes kaitstud teose reprodutseerimiseks ja turustamiseks hõlmatud komisjoni määrusega (EL) nr 316/2014 ⁽⁶²⁾, vaid analoogia alusel määrusega (EL) 2022/720 ja käesolevate suunistega.
- (83) Peale selle tuleb kokkuleppeid, mille alusel tarkvara valmiskoopiaid tarnitakse edasimüümiseks ja edasimüüja ei omanda litsentsi ühelegi tarkvaraga seotud õigusele peale õiguse selle valmiskoopiaid edasi müüa, käsitada määruse (EL) 2022/720 kohaldamisel kokkulepetena kaupade tarnimiseks edasimüügi eesmärgil. Seda liiki turustamise korral on tegemist üksnes autoriõiguse omaniku ja tarkvara kasutaja vahelise litsentsisuhtega. Selline litsentsisuhe võib tekkida ka nii, et lõppkasutaja loetakse valmiskoopia pakendi avamise korral nõustunuks sellega kaasas olevate tingimustega.
- (84) Autoriõigusega kaitstud tarkvara sisaldava riistvara puhul võib tarkvara autoriõiguse omanik kohustada ostjat mitte rikkuma autoriõigust ning seega ei tohi ostja tarkvara kopeerida ega edasi müüa või tarkvara kopeerida ega kasutada seda koos muu riistvaraga. Sel määral, mil sellised kasutuspiirangud jäävad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, on need hõlmatud määrusega (EL) 2022/720.

4.4.2.3. Oskusteave

- (85) Näide lepingutest, millega ostjale edastatakse oskusteavet turustamise eesmärgil, on frantsiisilepingud, välja arvatud tööstuslikud frantsiisilepingud ⁽⁶³⁾. Frantsiisilepingud sisaldavad kaubamärkide või tähiste ja oskusteabega seotud intellektuaalomandi õiguste litsentse kaupade turustamiseks ja kasutamiseks või teenuste osutamiseks. Peale intellektuaalomandi õiguste litsentsi annab frantsiisiandja frantsiisivõtjale lepingu kehtivusajal tavaliselt äriala või tehnilist abi, pakkudes näiteks hanketeenuseid, koolitust, kinnisvaranõuandeid ja finantsplaneerimist. Litsents ja antav abi moodustavad frantsiisilepingu kohase ärimetodi lahutamatu osa.
- (86) Frantsiisilepingutes sisalduvad litsentsid kuuluvad määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalasse, kui on täidetud kõik viis punktis (72) loetletud tingimust. See on tavaliselt nii, sest enamiku frantsiisilepingute, sealhulgas põhifrantsiisilepingute alusel pakub frantsiisiandja frantsiisivõtjale teatavaid kaupu ja/või teenuseid, eelkõige ärialase või tehnilise abiga seotud teenuseid. Intellektuaalomandi õigused aitavad frantsiisivõtjal müüa edasi frantsiisiandja või tema määratud tarnija tarnitavaid tooteid või neid kasutada ja müüa selle tulemusel saadavaid tooteid või teenuseid. Kui frantsiisileping käsitleb ainult või põhiliselt intellektuaalomandi õiguste litsentsimist, jääb see määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja, kuid komisjon kohaldab sellise lepingu suhtes üldreeglina määruses (EL) 2022/720 ja käesolevates suunistes sätestatud põhimõtteid.
- (87) Järgmisi intellektuaalomandi õigustega seotud kohustusi peetakse üldjuhul vajalikuks frantsiisiandja intellektuaalomandi õiguste kaitsmiseks ja kui need kuuluvad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, siis kohaldatakse nende suhtes ka määrust (EL) 2022/720:
- frantsiisivõtja kohustus mitte tegutseda otse ega kaudselt samal tegevusalal;
 - frantsiisivõtja kohustus mitte omandada osalust konkureerivate ettevõtjate kapitalis, mis annaks frantsiisivõtjale võimaluse mõjutada sellise ettevõtja majandustegevust;
 - frantsiisivõtja kohustus mitte avaldada kolmandatele isikutele frantsiisiandja oskusteavet seni, kuni see teave ei ole avalik;

⁽⁶¹⁾ Komisjoni teatis „Suunised Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 kohaldatavuse kohta tehnoosiirde kokkulepete suhtes“ (ELT C 89, 28.3.2014, lk 3).

⁽⁶²⁾ Komisjoni 21. märtsi 2014. aasata määrus (EL) nr 316/2014 Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamise kohta teatavat liiki tehnoosiirde kokkulepete suhtes (ELT L 93, 28.3.2014, lk 17).

⁽⁶³⁾ Punkte (85)–(87) kohaldatakse analoogia alusel muude turustuskokkulepete suhtes, mis hõlmavad olulise oskusteabe üleminekut tarnijatelt ostjale.

- (d) frantsiisivõtja kohustus teatada frantsiisiandjale kõikidest frantsiisilepingu täitmisel saadud kogemustest ning anda talle ja teistele frantsiisivõtjatele lihtlitsents nendest kogemustest tulenevale oskusteabele;
- (e) frantsiisivõtja kohustus teatada frantsiisiandjale litsentsitud intellektuaalomandi õiguste rikkumistest, alustada rikkujate suhtes kohtumenetlusi või aidata frantsiisivõtjal alustada rikkujate suhtes mis tahes kohtumenetlusi;
- (f) frantsiisivõtja kohustus kasutada frantsiisiandja litsentsitud oskusteavet üksnes frantsiisilepingu täitmiseks;
- (g) frantsiisivõtja kohustus mitte anda frantsiisilepingust tulenevaid õigusi ja kohustusi edasi ilma frantsiisiandja nõusolekuta.

4.4.3. Konkurentidevahelised vertikaalsed kokkulepped

- (88) Mis puudutab konkurentidevahelisi vertikaalseid kokkuleppeid, siis tuleb kõigepealt märkida, et vastavalt määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikele 7, mille kohta on antud suuniseid jaos 4.5, ei kohaldata määrust vertikaalsete kokkulepete suhtes, mille ese kuulub mõne muu grupierandit käsitleva määruse kohaldamisalasse, kui asjaomases määruuses ei ole sätestatud teisiti.
- (89) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 esimeses lauses on kehtestatud üldreegel, mille kohaselt määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit ei kohaldata konkurentidevaheliste vertikaalsete kokkulepete suhtes.
- (90) Määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis c on konkureeriv ettevõtja määratletud kui „tegelik või võimalik konkurent“. Kahte ettevõtjat käsitletakse tegelike konkurentidena juhul, kui nad tegutsevad samal asjaomasel (toote- või geograafilisel) turul. Ettevõtjat käsitletakse teise ettevõtja võimaliku konkurendina, kui vertikaalse kokkuleppe puudumise korral teeks esimene ettevõtja suure tõenäosusega lühikese aja jooksul (mis tavaliselt ei ületa ühte aastat) vajalikke lisainvesteeringuid või kannaks muid vajalikke kulutusi, et siseneda asjaomasele turule, kus teine ettevõtja tegutseb. See hinnang peab põhinema realistlikel alustel ja selles tuleb võtta arvesse turustruktuuri ning majanduslikku ja õiguslikku konteksti. Üksnes teoreetilisest võimalusest turule siseneda ei piisa. Asjaomasel ettevõtjal peavad olema reaalsed ja konkreetset võimalused siseneda turule, ilma et sisenemisel esineks ületamatuid tõkkeid. Seevastu ei ole vaja kindlalt tõendada, et asjaomane ettevõtja tegelikult siseneb asjaomasele turule ja on suuteline seal oma kohta säilitama ⁽⁶⁴⁾.
- (91) Konkureerivate ettevõtjate vahelisi vertikaalseid kokkuleppeid, mille suhtes ei kohaldata määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 teises lauses sätestatud erandeid ja mille kohta on esitatud juhised punktides (93)–(95), tuleb hinnata eraldi aluslepingu artikli 101 alusel. Käesolevad suunised on asjakohased sellistes kokkulepetes sisalduvate mis tahes vertikaalsete piirangute hindamiseks. Horisontaalsetes suunistes võib esitada asjakohaseid juhiseid võimaliku konkurentsivastase koostöö mõju hindamiseks.
- (92) Hulgi- või jaemüüjat, kes annab tootjale kirjelduse teatavate kaupade tootmiseks, mida müüakse selle hulgi- või jaemüüja kaubamärgi nime all, ei käsitata määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 punkti a kohaldamisel selliste oma kaubamärgiga kaupade tootjana ega seega tootja konkurendina. Seega võib määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit kohaldada vertikaalse kokkuleppe suhtes, mille on sõlminud ühelt poolt hulgi- või jaemüüja, kes müüb kolmanda isiku (ja mitte ettevõtte enda) toodetud oma kaubamärgiga kaupu, ja teiselt poolt konkureerivate kaubamärgiga kaupade tootja ⁽⁶⁵⁾. Seevastu käsitatakse hulgi- ja jaemüüjaid, kes toodavad kaupu ettevõttesiseselt omaenda kaubamärgi all müümiseks, tootjatena ning seega ei kohaldata määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit selliste hulgi- või jaemüüjate ja konkureerivate kaubamärgiga kaupade tootjate vahel sõlmitud vertikaalsete kokkulepete suhtes.

⁽⁶⁴⁾ Vt kohtuotsus, 30. jaanuar 2020, Generics (UK) Ltd ja teised vs. Competition and Markets Authority, C-307/18, ECLI:EU:C:2020:52, punktid 36–45; kohtuotsus, 25. märts 2021, H. Lundbeck A/S ja Lundbeck Ltd vs. Euroopa Komisjon, C-591/16 P, ECLI:EU:C:2021:243, punktid 54–57.

⁽⁶⁵⁾ See ei piira alltöövõtukokkulepete teatise kohaldamist, vt käesolevate suuniste punkt (47).

- (93) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 teine lause sisaldab kahte erandit üldreeglis, mille kohaselt grupierandit ei kohaldata konkureerivate ettevõtjate vaheliste kokkulepete suhtes. Täpsemalt on artikli 2 lõikes 4 sätestatud, et määruse artikli 2 lõiget 1 kohaldatakse konkureerivate ettevõtjate vaheliste mittevastastikuste vertikaalsete kokkulepete suhtes, mis vastavad määruse artikli 2 lõike 4 punktis a või b sätestatud tingimustele. Mittevastastikune tähendab eelkõige seda, et lepingujärgsete kaupade või teenuste ostja ei tarni samal ajal konkureerivaid kaupu või teenuseid tarnijale.
- (94) Kõnealused kaks määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 4 sätestatud erandit käsitlevad topeltturustuse olukordi, mille puhul kaupade või teenuste tarnija tegutseb ka järgneva turu tasandil, konkureerides seega oma sõltumatute turustajatega. Määruse artikli 2 lõike 4 punktis a käsitletakse olukorda, kus tarnija müüb lepingujärgseid kaupu mitmel kaubandustasandil, nimelt eelneva turu tasandil tootja, importija või hulgimüüjana ning järgneva turu tasandil importija või hulgi- või jaemüüjana, samal ajal kui ostja müüb lepingujärgseid kaupu järgneva turu tasandil, nimelt importija või hulgi- või jaemüüjana, ega ole konkureeriv ettevõtja eelneva turu tasandil, kus ta lepingujärgseid kaupu ostab. Määruse artikli 2 lõike 4 punktis b käsitletakse olukorda, kus tarnija on mitmel kaubandustasandil tegutsev teenuseosutaja, samal ajal kui ostja osutab teenuseid jaemüügi tasandil ega ole konkureeriv ettevõtja sellel kaubandustasandil, kus ta lepingujärgseid teenuseid ostab.
- (95) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 punktides a ja b sätestatud erandid lähtuvad põhimõttest, et topeltturustuse olukorras peetakse vertikaalse kokkuleppe võimalikku negatiivset mõju tarnija ja ostja konkurentsisuhtele järgneva turu tasandil vähem oluliseks kui selle kokkuleppe võimalikku positiivset mõju konkurentsile üldiselt eelneva ja järgneva turu tasanditel. Kuna artikli 2 lõike 4 punktid a ja b on erandid üldreeglis, mille kohaselt määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata konkurentidevaheliste kokkulepete suhtes, tuleks neid erandeid tõlgendada kitsalt.
- (96) Kui määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 punktis a või b sätestatud tingimused on täidetud, kohaldatakse määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit asjaomase vertikaalse kokkuleppe kõikide aspektide suhtes, sealhulgas üldjuhul kokkuleppe rakendamise seotud pooltevahelise teabevahetuse suhtes⁽⁶⁶⁾. Teabevahetus võib suurendada vertikaalsete kokkulepete konkurentsi soodustavat mõju, sealhulgas soodustada tootmis- ja turustusprotsesside optimeerimist. See kehtib ka topeltturustuse olukorras. Topeltturustuse olukorras ei suurenda tõhusust aga mitte igasugune tarnija ja ostja vaheline teabevahetus. Sel põhjusel on määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 5 sätestatud, et artikli 2 lõikes 4 punktides a ja b sätestatud erandeid ei kohaldata tarnija ja ostja vahelise teabevahetuse suhtes, mis kas ei ole otseselt seotud vertikaalse kokkuleppe rakendamisega või ei ole vajalik lepingujärgsete kaupade või teenuste tootmise või turustamise täiustamiseks või ei vasta kummalegi tingimusele. Määruse artikli 2 lõige 5 ja punktides (96)–(103) esitatud juhised käsitlevad üksnes topeltturustuse olukorras toimuvat teabevahetust, nimelt sellist vertikaalse kokkuleppe osaliste vahelist teabevahetust, mis vastab määruse artikli 2 lõike 4 punktis a või b sätestatud tingimustele.
- (97) Määruse artikli 2 lõike 5 ja käesolevate suuniste kohaldamisel hõlmab teabevahetus mis tahes teabe edastamist vertikaalse kokkuleppe ühelt osaliselt teisele, olenemata selle teabevahetuse omadustest, näiteks kas teavet edastab ainult üks osaline või teevad seda mõlemad või kas teavet vahetatakse kirjalikult või suuliselt. Samuti ei ole oluline see, kas osalised lepivad teabevahetuse vormis ja sisus sõnaselgelt kokku vertikaalse kokkuleppe tekstis või toimub see mitteametlikult, sealhulgas näiteks juhul, kui üks vertikaalse kokkuleppe osaline edastab teavet, ilma et teine osaline oleks seda taotlenud.

⁽⁶⁶⁾ Käesolevates suunistes esitatud juhised ei piira Euroopa Parlamendi ja nõukogu 27. aprilli 2016. aasta määruse (EL) 2016/679 (füüsiliste isikute kaitse kohta isikuandmete töötlemisel ja selliste andmete vaba liikumise ning direktiivi 95/46/EÜ kehtetuks tunnistamise kohta (isikuandmete kaitse üldmäärus; ELT L 119, 4.5.2016, lk 1)) ega käesolevate suuniste punktis (97) määratletud teabevahetuse suhtes kohaldatavate muude liidu õigusaktide kohaldamist.

- (98) See, kas teabevahetus on või ei ole topeltturustuse stsenaariumi korral otseselt seotud vertikaalse kokkuleppe rakendamisega ja vajalik lepingujärgsete kaupade või teenuste tootmise või turustamise täiustamiseks määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 5 tähenduses, võib sõltuda konkreetsest turustusviisist. Näiteks võib ainuõigusliku turustuslepingu korral olla vajalik, et pooled vahetaksid teavet oma müügitegevuse kohta konkreetsetel territooriumidel või konkreetsete kliendirühmade suhtes. Frantsiisilepingu alusel võib frantsiisiandjal ja frantsiisivõtjal olla vaja vahetada teavet kogu frantsiisivõrgustikus ühetaolise ärimudeli kasutamise kohta⁽⁶⁷⁾. Valikulise turustussüsteemi puhul võib turustajal olla vaja jagada tarnijaga teavet selle kohta, kas ta täidab valikukriteeriume ja mis tahes piiranguid seoses müügiga volitamata turustajatele.
- (99) Järgnevalt on esitatud mittetäielik loetelu näidisteabest, mis võib sõltuvalt konkreetsetest asjaoludest olla otseselt seotud vertikaalse kokkuleppe rakendamisega ja vajalik lepingujärgsete kaupade või teenuste tootmise või turustamise täiustamiseks⁽⁶⁸⁾:
- (a) lepingujärgseid kaupu või teenuseid käsitlev tehniline teave, sealhulgas teave lepingujärgsete kaupade või teenuste registreerimise, sertifitseerimise, käsitlemise, kasutamise, hoolduse, parandamise, täiendamise või ringlussevõtu kohta, eelkõige kui selline teave peab vastama regulatiivsetele meetmetele, ja teave, mis võimaldab tarnijal või ostjal kohandada lepingujärgseid kaupu või teenuseid vastavalt kliendi nõudmisele;
 - (b) logistiline teave lepingujärgsete kaupade või teenuste tootmise ja turustamise kohta eelneval või järgneval turutasandil, sealhulgas teave tootmisprotsesside, inventarinimestike, varude ning, kui punkti (100) alapunktist b ei tulene teisiti, müügi- ja tulu kohta;
 - (c) kui punkti (100) alapunktist b ei tulene teisiti, teave lepingujärgsete kaupade või teenuste kliendiosade, kliendieelistuste ja klientide tagasiside kohta, tingimusel et sellise teabe vahetamist ei kasutata selleks, et piirata territooriumi, kuhu, või kliente, kellele ostja võib müüa lepingujärgseid kaupu või teenuseid määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktide b, c või d tähenduses;
 - (d) teave hindade kohta, millega tarnija lepingujärgseid kaupu või teenuseid ostjale müüb;
 - (e) kui punkti (100) alapunktist a ei tulene teisiti, teave lepingujärgsete kaupade või teenuste tarnija soovitatava või maksimaalse edasimüügihinna kohta ning teave selle kohta, millise hinnaga ostja kaupu või teenuseid edasi müüb, tingimusel et seda teabevahetust ei kasutata selleks, et piirata ostja võimet määrata kindlaks oma müügihind või kehtestada fikseeritud või minimaalne müügihind määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a tähenduses;⁽⁶⁹⁾
 - (f) kui punkti (100) alapunktist e ei tulene teisiti, teave lepingujärgsete kaupade või teenuste turustamise kohta, sealhulgas teave müügiarenduskampaaniate kohta ning vertikaalkokkuleppe alusel tarnitavate uute kaupade või teenuste kohta;
 - (g) tulemuslikkust käsitlev teave, sealhulgas koondteave, mille tarnija edastab ostjale lepingujärgsete kaupade või teenuste teiste ostjate turustus- ja müügitegevuse kohta, tingimusel et see ei võimalda ostjal tuvastada konkreetsete konkureerivate ostjate tegevust, samuti teave ostja lepingujärgsete kaupade või teenuste müügi mahu või väärtuse kohta võrreldes ostja konkureerivate kaupade või teenuste müügiga.
- (100) Allpool on esitatud näiteid teabest, mis üldjuhul pigem ei vasta määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 5 sätestatud kahele tingimusele, kui tarnija ja ostja vahetavad sellist teavet topeltturustuse olukorras:

⁽⁶⁷⁾ Vt artikli 101 lõiget 3 käsitlevate suuniste punkt 31.

⁽⁶⁸⁾ Kui ei ole märgitud teisiti, käsitlevad näited tarnija või ostja edastatud teavet, olenemata edastamise sagedusest ja sellest, kas teave puudutab varasemat, praegust või edasist tegevust.

⁽⁶⁹⁾ Lisateavet edasimüügihindade kujundamise, sealhulgas edasimüügihindade kaudse kujundamise kohta on esitatud jaos 6.1.1.

- (a) teave tulevaste hindade kohta, millega tarnija või ostja kavatseb lepingujärgseid kaupu või teenuseid müüa järgnevatel turutasanditel;
- (b) teave lepingujärgsete kaupade või teenuste kindlaksmääratud lõppkasutajate kohta, välja arvatud juhul, kui sellise teabe vahetamine on vajalik selleks, et:
- (1) võimaldada tarnijal või ostjal rahuldada konkreetse lõppkasutaja vajadusi, näiteks kohandada lepingujärgseid kaupu või teenuseid lõppkasutaja vajadustega, võimaldada lõppkasutajale eritingimusi, sealhulgas püsikliendisüsteemi alusel, või osutada müügieelseid või-järgseid teenuseid, sealhulgas garantiiteenuseid;
 - (2) rakendada valikulise turustamise lepingut või ainuõiguslikku turustuslepingut, mille alusel määratakse tarnija või ostja klientideks kindlad lõppkasutajad, või jälgida sellise lepingu täitmist;
- (c) teave kaupade kohta, mida ostja müüb oma kaubamärgi all ning mida vahetavad ostja ja konkureerivate kaubamärgiga kaupade tootja, välja arvatud juhul, kui tootja on ka kõnealuste oma kaubamärgiga kaupade tootja.
- (101) Punktides (99) ja (100) toodud näited on esitatud selleks, et abistada ettevõtjaid enesehindamisel. Teatavat liiki teabe sisaldumine punktis (99) ei tähenda siiski, et sellise teabe vahetamine vastab kõikidel juhtudel määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 5 sätestatud kahele tingimusele. Samuti ei tähenda teatavat liiki teabe sisaldumine punktis (100) seda, et sellise teabe vahetamine kunagi kõnealusele kahele tingimusele ei vasta. Seepärast peavad ettevõtjad kohaldama määruse artikli 2 lõike 5 tingimusi vastavalt oma vertikaalse kokkuleppe konkreetsetele asjaoludele.
- (102) Kui määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 punktides a või b sätestatud tingimustele vastava vertikaalse kokkuleppe pooled vahetavad teavet, mis kas ei ole otseselt seotud nende vertikaalse kokkuleppe rakendamisega või ei ole vajalik lepingujärgsete kaupade või teenuste tootmise või turustamise täiustamiseks või ei täida kumbagi neist kahest tingimusest, siis tuleb teabevahetust hinnata eraldi aluslepingu artikli 101 alusel. Selline teabevahetus ei pruugi aluslepingu artiklit 101 rikkuda. Peale selle võib vertikaalse kokkuleppe muude sätete puhul olla võimalik tugineda määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, kui ülejäänud kokkuleppe vastab määruses kehtestatud tingimustele.
- (103) Kui konkureerivad ettevõtjad sõlmivad vertikaalse kokkuleppe ja vahetavad teavet, mille puhul ei saa tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 1 ette nähtud erandile, ⁽⁷⁰⁾ võivad nad võtta tarvitusele ettevaatusabinõud teabevahetusega kaasnevate konkurentsiprobleemide ohu minimeerimiseks ⁽⁷¹⁾. Näiteks võivad nad vahetada andmeid ainult koondandmete vormis või jätta sobiva ajavahemiku teabe koostamise ja selle vahetamise vahele. Samuti võivad nad kasutada tehnilisi või haldusmeetmeid, nagu näiteks tulemüüre, et tagada, et ostja edastatav teave oleks juurdepääsetav ainult nendele töötajatele, kes vastutavad tarnija tegevuse eest eelneval turul, ja mitte nendele töötajatele, kes vastutavad tarnija otsese müügitgevuse eest järgneval turul. Selliste ettevaatusabinõude kasutamine ei tohi aga kaasa tuua olukorda, kus määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 1 sätestatud erandi kohaldamisalasse satub teabevahetus, mis muidu jääks kõnealuse erandi kohaldamisalast välja.

4.4.4. Vertikaalsed kokkulepped hübriidfunktsiooniga veebipõhiste vahendusteenuste osutajatega

- (104) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 6 kohaselt ei kehti määruse artikli 2 lõike 4 punktides a ja b sätestatud topeltturustusega seotud erandid selliste veebipõhiste vahendusteenuste osutamist käsitlevate vertikaalsete kokkulepete suhtes, mille puhul veebipõhiste vahendusteenuste osutajal on hübriidfunktsioon, nimelt kui ta on

⁽⁷⁰⁾ Näiteks seetõttu, et määruse artikli 2 lõikes 4, artikli 2 lõikes 5 või artikli 3 lõikes 1 sätestatud tingimused ei ole täidetud.

⁽⁷¹⁾ Vt teabevahetust käsitlev peatükk horisontaalsetes suunistes ja nende edaspidistes versioonides.

ühtlasi asjaomasel turul vahendatavate kaupade või teenuste müümisel konkureeriv ettevõtja ⁽⁷²⁾. Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõiget 6 kohaldatakse veebipõhiste vahendusteenuste osutamist „käsitlevate“ vertikaalsete kokkulepete suhtes, olenemata sellest, kas need kokkulepped käsitlevad nende teenuste osutamist kokkuleppeosalisele või kolmandatele isikutele.

- (105) Sellise hübriidfunktsiooniga veebipõhiste vahendusteenuste osutajate sõlmitud vertikaalsed kokkulepped, mis käsitlevad veebipõhiste vahendusteenuste osutamist, ei vasta määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 4 punktides a ja b sätestatud topeltturustuse erandite põhimõttele. Need teenuseosutajad võivad olla motiveeritud eelistama oma müüki ja nad võivad olla suutelised mõjutama nende veebipõhiseid vahendusteenuseid kasutavate ettevõtjate vahelise konkurentsi tulemusi. Seepärast võivad sellised vertikaalsed kokkulepped tekitada üldisi konkurentsiprobleeme asjaomastel turgudel, kus vahendatavaid kaupu või teenuseid müüakse.
- (106) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõiget 6 kohaldatakse veebipõhiste vahendusteenuste osutamist käsitlevate vertikaalsete kokkulepete suhtes, kui veebipõhiste vahendusteenuste osutaja on tegelik või võimalik konkurent asjaomasel turul, kus vahendatavaid kaupu või teenuseid müüakse. Eelkõige peab olema tõenäoline, et veebipõhise vahendusteenuse osutaja teeb lühikese aja jooksul (mis tavaliselt ei ületa ühte aastat) vajalikke lisainvesteeringuid või kannab muid vajalikke kulutusi, et siseneda asjaomasele turule selleks, et müüa vahendatud kaupu või teenuseid ⁽⁷³⁾.
- (107) Veebipõhiseid vahendusteenuseid käsitlevaid kokkuleppeid, mille puhul ei saa määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 6 kohaselt määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile tugineda, tuleb hinnata individuaalselt aluslepingu artikli 101 alusel. Selliste kokkulepetega ei piirata tingimata konkurentsi aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses või need võivad vastata aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohase individuaalse erandi tegemise tingimustele. Juhul, kui osaliste turuosad asjaomasel turul, kus veebipõhiseid vahendusteenuseid pakutakse, ja asjaomasel turul, kus veebipõhiseid vahendusteenuseid ostetakse, on väikesed, siis võidakse kohaldada vähetähtsaid kokkuleppeid käsitlevat teatist ⁽⁷⁴⁾. Horisontaalsetes suunistes võib esitada asjakohaseid juhiseid võimaliku konkurentsivastase koostöö mõju hindamiseks. Käesolevates suunistes võib esitada juhiseid võimalike vertikaalsete piirangute hindamiseks.
- (108) Kui puuduvad piirangud, mille eesmärk on konkurentsi piiramine, siis ei ole märgatav konkurentsivastane mõju tõenäoline, kui veebipõhiste vahendusteenuste osutajal puudub veebipõhiste vahendusteenuste asjaomasel turul turujõud, näiteks kuna ta on sellele turule alles hiljuti sisenenud (tegevuse alustamise etapp). Veebiplatvormimajanduses võib veebipõhiste vahendusteenuste osutaja saadud tulu (näiteks vahendustasud) olla ainult üks tema turujõu ulatuse näitaja ning samuti võib olla vaja võtta arvesse muid näitajaid, nagu teenuseosutaja vahendatud tehingute arv, veebipõhiste vahendusteenuste kasutajate (müüjate ja/või ostjate) arv ning see, mil määral kõnealused kasutajad kasutavad teiste teenuseosutajate teenuseid. Samuti ei ole tõenäoline, et veebipõhiste vahendusteenuste osutajal on turujõudu siis, kui ta ei saa kasu märgatavast otsesest või kaudsest positiivsest võrgustikumõjust.
- (109) Kui puuduvad piirangud, mille eesmärk on konkurentsi piiramine, või oluline turujõud, siis ei ole tõenäoline, et komisjon peaks prioriteetseks nõuete täitmise tagamise alaseid meetmeid seoses vertikaalsete kokkulepetega, mis käsitlevad veebipõhiste vahendusteenuste osutamist hübriidfunktsiooniga teenuseosutaja poolt. See kehtib eelkõige juhul, kui topeltturustuse olukorras lubab tarnija oma kaupade või teenuste ostjatel kasutada oma veebisaiti nende kaupade või teenuste turustamiseks, kuid mitte konkureerivate kaubamärkidega kaupade või teenuste turustamiseks, ega tegutse muul viisil asjaomasel turul, kus selliste kaupade ja teenustega seoses veebipõhiseid vahendusteenuseid osutatakse.

⁽⁷²⁾ Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 6 kohaldamisel eeldatakse, et hübriidfunktsiooniga veebipõhiste vahendusteenuste osutaja sõlmitud vertikaalset kokkulepet ei käsitata aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jääva agendilepinguna; vt punktid (46) ja (63).

⁽⁷³⁾ Vt punkt (90).

⁽⁷⁴⁾ Vt punkt (26).

4.5. Seosed muude grupierandi määrustega

- (110) Nagu on selgitatud jagudes 4.1 ja 4.2, kohaldatakse määrust (EL) 2022/720 vertikaalsete kokkulepete suhtes, mida tuleb hinnata ainult määruse (EL) 2022/720 ja käesolevate suuniste alusel, kui käesolevates suunistes ei ole konkreetselt märgitud teisiti. Nende kokkulepete puhul saab tugineda määrusega (EL) 2022/720 kehtestatud „safe harbour“-põhimõttele.
- (111) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 7 on aga sätestatud, et määrust ei kohaldata vertikaalsete kokkulepete suhtes, mis kuuluvad mõne muu grupierandit käsitleva määruse kohaldamisalasse, kui kõnealuses määruses ei ole sätestatud teisiti. Seepärast on tähtis kohe alguses kontrollida, kas vertikaalne kokkulepe kuulub mõne muu grupierandi määruse kohaldamisalasse.
- (112) Määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata vertikaalsete kokkulepete suhtes, mis on hõlmatud järgmiste grupierandi määrustega või võimalike tulevaste grupierandi määrustega, mis käsitlevad käesolevas punktis osutatud liiki kokkuleppeid, kui vastavas määruses ei ole sätestatud teisiti:
- komisjoni määrus (EL) nr 316/2014;
 - komisjoni määrus (EL) nr 1217/2010 ⁽⁷⁵⁾;
 - komisjoni määrus (EL) nr 1218/2010 ⁽⁷⁶⁾.
- (113) Määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata horisontaalsetes suunistes nimetatud konkurentidevaheliste kokkulepete liikide suhtes, välja arvatud juhul, kui horisontaalsetes suunistes on sätestatud teisiti.
- (114) Määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse vertikaalsete kokkulepete suhtes, mis käsitlevad mootorsõidukite varuosade ostmist, müümist või edasimüümist ning mootorsõidukite remondi- ja hooldusteenuste osutamist. Selliste kokkulepete puhul saab tugineda määrusega (EL) 2022/720 kehtestatud „safe harbour“-põhimõttele ainult siis, kui lisaks määruses sätestatud tingimustele vastavad need komisjoni määruses (EL) nr 461/2010 ⁽⁷⁷⁾ ja sellele lisatud suunistes sätestatud tingimustele.

4.6. Turustussüsteemide eriliigid

- (115) Tarnija võib korraldada oma kaupade või teenuste turustamise enda äranägemise järgi. Tarnija võib valida näiteks vertikaalse integratsiooni, nimelt müüa oma kaupu või teenuseid otse lõppkasutajatele või turustada neid oma vertikaalselt integreeritud turustajate kaudu, kes on seotud ettevõtjad määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 2 tähenduses. Seda liiki turustussüsteem hõlmab ühte ettevõtjat ja jääb seega aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja.
- (116) Samuti võib tarnija otsustada kasutada sõltumatuid turustajaid. Selleks võib tarnija kasutada üht või mitut liiki turustussüsteeme. Teatavat liiki turustussüsteemid, nimelt valikuline turustamine ja ainuõiguslik turustamine, on määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktides g ja h eraldi määratletud. Juhised ainuõigusliku turustamise ja valikulise turustamise kohta on esitatud vastavalt jaos 4.6.1 ja jaos 4.6.2 ⁽⁷⁸⁾. Tarnija võib oma kaupu või teenuseid turustada ka nii, et ei kasuta ei valikulist ega ainuõiguslikku turustussüsteemi. Niisugused muud liiki turustussüsteemid liigitatakse määruse kohaldamisel vabaturustussüsteemideks ⁽⁷⁹⁾.

⁽⁷⁵⁾ Komisjoni 14. detsembri 2010. aasta määrus (EL) nr 1217/2010 Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamise kohta teatavat liiki teadus- ja arenduskokkuleppe liikide suhtes (ELT L 335, 18.12.2010, lk 36).

⁽⁷⁶⁾ Komisjoni 14. detsembri 2010. aasta määrus (EL) nr 1218/2010 Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamise kohta teatud spetsialiseerumiskokkulepete liikide suhtes (ELT L 335, 18.12.2010, lk 43).

⁽⁷⁷⁾ Komisjoni 27. mai 2010. aasta määrus (EL) nr 461/2010 Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamise kohta teatavat liiki vertikaalsete kokkulepete ja kooskõlastatud tegevuse suhtes mootorsõidukisektoris (ELT L 129, 28.5.2010, lk 52).

⁽⁷⁸⁾ Vt ka jaod 6.1.2.3.1 ja 6.1.2.3.2.

⁽⁷⁹⁾ Vt ka jagu 6.1.2.3.3.

4.6.1. Ainuõiguslikud turustussüsteemid

4.6.1.1. Ainuõiguslike turustussüsteemide määratlus

(117) Ainuõigusliku turustussüsteemi puhul, mis on määratletud määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis h, loovutab tarnija teatava territooriumi või kliendirühma ainuõiguslikult ühele või piiratud arvule ostjatele, piirates samal ajal kõikide oma teiste liidus asuvate ostjate aktiivset müüki sellel ainuõiguslikul territooriumil või sellele ainuõiguslikule kliendirühmale ⁽⁸⁰⁾.

(118) Tarnijad kasutavad ainuõiguslikku turustussüsteemi sageli selleks, et anda turustajatele stiimul teha rahalisi ja mitterahalisi investeeringuid, mis on vajalikud tarnija kaubamärgi arendamiseks territooriumil, kus see ei ole hästi tuntud, või uue toote müümiseks kindlal territooriumil või kindlale kliendirühmale, või anda turustajatele stiimul pöörata oma müügiarendus- ja müügi tegevuses suuremat tähelepanu konkreetsele tootele. Turustajatel võib ainuõiguslikkusega antud kaitse võimaldada tagada teatavat äritegevuse mahtu ja marginaali, mis õigustab nende investeerimistegevust.

4.6.1.2. Aluslepingu artikli 101 kohaldamine ainuõiguslike turustussüsteemide suhtes

(119) Turustussüsteemis, mille puhul tarnija loovutab teatava territooriumi või kliendirühma ainuõiguslikult ühele või mitmele ostjale, on peamised võimalikud konkurentsiriskid turu jagamine, mis võib hõlbustada diskrimineerivat hinnapoliitikat, ja väiksem kaubamärgisene konkurent. Kui enamik või kõik suurima turuvõimuga turul tegutsevad tarnijad kasutavad ainuõiguslikku turustussüsteemi, võib see nõrgendada ka kaubamärkidevahelist konkurentsi ja/või soodustada konkurentsivastast koostööd nii tarnija kui ka turustaja tasandil. Samuti võib ainuõiguslik turustus tuua kaasa teiste turustajate turulepääsu piiramise ning vähendada seeläbi nii kaubamärgisest kui ka kaubamärkidevahelist konkurentsi turustaja tasandil.

(120) Ainuõigusliku turustuse kokkulepete puhul saab tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, kui ei tarnija ega ostja turuosa ei ületa 30 %, kui kokkulepe ei sisalda määruse (EL) 2022/720 artiklis 4 määratletud põhilisi piiranguid ja kui iga ainuõigusliku territooriumi või kliendirühma kohta ei ole määratud üle viie turustaja. Ainuõigusliku turustuse kokkuleppe puhul võib siiski tugineda määruses (EL) 2022/720 sätestatud „safe harbour“-põhimõttele, kui see on kombineeritud muude, mittepõhiliste vertikaalsete piirangutega, nagu mittekonkureerimiskohustus, mis ei ületa viit aastat, kogusekohustus või ainuõiguslik ostmise.

(121) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erand piirdub kõige rohkem viie turustajaga ainuõigusliku territooriumi või kliendirühma kohta, et säilitada turustajate stiimul investeerida tarnijate kaupade või teenuste müügiarendusse ja müüki ning pakkuda tarnijale samal ajal piisavat paindlikkust oma turustussüsteemi korraldamisel. Suurema arvu puhul esineb suurem risk, et ainuõiguslikud turustajad võivad üksteise investeeringuid parasitlikult ära kasutada, kõrvaldades seeläbi tõhususe, mille saavutamine on ainuõigusliku turustuse eesmärk.

(122) Selleks, et ainuõigusliku turustussüsteemi puhul saaks tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, peavad määratud turustajad olema kaitstud tarnija kõikide teiste ostjate aktiivse müügi eest ainuõiguslikul territooriumil või ainuõiguslikule kliendirühmale. Kui tarnija määrab ainuõigusliku territooriumi või kliendirühma kohta üle ühe turustaja, siis peavad kõik need turustajad olema samamoodi kaitstud tarnija kõikide teiste ostjate aktiivse müügi eest ainuõiguslikul territooriumil või ainuõiguslikule kliendirühmale, kuid nende turustajate aktiivset ja passiivset müüki ainuõiguslikul territooriumil või ainuõiguslikule kliendirühmale ei saa piirata. Kui praktilistel põhjustel ja mitte eesmärgiga takistada paralleelset kaubandust ei ole ainuõiguslik territoorium või ainuõiguslik kliendirühm teatavate ostjate aktiivse müügi eest ajutiselt kaitstud, näiteks kui tarnija muudab ainuõiguslikku turustussüsteemi ja vajab aega, et aktiivse müügi piirangute üle teatavate ostjatega uuesti läbi rääkida, võib ainuõigusliku turustussüsteemi puhul jätkuvalt tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile.

⁽⁸⁰⁾ Vt määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkt h.

(123) Ainuõiguslikuks turustuseks kasutatavates vertikaalsetes kokkulepetes peaks olema määratletud turustajatele ainuõiguslikult loovutatud territooriumi või kliendirühma ulatus. Näiteks võib ainuõiguslik territoorium vastata liikmesriigi territooriumile või sellest suuremale või väiksemale piirkonnale. Ainuõigusliku kliendirühma määramiseks võib kasutada näiteks üht või mitut kriteeriumit, nagu klientide amet või tegevusala, või kindlakstehtud klientide nimekirja. Sõltuvalt kasutatud kriteeriumidest võib kliendirühm piirduda üheainsa kliendiga.

(124) Kui territoorium või kliendirühm ei ole ainuõiguslikult ühele või enamale turustajale loovutatud, võib tarnija sellise territooriumi või kliendirühma endale reserveerida, millisel juhul peab ta teavitama kõiki oma turustajaid. Selleks ei ole vaja, et tarnija tegeleks äritegevusega reserveeritud territooriumil või seoses reserveeritud kliendirühmaga. Näiteks võib tarnija soovida reserveerida territooriumi või kliendirühma eesmärgiga need edaspidi teistele turustajatele loovutada.

4.6.1.3. Suunised ainuõigusliku turustuse kokkulepete individuaalse hindamise kohta

(125) Väljaspool määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala on suur tähtsus tarnija ja tema konkurentide turupositsioonil, sest kaubamärgisese konkurentsi kadumine kujuneb probleemiks ainult siis, kui kaubamärkidevaheline konkurents on tarnija või turustaja tasandil piiratud ⁽⁸¹⁾. Mida tugevam on tarnija positsioon, eriti kui see ületab 30 % künnist, seda suurema tõenäosusega on kaubamärkidevaheline konkurents nõrk ja seda suurem on kaubamärgisese konkurentsi mis tahes vähenemisest tulenev oht konkrentsile.

(126) Tarnija konkurentide turupositsioonil võib olla kaheksugune tähendus. Tugevate konkurentide olemasolu näitab üldjuhul, et piisav kaubamärkidevaheline konkurents kaalub üles kaubamärgisese konkurentsi mis tahes vähenemise. Kui tarnijate arv turul on aga suhteliselt väike ja nende turupositsioon on turuosa, võimsuse ja turustatavate seiskohast suhteliselt sarnane, tekib konkrentsivastase koostöö oht ja/või konkrentsi nõrgenemise oht. Kaubamärgisese konkurentsi kadumine võib seda ohtu suurendada, eriti kui mitu tarnijat kasutab ühesugust turustussüsteemi.

(127) Mitme toote ainuõiguslik vahendamine, see tähendab olukord, kus mitu tarnijat määrab teatavale territooriumile sama(d) ainuõigusliku(d) turustaja(d), võib veelgi suurendada konkrentsivastase koostöö ohtu ja/või konkrentsi nõrgenemise ohtu tarnija ja turustaja tasandil. Kui ühele või enamale turustajale antakse ainuõigus turustada kaht või enamat olulist ja konkureerivat toodet samal territooriumil, võib kõnealuste kaubamärkide vaheline konkurents oluliselt väheneda. Mida suurem on mitme kaubamärgi ainuõiguslike turustajate turustatavate kaubamärkide kumulatiivne turuosa, seda suurem on konkrentsivastase koostöö oht ja/või konkrentsi nõrgenemise oht ning seda rohkem väheneb kaubamärkidevaheline konkurents. Kui üks või enam jaemüüjat on mitme kaubamärgi ainuõiguslik turustaja, esineb oht, et ainuõiguslikud jaemüüjad ei kanna ühe tarnija kaubamärgi hulgihinna alandamist üle tarbijale, sest see vähendaks jaemüüjate muude kaubamärkide müüki ja nendest saadavat kasumit. Võrreldes olukorraga, kus ei turustata ainuõiguslikult mitut kaubamärki, on tarnijatel väiksem stiimul üksteisega hinnakonkrentsi astuda. Kui tarnijate ja ostjate turuosad jäävad 30 % künnisest allapoole, võib selline kumulatiivne mõju olla põhjus määrusele (EL)2022/720 tuginemise võimaluse tühistamiseks.

(128) Turuletuleku tõkked, mis võivad takistada tarnijatel luua oma integreeritud turustusvõrgustikke või leida alternatiivseid turustajaid, ei ole ainuõigusliku turustuse võimaliku konkrentsivastase mõju hindamisel nii olulised. Teiste tarnijate turulepääsu ei piirata, kui võrd ainuõiguslik turustamine ei ole ühendatud ühe kaubamärgi pealesurumisega, mille puhul kohustatakse või mõjutatakse turustajat tellima teatavat liiki toodet ainult ühelt tarnijalt. Ainuõiguslik turustus koos ühe kaubamärgi pealesurumisega võib alternatiivsete turustajate leidmise teiste tarnijate jaoks keerulisemaks muuta, eriti kui ühte kaubamärki surutakse peale väikeste territooriumidega ainuõiguslike turustajate tihedas võrgustikus või kui esineb kumulatiivne konkrentsivastane mõju. Sellises olukorras tuleks kohaldada jaos 8.2.1 sätestatud põhimõtteid, mis käsitlevad ühe kaubamärgi pealesurumist.

⁽⁸¹⁾ Vt kohtuasi C-306/20: Visma Enterprise, punkt 78.

- (129) Ainuõigusliku turustamise ühendamine ainuõigusliku ostmisega, mille puhul peavad ainuõiguslikud turustajad ostma tarnija kaubamärki otse tarnijalt, suurendab kaubamärgisese konkurentsi vähenemise ja turu jagamisega seotud ohte. Ainuõigusliku turustamisega juba piiratakse klientide valikuvõimalusi, sest sellega piiratakse turustajate arvu ainuõigusliku territooriumi kohta ja selle tulemusel ei tohi teised turustajad sellel territooriumil aktiivselt müüa. Lisaks kõrvaldatakse ainuõigusliku ostmisega ainuõiguslike turustajate valikuvõimalused, sest neil on keelatud osta teistelt ainuõiguslikku turustussüsteemi kuuluvatelt turustajatelt. Sellega suurenevad tarnija võimalused piirata kaubamärgisest konkurentsi, kasutades samal ajal erinevaid müügitingimusi, mis kahjustab tarbijaid, välja arvatud juhul, kui ainuõigusliku turustamise ja ainuõigusliku ostmise ühendamine tekitab tarbijate heaks kasutegureid.
- (130) Teiste turustajate turulepääsu piiramise probleemi ei esine siis, kui ainuõiguslikku turustussüsteemi kasutatav tarnija määrab samale asjaomasele turule palju ainuõiguslikke turustajaid ega keela neil müüa teistele turustajatele, keda tarnija ei ole määranud. Teiste turustajate turulepääsu piiramise probleem võib aga esineda juhul, kui järgnevatel turgudel on olemas turuvõim, eriti suurte territooriumide korral, kui ainuõiguslikust turustajast saab tervel turul ainuõiguslik ostja. Sellise olukorra näide on supermarketite kett, millest saab juhtiva kaubamärgi ainuturustaja riigi toidukaupade jaemüügiturul. Teiste turustajate turulepääsu piiramise probleem võib olla veelgi tõsisem mitme kaubamärgi ainuõigusliku vahenduse korral.
- (131) Ostjate konkurentsivastase koostöö ohtu võib veelgi suurendada ostujõud, kui ühe või mitme tarnija suhtes kasutavad ainuõigusliku turustuse korraldust olulised ostjad, kes võivad asuda eri territooriumidel.
- (132) Tähtis on hinnata turudünaamikat, sest kasvava nõudluse, muutuva tehnoloogia ja muutuvate turupositsioonide korral võib ainuõiguslike turustussüsteemide kahjulik mõju olla vähem tõenäoline kui väljakujunenud turul.
- (133) Ainuõigusliku turustuse võimaliku konkurentsivastase mõju hindamisel võib oluline olla ka toote laad. See mõju on väiksem sektorites, kus veebimüük on levinum, sest veebimüük võib lihtsustada ostmist ainuõigusliku territooriumi või kliendirühma välistelt turustajatelt.
- (134) Oluline on kaubandustasand, sest hulgi- ja jaemüügi tasandil võib ainuõigusliku turustuse kahjulik mõju avalduda erinevalt. Ainuõiguslikku turustust kasutatakse peamiselt lõpptoodete või -teenuste turustamisel. Kaubamärgisese konkurentsi kadumise oht on eriti tõenäoline jaemüügi tasandil, kui ainuõiguslikud territooriumid on suured, sest sellisel juhul võib tarbijatele jääda olulise kaubamärgi turustamisel võimalus valida vaid kahe turustaja vahel, kellest üks pakub toodet kõrge hinna- ja teenindustasemega ning teine madala hinna- ja teenindustasemega.
- (135) Tootja, kes valib oma ainuõiguslikuks turustajaks hulgimüüja, teeb seda harilikult suurema territooriumi, näiteks kogu liikmesriigi jaoks. Kui hulgimüüja võib tooteid müüa piiranguteta järgnevate turgude jaemüüjatele, ei ole märgatava konkurentsivastase mõju esinemine tõenäoline. Võimaliku kaubamärgisese konkurentsi vähenemise hulgimüügi tasandil võivad hõlpsalt üles kaaluda logistikast ja müügiesitusest saadavad kasutegurid, eriti kui tootja asub teises liikmesriigis. Mitme kaubamärgi ainuõigusliku turustusega kaasnevad ohud on aga hulgimüügi tasandil suuremad kui jaemüügi tasandil. Kui üks hulgimüüja saab märkimisväärse arvu tarnijate ainuõiguslikuks turustajaks, võib see lisaks nende kaubamärkide vahelise konkurentsi vähenemise ohule tuua kaasa ka turulepääsu piiramise kaubanduse hulgimüügi tasandil.
- (136) Ainuõiguslik turustussüsteem, millega piiratakse konkurentsi aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, võib siiski tuua kaasa kasutegureid, mis vastavad aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohastele tingimustele. Näiteks võib ainuõiguslikkus olla vajalik selleks, et anda turustajatele stiimuleid investeerida tarnija kaubamärgi arendamisse või nõudlust suurendavate teenuste osutamisse. Väljaspool määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala tähendab teatavale territooriumile määratud ainuõiguslike turustajate suurem arv väiksemat tõenäosust, et neil on piisavad stiimulid investeerida tarnija toodete müügiesitusesse ja tema kaubamärgi arendamisse, sest teised ainuõiguslikud turustajad, kellega nad territooriumi jagavad, võivad nende investeerimistegevust parasiitlikult ära kasutada.

- (137) Kasutegurite hindamisel on oluline toote laad. Objektiivsed kasutegurid on kõige tõenäolisemad uute toodete, komplekstoodete või selliste toodete puhul, mille omadusi on raske hinnata enne tarbimist (nn kogemustooded) või isegi pärast tarbimist (nn usaldustooded). Peale selle võib ainuõigusliku turustamise tulemusel hoida tänu veonduses ja turustuses saavutatavale mastaabisäästule kokku logistikakulusid. Ainuõigusliku turustamise ühendamine ühe kaubamärgi pealesurumisega võib anda ainuõiguslikule turustajale (ainuõiguslikele turustajatele) suurema stiimuli keskenduda oma tegevuses konkreetsele kaubamärgile.
- (138) Punktides (125)–(137) nimetatud tegurid on jätkuvalt asjakohased selliste ainuõiguslike turustussüsteemide hindamisel, mille alusel tarnija loovutab kliendirühma ainuõiguslikult ühele või mitmele ostjale. Seda liiki ainuõigusliku turustussüsteemi hindamisel tuleks arvesse võtta ka punktides (139) ja (140) loetletud lisategureid.
- (139) Nagu ka territooriumi ainuõigusliku loovutamise puhul, muudab kliendirühma ainuõiguslik loovutamine ostjate valikuvõimalused üldjuhul keerulisemaks. Peale selle, kuna igal määratud turustajal on oma kliendirühm, siis võib ostjatel, kes ühtegi sellisesse rühma ei kuulu, olla raske tarnija tooteid hankida. Selle tagajärjel vähenevad selliste ostjate valikuvõimalused.
- (140) Lisaks punktis (136) nimetatud kasutegurite liikidele võivad klientide ainuõigusliku loovutamise kaasneda kasutegurid, kui turustajatel on vaja investeerida eriseadmetesse, oskustesse või oskusteabesse, et täita teatava klientide kategooria vajadusi, või kui selliste investeeringute tulemusel tekib mastaabi- või mitmekülgussääst logistika valdkonnas⁽⁸²⁾. Nende investeeringute amortiseerimise periood näitab, millise aja jooksul võib ainuõiguslike kliendirühmade loovutamine olla õigustatud. Üldjuhul on klientide ainuõiguslik loovutamine kõige enam põhjendatud uute toodete, komplekstoodete ja selliste toodete puhul, mida tuleb kohandada konkreetse kliendi vajadustele. Selgelt eristatavad vajadused esinevad tõenäolisemalt vahetoodete, see tähendab selliste toodete puhul, mida müüakse eri liiki professionaalsetele ostjatele. Seevastu lõpptarbivate loovutamise kaategureid tõenäoliselt ei kaasne.
- (141) Alljärgnevalt on esitatud mitme kaubamärgi ainuõigusliku turustuse näide oligopoolsel turul.

Teatava lõpptoote riiklikul turul on neli turuliidrit, kellest igaühe turuosa on umbes 20 %. Need neli turuliidrit müüvad oma toodet jaemüügi tasandil ainuõiguslike turustajate kaudu. Iga jaemüüjale on antud ainuõiguslik territoorium, mis vastab jaemüüja asukohajärgsele linnale või linnaosale. Enamikul territooriumidel on neli turuliidrit andnud ainumüügiõiguse samale jaemüüjale (mitme kaubamärgi ainuõiguslik turustaja), kes sageli asub keskses ja on asjaomasele tootele spetsialiseerunud. Ülejäänud 20 % riiklikust turust koosneb kohalikest väiketootjatest, kellest suurima turuosa on 5 %. Need kohalikud tootjad müüvad oma tooteid üldiselt teiste jaemüüjate kaudu, peamiselt seetõttu, et nelja turuliidri ainuõiguslikud turustajad ei ole vähem tuntud ja odavamate kaubamärkide müümisest üldjuhul huvitatud. Kaubamärgid ja tooted on turul selgelt eristatud. Neli turuliidrit teevad suuri üleriigilisi reklaamikampaaniaid ja neil on tugevad kaubamärgikuvandid, väiketootjad aga ei reklaami oma tooteid riigi tasandil. Turg on suhteliselt küps, nõudlus stabiilne ning toodete ja tehnoloogia ulatuslikku innovatsiooni ei esine. Toode on suhteliselt lihtne.

Sellisel oligopoolsel turul on oht, et neli turuliidrit hakkavad omavahel konkurentsivastast koostööd tegema. Seda ohtu suurendab mitme kaubamärgi ainuõigusliku turustuse kasutamine. Ainuõiguslikud territooriumid piiravad kaubamärgisest konkurentsi. Nelja juhtiva kaubamärgi vaheline konkurents on vähenenud jaemüügi tasandil, sest üks jaemüüja määrab oma territooriumil kõigi nelja kaubamärgi hinnad. Mitme kaubamärgi ainuõiguslik turustamine tähendab seda, et kui üks tootja oma kaubamärgi hinda alandab, ei soovi selle kaubamärgi jaemüüja teha hinnaalandust tarbijale, sest see vähendaks tema muude

⁽⁸²⁾ Selle näide on olukord, kus tarnija määrab kindla turustaja vastama ametiasutuste pakkumuse esitamise ettepanekutele seoses IT-seadmete ja kontoritarvetega.

kaubamärkide müüki ja nendest saadavat kasumit. Seega ei ole tootjad üksteisega hinnakonkurentsi astumisest eriti huvitatud. Kaubamärkidevaheline konkurents esineb peamiselt väiketootjate kaupade vahel, mille tootekuvand on vähem tuntud. Võimalikud põhjendused (jagatud) ainuõiguslikkusega turustajate kasutamisest tulenevate kasutegurite kohta on nõrgad, sest toode on suhteliselt lihtne, jaemüügi korraldamiseks ei ole vaja erinvesteeringuid ega -koolitust ning reklaami tehakse peamiselt tootjate tasandil.

Isegi kui iga turuliidri turuosa jääb künnisest allapoole, ei pruugi aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused olla täidetud ning grupierandi tühistamine võib olla vajalik nende kokkulepete puhul, mis on sõlmitud turustajatega, kelle turuosa hanketurul on alla 30 %.

(142) Alljärgnevalt on esitatud klientide ainuõigusliku loovutamise näide.

Ettevõtja on loonud moodsa sprinklerseadme. Ettevõtja turuosa sprinklerseadmete turul on praegu 40 %. Ajal, mil ettevõtja hakkas kõnealust uut toodet müüma, oli tema vana toote turuosa 20 %. Uue sprinklerseadme paigaldamine sõltub hoone liigist, kuhu see paigaldatakse, ja hoone kasutusotstarbest (näiteks kontor, keemiateshas või haigla). Ettevõtja on määranud oma moodsat sprinklerit müüma ja paigaldama mitu turustajat. Iga turustaja pidi koolitama oma töötajaid seoses moodsa sprinkleri paigaldamise üld- ja erinõuetega konkreetsete kliendirühmade korral. Turustajate spetsialiseerumise tagamiseks määras ettevõtja igale turustajale ainuõigusliku kliendirühma ning keelas aktiivse müügi üksteise ainuõiguslikele kliendirühmadele. Viie aasta pärast võivad kõik ainuõiguslikud turustajad aktiivselt müüa kõikidele kliendirühmadele, lõpetades seeläbi klientide ainuõigusliku loovutamise süsteemi. Pärast seda võib ka tarnija hakata oma toodet müüma uutele turustajatele. Turg on suhteliselt dünaamiline, hiljuti on sellele tulnud kaks uut konkurenti ning seal on toimunud tugev tehnoloogiline areng. Ka konkurendid, kelle turuosad on 5–25 % turust, täiustavad oma tooteid.

Kuna ainuõiguse kehtivusaeg on piiratud ja aitab tagada, et turustajatel on võimalik oma investeeringud tagasi saada ja et nad keskenduvad esialgu teatavale kliendirühmale eesmärgiga omandada müügitegevuses kogemusi, ning kuna dünaamilisel turul tundub konkurentsivastane mõju olevat väike, on aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused tõenäoliselt täidetud.

4.6.2. Valikulised turustussüsteemid

4.6.2.1. Valikuliste turustussüsteemide määratlus

(143) Valikulise turustussüsteemi puhul, nagu on määratletud määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis g, kohustub tarnija lepingujärgseid kaupu või teenuseid kas otseselt või kaudselt müüma ainult kindlaksmääratud kriteeriumide põhjal valitud turustajatele. Kõnealused turustajad kohustuvad müüma selliseid kaupu või teenuseid ainult volitatud turustajatele territooriumil, mille tarnija on reserveerinud selle süsteemi kohaldamiseks.

(144) Tarnijad võivad kasutada turustajate valimiseks kvalitatiivseid või kvantitatiivseid kriteeriume või mõlemaid. Kvantitatiivsete kriteeriumidega piiratakse turustajate arvu otseselt, näiteks määrates kindlaks kindla arvu turustajaid. Kvalitatiivsete kriteeriumidega piiratakse turustajate arvu kaudselt, kehtestades tingimusi, mida kõik turustajad ei suuda täita, näiteks seoses müüdava tootevaliku, müügipersonali koolitamisega, müügikohas pakutava teeninduse või toodete reklaami ja tutvustamisega. Kvalitatiivsed kriteeriumid võivad käsitleda kestlikkuseesmärke, nagu kliimamuutused, keskkonnakaitse või loodusvarade kasutamise piiramine. Näiteks võivad tarnijad nõuda turustajatelt oma valdustes laadimisteenuste osutamist või ringlussevõtupunktide pakkimist või selle tagamist, et kaubad viidaks kohale kestlike vahenditega, näiteks mootorsõiduki asemel kaubaveorastega.

- (145) Valikulised turustussüsteemid on võrreldavad ainuõiguslike turustussüsteemidega selle poolest, et nendega piiratakse volitatud turustajate arvu ja edasimüügi võimalusi. Peamine erinevus nende kahe turustussüsteemi liigi vahel seisneb turustajale antava kaitse laadis. Ainuõiguslikus turustussüsteemis on turustaja kaitstud aktiivse müügi eest väljastpoolt tema ainuõiguslikku territooriumi, samal ajal kui valikulises turustussüsteemis on turustaja kaitstud volitamata turustajate aktiivse ja passiivse müügi eest.

4.6.2.2. Aluslepingu artikli 101 kohaldamine valikuliste turustussüsteemide suhtes

- (146) Valikuliste turustussüsteemidega kaasnevad võimalikud ohud konkurentsile hõlmavad kaubamärgisese konkurentsi vähenemist ja eelkõige kumulatiivse mõju korral teatavat liiki turustajate turulepääsu piiramist, samuti konkurentsi nõrgenemist ja tarnijate või ostjate omavahelise konkurentsivastase koostöö hõlbustamist ostjate arvu piiramise tõttu.
- (147) Valikulise turustussüsteemi kooskõla hindamisel aluslepingu artikliga 101 tuleb kõigepealt kindlaks teha, kas süsteem jääb artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse. Selleks tuleb teha vahet puhtkvalitatiivsel valikulisel turustusel ja kvantitatiivsel valikulisel turustusel.
- (148) Puhtkvalitatiivne valikuline turustus võib jääda väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala, kui on täidetud Euroopa Liidu Kohtu otsuses Metro⁽⁸³⁾ sätestatud kolm tingimust (edaspidi „Metro kriteeriumid“). See tuleneb asjaolust, et kui need kriteeriumid on täidetud, siis võib eeldada, et valikulise turustusega seotud kaubamärgisese konkurentsi piiramist tasakaalustab kaubamärkidevahelise kvaliteedikonkurentsi paranemine⁽⁸⁴⁾.
- (149) Metro kolm kriteeriumi võib kokku võtta järgmiselt. Esiteks peab valikuline turustussüsteem olema vajalik asjaomaste kaupade või teenuste laadi tõttu. See tähendab seda, et asjaomase toote laadi arvesse võttes peab selline süsteem olema põhjendatult vajalik toote kvaliteedi säilitamiseks ja selle nõuetekohase kasutamise tagamiseks. Näiteks võib valikulise turustuse kasutamine olla põhjendatud ülihea kvaliteediga või kõrgtehnoloogiliste toodete⁽⁸⁵⁾ või luksuskaupade⁽⁸⁶⁾ puhul. Selliste kaupade kvaliteet ei pruugi tuleneda mitte üksnes nende sisulistest omadustest, vaid ka nendega seostatavast luksuslikkuse kuvandist. Seepärast võib nende kvaliteedi säilitamiseks olla vaja luua valikuline turustussüsteem, millega püütakse tagada kaupade väljapanek sellisel viisil, mis toetab selle luksuslikkuse kuvandi säilimist⁽⁸⁷⁾. Teiseks tuleb edasimüüjad valida objektiivsete kvalitatiivsete kriteeriumide põhjal, mis on sätestatud ühtmoodi kõigi potentsiaalsete edasimüüjate kohta ja mida ei kohaldata diskrimineerivalt. Kolmandaks ei tohi need kriteeriumid minna kaugemale, kui on vajalik⁽⁸⁸⁾.

⁽⁸³⁾ Vt kohtuotsus, 25. oktoober 1977, Metro vs. komisjon, 26/76, ECLI:EU:C:1977:167, punktid 20 ja 21 (edaspidi „kohtuasi C-26/76: Metro vs. komisjon“); kohtuotsus, 11. detsember 1980, L'Oréal vs. De Nieuwe AMCK, C-31/80, ECLI:EU:C:1980:289, punktid 15 ja 16 (edaspidi „kohtuasi C-31/80: L'Oréal vs. De Nieuwe AMCK“); kohtuotsus, 13. oktoober 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS vs. Président de l'Autorité de la concurrence, C-439/09, ECLI:EU:C:2011:649, punkt 41 (edaspidi „kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique“); kohtuotsus, 6. detsember 2017, Coty Germany GmbH vs. Parfümerie Akzente GmbH, C-230/16, ECLI:EU:C:2017:941, punkt 24 (edaspidi „kohtuasi C-230/16: Coty Germany“).

⁽⁸⁴⁾ Vt kohtuasi C-26/76: Metro vs. komisjon, punktid 20–22; kohtuotsus, 25. oktoober 1983, AEG vs. komisjon, C-107/82, ECLI:EU:C:1983:293, punktid 33, 34 ja 73 (edaspidi „kohtuasi C-107/82: AEG vs. komisjon“); kohtuotsus, 22. oktoober 1986, Metro vs. komisjon, C-75/84, ECLI:EU:C:1986:399, punkt 45; kohtuotsus, 12. detsember 1996, Leclerc vs. komisjon, T-88/92, ECLI:EU:T:1996:192, punkt 106.

⁽⁸⁵⁾ Vt kohtuasi C-26/76: Metro vs. komisjon ja kohtuasi C-107/82: AEG vs. komisjon.

⁽⁸⁶⁾ Vt kohtuasi C-230/16: Coty Germany.

⁽⁸⁷⁾ Vt kohtuasi C-230/16: Coty Germany, punktid 25–29.

⁽⁸⁸⁾ Vt kohtuasi C-26/76: Metro vs. komisjon, punktid 20 ja 21; kohtuasi C-31/80: L'Oréal vs. De Nieuwe AMCK, punktid 15 ja 16; kohtuasi C-107/82: AEG vs. komisjon, punkt 35; kohtuotsus, 27. veebruar 1992, Vichy vs. komisjon, T-19/91, ECLI:EU:T:1992:28, punkt 65.

- (150) Metro kriteeriumide täitmise hindamiseks on lisaks asjaomase valikulise turustuse kokkuleppe üldisele hindamisele vaja eraldi analüüsida kokkuleppe iga potentsiaalselt piiravat klauslit ⁽⁸⁹⁾. See tähendab eelkõige selle hindamist, kas asjaomane piirav klausel on valikulise turustussüsteemiga taotletava eesmärgi puhul sobilik ja kas see läheb kaugemale sellest, mis on vajalik kõnealuse eesmärgi täitmiseks ⁽⁹⁰⁾. Põhilised piirangud sellele proportsionaalsuse nõudele ei vasta. Seevastu võib proportsionaalne olla see, et luksuskaupade tarnija keelab oma volitatud turustajatel internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise, kui sellega kaudselt ei takistata volitatud turustajal interneti tegelikku kasutamist kauba müümiseks teatavatel territooriumidel või teatavatele kliendirühmadele ⁽⁹¹⁾. Eelkõige ei piirata sellise internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise keeluga müüki teatavatel territooriumidel või teatavatele kliendirühmadele juhul, kui volitatud turustajal on jätkuvalt õigus pidada oma e-poodi ja teha veebis reklaami, et suurendada teadlikkust oma tegevusest veebis ja meelitada ligi potentsiaalseid kliente ⁽⁹²⁾. Sellisel juhul jääb piirav klausel, kui see on proportsionaalne, aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja ja seda ei ole vaja täiendavalt analüüsida.
- (151) Olenemata sellest, kas kvalitatiivsed ja/või kvantitatiivsed valikulised turustussüsteemid vastavad Metro kriteeriumidele, võidakse nende suhtes kohaldada määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit, tingimusel et ei tarnija ega ostja turuosa ei ületa 30 % ja et kokkulepe ei sisalda põhilisi piiranguid ⁽⁹³⁾. Erandile tuginemise võimalust ei tühistata juhul, kui valikulist turustust kasutatakse koos muude mittepõhiliste vertikaalsete piirangutega, näiteks määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis f määratletud mittekonkureerimiskohustusega. Määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit kohaldatakse olenemata asjaomase toote laadist ja valikukriteeriumide laadist. Sealjuures ei ole tarnija kohustatud oma valikukriteeriume avaldama ⁽⁹⁴⁾.
- (152) Kui valikulise turustuse kokkulepe, mille puhul tuginetakse grupierandile, piirab konkreetsel juhul märgatavalt konkurentsi tarnija või turustaja tasandil ega tekita kasutegureid, mis piirangu mõju üles kaaluksid, näiteks kuna valikukriteeriumid ei ole seotud toote laadiga või ei ole vajalikud toote turustamise parandamiseks, siis võidakse grupierandile tuginemise võimalus tühistada.

4.6.2.3. Suunised valikulise turustuse kokkulepete individuaalse hindamise kohta

- (153) Väljaspool määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala valikulisest turustusest konkurentsile tuleneva võimaliku kahju hindamisel on kesksel kohal tarnija ja tema konkurentide turupositsioon, sest kaubamärgisese konkurentsi vähenemine on põhimõtteliselt probleem ainult juhul, kui kaubamärkidevaheline konkurents on väike ⁽⁹⁵⁾. Mida tugevam on tarnija positsioon, eelkõige kui see ületab 30 % künnist, seda suurem on kaubamärgisese konkurentsi vähenemisest tulenev oht konkurentsile. Oluline tegur on ka samal asjaomasel turul toimivate valikulise turustuse võrgustike arv. Kui valikulist turustust kasutab ainult üks turul tegutsev tarnija, siis ei tekita kvantitatiivne valikuline turustus üldjuhul konkurentsivastast mõju. Praktikast kasutavad aga valikulist turustust sageli mitu ühel turul tegutsevat tarnijat (kumulatiivne mõju).
- (154) Kumulatiivse mõju korral tuleb arvesse võtta valikulist turustust kasutavate tarnijate turupositsiooni: kui valikulist turustust kasutab suurem osa juhtivaid tarnijaid turul, siis võidakse selle tagajärjel piirata teatavat liiki turustajate, näiteks soodushindadega kauplejate turulepääsu. Tõhusamate turustajate turulepääsu piiramise oht on valikulise turustuse puhul suurem kui ainuõigusliku turustuse korral, sest valikulise turustussüsteemi alusel on müük volitamata turustajatele piiratud. Piirangu eesmärk on muuta valikulised turustussüsteemid oma laadilt suletuks, nii et tootele on juurdepääs ainult kriteeriumidele vastavatel volitatud turustajatel, samal ajal kui volitamata turustajatel ei ole võimalik tooteid hankida. Seega aitab valikuline turustus hästi vältida survet,

⁽⁸⁹⁾ Vt punkt (149).

⁽⁹⁰⁾ Vt kohtuasi C-230/16: Coty Germany, punktid 43–58.

⁽⁹¹⁾ Vt kohtuasi C-230/16: Coty Germany, eelkõige punkt 67; vt ka käesolevate suuniste punkt (208).

⁽⁹²⁾ Vt ka punkt (208).

⁽⁹³⁾ Vt kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punkt 54. Vt ka jagu 6.1.2.3.2.

⁽⁹⁴⁾ Vt analoogia alusel ka kohtuotsus, 14. juuni 2012, Auto 24 SARL vs. Jaguar Land Rover France SAS, C-158/11, ECLI:EU:C:2012:351, punkt 31.

⁽⁹⁵⁾ Vt kohtuasi C-306/20: Visma Enterprise, punkt 78.

mida (üksnes veebis või mujal) soodushindadega müüvad turustajad avaldavad tootja ja ka volitatud turustajate marginaalidele. Selliste turustusviiside piiramine, olenemata sellest, kas see tuleneb valikulise turustamise kumulatiivsest kasutamisest või selle kasutamisest 30 % ületava turuosaga üksiktarnija poolt, vähendab tarbijate võimalusi kasutada selliste turustusviiside pakutavaid konkreetseid eeliseid, nagu madalamad hinnad, suurem läbipaistvus ja toote laialdasem kättesaadavus.

- (155) Kui üksikute valikuliste turustusvõrgustike puhul saab tugineda määrusega (EL) 2022/720 ette nähtud erandile, võib grupierandi tühistamist või määruse (EL) 2022/720 kohaldamise lõpetamist kaaluda juhul, kui sellised võrgustikud tekitavad kumulatiivset konkurentsivastast mõju. Sellist kumulatiivset konkurentsivastast mõju tõenäoliselt aga ei esine, kui valikulise turustusega hõlmatud turuosa ei ületa kokku 50 %. Konkurentsiprobleeme ei teki tõenäoliselt ka siis, kui võrgustik hõlmab turust üle 50 %, kuid viie suurima tarnija liidetud turuosa ei ületa 50 %. Kui nii viie suurima tarnija turuosa kui ka valikulise turustusega hõlmatud turuosa on üle 50 %, võib hindamine varieeruda olenevalt sellest, kas kõik viis suurimat tarnijat kasutavad valikulist turustust või mitte. Mida tugevam on nende konkurentide positsioon, kes ei kasuta valikulist turustust, seda ebatõenäolisem on, et teiste turustajate turulepääsu piiratakse. Konkurentsiprobleemid võivad tekkida juhul, kui kõik viis suurimat tarnijat kasutavad valikulist turustust. See on tõenäoline eeskätt juhul, kui suurimate tarnijate sõlmitud kokkulepped sisaldavad kvantitatiivseid valikukriteeriume, millega otseselt piiratakse volitatud turustajate arvu, või kui kohaldatavate kvalitatiivsete kriteeriumidega piiratakse teatavaid turustusviise, näiteks on kehtestatud nõue omada üht või mitut füüsilist kauplust või osutada teatavaid teenuseid, mida saab tavapäraselt teha üksnes teatavate turustusviiside puhul.
- (156) Üldjuhul ei ole aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused tõenäoliselt täidetud, kui valikuliste turustussüsteemidega, mis kumulatiivset mõju suurendavad, takistatakse turule tulla uutel turustajatel (kes suudavad kõnealuseid tooteid tõhusalt müüa, nagu soodushindadega kauplevad või üksnes veebis müüjad, kes pakuvad tarbijatele madalamaid hindu), piirates seeläbi turustamist, millega soodustatakse teatavaid olemasolevaid kanaleid ja kahjustatakse lõpptarbijaid. Kvantitatiivse valikulise turustuse kaudsemate vormide puhul, mis tulenevad näiteks puhtkvalitatiivsete valikukriteeriumide ühendamise turustajatele kehtestatud nõudega osta aastas teatava miinimumsumma eest, on kokkuvõttes kahjuliku mõju esinemine vähem tõenäoline, eriti kui asjaomane miinimumsumma ei moodusta olulist osa turustaja kõnealust liiki toodete kogukäibest ega ole suurem sellest, mida tarnijal on vaja oma suhtespetsiifilise investeeringu tagasiteenimiseks ja/või turustamisel mastaabisäästu saavutamiseks. Tarnijat, kelle turuosa ei ületa 5 %, ei loeta üldjuhul kumulatiivse mõju oluliseks suurendajaks.
- (157) Turuletuleku tõkked on asjakohased peamiselt juhul, kui piiratakse volitamata turustajate turulepääsu. Turuletuleku tõkked võivad olla märkimisväärsed siis, kui valikulist turustust kasutavad kaubamärgiga toodete tootjad, sest valikulisest turustussüsteemist välja jäetud tarnijatelt nõuab oma kaubamärkide turuletoomine või mujalt konkureerivate toodete hankimine aega ja suuri investeeringuid.
- (158) Ostujõud võib suurendada turustajate konkurentsivastase koostöö ohtu. Tugeva turupositsiooniga turustajad võivad mõjutada tarnijaid kasutama valikukriteeriume, millega piiratakse uute ja tõhusamate turustajate turulepääsu. Sellest tulenevalt võib ostujõud märgatavalt muuta valikulise turustuse võimaliku konkurentsivastase mõju analüüsi tulemusi. Tõhusamate turustajate turulepääsu piiramist võib esineda siis, kui mõni tugev turustajate organisatsioon surub tarnijale peale valikukriteeriumid, mille eesmärk on piirata turustamist oma liikmete kasuks.
- (159) Määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punkti c kohaselt ei või tarnija kehtestada otseseid ega kaudseid kohustusi, mille tõttu volitatud turustajad ei saa müüa teatavate konkureerivate tarnijate kaubamärke. Selle sätte eesmärk on heidutada horisontaalset konkurentsivastast koostööd teatavate kaubamärkide kõrvaletõrjumiseks juhtivate tarnijate kaubamärkide valikulise rühma loomise teel. Kui viie suurima tarnija turuosa kokku on 50 % või rohkem, siis seda laadi kohustusele tõenäoliselt erandit ei tehta, välja arvatud juhul, kui mitte ükski seda kohustust kehtestavast tarnijast ei kuulu turu viie suurima tarnija hulka.

- (160) Teiste tarnijate turulepääsu piiramine ei tekita üldjuhul konkurentsiprobleeme, kui sellega ei takistata teistel tarnijatel kasutada samu turustajaid, mis võib toimuda näiteks juhul, kui valikulise turustusega kaasneb ühe kaubamärgi pealesurumine. Volitatud turustajate tiheda võrgustiku või kumulatiivse mõju korral võib valikuline turustus koos mittekonkureerimiskohustusega tekitada teiste tarnijate turulepääsu piiramise ohu. Sellisel juhul kohaldatakse jaos 8.2.1 seoses ühe kaubamärgi pealesurumisega esitatud juhiseid. Kui valikulise turustusega ei kaasne mittekonkureerimiskohustust, võib teiste tarnijate turulepääsu piiramine olla siiski probleem. Selline olukord esineb juhul, kui juhtivad tarnijad ei kasuta ainult puhtkvalitatiivseid valikukriteeriume, vaid kehtestavad oma turustajatele ka teatavaid lisakohustusi, näiteks kohustuse reserveerida tarnija toodetele minimaalne müügiplind või tagada, et turustaja saavutab tarnija toodete müügiga teatava miinimumprotsendi oma kogukäibest. Sellist probleemi tõenäoliselt ei teki, kui valikulise turustusega hõlmatud turuosa ei ületa 50 % või kui see osa on suurem, siis juhul, kui viie suurima tarnija turuosa ei ületa 50 %.
- (161) Tähtis on hinnata turudünaamikat, sest kasvava nõudluse, muutuva tehnoloogia ja muutuvate turupositsioonide korral võib kahjulik mõju olla vähem tõenäoline kui väljakujunenud turu puhul.
- (162) Valikuline turustus võib olla tõhus, kui sellest tulenevalt on veonduses saavutatava mastaabisäästu tõttu võimalik hoida kokku logistikakulusid, mis võib toimuda olenemata toote laadist (vt punkti (16) alapunkt (g)). Valikulistes turustussüsteemides on seda liiki kasutegur aga harilikult vaid marginaalne. Selle hindamisel, kas valikuline turustus on õigustatud turustajatevahelise parasitluse probleemi lahendamiseks (vt punkti 16 alapunkt b) või kaubamärgi kuvandi loomiseks või säilitamiseks (vt punkti 16 alapunkt h), on oluline toote laad. Üldjuhul on valikulise turustuse kasutamine seda liiki kasutegurite saavutamiseks suurema tõenäosusega õigustatud uute toodete, komplekstoodete või selliste toodete puhul, mille omadusi on raske hinnata enne tarbimist (nn kogemustooted) või isegi pärast tarbimist (nn usaldustooted). Valikulise turustuse ühendamine asukohaklausliga volitatud turustaja kaitsmiseks selle eest, et teised volitatud turustajad avavad kaupluse tema läheduses, võib vastata aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele eelkõige juhul, kui ühendamine on hädavajalik volitatud turustaja tehtud oluliste ja suhtespetsiifiliste investeeringute kaitsmiseks (vt punkti 16 alapunkt e). Selle tagamiseks, et valitakse konkurentsi kõige vähem kahjustav piirang, on asjakohane hinnata, kas samu kasutegureid oleks võrreldavate kuludega võimalik saavutada näiteks üksnes teenindusnõuete kehtestamise teel.
- (163) Alljärgnevalt on esitatud kvantitatiivse valikulise turustuse näide.

Kestustarbe kaupade turul müüb kaubamärgi A tootja, kes on 35 % turuosaga turuliider, oma toodet tarbijatele valikulise turustusvõrgustiku kaudu. Süsteemi pääsemiseks on kehtestatud mitu kriteeriumi: kauplus peab võtma tööle koolitatud töötajaid ja tegema müügieelset reklaami, seal peab olema eraldi ala toote ja samalaadsete kõrgtehnoloogiliste toodete müügiks ning kauplus peab müüma paljusid tarnija mudelid ja need tuleb paigutada ligitõmbavalt. Peale selle on süsteemi pääsevat jaemüüjate arvu otseselt piiratud, kehtestades jaemüüjate maksimaalse arvu iga piirkonna või linna elanike arvu kohta. Tootjal A on sellel turul kuus konkurenti. Tema suurimad konkurendid on kaubamärkide B, C ja D tootjad, kelle turuosad on vastavalt 25 %, 15 % ja 10 %, teiste tootjate turuosad on väiksemad. Valikulist turustust kasutab ainult tootja A. Kaubamärgi A valikulisel turustajad kauplevad alati ka mõne konkureeriva kaubamärgiga. Konkureerivaid kaubamärke müüakse aga ulatuslikult ka kauplustes, mis ei kuulu tootja A valikulisel turustussüsteemi. Turustuskanalid on mitmesugused: näiteks kaubamärke B ja C müüakse enamikus A valikulisel kauplustes, kuid ka teistes kvaliteetse teenindusega müügikohtades ja hüpermarketites. Kaubamärki D müüakse peamiselt kõrge teenindustasemega kauplustes. Tehnoloogia areneb sellel turul suhteliselt kiiresti ja peamised tarnijad hoolitsevad reklaami teel oma toote kõrge kvaliteedi kuvandi püsimise eest.

Valikuline turustus hõlmab 35 % sellest turust. A valikuline turustussüsteem ei mõjuta otseselt kaubamärkidevahelist konkurentsi. Kaubamärgi A sisene konkurent võib väheneda, kuid tarbijatel on juurdepääs kaubamärgi A kvaliteedikuvandiga võrreldavate kaubamärkide B ja C jaemüüjatele, kelle teenindus- ja hinnatase on madal. Samuti ei ole piiratud juurdepääsu teiste kaubamärkide kõrge teenindustasemega jaemüüjatele, sest valitud turustajate võimalust müüa konkureerivaid kaubamärke ei ole piiratud ning kaubamärgi A jaemüüjate arvu piirang jätab teistele kõrgetasemelise teenindusega jaemüüjatele võimaluse turustada konkureerivaid kaubamärke. Arvestades teenindusnõudeid ja nendega tõenäoliselt kaasnevaid kasutegureid ning vähest mõju kaubamärgisisesele konkurentssile, on selle juhtumi puhul tõenäoline, et aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused on täidetud.

(164) Alljärgnevalt on esitatud kumulatiivse mõjuga valikulise turustuse näide.

Teatava spordikauba turul on seitse tootjat, kelle turuosad on vastavalt 25 %, 20 %, 15 %, 15 %, 10 %, 8 % ja 7 %. Viis suurimat tootjat turustavad oma tooteid valikulise turustuse teel, kaks väikseimat aga kasutavad erinevat liiki turustussüsteeme, seega hõlmab valikuline turustus 85 % turust. Valikulistesse turustussüsteemidesse pääsemiseks on tootjate lõikes kehtestatud ühetaolised kriteeriumid: turustajatel nõutakse ühe või mitme füüsilise kaupluse olemasolu, kõnealustes kauplustes peavad töötama koolitatud töötajad, kauplused peavad pakkuma müügieelseid teenuseid ja neis peab olema kõnealuse toote müügiks eraldi ala, mille miinimumsuurus on kindlaks määratud. Lisaks peab kõnealuse kaubamärgi valik kaupluses olema lai ning toode peab olema välja pandud ligitõmbavalt, kauplus peab asuma äritänaval ja toote käive peab moodustama vähemalt 30 % kaupluse kogukäibest. Üldjuhul volitatakse kõiki viit kaubamärki müüma sama turustaja. Kaks tootjat, kes ei kasuta valikulist turustust, müüvad harilikult vähem spetsialiseerunud jaemüüjate kaudu, kelle teenindustase on madalam. Turg on nii nõudluse kui ka pakkumise poolest stabiilne, tooted on selgelt eristatud ja tootekuvand on oluline. Viiel turuliidril on tugevad tootekuvandid, mille nad on loonud reklaami ja sponsoriuse abil, kahe väiksema tootja strateegia aga põhineb odavamatel toodetel, millel puudub tugev tootekuvand.

Sellel turul ei ole soodushindadega kauplejatel ega üksnes veebis müüjatel juurdepääsu viiele juhtivale kaubamärgile. See tuleneb asjaolust, et nõudega, mille kohaselt selle toote käive peab moodustama vähemalt 30 % turustaja kogukäibest, ning kaupade esitlemise ja müügieelse teeninduse kriteeriumidega jäetakse enamik soodushindadega kauplejaid volitatud turustajate võrgustikust välja. Peale selle jäetakse füüsilise kaupluse olemasolu nõudega võrgustikust välja need, kes müüvad üksnes veebis. Seetõttu ei ole tarbijatel muud võimalust, kui osta viit juhtivat kaubamärki kõrge teenindus- ja hinnatasemega kauplustest. Selle tulemusel väheneb viie juhtiva kaubamärgi vaheline konkurents. Olukorda ei tasakaalusta ka see, et kaht väikseimat kaubamärki on võimalik osta madala teenindus- ja hinnatasemega kauplustest, sest viie turuliidri tootekuvand on palju tugevam. Mitme kaubamärgi ainuõiguslik turustamine piirab ka kaubamärkidevahelist konkurentsi. Kuigi teataval määral esineb kaubamärgisest konkurentsi ja turustajate arvu otseselt ei piirata, on turustusvõrgustikku pääsemise kriteeriumid piisavalt ranged, nii et viie juhtiva kaubamärgi turustajaid jääb igale territooriumile vähe.

Selliste kvantitatiivsete valikuliste turustussüsteemidega seotud kasutegurid on väikesed: toode ei ole väga keeruline ega nõua ka eriti kõrgetasemelist teenindust. Kui tootjad ei suuda tõestada, et nende valikulise turustussüsteemiga on seotud selged kasutegurid, siis on tõenäoline, et grupierandile tuginemise võimalus tuleb tühistada kumulatiivse konkurentsivastase mõju tõttu, mis toob tarbijate jaoks kaasa valikuvõimaluste vähenemise ja hinnatõusu.

4.6.3. Frantsiisimine

(165) Frantsiisilepingud sisaldavad eelkõige kaubamärkide või tähistega ja oskusteabega seotud intellektuaalomandi õiguste litsentse kaupade ja teenuste kasutamiseks ja turustamiseks. Lisaks intellektuaalomandi õiguste litsentsile annab frantsiisandja frantsiisivõtjale lepingu kehtivusaajal harilikult ka kaubanduslikku või tehnilist abi. Litsents ja abi moodustavad frantsiisilepingukohase ärimeetodi lahutamatu osa. Frantsiisivõtja maksab teatava ärimeetodi kasutamise eest frantsiisandjale üldjuhul frantsiisitasu. Frantsiisimise kaudu on frantsiisandjal võimalik vähete investeringutega luua oma toodete turustamiseks ühtne võrgustik. Peale äriidee loovutamise sisaldavad frantsiisilepingud harilikult ka turustatavate toodetega seotud mitmesuguste vertikaalsete piirangute kombinatsioone, näiteks valikulist turustust ja/või mittekonkureerimiskohustust.

- (166) Frantsiisimisel (välja arvatud tööstuslikud frantsiisilepingud) on teatavad eripärad, näiteks ühetaolise ärinime ja ühetaoliste ärimetodite kasutamine (sealhulgas intellektuaalomandi õiguste litsentsimine) ja saadud eeliste eest litsentsitasu maksmine. Neid eripärasid arvesse võttes võib leida, et frantsiisisüsteemide toimimiseks hädavajalikud sätted jäävad väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala. See on seotud näiteks piirangutega, mis takistavad frantsiisivõtjal kasutada frantsiisiandja antud oskusteavet ja abi frantsiisiandja konkurentide heaks,⁽⁹⁶⁾ ja mittekonkureerimiskohustusega frantsiisivõtja ostetavate kaupade või teenuste puhul, mis on vajalik frantsiisivõrgustiku ühise identiteedi ja maine säilitamiseks. Viimasel juhul ei ole mittekonkureerimiskohustuse kehtivusaeg oluline, tingimusel et see ei ületa frantsiisilepingu kehtivust.
- (167) Frantsiisilepingute puhul võib olla võimalik tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, kui tarnija ega ostja turuosa ei ületa 30 %. Konkreetseid suuniseid turuosade arvutamise kohta frantsiisimise kontekstis on esitatud punktis (174). Frantsiisilepingus sisalduvate intellektuaalomandi õiguste litsentsimist on käsitletud punktides (71)–(87). Frantsiisilepingutes sisalduvate vertikaalsete piirangute hindamisel lähtutakse põhimõtetest, mida kohaldatakse konkreetse frantsiisilepinguga kõige lähemalt seotud turustussüsteemi suhtes. Näiteks frantsiisilepingut, mille tulemusel tekib suletud võrgustik, kus frantsiisivõtjatel on keelatud müüa mittefrantsiisivõtjatele, hinnatakse valikulise turustuse suhtes kohaldatavate põhimõtete alusel. Seevastu frantsiisilepingut, millega ei looda suletud võrgustikku, kuid millega antakse territoriaalne ainuõigus ja kaitse teiste frantsiisivõtjate aktiivse müügi eest, tuleb hinnata ainuõigusliku turustuse suhtes kohaldatavate põhimõtete alusel.
- (168) Määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja jäävaid frantsiisilepinguid tuleb hinnata eraldi aluslepingu artikli 101 alusel. Kõnealuses hindamises tuleks arvestada seda, et mida tähtsam on oskusteabe edastamine, seda tõenäolisem on see, et vertikaalsed piirangud toovad kaasa kasutegureid ja/või on hädavajalikud oskusteabe kaitsmiseks ja vastavad seega aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele.
- (169) Alljärgnevalt on esitatud frantsiisimise näide.

Tootja on välja arendanud uue maiustuste müümise viisi nn hea tuju poodides, kus maiustusi värvitakse vastavalt tarbija soovile. Samuti on maiustustetootja välja töötanud masinad maiustuste värvimiseks ja toodab värvimisvedelikke. Vedelike kvaliteet ja värskus on heade maiustuste tootmisel esmatähtsad. Tootja on oma maiustusi edukalt müünud enda jaemüügikohtades, mis kõik tegutsevad sama ärinime all ja kasutavad ühtset hea tuju kuvandit (näiteks kaupluste ühine stiil ja ühine reklaam). Müügi laiendamiseks on maiustustetootja käivitanud frantsiisimissüsteemi. Ühetaolise tootekvaliteedi ja kaupluste kuvandi tagamiseks on frantsiisivõtjad kohustatud ostma maiustusi, vedelikke ja värvimismasinaid tootja käest, kasutama sama ärinime, maksma frantsiisitasu, osalema ühises reklaamis ning hoidma saladuses frantsiisiandja koostatud kasutusjuhendit. Peale selle on frantsiisivõtjatel lubatud müüa üksnes kokkulepitud kohtades ainult lõppkasutajatele või teistele frantsiisivõtjatele. Nad ei tohi müüa oma kauplustes muid maiustusi. Frantsiisiandja kohustub mitte määrama teatavale lepingujärgsele territooriumile teisi frantsiisivõtjaid ega avama seal ise jaemüügikohta. Samuti on frantsiisiandja kohustatud ajakohastama ja arendama oma tooteid, äriperspektiive ja kasutusjuhendit ning tegema muudatused kättesaadavaks kõikidele frantsiisivõtjatele. Frantsiisilepingud on sõlmitud kümneks aastaks.

Maiustuste jaemüüjad ostavad oma kauba riiklikult turult kas kodumaistelt tootjatelt, kes võtavad arvesse kohalikke maitseharjumusi, või hulgimüüjatelt, kes nii impordivad maiustusi välisriikide tootjatelt kui ka müüvad kodumaiste tootjate maiustusi. Sellel turul konkureerivad frantsiisiandja tooted mitme kodumaise ja rahvusvahelise maiustuste kaubamärgiga, millest mõnda toodavad suured mitmekülgsed toidutööstustevõtjad. Toiduvärvimismasinate turul on frantsiisiandja turuosa alla 10 %. Jaemüüjatele müüdatavate maiustuste turul on frantsiisiandja turuosa 30 %. Maiustusi müüakse paljudes kohtades, näiteks tubakakauplustes, tavalistes toidupoodides, kohvikutes ja maiustustepoodides.

⁽⁹⁶⁾ Vt kohtuotsus, 28. jaanuar 1986, Pronuptia de Paris GmbH vs. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis, C-161/84, ECLI:EU:C:1986:41, punkt 16.

Enamikku frantsiisilepingutes sisalduvatest kohustustest võib pidada vajalikuks, et kaitsta intellektuaalomandi õigusi või säilitada frantsiisivõrgustiku ühist identiteeti ja mainet, ning seega jäävad need aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja. Müügipiirangud (see tähendab lepingujärgsete territooriumide loovutamine ja valikuline turustus) annavad frantsiisivõtjatele stiimuli investeerida frantsiisipõhimõtetele ja värvimismasinasse ning aitavad säilitada ühist identiteeti, tasakaalustades seega kaubamärgisese konkurentsi kadumist. Mittekonkureerimiskohustus, millega lepingute kehtivusajaks tõrjutakse kauplustest välja teised maiustuste kaubamärgid, võimaldab frantsiisiandjal hoida oma müügikohti ühetaolistena ja takistada konkurentidel saada kasu tema kaubanimest. Kuna teised maiustustetootjad saavad kasutada paljusid muid müügikohtasid, ei too see kaasa tõsiseid turulepääsu piiranguid. Sellest tulenevalt vastavad frantsiisilepingud tõenäoliselt aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele, kui need lepingud kuuluvad artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse.

5. Turu mõiste ja turuosa arvutamine

5.1. Turu mõistet käsitlev teatis

- (170) Turu mõistet käsitlevas teatises on esitatud suunised eeskirjade, kriteeriumide ja tõendite kohta, mida komisjon kasutab turu määratlusega seotud küsimuste kaalumisel. Seega tuleks aluslepingu artikli 101 vertikaalsete kokkulepete suhtes kohaldamise eesmärgil määratleda asjaomane turg kõnealuste suuniste, samuti mis tahes tulevaste suuniste põhjal, milles käsitletakse asjaomase turu mõistet liidu konkurentsiõiguses, sealhulgas selliste suuniste põhjal, millega võidakse turu mõistet käsitlev teatis asendada. Käesolevates suunistes käsitletakse üksnes konkreetseid määruse (EL) 2022/720 kohaldamisega seotud küsimusi, mida turu mõistet käsitlev teatis ei hõlma.

5.2. Turuosa arvutamine määruse (EL) 2022/720 alusel

- (171) Määruse (EL) 2022/720 artikli 3 kohaselt on grupierandi kohaldatavuse kindlaksmääramisel oluline nii tarnija kui ka ostja turuosa. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamiseks ei tohi ei tarnija turuosa turul, kus ta müüb lepingujärgseid kaupu või teenuseid ostjale, ega ostja turuosa turul, kus ta ostab lepingujärgseid kaupu või teenuseid, ületada 30 %. VKEde-vaheliste kokkulepete puhul ei ole üldjuhul vaja turuosa arvutada (vt punkt (28)).
- (172) Turustamistasandi vertikaalsed piirangud käsitlevad harilikult mitte ainult kaupade või teenuste müümist tarnija ja ostja vahel, vaid ka nende edasimüümist. Kuna eri turustusviisid tavaliselt omavahel konkureerivad, siis ei määratleta turge üldjuhul selle alusel, millist turustusviisi – ainuõiguslikku, valikulist või vaba turustust – kasutatakse. Sektorites, kus tarnijad müüvad üldjuhul kaupade või teenuste sortimenti, võib turu määratleda kogu sortimendi põhjal, kui ostjad peavad vastastikku asendatavateks sortimente, mitte neis sisalduvaid üksikuid kaupu või teenuseid.
- (173) Kui vertikaalsel kokkuleppel on kolm osalist, kellest igaüks tegutseb eri kaubandustasandil, siis ei tohi määruse (EL) 2022/720 kohaldamiseks ühegi osalise turuosa ületada 30 %. Nagu on täpsustatud määruse (EL) 2022/720 artikli 3 lõikes 2, siis juhul, kui mitme osalisega kokkuleppe korral ostab ettevõtja (esimene ettevõtja) lepingujärgseid kaupu või teenuseid ühelt kokkuleppes osalevalt ettevõtjalt ja müüb kõnealused lepingujärgsed kaubad või teenused teisele kokkuleppes osalevale ettevõtjale, kohaldatakse määrust (EL) 2022/720 ainult siis, kui esimese ettevõtja turuosa ei ületa 30 % künnist ei ostja ega tarnijana. Näiteks kui tootja, hulgimüüja (või jaemüüjate ühenduse) ja jaemüüja vaheline kokkulepe sisaldab mittekonkureerimiskohustust, siis ei tohi määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile tuginemiseks ei tootja ega hulgimüüja (või jaemüüjate ühenduse) turuosa nende vastavatel tarneturgetel ületada 30 % ning ei hulgimüüja (või jaemüüjate ühenduse) ega jaemüüja turuosa nende vastavatel ostuturgudel ei tohi ületada 30 %.

- (174) Kui vertikaalne kokkulepe sisaldab lisaks lepingujärgsete kaupade või teenuste tarnimisele ka intellektuaalomandi õigusi, näiteks tarnija kaubamärgi kasutamist käsitlevaid sätteid, mis aitavad ostjal lepingujärgseid kaupu või teenuseid turustada, siis on määruse (EL) 2022/720 kohaldatavuse kindlaksmääramisel tähtis tarnija turuosa sellel turul, kus ta lepingujärgseid kaupu või teenuseid müüb. Kui frantsiisandja ei tarni kaupu või teenuseid nende edasimüümiseks, vaid pakub teenuste- ja kaubavalikut koos intellektuaalomandi õigustega, mis koos moodustavad frantsiisitava ärimetodi, peab frantsiisandja võtma arvesse oma turuosa lõppkasutajatele konkreetsete kaupade või teenuste pakkumisel kasutatava ärimetodi tarnijana. Selleks peab frantsiisandja arvutama välja oma turuosa turul, kus tema ärimetodit kasutatakse, nimelt turul, kus frantsiisivõtjad kasutavad seda meetodit kaupade või teenuste tarnimiseks lõppkasutajatele. Seega peab frantsiisandja lähtuma oma turuosa arvutamisel nende kaupade või teenuste väärtusest, mida tema frantsiisivõtjad sellele turule tarnivad. Sellisel turul võivad frantsiisandja konkurentide hulka kuuluda teiste frantsiisitavate ärimetodite pakkujad, aga ka selliste asenduskaupade või -teenuste tarnijad, mille puhul frantsiisimist ei kasutata. Ilma et see piiraks sellise turu määratluse kohaldamist, peaks näiteks kiirtoitlustus-teenuste turul tegutsev frantsiisandja arvutama oma turuosa sellel turul tegutsevate frantsiisivõtjate asjaomaste müügiandmete põhjal.

5.3. Turuosa arvutamine määruse (EL) 2022/720 alusel

- (175) Nagu on sätestatud määruse (EL) 2022/720 artikli 8 punktis a, tuleks tarnija ja ostja turuosa põhimõtteliselt arvutada müügiväärtust käsitlevate andmete põhjal, võttes arvesse kõiki kaupade või teenuste müügist saadud tulu allikaid. Kui müügiväärtuse andmed ei ole kättesaadavad, võib anda põhjendatud hinnanguid muu usaldusväärse turuteabe, näiteks müügimahtude põhjal.
- (176) Ettevõtjasisene tootmine, see tähendab vahetoodete või -teenuste ettevõtjasisene tootmine või tarnimine tarnija oma tarbeks, võib olla asjakohane konkurentsi analüüsimiseks konkreetse juhtumi puhul, kuid seda ei võeta arvesse turu määramisel ega turuosa arvutamisel määruse (EL) 2022/720 alusel. Topeltturustuse stsenaariumide korral peab aga turuosa määramine ja turuosa arvutamine määruse (EL) 2022/720 artikli 8 punkti c kohaselt hõlmama tarnija enda toodete müüki tema vertikaalselt integreeritud turustajate ja agentide kaudu ⁽⁹⁷⁾. Integreeritud turustajad on seotud ettevõtjad määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 2 tähenduses.

6. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamine

6.1. Määruse (EL) 2022/720 kohased põhilised piirangud

- (177) Määruse (EL) 2022/720 artiklis 4 on loetletud põhilised piirangud. Need on tõsised konkurentsipiirangud, mis peaksid enamikul juhtudel olema keelatud, sest need kahjustavad tarbijaid. Kui vertikaalne kokkulepe sisaldab üht või mitut põhilist piirangut, jääb kogu kokkulepe määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja.
- (178) Määruse (EL) 2022/720 artiklis 4 loetletud põhilisi piiranguid kohaldatakse nende vertikaalsete kokkulepete suhtes, mis käsitlevad liidusisest kaubandust. Seega kui vertikaalne kokkulepe käsitleb ekspordi väljapoole liitu või importi/reimporti liitu, siis ei saa järeldada, et sellise kokkuleppe eesmärk on märgatavalt mõjutada konkurentsi liidus või et see suudab mõjutada liikmesriikidevahelist kaubandust ⁽⁹⁸⁾.

⁽⁹⁷⁾ Sel eesmärgil ei võeta arvesse konkureerivate tarnijate integreeritud turustajate poolset kaupade või teenuste müüki.

⁽⁹⁸⁾ Vt kohtuasi C-306/96: Javico vs. Yves Saint Laurent Parfums, punkt 20.

- (179) Põhilised piirangud määruse (EL) 2022/720 artikli 4 tähenduses on üldjuhul sellised piirangud, mille eesmärk on konkurentsi piiramine aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses ⁽⁹⁹⁾. Piirangud, mille eesmärk on konkurentsi piiramine, on ettevõtjatevahelise koostöö vormid, mida võib juba nende olemuse poolest pidada tavapärase konkurentsi nõuetekohast toimimist kahjustavaks ⁽¹⁰⁰⁾. Euroopa Liidu Kohus on leidnud, et teatavat liiki koostöö ettevõtjate vahel on konkurentsile sellisel määral kahjulik, et selle mõju ei pruugi olla vaja hinnata ⁽¹⁰¹⁾. Selliste piirangute tuvastamiseks, mille eesmärk on konkurentsi piiramine, tuleb asjaomast vertikaalset kokkulepet eraldi hinnata. Seevastu põhilised piirangud kuuluvad selliste määruses (EL) 2022/720 sätestatud piirangute kategooriasse, mille puhul eeldatakse, et üldjuhul kahjustavad need kokkuvõttes konkurentsi. Seepärast ei saa selliseid põhilisi piiranguid sisaldavate vertikaalsete kokkulepete puhul tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile.
- (180) Põhilised piirangud ei jää aga tingimata aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse. Kui määruse (EL) 2022/720 artiklis 4 loetletud põhiline piirang on teatava vertikaalse kokkuleppe rakendamiseks objektiivselt vajalik, näiteks selleks, et järgida avalikku keeldu müüa ohutus- või tervishoiukaalutlustel teatavatele klientidele ohtlikke aineid, jääb selline kokkulepe erandkorras aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja. Eespool kirjeldatu põhjal kohaldab komisjon vertikaalse kokkuleppe hindamisel järgmisi põhimõtteid:
- (a) kui vertikaalne kokkulepe sisaldab põhilist piirangut määruse (EL) 2022/720 artikli 4 tähenduses, siis jääb see kokkulepe tõenäoliselt aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse;
- (b) kokkulepe, mis sisaldab põhilist piirangut määruse (EL) 2022/720 artikli 4 tähenduses, ei vasta tõenäoliselt aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele.
- (181) Ettevõtjatel on võimalik tõendada üksikjuhtumite puhul konkurentsi soodustavat mõju aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel ⁽¹⁰²⁾. Selleks peab ettevõtja põhjendama kasutegurite tõenäosust ja seda, et tõenäoliselt tulenevad need kasutegurid kokkuleppesse põhilise piirangu lisamisest, ning tõendama, et aluslepingu artikli 101 lõike 3 muud tingimused on täidetud. Sellisel juhul hindab komisjon kõigepealt kahjulikku mõju konkurentsile, mis kokkuleppesse põhilise piirangu lisamisega tõenäoliselt kaasneb, ja annab siis lõpliku hinnangu selle kohta, kas aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused on täidetud.
- (182) Punktides (183) ja (184) esitatud näited illustreerivad seda, kuidas komisjon eespool kirjeldatud põhimõtteid kohaldab.
- (183) Alljärgnevalt on esitatud volitatud turustajate vahelise risttarnimise näide.

Valikulise turustussüsteemi korral peab volitatud turustajate vaheline risttarnimine tavaliselt lubatud olema (vt punkt (237)). Aktiivse müügi piirangud võivad aga teataval asjaoludel vastata aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Selline olukord võib esineda näiteks siis, kui eri territooriumidel asuvad volitatud hulgimüüjad peavad investeerima müügiarendustegevusse territooriumil, kus nad lepingujärgseid kaupu või teenuseid turustavad, et toetada volitatud jaemüüjate müügiarendust, ja kokkuleppes ei ole praktiline nõutavat müügiarendustegevust lepingulise kohustusena täpsustada.

⁽⁹⁹⁾ Vt komisjoni talituste 25. juuni 2014. aasta töödokument „Suunised konkurentsi piiramise eesmärgiga piirangute kohta selle kindlakstegemiseks, milliste kokkulepete puhul saab tugineda vähetähtsaid kokkuleppeid käsitlevale teatisele“ (SWD(2014) 198 final, lk 4).

⁽¹⁰⁰⁾ Vt kohtuotsus, 20. jaanuar 2016, Toshiba Corporation vs. komisjon, C-373/14 P, ECLI:EU:C:2016:26, punkt 26.

⁽¹⁰¹⁾ Vt kohtuotsus, 2. aprill 2020, Budapest Bank ja teised, C-228/18, ECLI:EU:C:2020:265, punktid 35–37 ja seal osutatud kohtupraktika.

⁽¹⁰²⁾ Vt eelkõige käesolevate suuniste punkti (16) alapunktid a–i, kus on kirjeldatud vertikaalsete piirangutega üldiselt seostatavaid võimalikke kasutegureid, ning käesolevate suuniste jagu 6.1.1 edasimüügihindade kujundamise kohta. Üldisi juhiseid kasutegurite hindamise kohta on esitatud ka artikli 101 lõiget 3 käsitlevates suunistes.

(184) Alljärgnevalt on esitatud tegeliku katsetamise näide.

Kui mõnda uut toodet katsetatakse piiratud territooriumil või kliendirühmas või kui uus toode tuuakse turule järk-järgult, võidakse turustajatel, kes on määratud seda uut toodet katsetataval turul müüma või kes osalevad järkjärgulise turuletoomise esimeses etapis (esimestes etappides), keelata aktiivne müük väljaspool katsetatavat turgu või turul (turgudel) või kliendirühmadele, kus või mille puhul toodet ei ole veel turule toodud. Sellised piirangud võivad toote katsetamiseks või turuletoomiseks vajalikul ajavahemikul jääda väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala.

6.1.1. Edasimüügihindade kujundamine

(185) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis a sätestatud põhiline piirang käsitleb edasimüügihindade kujundamist, see tähendab kokkuleppeid, mille otsene või kaudne eesmärk on piirata ostja võimet määrata kindlaks oma müügihind, sealhulgas kokkuleppeid, millega kehtestatakse kindel või minimaalne müügihind, millest ostja peab kinni pidama ⁽¹⁰³⁾. Nõue, mille kohaselt ostja peab määrama oma müügihinna teatavas vahemikus, kujutab endast edasimüügihinna kujundamist määruse artikli 4 punkti a tähenduses.

(186) Edasimüügihinna võib kujundada otseselt. Selline olukord esineb lepingusätete või kooskõlastatud tegevuse puhul, millega otseselt kehtestatakse hind, mida ostja peab klientidelt küsima, ⁽¹⁰⁴⁾ või millega lubatakse tarnijal kehtestada edasimüügihind või millega keelatakse ostjal müüa teatavast tasemest madalama hinnaga. Selge piiranguga on tegemist ka siis, kui tarnija nõuab hinna tõstmist ja ostja täidab selle nõude.

(187) Edasimüügihinna saab kujundada ka kaudselt, muu hulgas luues stiimuleid miinimumhinna järgimiseks või pärssides huvi sellest kõrvale kalduda. Järgmiste näidete näol on tegemist mitteammendava loeteluga sellisest kaudselt edasimüügihindade kujundamisest:

- (a) edasimüügi marginaali kindlaksmääramine;
- (b) maksimaalse allahindluse kindlaksmääramine, mida turustaja võib kindlaksmääratud hinnatasemelt pakkuda;
- (c) müügi edenduskulude mahahindlus või hüvitamine tarnija poolt teatavast hinnatasemest kinnipidamise korral;
- (d) reklaamitud miinimumhinna kehtestamine, millega keelatakse turustajal reklaamida teatavast tarnija kindlaksmääratud tasemest madalamaid hindu;
- (e) kindlaksmääratud edasimüügihinna sidumine konkurentide edasimüügihinnaga;
- (f) ähvardused, heidutus, hoiatused, trahvid, tarnetega viivamine või nende peatamine või lepingu lõpetamine seoses teatavast hinnatasemest kinnipidamisega.

(188) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a kohaselt ei kujuta tarnijapoolne maksimaalse edasimüügihinna või soovitusliku edasimüügihinna kehtestamine endast põhilist piirangut. Kui aga tarnija ühendab sellise maksimaalse hinna või soovitusliku edasimüügihinna stiimulitega kohaldada teatavat hinnataset või pärssib müügihinna alandamist, siis võib olla tegemist edasimüügihindade kujundamisega. Selline olukord esineks näiteks siis, kui tarnija hüvitab ostja kantud müügi edenduskulud, tingimusel et ostja ei kaldu maksimaalsest või soovituslikust edasimüügihinnast kõrvale. Müügihinna alandamise näide on see, kui tarnija ähvardab edasised tärned lõpetada, kui ostja kaldub maksimaalsest või soovituslikust edasimüügihinnast kõrvale.

⁽¹⁰³⁾ Tuleb tähele panna, et edasimüügihindade kujundamine võib olla seotud muude piirangutega, sealhulgas horisontaalse kooskõlastatud tegevusega nn *hub-and-spoke* (keskse sõlmpunktiga mudel) korralduste puhul. Neid on käsitletud horisontaalsete suuniste punktis 55.

⁽¹⁰⁴⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi AT.40428 Guess kohta, punktid 84, 86 ja 137.

- (189) Kuigi reklaamitud miinimumhinna puhul on turustajal põhimõtteliselt õigus müüa reklaamitud hinnast madalama hinnaga, ei motiveeri need turustajat madalamat müügihinda kehtestama, sest need piiravad tema suutlikkust võimalikke kliente pakutavatest allahindlustest teavitada. Sellega kõrvaldatakse jaemüüjatevahelise hinnakonkurentsi oluline element. Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a kohaldamisel käsitatakse reklaamitud miinimumhindu seega kaudse edasimüügihindade kujundamisena.
- (190) Edasimüügihindade kujundamise otsesed või kaudsed viisid võivad olla tulemuslikumad, kui need ühendatakse madalaid hindu pakkuvate turustajate kindlakstegemise meetmetega, näiteks hinnavaatlussüsteemi rakendamisega või jaemüüjate kohustusega teatada turustusvõrgustiku teistest liikmetest, kes standardhinnatasemest kõrvale kalduvad.
- (191) Hinnavaatlust kasutatakse üha enam e-kaubanduses, kus nii turustajad kui ka jaemüüjad sageli kasutavad spetsiaalset hinnavaatlustarkvara⁽¹⁰⁵⁾. Selline tarkvara suurendab turuhindade läbipaistvust ja võimaldab tootjatel tulemuslikult jälgida edasimüügihindu oma turustusvõrgustikus⁽¹⁰⁶⁾. Samuti võimaldab see jaemüüjatel jälgida oma konkurentide hindu. Hinnavaatlus ja hindadest teavitamine iseenesest ei kujuta endast siiski edasimüügihindade kujundamist.
- (192) Agendilepingu alusel määrab müügihinna üldiselt kindlaks käsundiandja, sest tema kannab müügiga seotud kommerts- ja finantsriskid. Kui aga leping ei vasta tingimustele, mis võimaldaks selle liigitada aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jäävaks agendilepinguks (vt eelkõige käesolevate suuniste punktid (30)–(34)), on mis tahes otsene või kaudne kohustus, millega keelatakse või piiratakse agendil jagada oma hüvitist kliendiga – olenemata sellest, kas hüvitis on kindlaks määratud või muutuv –, põhiline piirang määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a tähenduses⁽¹⁰⁷⁾. Seejärel tuleks agendile jätta võimalus alandada kliendi makstavat tegelikku hinda, vähendamata sealjuures käsundiandja saadavat tulu⁽¹⁰⁸⁾.
- (193) Täitmiskokkuleppe alusel sõlmib tarnija ostjaga vertikaalse lepingu tarnija ja konkreetse kliendi vahel varem sõlmitud tarnelepingu täitmiseks. Kui täitmisteenuseid osutava ettevõtja valib tarnija, ei kujuta tarnijapoolne edasimüügihinna kehtestamine endast edasimüügihindade kujundamist. Sellisel juhul ei piira täitmiskokkuleppe kehtestatud edasimüügihind kliendile kaupade või teenuste tarnimisel ega täitmisteenuste osutamisel konkurentsi. See kehtib näiteks siis, kui klient ostab kaupu veebiplatvormimajanduse valdkonnas tegutselt ettevõtjalt, mida ühise kaubamärgi all haldab rühm sõltumatuid jaemüüjaid, ning see ettevõtja määrab kindlaks kaupade müügihinna ja edastab tellimused täitmiseks jaemüüjatele⁽¹⁰⁹⁾. Seevastu kui täitmisteenuseid osutava ettevõtja valib klient, võib edasimüügihinna kehtestamine tarnija poolt täitmisteenuste osutamisel konkurentsi piirata. Sellisel juhul võib edasimüügihinna kehtestamise näol olla tegemist edasimüügihindade kujundamisega.
- (194) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a kohaldatakse täielikult veebiplatvormimajanduse suhtes. Eelkõige kui ettevõtja osutab veebipõhiseid vahendusteenuseid määruse artikli 1 lõike 1 punkti e tähenduses, siis on ta nende teenuste tarnija ja seega kohaldatakse määruse artikli 4 punkti a piirangute suhtes, mille ettevõtja on veebipõhiste vahendusteenuste kasutajatele seoses veebipõhiste vahendusteenuste kaudu müüdavate kaupade või teenuste müügihinnaga kehtestanud. Kuigi see ei takista veebipõhiste vahendusteenuste osutajal pakkuda teenuste kasutajatele stiimuleid oma kaupade või teenuste konkurentsivõimelise hinnaga müümiseks või oma

⁽¹⁰⁵⁾ Vt e-kaubandussektori uuringu lõpparuanne, punktid 602–603.

⁽¹⁰⁶⁾ Vt komisjoni otsused juhtumi AT.40182 Pioneer kohta, põhjendus 136 ja 155, juhtumi AT.40469 Denon & Marantz kohta, põhjendus 95, juhtumi AT.40181 Philips kohta, põhjendus 64, ja juhtumi AT.40465 Asus kohta, põhjendus 27.

⁽¹⁰⁷⁾ Kui piiratakse määruse artikli 1 lõike 1 punktis e määratletud veebipõhiste vahendusteenuste osutaja võimet jagada veebipõhiste vahendusteenuste osutamise eest saadavat hüvitist, siis ei ole tegemist põhilise piiranguga määruse artikli 4 punkti a tähenduses, kuna ei piirata ostja võimet määrata oma müügihinda. Vt käesolevate suuniste punkte (64)–(67), eelkõige punkti (67) alapunkti a.

⁽¹⁰⁸⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi nr IV/32.737 Eirpage kohta, eelkõige põhjendus 6.

⁽¹⁰⁹⁾ Käesolevad suunised ei piira sellise täitmismudeli loonud ja seda haldavate jaemüüjate vaheliste horisontaalsete kokkulepete hindamist aluslepingu artikli 101 alusel, võttes arvesse horisontaalsetes suunistes esitatud juhiseid.

hindade alandamiseks, on veebipõhiste vahendusteenuste osutaja poolt tema vahendatavate tehingute kindlaksmääratud või minimaalse müügihinna kehtestamine põhiline piirang määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a tähenduses.

- (195) Euroopa Liidu Kohus on mitmes kohtuasjas leidnud, et edasimüügihindade kujundamise eesmärk on konkurentsi piiramine aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses ⁽¹¹⁰⁾. Nagu on aga märgitud punktides (179)–(181), ei tähenda piirangu käsitlemine põhilise piiranguna või sellise piiranguna, mille eesmärk on konkurentsi piirata, iseenesest seda, et sellega rikutakse aluslepingu artiklit 101. Kui ettevõtjad leiavad, et edasimüügihindade kujundamisega suurendatakse konkreetse juhtumi puhul tõhusust, võivad nad tugineda aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel tõhusust käsitlevatele põhjendustele.
- (196) Edasimüügihindade kujundamine võib piirata kaubamärgisest ja/või kaubamärkidevahelist konkurentsi mitmel viisil.
- (a) Edasimüügihindade kujundamine võib hõlbustada konkurentsivastast koostööd tarnijate vahel, suurendades hindade läbipaistvust turul, mille tõttu on kergem kindlaks teha, kas tarnija kaldub hindu alandades kõrvale konkurentsivastaselt kokku lepitud tasakaalu tagamisest. See negatiivne mõju on tõenäolisem turgudel, kus esineb ulatuslikult konkurentsivastast koostööd, näiteks kui tarnijad moodustavad tugeva oligopoli ja kui oluline osa turust on hõlmatud edasimüügihindade kujundamise kokkulepetega.
 - (b) Edasimüügihindade kujundamine võib hõlbustada ostjatevahelist konkurentsivastast koostööd turustamise tasandil, eriti kui selle algatavad ostjad. Tugevad või hästi organiseerunud ostjad võivad suuta sundida või veenda ühte või mitut tarnijat kehtestama oma edasimüügihinna konkureerivast tasemest kõrgemale, mis aitab ostjatel saavutada konkurentsivastaselt kokku lepitud tasakaalu või seda stabiliseerida. Edasimüügihindade kujundamisega seatakse jaemüüjatele kohustus mitte kalduda kõrvale konkurentsivastaselt kokku lepitud tasakaalu tagamisest hindade alandamise teel.
 - (c) Samuti võib edasimüügihindade kujundamine nõrgendada konkurentsi tootjate ja/või jaemüüjate vahel, eelkõige juhul, kui tootjad kasutavad oma toodete turustamiseks samu turustajaid ja nad kõik või paljud neist kasutavad edasimüügihindade kujundamist.
 - (d) Edasimüügihindade kujundamine võib vähendada survet tootja marginaalile, eelkõige juhul, kui tootjal on probleeme kohustustest kinnipidamisega, see tähendab kui ta on huvitatud järgnevatele turustajatele kehtestatud hindade alandamisest. Sellises olukorras võib tootja eelistada edasimüügihindade kujundamises kokku leppida, mis aitaks tal võtta kohustuse järgnevate turustajate jaoks hinda mitte alandada ja vähendada survet oma marginaalile.
 - (e) Turustajatevahelise hinnakonkurentsi vältimise teel võib edasimüügihindade kujundamine uute või tõhusamate turustusviiside turuletulekut või turul laienemist ära hoida või seda takistada, vähendades seeläbi innovatsiooni turustamise tasandil.
 - (f) Turuvõimuga tarnija võib kasutada edasimüügihindade kujundamist selleks, et sulgeda turg väiksematele konkurentidele. Suurem marginaal, mida edasimüügihindade kujundamine võib turustajatele pakkuda, võib neid motiveerida eelistama klientide nõustamisel selle tarnija kaubamärki teiste konkureerivate kaubamärkide ees isegi juhul, kui selline nõuanne ei ole klientide huvides, või kõnealuseid konkureerivaid kaubamärke üldse mitte müüma.
 - (g) Edasimüügihindade kujundamise otsene mõju on kaubamärgisese konkurentsi kõrvaldamine, sest sellega takistatakse teatavatel või kõikidel turustajatel alandada asjaomase kaubamärgi hindu, mille tulemusel selle kaubamärgi hinnad tõusevad.
- (197) Eriti tarnijatest lähtuva edasimüügihindade kujundamisega võivad aga kaasneda ka kasutegurid. Kui ettevõtjad tuginevad edasimüügihindade kujundamise puhul kasuteguritel põhinevale kaitsele, siis peavad nad suutma seda põhjendada konkreetsete tõenditega ja tõendada, et kõik aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused on konkreetse juhtumi puhul täidetud ⁽¹¹¹⁾. Alljärgnevalt on esitatud neli näidet sellise kasuteguritel põhineva kaitse kohta.
- (a) Kui tootja toob turule uue toote, võib edasimüügihindade kujundamine olla tulemuslik viis stimuleerida turustajaid rohkem arvestama tootja huviga tegeleda selle toote müügiarendusega. Aluslepingu artikli 101 lõikega 3 on nõutud, et olemas ei tohi olla realistlikke ja vähem piiravaid alternatiivseid võimalusi, mille abil motiveerida turustajaid toote müügiarendusega tegelema. Selle nõude täitmiseks võivad tarnijad näiteks näidata, et praktikas ei ole võimalik kehtestada lepinguga kõikidele ostjatele toimivaid müügiarend-

⁽¹¹⁰⁾ Vt kohtuotsus, 3. juuli 1985, Binon vs. AMP, C-243/83, ECLI:EU:C:1985:284, punkt 44; kohtuotsus, 1. oktoober 1987, VVR vs. Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten, C-311/85, ECLI:EU:C:1987:418, punkt 17; kohtuotsus, 19. aprill 1988, Erauw-Jacquery vs. La Hesbignonne, C-27/87, ECLI:EU:C:1988:183, punkt 15.

⁽¹¹¹⁾ Määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 2 kohaselt lasub aluslepingu artikli 101 lõike 3 tulenevat eelist taotleval ettevõtjal kohustus tõendada, et aluslepingu kõnealuse lõike tingimused on täidetud.

duskohustusi. Sellistel asjaoludel võib järeldada, et uue toote turuletoomise hõlbustamiseks piiratud ajavahemikuks kindlaksmääratud või minimaalsete jaemüügihindade kehtestamine soodustab kokkuvõttes konkurentsi.

- (b) Kindlaksmääratud edasimüügihinnad ja mitte ainult maksimaalsed edasimüügihinnad võivad olla vajalikud selleks, et korraldada lühiajaline (enamikul juhtudel 2–6 nädalat) koordineeritud madalate hindadega kampaania, eelkõige sellises turustussüsteemis, kus tarnija kohaldab ühtset turustusviisi, näiteks frantsiisimissüsteemis. Sellistel juhtudel võib kindlaksmääratud jaehindade kehtestamist pidada kokkuvõttes konkurentsi soosivaks, arvestades et need hinnad on ajutised.
- (c) Minimaalset edasimüügihinda või reklaamitud miinimumhinda saab kasutada selleks, et takistada teatavat turustajat müümast teatava tarnija toodet alla omahinna. Kui turustaja müüb toodet edasi alla hulgihinna, võib see kahjustada toote kaubamärgi kuvandit ja aja jooksul vähendada üldist nõudlust toote järele ning õõnestada tarnija motivatsiooni investeerida kvaliteeti ja kaubamärgi kuvandisse. Sellisel juhul võib olukorda, kus sellele turustajale kehtestatakse suunatud minimaalne edasimüügihind või reklaamitud miinimumhind ning seetõttu ei saa ta müüa alla hulgihinna, pidada kokkuvõttes konkurentsi soosivaks.
- (d) Mõnes olukorras võib täiendav marginaal, mida edasimüügihindade kujundamine pakub, võimaldada jaemüüjatel pakkuda täiendavaid müügieelseid teenuseid, eriti komplekstoodete puhul. Juhul kui piisav arv tarbijaid kasutab kõnealuseid teenuseid toote valimiseks, kuid ostab seejärel toote madalama hinnaga jaemüüjalt, kes ei paku selliseid teenuseid (ega kannab seega kõnealuseid kulusid), võivad kõrgema teenindustasemega jaemüüjad vähendada selliste tarnija toote nõudlust suurendavate müügieelsete teenuste osutamist või selle lõpetada. Tarnija peab tõendama, et turustamise tasandil esineb parasiitluse oht, et kindlaksmääratud või minimaalne edasimüügihind loob piisavad stiimulid müügieelsetesse teenustesse investeerimiseks ning et sellise parasiitlusprobleemi lahendamiseks puuduvad teised realistlikud ja vähem piiravad võimalused. Sellises olukorras on tõenäosus, et edasimüügihindade kujundamist käsitatakse konkurentsi soodustavana, suurem siis, kui tarnijatevaheline konkurents on tihe ja tarnija turujõud piiratud.
- (198) Soovituslike või maksimaalsete müügihindade kasutamise korral võib tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, juhul kui ühegi kokkuleppeosalise turuosa ei ületa 30 % künnist ja kui sellega ei kaasne minimaalse või kindlaksmääratud müügihinna kehtestamine mõne osalise avaldatava surve või tema pakutava stiimuli tulemusel, nagu on sätestatud punktides (187) ja (188). Punktides (199)–(201) on antud suuniseid soovituslike või maksimaalsete edasimüügihindade hindamiseks juhul, kui turuosa künnis on ületatud.
- (199) Soovituslike ja maksimaalsete hindadega kaasnedes võib oht konkurentsile seisneb selles, et esiteks võivad need muutuda edasimüüjatele võrdlusaluseks ja kõik või peaaegu kõik edasimüüjad võivad hakata neid järgima. Teiseks võivad need vähendada konkurentsi või hõlbustada tarnijatevahelist konkurentsivastast koostööd.
- (200) Oluline tegur soovituslike või maksimaalsete edasimüügihindade võimaliku konkurentsivastase mõju hindamisel on tarnija turupositsioon. Mida tugevam on tarnija turupositsioon, seda suurem on oht, et edasimüüjad hakkavad soovituslikke või maksimaalseid edasimüügihindu suhteliselt ühtemoodi kasutama, sest neil võib olla raske kalduda kõrvale nendest hindadest, mida nad peavad sellise olulise tarnija väljapakutud eelistatavateks edasimüügihindadeks.
- (201) Kui soovituslike või maksimaalsete edasimüügihindadega kaasneb märgatav konkurentsivastane mõju, siis tuleb hinnata, kas need vastavad aluslepingu artikli 101 lõikega 3 ette nähtud erandi andmise tingimustele. Maksimaalsete edasimüügihindade puhul võib eriti oluline olla topeilmarginaali lisamise⁽¹¹²⁾ vältimine. Maksimaalne edasimüügihind võib aidata tagada ka seda, et tarnija kaubamärk konkureerib jõulisemalt sama turustajaga turustatavate muude kaubamärkidega, sealhulgas tema oma kaubamärgiga.

⁽¹¹²⁾ Vt sellega seoses punkte 13 ja (16).

6.1.2. Määruse (EL)2022/720 artikli 4 punktide b, c, d ja e kohased põhilised piirangud

6.1.2.1. Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktide b, c, d ja e kohaseks põhiliseks piiranguks liigitamine

(202) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktides b, c ja d on loetletud põhilised piirangud ja erandid, mida eri liiki turustussüsteemide (ainuõiguslik, valikuline või vaba turustus) puhul kohaldatakse. Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis b, punkti c alapunktis i ja punktis d sätestatud põhilised piirangud käsitlevad kokkuleppeid, mille eesmärk on otseselt või kaudselt, üksikult või osaliste kontrolli all olevate muude teguritega kombineeritult piirata territooriumi või kliente, kuhu või kellele ostja või tema kliendid võivad lepingujärgseid kaupu või teenuseid müüa. Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti c alapunktides ii ja iii on sätestatud, et valikulise turustussüsteemi puhul on samal või erinevatel kaubandustasanditel tegutsevate valikulise turustussüsteemi liikmete vaheliste ristarnete piiramise ning jaemüügi tasandil tegutsevate valikulise turustussüsteemi liikmete poolt lõppkasutajatele suunatud aktiivse või passiivse müügi piiramise näol tegemist põhiliste piirangutega. Määruse artikli 4 punkte b, c ja d kohaldatakse olenemata kasutatavatest müügikanalitest, näiteks olenemata sellest, kas müük toimub veebis või mujal.

(203) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis e on sätestatud, et vertikaalse kokkuleppe näol, mille eesmärk on otseselt või kaudselt, üksikult või osaliste kontrolli all olevate muude teguritega kombineeritult takistada ostjal või tema klientidel tõhusalt kasutada internetti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teataval territooriumil või teatavatele klientidele, on tegemist põhilise piiranguga. Sellise vertikaalse kokkuleppe eesmärk, mis sisaldab üht või mitut veebimüügi või veebireklaami piirangut, ⁽¹¹³⁾ millega *de facto* keelatakse ostjal kasutada internetti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks, on vähemalt piirata passiivset müüki lõppkasutajatele, kes soovivad osta veebis ja asuvad väljaspool ostja füüsilist kauplemisspiirkonda ⁽¹¹⁴⁾. Seepärast jäävad sellised kokkulepped määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti e kohaldamisalasse. Sama kehtib vertikaalsete kokkulepete puhul, millega otseselt ei keelata, kuid mille eesmärk on takistada ostjal või tema klientidel kasutada tõhusalt internetti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teataval territooriumidel või teatavatele klientidele. Selline olukord esineb näiteks vertikaalsete kokkulepete puhul, mille eesmärk on oluliselt vähendada lepingujärgsete kaupade või teenuste veebimüügi kogumahtu või lõppkasutajate võimalust lepingujärgseid kaupu või teenuseid veebis osta. Samamoodi esineb selline olukord vertikaalsete kokkulepete puhul, mille eesmärk on takistada ostjal kasutada tervet (üht või mitut) veebipõhist reklaamikanalit, näiteks otsingumootoreid ⁽¹¹⁵⁾ või hinnavõrdlusteenuseid, või takistada ostjal oma veebipoe loomist või kasutamist ⁽¹¹⁶⁾. Selle hindamisel, kas piirangu näol on tegemist põhilise piiranguga määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti e tähenduses, võib võtta arvesse piirangu sisu ja konteksti, kuid see ei saa sõltuda turuspetsiifilistest asjaoludest ega vertikaalse kokkuleppe osaliste individuaalsetest tunnusjoontest.

(204) Punktis (202) osutatud põhilised piirangud võivad tuleneda otsestest kohustustest, näiteks kohustusest mitte müüa teataval territooriumidel või teatavatele klientidele või kohustusest suunata selliste klientide tellimused teistele turustajatele. Samuti võivad need tuleneda näiteks järgmistest kaudsetest meetmetest, mida tarnija kohaldab eesmärgiga mõjutada turustajat sellistele klientidele mitte müüma:

(a) nõue, et ostja taotleb sellistele klientidele müümiseks tarnija eelneva heakskiidu ⁽¹¹⁷⁾;

(b) soodustuste või allahindluste keelamine või nende vähendamine, kui ostja sellistele klientidele müüb, ⁽¹¹⁸⁾ või ostjale hüvitiste maksmine juhul, kui ta lõpetab sellistele klientidele müümise;

(c) toodete tarnimise lõpetamine, kui ostja sellistele klientidele müüb;

⁽¹¹³⁾ Vt ka punktid (204), (206) ja (210) seoses veebimüügi ja veebireklaami piirangute eri liikidega.

⁽¹¹⁴⁾ Vt ka kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punkt 54.

⁽¹¹⁵⁾ Vt ka komisjoni otsus juhtumi AT.40428 Guess kohta, põhjendused 118–126.

⁽¹¹⁶⁾ Vt kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punktid 56 ja 57, ning käesolevate suuniste punkt (224).

⁽¹¹⁷⁾ Vt nt kohtuasi T-77/92: Parker Pen vs. komisjon, punkt 37.

⁽¹¹⁸⁾ Vt nt kohtuotsus, 9. juuli 2009, Peugeot ja Peugeot Nederland vs. komisjon, T-450/05, ECLI:EU:T:2009:262, punkt 47.

- (d) tarnemahtude piiramine või vähendamine näiteks nii, et mahud vastavad teatavatel territooriumidel asuvate klientide või teatavate kliendirühmade nõudlusele;
 - (e) vertikaalse kokkuleppe lõpetamise ⁽¹¹⁹⁾ või selle pikendamata jätmisega ähvardamine, kui ostja sellistele klientidele müüb;
 - (f) turustajalt kõrgema hinna nõudmine toodete eest, mida sellistele klientidele müüakse ⁽¹²⁰⁾;
 - (g) ostja poolt sellistele klientidele suunatud müügi osakaalu piiramine;
 - (h) ostja takistamine kasutada toodete pakenditel või nende müügiesenduseks täiendavaid keeli ⁽¹²¹⁾;
 - (i) mõne muu toote tarnimine vastutasuna selle eest, et ostja lõpetab müügi sellistele klientidele;
 - (j) ostjale sellistele klientidele müügi lõpetamise eest maksmine;
 - (k) ostja kohustamine andma sellistelt klientidelt saadud kasumi üle tarnijale ⁽¹²²⁾;
 - (l) selliste toodete väljajätmine tarnija hüvitatavast kogu liitu hõlmavast garantiiteenusest, mida müüakse edasi väljaspool ostja territooriumi või mida müüvad ostja territooriumil muudel territooriumidel asuvad ostjad ⁽¹²³⁾.
- (205) Meetmed, millega tootjal võimaldatakse veenduda tarnitud kaupade sihtkohas, näiteks erinevate etikettide, konkreetsete keelte või seerianumbrite kasutamine või auditi korraldamine, et kontrollida, kas ostja peab muudest piirangutest kinni, ⁽¹²⁴⁾ või sellega ähvardamine, ei ole iseenesest konkurentsipiirangud. Neid võidakse aga pidada ostja müügi põhilise piirangu osaks, kui tarnija kasutab neid tarnitud kaupade sihtkoha kontrollimiseks, näiteks kui neid kasutatakse koos ühe või mitme punktides (203) ja (204) nimetatud tavaga.
- (206) Lisaks punktides (202)–(204) sätestatud otsestele ja kaudsetele piirangutele võivad otsestest ja kaudsetest kohustustest tuleneda ka konkreetset veebimüügiga seotud põhilised piirangud. Peale otsese keelu kasutada lepingujärgsete kaupade või teenuste müügiks interneti on alljärgnevalt esitatud näiteid kohustustest, mille otsene või kaudne eesmärk on takistada ostjal tõhusalt kasutada interneti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teatavatel territooriumidel või teatavatele kliendirühmadele määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti e tähenduses.
- (a) Nõue, et ostja takistab teisel territooriumil asuvatel klientidel vaadata tema veebisaiti või e-poodi või suunab kliendid ümber tootja või teise müüja e-poodi. Ostja kohustamine pakkuma linke tarnija või teiste müüjate e-poodidesse ei ole aga põhiline piirang ⁽¹²⁵⁾.
 - (b) Nõue, et ostja lõpetab tarbijate veebipõhised tehingud, kui nende krediitkaardiandmetest ilmneb aadress, mis ei asu turustaja territooriumil ⁽¹²⁶⁾.
 - (c) Nõue, et ostja müüb lepingujärgseid tooteid või teenuseid ainult füüsilises ruumis või spetsialiseerunud töötajate füüsilise juuresoleku korral ⁽¹²⁷⁾.

⁽¹¹⁹⁾ Vt nt kohtuotsus, 6. juuli 2009, Volkswagen vs. komisjon, T-62/98, ECLI:EU:T:2000:180, punkt 44.

⁽¹²⁰⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi AT.40433 „Filmidel põhinev kaup“ kohta, põhjendus 54.

⁽¹²¹⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi AT.40433 „Filmidel põhinev kaup“ kohta, põhjendused 52 ja 53.

⁽¹²²⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi AT.40436 Nike kohta, põhjendus 57, komisjoni otsus juhtumi AT.40433 „Filmidel põhinev kaup“ kohta, põhjendused 61–63.

⁽¹²³⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi AT.37975 PO/Yamaha kohta, põhjendused 111 ja 112. Seevastu sellise korralduse eesmärk, mille kohaselt tarnija lepib oma turustajatega kokku, et kui üks turustaja müüb teisele turustajale loovutatud territooriumil, peab esimene turustaja maksma teisele turustajale osutatava teenuse kuludel põhineva tasu, ei ole turustajate müügi piiramine väljaspool neile loovutatud territooriume (vt kohtuotsus, 13. jaanuar 2004, JCB Service vs. komisjon, T-67/01, ECLI:EU:T:2004:3, punktid 136–145).

⁽¹²⁴⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi AT.40436 Nike kohta, põhjendused 71 ja 72, komisjoni otsus juhtumi AT.40433 „Filmidel põhinev kaup“ kohta, põhjendused 65 ja 66.

⁽¹²⁵⁾ Määruse (EL) 2018/302 artikkel 3.

⁽¹²⁶⁾ Määruse (EL) 2018/302 artikkel 5.

⁽¹²⁷⁾ Vt kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punktid 36 ja 37.

- (d) Nõue, et ostja taotleb enne üksikute veebipõhiste müügitehingute tegemist tarnija eelnevat luba.
- (e) Ostjale kehtestatud keeld kasutada oma veebisaidil või e-poes tarnija kaubamärke ja tootemärke.
- (f) Ostjale kehtestatud keeld luua või hallata üht või mitut e-poodi, olenemata sellest, kas e-poe teenust pakutakse ostja enda serveri või kolmanda isiku serveri kaudu ⁽¹²⁸⁾.
- (g) Ostjale kehtestatud keeld kasutada tervet veebipõhist reklaamikanalit, näiteks otsingumootorit ⁽¹²⁹⁾ või hinnavõrdlusteenust, või piirangud, millega kaudselt keelatakse terve veebipõhise reklaamikanali kasutamine, nagu kohustus mitte kasutada tarnija kaubamärke ega tootemärke otsingumootorites viitamisega seotud pakkumustes või keeld esitada hinnavõrdlusteenuste tarbeks hinnateavet. Selliste piirangute eesmärk on takistada ostjal interneti tõhusat kasutamist lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teatavatel territooriumidel või teatavatele klientidele, sest nendega piiratakse ostja suutlikkust suunata oma tegevus klientidele väljaspool tema füüsilist kauplemiskohta, teavitada neid oma pakkumistest ja meelitada neid oma e-poodi või muudesse müügikanalitesse. Konkreetse hinnavõrdlusvahendi või otsingumootori kasutamise keelamise puhul ei ole üldjuhul tegemist põhilise piiranguga, sest ostja võib oma veebimüügiga seotud tegevusest teadlikkuse suurendamiseks kasutada muid veebipõhiseid reklaamiteenuseid. Asjaomase veebipõhise reklaamikanali enim kasutatavate reklaamiteenuste kasutamise keelu näol võib aga olla tegemist põhilise piiranguga, kui selle reklaamikanali ülejäänud teenuste abil ei ole sisuliselt võimalik kliente ostja e-poodi meelitada.

(207) Erinevalt punktis (204) osutatud piirangutest võib nõuete puhul, mille tarnija on kehtestanud ostjale selle kohta, kuidas lepingujärgseid kaupu või teenuseid tuleb müüa, olla olenemata turustussüsteemist võimalik tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile. Eelkõige võib tarnija kehtestada kvaliteediga seotud nõudeid. Näiteks võib tarnija valikulise turustussüsteemi puhul kehtestada nõuded seoses ostja kaupluse minimaalse suuruse ja välisilmega (näiteks mööbel, sisustus, disain, valgustus ja põrandakatted) või toote esitlemisega (näiteks minimaalne arv kaubamärgiga tooteid, mis tuleb välja panna, ja miinimumkaugus toodete vahel) ⁽¹³⁰⁾.

(208) Samamoodi võib tarnija kehtestada ostjale nõudeid seoses sellega, kuidas tuleb lepingujärgseid kaupu või teenuseid veebis müüa. Konkreetsete müügikanalite, näiteks internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamist käsitlevate piirangute või veebimüügi jaoks kvaliteedinormide kehtestamise puhul võib olenemata turustussüsteemi liigist üldjuhul tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, tingimusel et nende kaudne eesmärk ei ole takistada ostjal tõhusalt kasutada internetti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teatavatel territooriumidel või teatavatele klientidele. Veebimüügi piirangutel ei ole üldjuhul sellist eesmärki, kui ostja võib pidada oma e-poodi ⁽¹³¹⁾ ja teha veebis reklaami ⁽¹³²⁾. Sellisel juhul ei takistata ostjal tõhusalt kasutada internetti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks. Alljärgnevalt on esitatud näited veebimüüki käsitlevate nõuete kohta, mille puhul võib tugineda määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile.

- (a) Nõuded, mille eesmärk on tagada ostja e-poe kvaliteet või teatav välisilme.
- (b) Nõue seoses lepingujärgsete kaupade või teenuste väljapanekuga e-poes (näiteks minimaalne arv artikleid, mis tuleb välja panna, tarnija kaubamärkide või tootemarkide väljapaneku viis).
- (c) Otsene või kaudne internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise keeld ⁽¹³³⁾.
- (d) Nõue, et ostjal on üks või enam füüsilist kauplust või müügisalongi, näiteks tarnija valikulise turustussüsteemi liikmeks saamise tingimusena.

⁽¹²⁸⁾ Vt ka punkt (203).

⁽¹²⁹⁾ Vt ka komisjoni otsus juhtumi AT.40428 Guess kohta, põhjendused 118–126.

⁽¹³⁰⁾ Muud näiteid on esitatud e-kaubandussektori uuringu lõpparuande punktis 241.

⁽¹³¹⁾ Vt kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punktid 56 ja 57, ning käesolevate suuniste punkt (224).

⁽¹³²⁾ Vt ka komisjoni otsus juhtumi AT.40428 Guess kohta, põhjendused 118–126, ja käesolevate suuniste punkt 200.

⁽¹³³⁾ Kohtuasi C-230/16: Coty Germany, punktid 64–69; vt ka käesolevate suuniste jagu 8.2.3.

- (e) Nõue, et ostja müüb vähemalt teatava absoluutkoguse lepingujärgseid kaupu või teenuseid mujal kui veebis (väärtuse või mahu järgi, kuid mitte osakaaluna oma kogumüügist), et tagada tema füüsilise kaupluse tõhus toimimine. See nõue võib olla kõikide ostjate puhul sama või see võidakse kindlaks määrata eri tasemel iga ostja puhul, lähtudes sellistest objektiivsetest kriteeriumidest nagu ostja suurus võrreldes teiste ostjatega või tema geograafiline asukoht.
- (209) Nõude puhul, mille kohaselt maksab ostja veebis ja mujal müüdavate toodete eest erinevat hulgihinna (kahe hinnataseme kehtestamine), võib tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, sest sellega võidakse stimuleerida või premeerida veebi- ja muudesse müügikanalitesse tehtavate investeeringute sobilikku taset, tingimusel et selle eesmärk ei ole piirata müüki teatavatel territooriumidel või teatavatele klientidele, nagu on ette nähtud määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktidega b, c ja d⁽¹³⁴⁾. Kui selliste hulgihinna erinevuste eesmärk on aga takistada ostjal tõhusalt kasutada internetti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teatavatel territooriumidel või teatavatele klientidele, siis on tegemist põhilise piiranguga määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti e tähenduses. See kehtib eelkõige juhul, kui hulgihinna erinevuse tõttu ei ole veebimüük kasumlik või rahaliselt jätkusuutlik⁽¹³⁵⁾ või kui kaht hinnataset kasutatakse ostjale veebimüügiks kättesaadavaks tehtavate toodete koguse piiramiseks⁽¹³⁶⁾. Seevastu võib kahe hinnataseme puhul tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile juhul, kui hulgihinna erinevus on põhjendatult seotud erinevustega investeeringutes ja kuludes, mida ostja teeb igas kanalis müümiseks. Samamoodi võib tarnija nõuda erinevat hulgihinna toodete puhul, mida kavatakse müüa veebi- ja muude kanalite kombineerimise teel, kui hinnaerinevuses võetakse arvesse seda liiki turustusega seotud investeeringuid või kulusid. Osalised võivad kokku leppida kahe hinnataseme rakendamiseks sobivas meetodis, mis võib muu hulgas hõlmata näiteks raamatupidamisarvestuse tagantjärele tasakaalustamist tegeliku müügi põhjal.
- (210) Veebireklaami piirangute puhul võib tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, tingimusel et piirangute eesmärk ei ole takistada ostjal kasutada tervet reklaamikanalit. Veebireklaami piirangud, mille puhul saab erandile tugineda, on näiteks
- (a) nõue, mille kohaselt veebireklaam peab vastama teatavatele kvaliteedinormidele või sisaldama konkreetset sisu või teavet;
- (b) nõue, et ostja ei kasuta selliste konkreetsete veebireklaami pakkujate teenuseid, kes ei täida teatavaid kvaliteedinorme;
- (c) ja nõue, et ostja ei kasuta oma e-poe domeeninimes tarnija kaubamärgi nime.

6.1.2.2. Aktiivse ja passiivse müügi erinevus

- (211) Määruse (EL) 2022/720 artiklis 4 on eristatud aktiivse müügi piiranguid ja passiivse müügi piiranguid ainuõiguslike turustussüsteemide puhul. Määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktides l ja m on esitatud aktiivse ja passiivse müügi määratlused.
- (212) Määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis m on sätestatud, et ainuõiguslikult loovutatud territooriumil asuvatele klientidele või ainuõiguslikult loovutatud kliendirühmale toimuva müügi puhul on müük klientidele, kellele müüja tegevus ei ole aktiivselt suunatud, passiivne müük. Näiteks on passiivse müügi üks vorm e-poe loomine, sest see võimaldab potentsiaalsetel klientidel müüjani jõuda. E-poe käiguhoidmise mõju võib ulatuda müüja füüsilisest kauplemispiirkonnast kaugemale ja võimaldada muu hulgas selliste klientide veebioste, kes asuvad muudel territooriumidel või kuuluvad muudesse kliendirühmadesse. Sellest hoolimata on kõnealuste ostude (sealhulgas toodete kättetoimetamise) puhul tegemist passiivse müügiga, tingimusel et müüja ei suuna oma tegevust aktiivselt konkreetsele kliendile, konkreetsele territooriumile või konkreetsele kliendirühmale, kuhu klient kuulub. Sama kehtib juhul, kui klient nõustub, et müüja teda automaatselt teavitab, ja sellise

⁽¹³⁴⁾ Vt ka punkti (206) alapunkt g.

⁽¹³⁵⁾ Vt ka punkt 203.

⁽¹³⁶⁾ Vt ka punkti 208 alapunkt e.

teavitamise tulemusel sõlmitakse müügitehing. Samamoodi võimaldab põhimõtteliselt otsingumootorite optimeerimise, eelkõige selliste vahendite või tehnikate kasutamine, mille eesmärk on parandada e-poe nähtavust või positsiooni otsingumootori tulemuste järjestuses, või rakenduse pakkumine rakenduste poes potentsiaalsetel klientidel müüjani jõuda, mistõttu need on passiivse müügi vormid.

- (213) Seevastu määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis 1 on sätestatud, et kui ainuõiguslikult loovutatud territooriumil asuvatele klientidele toimuva müügi puhul pakutakse e-poes keelevalikut, mis erineb müüja territooriumil tavaliselt kasutatavatest keeltest, näitab see üldjuhul, et müüja tegevus on suunatud territooriumile, kus asjaomast keelt tavaliselt kasutatakse, mistõttu on tegemist aktiivse müügiga⁽¹³⁷⁾. E-poes inglise keele kasutamise võimaluse pakkumist ei käsitata aga iseenesest märgina sellest, et müüja tegevus on suunatud ingliskeelsetele territooriumidele, sest inglise keel on kogu liidus laialt mõistetav ja kasutatav. Samamoodi on e-poe loomine sellise tippdomeeniga, mis vastab muule territooriumile kui see, kus müüja tegutseb, sellele territooriumile suunatud aktiivse müügi vorm, samal ajal kui üldise ja mitteriigipõhise domeeninimega e-poodi käsitatakse passiivse müügi vormina.
- (214) Määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkti 1 kohaselt tähendab aktiivne müük müüki, mis tuleneb tegevuse aktiivsest suunamisest klientidele külastuste, kirjade, e-kirjade, telefonikõnede või muude otsese suhtlemise vahendite kaudu. Suunatud reklaam või müügiedendus on üks aktiivse müügi vorm. Eelkõige võimaldavad veebireklaami teenused müüjal sageli valida territooriumid või kliendid, kus ja kellele veebireklaami esitletakse. See kehtib näiteks otsingumootorites reklaamimise ja muu veebireklaami puhul, nagu veebisaitidel, rakenduste poodides ja sotsiaalmeedias reklaamimine, tingimusel et reklaamiteenus võimaldab reklaami tegijal suunata oma tegevuse klientidele vastavalt nende eritunnustele, sealhulgas geograafilisele asukohale või isiklikule profiilile. Seevastu kui müüja suunab veebireklaami oma territooriumil asuvatele või oma kliendirühma kuuluvatele klientidele ja ei ole võimalik vältida, et sellist reklaami näevad ka muudel territooriumidel asuvad või muudesse kliendirühmadesse kuuluvad kliendid, siis on tegemist passiivse müügi vormiga. Sellise üldise reklaamitegevuse näited hõlmavad spondeeritud sisu kohaliku või riikliku ajalehe veebisaidil, mis on kättesaadav kõikidele kõnealuse veebisaidi külastajatele, või üldiste ja mitteriigispetsiifiliste domeeninimedega hinnavõrdlusteenuste kasutamist. Seevastu kui sellist üldist reklaami tehakse keeltes, mida müüja territooriumil tavaliselt ei kasutata, või veebisaitidel, mille tippdomeen vastab territooriumile, mis asub väljaspool müüja territooriumi, siis on tegemist aktiivse müügiga nendel muudel territooriumidel.
- (215) Riigihangetes osalemine on üks passiivse müügi vorm, olenemata riigihankemenetluse liigist (näiteks avatud, piiratud või muu menetlus). Selline liigitus on kooskõlas riigihankeid käsitlevate õigusaktide eesmärkidega, mis hõlmavad kaubamärgisese konkurentsi soodustamist. Selle tulemusel on vertikaalne kokkulepe, millega piiratakse ostja suutlikkust riigihankes osaleda, põhiline piirang määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktide b, c ja d tähenduses. Samamoodi on muude kui avaliku sektori üksuste välja kuulutatud pakkumuse esitamise ettepanekutele vastamise näol tegemist passiivse müügi vormiga. Sellised pakkumuse esitamise ettepanekud on kliendi omaalgatuslikud sooviavaldused, mis on suunatud mitmele potentsiaalsele müüjale, mistõttu on vastusena muu kui avaliku sektori üksuse pakkumuse esitamise ettepanekule esitatud pakkumus üks passiivse müügi vorm.

6.1.2.3. Konkreetsete turustussüsteemidega seotud põhilised piirangud

- (216) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktides b, c ja d on loetletud põhilised piirangud ja erandid, mida eri liiki turustussüsteemide (ainuõiguslik, valikuline või vaba turustus) puhul kohaldatakse.

6.1.2.3.1. Tarnija kasutab ainuõiguslikku turustussüsteemi

- (217) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis b sätestatud põhiline piirang käsitleb kokkuleppeid, mille otsene või kaudne eesmärk on piirata territooriume või kliente, kuhu või kellele ostja, kellele ainuõiguslik territoorium või kliendirühm on loovutatud, võib lepingujärgseid kaupu või teenuseid aktiivselt või passiivselt müüa.

⁽¹³⁷⁾ Vt kohtuotsus, 7. detsember 2010, Peter Pammer vs. Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG ja Hotel Alpenhof GesmbH vs. Oliver Heller, liidetud kohtuasjad C-585/08 ja C-144/09, ECLI:EU:C:2010:740, punkt 93.

- (218) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis b sätestatud põhilisel piirangul on viis erandit.
- (219) Esiteks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b alapunktiga i tarnijal piirata ainuõigusliku turustaja aktiivset müüki territooriumil või kliendirühmale, mis on ainuõiguslikult loovutatud maksimaalselt viiele ostjale või mille tarnija on endale reserveerinud. Investeeringusstiimulite säilitamiseks peab tarnija kaitsma ainuõiguslikke turustajaid tarnija kõikide teiste ostjate aktiivse müügi, sealhulgas suunatud veebireklaami eest nende ainuõiguslikul territooriumil või ainuõiguslikule kliendirühmale.
- (220) Ainuõiguslike turustajate investeeringusstiimuleid võib kahjustada ka tarnija teiste ostjate aktiivne müük. Seepärast lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b alapunktiga i tarnijal nõuda, et tema teised ostjad piiravad oma otseste klientide aktiivset müüki territooriumidel või kliendirühmadele, kelle tarnija on ainuõiguslikult loovutanud muudele turustajatele või reserveerinud endale. Tarnija ei pruugi aga nõuda nendelt teistelt ostjatelt aktiivse müügi piirangu ülekandmist turustusahela järgmiste etappide klientidele.
- (221) Tarnija võib kombineerida ainuõigusliku territooriumi ja ainuõigusliku kliendirühma loovutamist, näiteks määrates ainuõigusliku turustaja konkreetsele kliendirühmale teataval territooriumil.
- (222) Ainuõiguslikult loovutatud territooriumide või kliendirühmade kaitse ei ole absoluutne. Turu jagamise vältimiseks ei tohi piirata passiivset müüki sellistel territooriumidel või sellistele kliendirühmadele. Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b kohaldatakse ainult ostjale kehtestatud piirangute suhtes. Seepärast võib tarnija ise nõustuda nii veebis kui ka mujal toimuva müügi piiranguga ainuõiguslikul territooriumil või mõnele või kõikidele ainuõiguslikku kliendirühma kuuluvatele klientidele. Siiski võivad lõppkasutajatele kehtestatud passiivse müügi piirangud olla teatavatel asjaoludel tühised vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse (EL) 2018/302⁽¹³⁸⁾ artikli 6 lõikele 2.
- (223) Teiseks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b alapunktiga ii tarnijal, kes kasutab teataval territooriumil ainuõiguslikku turustussüsteemi ja mõnel muul territooriumil valikulist turustussüsteemi, piirata oma ainuõiguslike turustajate aktiivset või passiivset müüki volitamata turustajatele, kes asuvad territooriumil, kus tarnija juba kasutab valikulist turustussüsteemi või mille ta on sellise süsteemi kasutamiseks reserveerinud. Samuti võib tarnija nõuda oma ainuõiguslikelt turustajatelt, et nad piiraksid samamoodi oma klientide aktiivset ja passiivset müüki volitamata turustajatele territooriumidel, kus tarnija kasutab valikulist turustussüsteemi või mille ta on sel eesmärgil reserveerinud. Selles stsenaariumis on aktiivse ja passiivse müügi piiramise turustusahela järgmistele etappidele ülekandmise võimaluse eesmärk kaitsta valikuliste turustussüsteemide suletud laadi.
- (224) Kolmandaks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b alapunktiga iii tarnijal piirata sellise ostja tegevuskohta, kellele ainuõiguslik territoorium või kliendirühm on loovutatud (nn asukohaklausel). See tähendab, et tarnija võib nõuda, et ostja rajab oma müügikohad ja laod vaid teatavasse kohta või teatavale aadressile või territooriumile. Liikuvate müügikohtade puhul võib kokkuleppes täpsustada piirkonna, millest väljaspool ei tohi müügikoht tegutseda. Turustaja e-poe loomine ja kasutamine ei ole aga füüsilise müügikoha avamisega samaväärne ja seega ei tohi seda piirata⁽¹³⁹⁾.
- (225) Neljandaks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b alapunktiga iv tarnijal piirata ainuõigusliku hulgimüüja aktiivset ja passiivset müüki lõppkasutajatele, võimaldades seega tarnijal eristada kaubanduse hulgi- ja jaemüügi tasandit. See erand hõlmab võimalust lubada hulgimüüjal müüa teatavatele lõppkasutajatele (näiteks üksikutele suurtele lõppkasutajatele) ja samal ajal keelata müük kõikidele muudele lõppkasutajatele⁽¹⁴⁰⁾.

⁽¹³⁸⁾ Euroopa Parlamendi ja nõukogu 28. veebruari 2018. aasta määrus (EL) 2018/302, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kliendi kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi (EÜ) nr 2006/2004 ja (EL) 2017/2394 ning direktiivi 2009/22/EÜ (ELT L 60I, 2.3.2018, lk 1).

⁽¹³⁹⁾ Vt kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punktid 56 ja 57.

⁽¹⁴⁰⁾ Vt ka punkt (222) määruse (EL) 2018/302 kohta.

- (226) Viidendaks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b alapunktiga v tarnijal piirata ainuõigusliku turustaja võimet müüa teiste toodete valmistamiseks tarnitud komponente aktiivselt või passiivselt tarnija konkurentidele, kes kasutaksid neid tarnija pakutavate toodetega samalaadsete kaupade valmistamiseks. Mõiste „komponent“ hõlmab kõiki vahetooteid ning mõiste „valmistamine“ tähendab mis tahes sisendite kasutamist kaupade tootmiseks.

6.1.2.3.2. Tarnija kasutab valikulist turustussüsteemi

- (227) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti c alapunktis i sätestatud põhiline piirang käsitleb kokkuleppeid, mille otsene või kaudne eesmärk on piirata territooriume või kliendirühmi, kuhu või kellele valikulise turustussüsteemi liikmed (volitatud turustajad) võivad lepingujärgseid kaupu või teenuseid aktiivselt või passiivselt müüa. Siia hulka kuuluvad tarnija poolt jaemüügi tasandil tegutsevatele volitatud turustajatele kehtestatud aktiivse või passiivse müügi piirangud.
- (228) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti c alapunktis i sätestatud põhilisel piirangul on viis erandit.
- (229) Esimene erand käsitleb volitatud turustajate väljaspool valikulist turustussüsteemi müümise võimaluse piiramist. Sellega lubatakse tarnijal piirata volitatud turustajate aktiivset müüki, sealhulgas suunatud veebireklaami muudel territooriumidel või muudele kliendirühmadele, mis on ainuõiguslikult loovutatud teistele turustajatele või reserveeritud tarnijale. Samuti võib tarnija nõuda, et volitatud turustajad kehtestaksid sellised lubatud aktiivse müügi piirangud oma otsestele klientidele. Selliste ainuõiguslikult loovutatud territooriumide või kliendirühmade kaitse ei ole aga absoluutne, sest tarnija ei saa piirata passiivset müüki sellistel territooriumidel või sellistele kliendirühmadele.
- (230) Teise erandiga lubatakse tarnijal piirata volitatud turustajate ja nende klientide aktiivset ja passiivset müüki volitamata turustajatele, kes asuvad mis tahes territooriumil, kus tarnija valikulist turustussüsteemi kasutab.
- (231) Kolmanda erandiga lubatakse tarnijal kehtestada oma volitatud turustajate suhtes asukohaklausel, et takistada neil tegeleda äritegevusega muudes ruumides või avada uut müügikohta muus asukohas. See tähendab, et määruse (EL) 2022/720 kohane erand säilib juhul, kui turustaja nõustub rajama oma müügikohad ja laod vaid teatavasse kohta või teatavale aadressile või territooriumile. Liikuvate müügikohtade puhul võib kokkuleppes täpsustada piirkonna, millest väljaspool ei tohi müügikoht tegutseda. Turustaja e-poe loomine ja kasutamine ei ole aga füüsilise müügikoha avamisega samaväärne ja seega ei tohi seda piirata ⁽¹⁴¹⁾.
- (232) Neljanda erandiga lubatakse tarnijal piirata volitatud hulgimüüja aktiivset ja passiivset müüki lõppkasutajatele, võimaldades seega tarnijal eristada kaubanduse hulgi- ja jaemüügi tasandit. See erand hõlmab võimalust lubada hulgimüüjal müüa teatavatele lõppkasutajatele (näiteks üksikutele suurtele lõppkasutajatele) ja samal ajal keelata müük kõikidele muudele lõppkasutajatele ⁽¹⁴²⁾.
- (233) Viidendaks lubatakse tarnijal piirata komponentide volitatud ostjal, kellele tarnitakse komponente teiste toodete valmistamiseks, neid edasi müüa tarnija konkurentidele, kes kasutaksid neid tarnija pakutavate toodetega sama liiki kaupade tootmiseks. Mõiste „komponent“ hõlmab kõiki vahetooteid ning mõiste „valmistamine“ tähendab mis tahes sisendite kasutamist kaupade tootmiseks.
- (234) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti c alapunktis iii sätestatud põhilise piirangu puhul on piiratud jaemüügi tasandil tegutsevate valikulise turustussüsteemi liikmete aktiivset või passiivset müüki lõppkasutajatele. See tähendab, et tarnija ei saa piirata oma volitatud turustajate müüki lõppkasutajatele ega lõppkasutajate nimel tegutsevatele ostuagendidele, välja arvatud juhul, kui sellised lõppkasutajad asuvad territooriumil või kuuluvad

⁽¹⁴¹⁾ Vt kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punktid 55–58.

⁽¹⁴²⁾ Vt ka punkt (222) Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse (EL) 2018/302 kohta.

kliendirühma, mis on ainuõiguslikult loovutatud teisele turustajale või reserveeritud tarnijale territooriumil, kus tarnija käitab ainuõiguslikku turustussüsteemi (vt määruse artikli 4 punkti c alapunkti i esimene taane ja punkt (229)). See ei välista ka võimalust keelata volitatud turustajatel tegutseda tegevuskohas, mille jaoks ei ole luba antud (vt määruse artikli 4 punkti c alapunkti i kolmas taane ja käesolevate suuniste punkt (231)).

- (235) Valikulist turustussüsteemi kasutav tarnija võib valida oma volitatud turustajad kvalitatiivsete ja/või kvantitatiivsete kriteeriumide põhjal. Kvalitatiivsed kriteeriumid tuleb üldjuhul kehtestada nii veebi- kui ka muude kanalite jaoks. Kuna aga veebi- ja muudel kanalitel on erinevad omadused, võib valikulist turustussüsteemi kasutav tarnija kehtestada oma volitatud turustajatele veebimüügi kriteeriumid, mis ei ole saamaväärsed füüsiliste kaupluste suhtes kehtestatud kriteeriumidega, kui veebimüügi suhtes kehtestatud kriteeriumide eesmärk ei ole kaudselt takistada ostjal tõhusalt kasutada interneti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teatavatel territooriumidel või teatavatele klientidele. Näiteks võib tarnija kehtestada nõuded veebimüügi kvaliteedinormide tagamiseks, näiteks veebipõhise ostujärgse kasutajatoe loomise ja käigushoidmise nõue, nõue katta tooteid tagastavate klientide kulud või kasutada turvalisi maksesüsteeme. Samamoodi võib tarnija määratleda veebi- ja muude müügikanalite jaoks eri kriteeriumid seoses kestliku arenguga. Näiteks võib tarnija nõuda keskkonna seisukohast vastutustundlikke müügikohti või kullerteenuste puhul keskkonnahoidlike jalgrataste kasutamist.
- (236) Valikulise turustuse ja samal territooriumil toimuva ainuõigusliku turustamise ühendamise puhul ei saa tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 1 sätestatud erandile, sealhulgas juhul, kui tarnija kasutab hulгимüügi tasandil ainuõiguslikku turustust ja jaemüügi tasandil valikulist turustust. Selle põhjus on asjaolu, et sellise ühendamise puhul peaksid volitatud turustajad nõustuma põhiliste piirangutega määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti b või c tähenduses, näiteks aktiivse müügi piirangutega ainuõiguslikult loovutamata territooriumidel või klientidele, lõppkasutajatele kehtestatud aktiivse või passiivse müügi piirangutega ⁽¹⁴³⁾ või valikulise turustussüsteemi liikmete vaheliste ristarnete piirangutega ⁽¹⁴⁴⁾. Tarnija võib aga võtta kohustuse tarnida ainult teatavatele volitatud turustajatele, näiteks sellise territooriumi teatavates osades, kus valikulist turustussüsteemi kasutatakse, või kohustuda ise sellel territooriumil otsemüügiga mitte tegelema ⁽¹⁴⁵⁾. Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti c alapunktis i kehtestatud kolmanda erandi kohaselt võib tarnija kehtestada oma volitatud turustajate suhtes ka asukohaklausli.
- (237) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti c alapunktis ii sätestatud põhiline piirang käsitleb valikulisel turustussüsteemi kuuluvate turustajate vaheliste ristarnete piiramist. See tähendab, et tarnija ei saa piirata aktiivset ega passiivset müüki oma volitatud turustajate vahel, kellel peab olema õigus osta lepingujärgseid tooteid teistelt võrgustikku kuuluvatelt volitatud turustajatel, kes tegutsuvad kas samal või erineval kaubandus-tasandil ⁽¹⁴⁶⁾. Sellest tulenevalt ei tohi valikulist turustust ühendada vertikaalsete piirangutega, mille eesmärk on sundida turustajaid ostma lepingujärgseid tooteid ainult teatavast allikast. Ühtlasi tähendab see seda, et valikulises turustussüsteemis ei tohi tarnija piirata volitatud hulгимüüjate müüki volitatud turustajatele.

6.1.2.3.3. Tarnija kasutab vaba turustuse süsteemi

- (238) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis d sätestatud põhiline piirang käsitleb kokkuleppeid või kooskõlastatud tegevust, mille otsene või kaudne eesmärk on piirata territooriume, kuhu, või kliente, kellele ostja võib vabaturustussüsteemi korral lepingujärgseid kaupu või teenuseid aktiivselt või passiivselt müüa ⁽¹⁴⁷⁾.

- (239) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis d sätestatud põhilisel piirangul on viis erandit.

⁽¹⁴³⁾ Vt punkt (227).

⁽¹⁴⁴⁾ Vt punkt (237).

⁽¹⁴⁵⁾ Vt ka punkt (222) määruse (EL) 2018/302 kohta.

⁽¹⁴⁶⁾ Vt nt komisjoni otsus juhtumi AT.40428 Guess kohta, põhjendused 65–78.

⁽¹⁴⁷⁾ Vt ka punkt (116).

- (240) Esiteks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti d alapunktiga i tarnijal piirata ostja aktiivset müüki, sealhulgas suunatud veebireklaami muudel territooriumidel või muudele kliendirühmadele, mis on ainuõiguslikult loovutatud teistele ostjatele või reserveeritud tarnijale. Samuti võib tarnija nõuda ostjalt selliste lubatud aktiivse müügi piirangute kehtestamist ostja otseste klientidele. Selliste ainuõiguslikult loovutatud territooriumide või kliendirühmade kaitse ei ole aga absoluutne, sest tarnija ei saa piirata passiivset müüki sellistel territooriumidel või sellistele kliendirühmadele.
- (241) Teiseks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti d alapunktiga ii tarnijal seada ostjale piiranguid ja nõuda ostjalt tema klientidele piirangute seadmist seoses aktiivse või passiivse müügiga volitamata turustajatele, kes asuvad territooriumil, kus tarnija kasutab valikulist turustussüsteemi või mille ta on reserveerinud sellise süsteemi kasutamiseks. See piirang võib olla seotud aktiivse või passiivse müügiga mis tahes kaubandustasandil.
- (242) Kolmandaks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti d alapunktiga iii tarnijal kehtestada ostja suhtes asukohaklausel, et piirata tema tegevuskohta. See tähendab, et tarnija võib nõuda, et ostja rajab oma müügikohad ja laod vaid teatavasse kohta või teatavale aadressile või territooriumile. Liikuvate müügikohtade puhul võib kokkuleppes täpsustada piirkonna, millest väljaspool ei tohi müügikoht tegutseda. Ostja e-poe loomine ja kasutamine ei ole aga füüsilise müügikoha avamisega samaväärne ja seega ei tohi seda piirata ⁽¹⁴⁸⁾.
- (243) Neljandaks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti d alapunktiga iv tarnijal piirata hulgimüüja aktiivset ja passiivset müüki lõppkasutajatele, võimaldades seega tarnijal eristada kaubanduse hulgi- ja jaemüügi tasandit. See erand hõlmab võimalust lubada hulgimüüjal müüa teatavatele lõppkasutajatele (näiteks teatavatele suurtele lõppkasutajatele) ja samal ajal keelata müük kõikidele muudele lõppkasutajatele ⁽¹⁴⁹⁾.
- (244) Viiendaks lubatakse määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti d alapunktiga v tarnijal piirata ostja võimet müüa teiste toodete valmistamiseks tarnitud komponente aktiivselt või passiivselt tarnija konkurentidele, kes kasutaksid neid tarnija pakutavate toodetega samalaadsete kaupade valmistamiseks. Mõiste „komponent“ hõlmab kõiki vahetooteid ning mõiste „valmistamine“ tähendab mis tahes sisendite kasutamist kaupade tootmiseks.

6.1.3. Varuosade müügi piirangud

- (245) Määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punktis f sätestatud põhiline piirang käsitleb kokkuleppeid, millega takistatakse või piiratakse lõppkasutajatel, sõltumatutel remonditöökodadel, hulgimüüjatel ja teenuseosutajatel hankida varuosi otse tootjalt. Kokkuleppega, mille sõlmivad varuosade tootja ning ostja, kes kasutab neid oma toodete valmistamisel (originaalseadmete valmistaja), ei tohi otse ega kaudselt takistada ega piirata tootjal müümast neid varuosi lõppkasutajatele, sõltumatutele remonditöökodadele, hulgimüüjatele või teenuseosutajatele. Kaudsed piirangud võivad eelkõige tekkida siis, kui varuosade tootjat piiratakse tehnilise teabe andmisel ning eriseadmetega varustamisel, mida lõppkasutajatel, sõltumatutel remonditöökodadel või teenuseosutajatel on vaja varuosade kasutamiseks. Kokkuleppega võib aga piirata varuosade tarnimist nendele remonditöökodadele või teenuseosutajatele, kellele originaalseadmete valmistaja on teinud ülesandeks oma kaupade remondi- või hooldusteenuse osutamise. See tähendab ka seda, et sellise süsteemi kasutamise korral võib originaalseadmete valmistaja nõuda oma remondi- ja teenindusvõrgustikult varuosade ostmist tema käest või tema valikulise turustussüsteemi teiste liikmete käest.

6.2. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja jäävad piirangud

- (246) Määruse (EL) 2022/720 artikliga 5 jäetakse grupierandi kohaldamisalast välja teatavad vertikaalsetes kokkulepetes sisalduvad kohustused, olenemata sellest, kas määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud turuosa künnised on ületatud või mitte. Eelkõige on määruse artiklis 5 kehtestatud kohustused, mille puhul ei saa piisava kindlusega eeldada, et need vastavad aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Siiski ei eeldata, et määruse artiklis 5 täpsustatud kohustused kuuluvad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse või et need ei vasta aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Asjaolu, et kõnealused kohustused jäävad grupierandi kohaldamisalast välja, tähendab üksnes seda, et neid tuleb aluslepingu artikli 101 alusel eraldi hinnata. Peale selle

⁽¹⁴⁸⁾ Vt kohtuasi C-439/09: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, punktid 55–58.

⁽¹⁴⁹⁾ Vt ka punkt (222) määruse (EL) 2018/302 kohta.

on kohustuse määruse (EL) 2022/720 artiklis 5 sätestatud grupierandist väljajätmine erinevalt määruse artiklist 4 piiratud konkreetse kohustusega, tingimusel et kõnealust kohustust on võimalik ülejäänud vertikaalsest kokkuleppest eraldada. Sellisel juhul saab vertikaalse kokkuleppe ülejäänud osa puhul jätkuvalt tugineda grupierandile.

6.2.1. *Mittekonkureerimiskohustused, mille kehtivusaeg on üle viie aasta*

(247) Määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punkti a kohaselt ei saa grupierandile tugineda mittekonkureerimiskohustuste puhul, mille kehtivusaeg on üle viie aasta. Määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punktis f määratletud mittekonkureerimiskohustus on korraldus, mille tulemusel ostja ostab üle 80 % kõikidest ostja eelnenud kalendriaastal ostetud lepingujärgsetest kaupadest või teenustest ja nende asenduskaupadest või -teenustest tarnijalt või mõnelt muult tarnija määratud ettevõtjalt. See tähendab seda, et ostja ei saa osta konkureerivaid kaupu või teenuseid või et sellised ostud on piiratud vähem kui 20 % ga tema kõikidest ostudest. Kui puuduvad asjakohased andmed ostja ostude kohta vertikaalse kokkuleppe sõlmimisele eelnenud kalendriaastal, võib nende asemel aluseks võtta ostja parima hinnangu oma iga-aastaste ostuvajaduste kohta. Niipea, kui tegelikud ostuandmed on kättesaadavad, tuleks aga kasutada neid andmeid.

(248) Mittekonkureerimiskohustuste puhul ei saa tugineda grupierandile, kui nende kehtivusaeg on määramata või ületab viit aastat. Mittekonkureerimiskohustuste puhul, mida saab viie aasta möödudes vaikimisi pikendada, saab grupierandile tugineda, tingimusel et ostjal on võimalik sellist kohustust sisaldava vertikaalse kokkuleppe üle mõistliku etteteatamisaja jooksul ja mõistlike kuludega tulemuslikult uuesti läbirääkimisi pidada või kokkuleppe lõpetada, mis võimaldab seega ostjal pärast viie aasta möödumist tegelikult tarnijaid vahetada. Näiteks kui vertikaalne kokkulepe sisaldab viie aasta pikkust mittekonkureerimiskohustust ja tarnija annab ostjale laenu, ei tohi selle laenu tagasimaksmine takistada ostjal mittekonkureerimiskohustust viieaastase perioodi möödumisel lõpetada. Samamoodi peaks ostjale jääma juhul, kui tarnija on andnud talle mittesuhtespeetsiifilisi seadmeid, võimalus need pärast mittekonkureerimiskohustuse lõppemist turuväärtusega ära osta.

(249) Määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 2 kohaselt ei kehti mittekonkureerimiskohustuse viie aasta pikkuse kehtivusaja piirang siis, kui ostja müüb lepingujärgseid kaupu või teenuseid edasi ruumides või territooriumil, mis kuuluvad tarnijale või mida tarnija üürib kolmandatelt isikutelt, kes ei ole ostjaga seotud. Sellisel juhul võib mittekonkureerimiskohustuse kehtestada pikemaks ajaks, tingimusel et see ei ole pikem sellest ajast, mil ostja müügikohta kasutab. See erand tuleneb asjaolust, et üldjuhul on põhjendamatu eeldada, et tarnija lubab ilma oma loata müüa konkureerivaid tooteid talle kuuluvates ruumides või territooriumil. Sama põhimõtet kohaldatakse analoogia alusel siis, kui ostja tegutseb liikuvus müügikohas, mille omanik on tarnija või mille tarnija on rentinud kolmandatelt isikutelt, kes ei ole ostjaga seotud. See erand ei kehti kunstlike omandisuhete vormide suhtes, näiteks kui turustaja annab maa ja ruumide varalised õigused tarnijale üle ainult piiratud ajavahemikuks, et vältida viieaastase kehtivusaja piirangut.

6.2.2. *Pärast kokkuleppe lõppemist kehtivad mittekonkureerimiskohustused*

(250) Vastavalt määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punktile b, tõlgendatuna koostoimes kõnealuse määruse artikli 5 lõikega 3, jäetakse ostjale kehtestatud kohustus pärast kokkuleppe lõppemist mitte konkureerida grupierandi kohaldamisalast välja, välja arvatud juhul, kui on täidetud kõik järgmised tingimused:

- (a) kohustus on hädavajalik, et kaitsta tarnijalt ostjale üleantud oskusteavet;
- (b) kohustus piirdub selle müügikohaga, kus ostja on kokkuleppe kehtivusajal tegutsenud;
- (c) selle maksimaalne kehtivusaeg on üks aasta.

(251) Asjaomane oskusteave peab olema määruse (EL) 2022/720 artikli 1 lõike 1 punkti j tähenduses salajane, oluline ja määratletud, eelkõige peab see sisaldama teavet, mis on ostja seisukohast oluline ja kasulik lepingujärgsete kaupade või teenuste kasutamiseks, müümiseks või edasimüümiseks.

6.2.3. Valikulise turustussüsteemi liikmetele kehtestatud mittekongureerimiskohustused

(252) Määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punkt c käsitleb konkureerivate kaupade või teenuste müüki valikulises turustussüsteemis. Määruse artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandit kohaldatakse valikulise turustuse ühendamise suhtes mittekongureerimiskohustusega, millega keelatakse volitatud turustajatel edasi müüa konkureerivaid kaubamärke. Kui aga tarnija otseselt või kaudselt takistab oma volitatud turustajatel osta edasimüümiseks tooteid ühelt või enamalt konkreetset konkureerivalt tarnijalt, siis seda kohustust grupierand ei hõlma. Selle väljajätmise mõte on vältida olukordi, kus mitu samu valikulise turustuse müügikohti kasutavat tarnijat takistavad ühel või enamal konkreetset konkurendil kasutada neid müügikohti oma toodete turustamiseks. Sellise stsenaariumi tulemuseks võib olla konkureeriva tarnija turulepääsu piiramine kollektiivse boikoteerimise teel.

6.2.4. Platvormiülesed jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused

(253) Neljas grupierandi kohaldamise erand, mis on sätestatud määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punktis d, käsitleb veebipõhiste vahendusteenuste tarnijate kehtestatud platvormiülesed jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi, nimelt otseseid või kaudseid kohustusi, mille kohaselt ei tohi selliste teenuste ostjad lõppkasutajatele konkureerivate veebipõhiste vahendusteenuste kaudu soodsamatel tingimustel kaupu või teenuseid pakkuda, müüa ega edasi müüa. Tingimused võivad olla seotud hindade, varude, kättesaadavuse või toodete pakumise või müümise mis tahes muude tingimustega. Jaemüüki käsitlev võrdse kohtlemise kohustus võib tuleneda lepinguklauslist või muudest otsestest või kaudsetest meetmetest, sealhulgas eristatud hinnakujunduse või muude stiimulite kasutamisest, mille kohaldamine sõltub tingimustest, mille alusel veebipõhiste vahendusteenuste ostja konkureerivate veebipõhiste vahendusteenuste kaudu lõpptarbijatele kaupu või teenuseid pakub. Platvormiülese jaemüüki käsitleva võrdse kohtlemise kohustusega on tegemist näiteks siis, kui veebipõhiste vahendusteenuste osutaja pakub ostja kaupadele või teenustele teenuseosutaja veebisaidil paremat nähtavust või kohaldab väiksemat vahendustasu, kui ostja tagab talle selliste teenuste konkureerivate osutajatega võrdsed tingimused.

(254) Kõikide muude võrdse kohtlemise kohustuste liikide puhul saab tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile. Need hõlmavad muu hulgas:

- (a) jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi, mis on seotud veebipõhiste vahendusteenuste ostjate otsemüügikanalitega (nn kitsad võrdse kohtlemise kohustused);
- (b) võrdse kohtlemise kohustusi, mis on seotud tingimustega, mille alusel pakutakse kaupu või teenuseid sellistele ettevõtjatele, kes ei ole lõppkasutajad;
- (c) võrdse kohtlemise kohustusi, mis on seotud tingimustega, mille alusel tootjad, hulgimüüjad või jaemüüjad kaupu või teenuseid kui sisendeid ostavad (nn eelistatuiima kliendiga seotud kohustused).

(255) Võrdse kohtlemise kohustuste hindamist üksikjuhtumite puhul, kui määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata, on käsitletud jaos 8.2.5.

7. Tühistamine ja kohaldamise lõpetamine

7.1. Määruse (EL) 2022/720 kohase erandi tühistamine

(256) Nagu on märgitud määruse (EL) 2022/720 artikli 6 lõikes 1, võib komisjon kooskõlas määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõikega 1 tühistada määruse (EL) 2022/720 kohase erandi, kui ta leiab konkreetse juhtumi puhul, et sellise vertikaalse kokkuleppe mõju, mille suhtes määrust (EL) 2022/720 kohaldatakse, ei ole kooskõlas aluslepingu artikliga 101. Peale selle, nagu on märgitud määruse (EL) 2022/720 artikli 6 lõikes 2, siis juhul, kui konkreetset juhul ei ole vertikaalse kokkuleppe mõju kooskõlas aluslepingu artikli 101 lõikega 3 liikmesriigi

territooriumil või selle osal, millel on kõik selgepiirilise geograafilise turu tunnused, võib asjaomase liikmesriigi konkurentsiasutus määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõike 2 alusel samuti määruse (EL) 2022/720 kohase erandi tühistada. Määruse (EÜ) nr 1/2003 artiklis 29 ei ole nimetatud liikmesriikide kohtuid, kellel seega ei ole õigust määruse (EL) 2022/720 kohast erandit tühistada, ⁽¹⁵⁰⁾ välja arvatud juhul, kui asjaomane kohus on liikmesriigi määratud konkurentsiasutus vastavalt määruse (EÜ) nr 1/2003 artiklile 35.

- (257) Komisjon ja liikmesriikide konkurentsiasutused võivad tühistada määruse (EL) 2022/720 kohase erandi kahel juhul. Esiteks võivad nad tühistada määruse (EL) 2022/720 kohase erandi siis, kui mõju, mida aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse jääv vertikaalne kokkulepe üksikult asjaomasele turule avaldab, ei ole kooskõlas aluslepingu artikli 101 lõikega 3. Teiseks, nagu on märgitud määruse (EL) 2022/720 põhjenduses 20, võivad nad tühistada kõnealuse määruse kohase erandi ka siis, kui vertikaalsel kokkuleppel on selline mõju *koostoides* konkureerivate tarnijate või ostjate sõlmitud samalaadsete kokkulepetega. See on tingitud asjaolust, et samalaadsete vertikaalsete kokkulepete paralleelsed võrgustikud võivad avaldada kumulatiivset konkurentsivastast mõju, mis ei ole kooskõlas aluslepingu artikli 101 lõikega 3. Sellise kumulatiivse mõju näited, mis võivad õigustada määruse (EL) 2022/720 kohase erandi tühistamist, on asjaomasele turule pääsemise piiramine ja sellel turul konkurentsi piiramine ⁽¹⁵¹⁾.
- (258) Vertikaalsete kokkulepete paralleelseid võrgustikke tuleb käsitleda samalaadsetena, kui need sisaldavad sama liiki piiranguid, mis avaldavad turule samalaadset mõju. Selline kumulatiivne mõju võib tekkida näiteks jaemüüki käsitleva võrdse kohtlemise kohustuste, valikulise turustuse või mittekonkureerimiskohustuste puhul.
- (259) Mis puudutab otsemüügikanalitega seotud jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi (kitsad jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused), siis on määruse (EL) 2022/720 artiklis 6 sätestatud, et määruse kohase erandi võib kooskõlas määruse (EÜ) nr 1/2003 artikliga 29 tühistada, eelkõige juhul, kui veebipõhiste vahendusteenuste tarnimise asjaomane turg on väga kontsentreeritud ja selliste teenuste osutajate vahelist konkurentsi piirab selliste samalaadsete kokkulepete paralleelsete võrgustike kumulatiivne mõju, mis takistavad veebipõhiste vahendusteenuste ostjatel lõppkasutajatele oma otsemüügikanalite kaudu soodsamatel tingimustel kaupu või teenuseid pakkuda, müüa või edasi müüa. Täiendavaid suuniseid sellise stsenaariumi kohta on esitatud jaos 8.2.5.2.
- (260) Mis puudutab valikulist turustust, siis võivad piisavalt sarnased paralleelsed võrgustikud olla olemas juhul, kui teatavad tarnijad kohaldavad teataval turul puhtkvalitatiivset valikulist turustust, samal ajal kui teised tarnijad kohaldavad kvantitatiivset valikulist turustust, millel on turule sarnane mõju. Samuti võib selline kumulatiivne mõju tekkida siis, kui paralleelsed valikulise turustuse võrgustikud kasutavad teataval turul kvalitatiivseid kriteeriume, millega piiratakse turustajate turulepääsu. Sellistel asjaoludel tuleb kokkuleppe mõju hindamisel võtta arvesse igast eraldi kokkulepete võrgustikust tulenevat konkurentsivastast mõju. Kui see on asjakohane, siis võib määruse (EL) 2022/720 kohase erandi tühistamine piirduda konkreetsete kvalitatiivsete või kvantitatiivsete kriteeriumidega, millega näiteks piiratakse volitatud turustajate arvu.
- (261) Vastutuse konkurentsivastase kumulatiivse mõju eest saab omistada üksnes nendele ettevõtjatele, kelle osa selles mõjus on märkimisväärne. Kokkulepped, mille on sõlminud ettevõtjad, kelle osa kumulatiivses mõjus on ebaoluline, ei kuulu aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse ⁽¹⁵²⁾. Seepärast nende puhul tühistamis-mehhanismi ei kasutata ⁽¹⁵³⁾.

⁽¹⁵⁰⁾ Samuti ei tohi liikmesriikide kohtud muuta määruse (EL) 2022/720 kohaldamisala, laiendades seda kokkulepetele, mida kõnealune määrus ei hõlma. Igasugune selline laiendamine mõjutaks olenemata selle ulatusest viisi, kuidas komisjon oma seadusandlikke volitusi teostab (kohtuotsus, 28. veebruar 1991, Stergios Delimitis vs. Henninger Bräu AG, C-234/89, ECLI:EU:C:1991:91 (edaspidi „kohtuasi C-234/89: Delimitis“), punkt 46).

⁽¹⁵¹⁾ Turulepääsu piiramise kumulatiivse mõju tekkimine ei ole aga tõenäoline siis, kui vertikaalsete kokkulepete paralleelsed võrgustikud hõlmavad vähem kui 30 % asjaomasest turust; vt vähetähtsaid kokkuleppeid käsitleva teatise punkt 10.

⁽¹⁵²⁾ Üldjuhul ei leita, et üksikud tarnijad või turustajad, kelle turuosa ei ületa 5 %, kumulatiivset turulepääsu piiravat mõju märkimisväärselt suurendaksid; vt vähetähtsaid kokkuleppeid käsitleva teatise punkt 10 ja kohtuasi C-234/89: Delimitis vs. Henninger Bräu, punktid 24–27.

⁽¹⁵³⁾ Sellist mõju suurendamist hinnatakse jaos 8 esitatud kriteeriumide põhjal, mis käsitlevad nõuete täitmise tagamise poliitikat üksikjuhtumite puhul.

- (262) Määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõike 1 kohaselt võib komisjon tühistada määruse (EL) 2022/720 kohase erandi omal algatusel või kaebuse põhjal. See hõlmab võimalust, et liikmesriikide konkurentsiasutused taotleavad komisjonilt määruse (EL) 2022/720 kohase erandi tühistamist konkreetsel juhul, ilma et see piiraks Euroopa konkurentsivõrgustikus juhtumitega seotud ülesannete jaotamist ja abi osutamist käsitlevate eeskirjade kohaldamist ⁽¹⁵⁴⁾ ega nende enda tühistamisvolitusi kooskõlas määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõikega 2. Kui vähemalt kolm liikmesriikide konkurentsiasutust taotleb komisjonilt konkreetse juhtumi puhul määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõike 1 kohaldamist, arutab komisjon juhtumit Euroopa konkurentsivõrgustikus. Sellega seoses võtab komisjon hoolikalt arvesse nende liikmesriikide konkurentsiasutuste seisukohti, kes palusid komisjonil määruse (EL) 2022/720 kohase erandi tühistada, et teha kiiresti järeldus selle kohta, kas tühistamise tingimused on konkreetsel juhul täidetud.
- (263) Määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõigetest 1 ja 2 järeldeb, et komisjonil on ainupädevus tühistada määruse (EL) 2022/720 kohane erand kogu liidus, mis tähendab seda, et ta võib tühistada määruse (EL) 2022/720 kohase erandi selliste vertikaalsete kokkulepete puhul, millega piiratakse konkurentsi nendel asjaomastel geograafilistel turgudel, mis on suuremad kui üks liikmesriik, samal ajal kui liikmesriikide konkurentsiasutused saavad tühistada määruse kohase erandi ainult oma liikmesriigi territooriumil.
- (264) Seega on individuaalse liikmesriigi konkurentsiasutuse tühistamisvolitused seotud juhtumitega, kui asjaomane turg hõlmab ühte liikmesriiki või ainult selles liikmesriigis asuvat piirkonda või selle osa. Sellisel juhul on asjaomase liikmesriigi konkurentsiasutusel pädevus tühistada määruse (EL) 2022/720 kohane erand sellise vertikaalse kokkuleppe puhul, mille mõju ei ole kooskõlas aluslepingu artikli 101 lõikega 3, kõnealusel riiklikul või piirkondlikul turul. Tegemist on üheaegse pädevusega, sest määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõikega 1 antakse komisjonile ka õigus tühistada määruse (EL) 2022/720 kohane erand riiklikul või piirkondlikul turul, tingimusel et asjaomane vertikaalne kokkulepe võib mõjutada liikmesriikidevahelist kaubandust.
- (265) Kui tegemist on mitme eraldi riikliku või piirkondliku turuga, võivad määruse (EL) 2022/720 kohase erandi paralleelselt tühistada mitu pädevat liikmesriikide konkurentsiasutust.
- (266) Määruse (EL) nr 1/2003 artikli 29 lõike 1 sõnastusest järeldeb, et kui komisjon tühistab määruse (EL) 2022/720 kohase erandi, peab komisjon tõendama esiteks seda, et asjaomase vertikaalse kokkuleppega piiratakse konkurentsi aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses ⁽¹⁵⁵⁾. Teiseks peab komisjon tõendama, et kokkuleppe mõju ei ole kooskõlas aluslepingu artikli 101 lõikega 3, mis tähendab, et kokkulepe ei täida vähemalt ühte aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud neljast tingimusest ⁽¹⁵⁶⁾. Määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõike 2 kohaselt kehtivad samad nõuded siis, kui liikmesriigi konkurentsiasutus tühistab määruse (EL) 2022/720 kohase erandi oma liikmesriigi territooriumi puhul. Seoses kohustusega tõendada, et teine nõue on täidetud, on artiklis 29 eelkõige nõutud, et pädev konkurentsiasutus põhjendaks seda, et vähemalt üks neljast aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud tingimusest on täitmata ⁽¹⁵⁷⁾.

⁽¹⁵⁴⁾ Vt määruse (EÜ) nr 1/2003 IV peatükk.

⁽¹⁵⁵⁾ Kui vertikaalne kokkulepe jääb väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala, nagu on sätestatud käesolevate suuniste jaos 3, siis ei tekigi määruse (EL) 2022/720 kohaldatavuse küsimust, sest kõnealusel määruses on määratletud need vertikaalsete kokkulepete liigid, mis tavaliselt vastavad aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud tingimustele, mille puhul eeldatakse, et vertikaalne kokkulepe jääb aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse.

⁽¹⁵⁶⁾ Piisab sellest, kui komisjon tõendab, et üks aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud neljast tingimusest ei ole täidetud. See tuleneb asjaolust, et artikli 101 lõike 3 kohase erandi kohaldamiseks peavad olema täidetud kõik neli tingimust.

⁽¹⁵⁷⁾ Määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 kohane pädeva konkurentsiasutuse tõendamise nõue tuleneb olukorrast, kus määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata ja ettevõtja tugineb aluslepingu artikli 101 lõikele 3 üksiku juhtumina. Sellises olukorras on ettevõtjal määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 2 kohaselt kohustus tõendada, et aluslepingu artikli 101 lõike 3 kõik neli tingimust on täidetud. Selleks peab ta oma väiteid põhjendama; vt näiteks komisjoni otsus juhtumi AT.39226 Lundbeck kohta, mida kinnitasid 8. septembri 2016. aasta kohtuotsus Lundbeck vs. komisjon, T-472/13, ECLI:EU:T:2016:449, ja 25. märtsi 2021. aasta kohtuotsus Lundbeck vs. komisjon, C-591/16 P, ECLI:EU:C:2021:243.

- (267) Kui määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõike 1 nõuded on täidetud, võib komisjon tühistada määruse (EL) 2022/720 kohase erandi üksikjuhtumi puhul. Selline tühistamine ja sellega seotud nõuded, mis on sätestatud käesolevas jaos, peavad olema eraldiseisvad määruse (EÜ) nr 1/2003 III peatüki kohases komisjoni rikkumisotsuses sisalduvatest järeldustest. Tühistamine võib aga olla ühendatud näiteks järeldusega rikkumise kohta ja heastamise meetmete kehtestamisega, seda isegi ajutiste meetmete korral ⁽¹⁵⁸⁾.
- (268) Kui komisjon tühistab määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõike 1 alusel määruse (EL) 2022/720 kohase erandi, ei saa tühistamisel olla tagasiulatuvat mõju, mis tähendab seda, et see ei mõjuta asjaomastele kokkulepetele võimaldatud erandit tühistamisotsuse jõustumise kuupäevale eelnenu ajal. Määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 29 lõike 2 kohase tühistamise korral peab ka asjaomane liikmesriigi konkurentsiasutus võtma arvesse oma kohustusi kõnealuse määruse artikli 11 lõike 4 alusel, eelkõige kohustust esitada komisjonile kõik kavandatud otsused.

7.2. Määruse (EL) 2022/720 kohaldamise lõpetamine

- (269) Määruse nr 19/65/EMÜ artikli 1a kohaselt võimaldatakse määruse (EL) 2022/720 artikliga 7 komisjonil võtta vastu määrus, millega jäetakse määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja samalaadsete vertikaalsete piirangute paralleelsed võrgustikud, kui need võrgustikud hõlmavad üle 50 % asjaomase turust. Sellist määrust ei suunata üksikutele ettevõtjatele, vaid see käsitleb kõiki ettevõtjaid, kelle kokkulepped vastavad määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohaselt vastu võetavas määruses sätestatud tingimustele. Sellise määruse vastuvõtmise vajaduse hindamisel kaalub komisjon, kas erandi tühistamine üksikjuhtumi puhul oleks asjakohasem heastamisvahend. Kaks aspekti, mis on selle hindamise puhul eriti asjakohased, on asjaomasel turul kumulatiivset mõju suurendavate konkureerivate ettevõtjate arv ja mõjutatud geograafiliste turgude arv liidus.
- (270) Komisjon kaalub määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohase määruse vastuvõtmist siis, kui samalaadsed piirangud, mis hõlmavad üle 50 % asjaomase turust, tõenäoliselt piiravad märgatavalt sellele turule pääsemist või konkurentsi sellel turul. Seda võib eelkõige esineda juhul, kui paralleelsed valikulise turustussüsteemi võrgustikud, mis hõlmavad turust üle 50 %, piiravad turulepääsu, sest nende puhul kasutatakse valikukriteeriume, mis ei ole asjaomaste kaupade või teenuste laadi arvestades vajalikud või millega diskrimineeritakse teatavaid teisi selliste kaupade või teenuste turustamise süsteeme. Eespool osutatud 50 % turuhõlmavuse arvutamisel tuleb arvesse võtta iga individuaalset vertikaalsete kokkulepete võrgustikku, mis sisaldab turule samalaadset mõju avaldavaid piiranguid või nende kombinatsioone. Määruse (EL) 2022/720 artikliga 7 ei nõuta aga, et komisjon võtaks sellise määruse vastu, kui 50 % turuhõlmavuse määr on ületatud.
- (271) Määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohaselt vastuvõetud määruse mõju on see, et määrust (EL) 2022/720 ei kohaldata asjaomaste piirangute ja turgude suhtes ning seega on aluslepingu artikli 101 lõiked 1 ja 3 täielikult kohaldatavad.
- (272) Igas määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohaselt vastuvõetud määruses tuleb sõnaselgelt kindlaks määrata selle kohaldamisala. Seetõttu peab komisjon määratlema esiteks asjaomase toote ja geograafilise(d) turu(d) ja teiseks vertikaalse(te) piirangu(te) liigi, mille suhtes määrust (EL) 2022/720 enam ei kohaldata. Viimase puhul võib komisjon kohandada määruse kohaldamisala vastavalt konkurentsiprobleemile, mida ta kavatseb käsitleda. Näiteks võib 50 % turuhõlmavuse kindlaksmääramisel küll võtta arvesse kõiki ühe kaubamärgi pealesurumise tüüpi kokkulepete paralleelseid võrgustikke, kuid sellest hoolimata võib komisjon piirata selle määruse kohaldamisala, mille ta määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohaselt vastu võtab, üksnes selliste mittekonkureerimiskohustustega, mille kehtivus ületab teatavat aega. Seega ei pruugi see mõjutada lühema kehtivusajaga kokkuleppeid või konkurentsi vähem piiravaid kokkuleppeid, arvestades nende kokkulepete väiksemat mõju

⁽¹⁵⁸⁾ Komisjon on kasutanud oma õigust tühistada varem kohaldatud grupierandi määruste kohased erandid oma 25. märtsi 1992. aasta otsuses (ajutised meetmed), mis käsitleb EMÜ aluslepingu artikli 85 kohast menetlust, juhtumi IV/34.072 Mars/Langnese ja Schöller kohta, mida kinnitati 1. oktoobri 1998. aasta kohtuotsusega Langnese-Iglo vs. komisjon, C-279/95 P, ECLI:EU:C:1998:447, ning 4. detsembri 1991. aasta otsuses (ajutised meetmed), mis käsitleb EMÜ aluslepingu artikli 85 kohast menetlust, juhtumi IV/33.157 Eco System/Peugeot kohta.

turulepääsu piiramisel. Samamoodi võib määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohaselt vastu võetud määrus käsitleda juhul, kui ettevõtjad kasutavad teataval turul valikulist turustust kombineerituna täiendavate piirangutega, näiteks mittekonkureerimiskohustuse või kogusekohustusega, üksnes selliseid täiendavaid piiranguid. Kui see on asjakohane, võib komisjon samuti täpsustada turuosa taseme, mida võib asjaomase turu kontekstis pidada ebapiisavaks, et üks ettevõtja saaks kumulatiivset mõju oluliselt suurendada.

- (273) Kooskõlas määruse nr 19/65/EMÜ artikliga 1a tuleb määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohaselt vastuvõetud määruses kehtestada enne selle kohaldamist vähemalt kuue kuu pikkune üleminekuperiood. Selle perioodi eesmärk on võimaldada asjaomastel ettevõtjatel oma vertikaalseid kokkuleppeid vastavalt kohandada.
- (274) Määruse (EL) 2022/720 artikli 7 kohaselt vastuvõetud määrus ei mõjuta asjaomastele kokkulepetele kõnealuse määruse kohaldamise kuupäevale eelneval perioodil tehtud erandeid.

8. Konkurentsieeskirjade täitmise tagamine üksikjuhtudel

8.1. Analüüsiraamistik

- (275) Kui vertikaalse kokkuleppe suhtes ei kohaldata määrusega (EL) 2022/720 ette nähtud grupierandit, siis tuleb hinnata, kas konkreetne kokkulepe kuulub aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, ja kui see nii on, siis kas on täidetud aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused. Kui vertikaalsed kokkulepped ei sisalda eesmärgina konkurentsipiiranguid ja eelkõige põhilisi piiranguid määruse (EL) 2022/720 artikli 4 tähenduses, siis ei eeldata, et määruse (EL) 2022/720 kohaldamisalast välja jäävad vertikaalsed kokkulepped kuuluvad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse või et need ei vasta aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Selliseid kokkuleppeid on vaja eraldi hinnata. Kokkulepped, millega ei piirata konkurenti aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses või mis vastavad aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele, on õiguslikult kehtivad ja kuuluvad täitmisele.
- (276) Määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 1 lõike 2 kohaselt ei pea ettevõtjad aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohasele individuaalsele erandile tuginemiseks oma vertikaalsetest kokkulepetest teatama. Kui komisjon uurib juhtumit eraldi, siis on tema kohus tõendada, et asjaomase vertikaalse kokkuleppega piiratakse konkurenti aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses. Ettevõtjad, kes soovivad tugineda aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud erandile, peavad tõendama, et selle sätte tingimused on täidetud. Kui tõendatakse, et kahjulik mõju konkurentile on tõenäoline, siis võivad ettevõtjad põhjendada seda tõhususega ning selgitada, miks teatav turustuskorraldus on hädavajalik selleks, et pakkuda tarbijatele tõenäolist kasu, kõrvaldamata seejuures konkurenti. Seejärel otsustab komisjon, kas kokkulepe vastab aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele.
- (277) Vertikaalse kokkuleppe konkurenti piirava mõju hindamisel võrreldakse omavahel olukorda asjaomasel turul, arvestades kehtivaid vertikaalseid piiranguid, ning olukorda, mis esineks vertikaalses kokkuleppes sisalduvate vertikaalsete piirangute puudumisel. Üksikjuhtumite hindamisel võib komisjon arvesse võtta nii tegelikku kui ka tõenäolist mõju. Et vertikaalsete kokkulepete mõju oleks konkurenti piirav, peavad need mõjutama tegelikku või potentsiaalset konkurenti sel määral, et asjaomasel turul võib piisava tõenäosusega eeldada kahjulikku mõju hindadele, toodangule, innovatsioonile või kaupade või teenuste mitmekesisusele või kvaliteedile. Kahjulik mõju konkurentile peab olema märgatav⁽¹⁵⁹⁾. Olulist konkurentsivastast mõju võib suurema tõenäosusega esineda juhul, kui vähemalt ühel kokkuleppeosalisel on teatav turuvõim või ta omandab selle ning kui kokkulepe aitab seda turuvõimu luua, säilitada või tugevdada või võimaldab kokkuleppeosalistel

⁽¹⁵⁹⁾ Vt jagu 3.1.

seada turuvõimu ära kasutada. Turuvõim on võime hoida olulise ajavahemiku jooksul hindu konkurentsivõimelisest tasemest kõrgemal või toodangut konkurentsivõimelisest tasemest madalamal kas toodete koguse, kvaliteedi ja tootevaliku või uuenduslikkuse seisukohast. Turuvõimu tase, mida on üldjuhul vaja konkurentsi piiramise tuvastamiseks aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, on madalam turuvõimu tasemest, mida on vaja turgu valitseva seisundi tuvastamiseks aluslepingu artikli 102 tähenduses.

8.1.1. *Aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohasel hindamisel arvestatavad tegurid*

(278) Selliste ettevõtjate vaheliste individuaalsete vertikaalsete kokkulepete hindamisel, kelle turuosa ületab 30 % künnist, viib komisjon läbi täieliku konkurentsianalüüsi. Selle kindlakstegemisel, kas vertikaalse kokkuleppega kaasneb märgatav konkurentsi piiramine aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, on eriti asjakohased järgmised tegurid:

- (a) kokkuleppe laad;
- (b) kokkuleppeosaliste turupositsioon;
- (c) konkurentide turupositsioon (eelneval ja järgneval turul);
- (d) lepingujärgsete kaupade või teenuste ostjate turupositsioon;
- (e) turuletuleku tõkked;
- (f) mõjutatud tootmis- või turustusahela tasand;
- (g) toote laad;
- (h) turudünaamika.

(279) Arvesse võib võtta ka muid asjakohaseid tegureid.

(280) Üksikute tegurite tähtsus võib olla erinev, olenevalt juhtumi asjaoludest. Näiteks näitab kokkuleppeosaliste suur turuosa tavaliselt hästi turuvõimu. Madalate turuletuleku tõkete korral võib aga tegelik või potentsiaalne turuletulek turuvõimu piisavalt piirata. Seetõttu ei ole võimalik üksikute tegurite tähtsuse kohta kindlaid üldkohaldatavaid eeskirju koostada.

(281) Vertikaalsed kokkulepped võivad olla mitmel eri kujul. Seepärast on oluline analüüsida kokkuleppe laadi selles sisalduvate piirangute, nende kehtivusaja ja piirangutest mõjutatud (järgneval) turul toimuva kogumüügi osakaalu seisukohast. Kokkuleppe sõnaselgetest tingimustest võib olla vaja kaugemale minna. Otseselt väljendamata piirangute olemasolu võib järeldada sellest, kuidas osalised kokkulepet rakendavad ja millised on nende stiimulid.

(282) Kokkuleppeosaliste turupositsioon näitab tarnija, ostja või mõlema võimaliku turuvõimu määra. Mida suurem on turuosa, seda suurem on tõenäoliselt nende turuvõim. See kehtib eriti juhul, kui turuosa kajastab väiksemaid kulusid või muid konkurentsieeliseid konkurentide ees. Need konkurentsieelised võivad näiteks tuleneda kokkuleppeosalise kui esimese turuletulija eelisest (parim asukoht jne) või sellest, et tal on olulised patendid, parem tehnoloogia, juhtiv kaubamärk või parem tootevalik. Ka toodete eristumise määr võib olla turuvõimu olemasolu asjakohane näitaja. Kaupadele ja teenustele kaubamärkide võtmine kipub suurendama toodete eristumist turul ning vähendama nende asendatavust, mis omakorda piirab nõudluse paindlikkust ning suurendab hinnatõusu võimalikkust.

- (283) Samuti on oluline konkurentide turupositsioon. Mida tugevam on konkurentide konkurentsipositsioon ning mida rohkem neid on, seda väiksem on oht, et kokkuleppeosalised suudaksid üksikult turuvõimu teostada ja turulepääsu piirata või konkurentsi vähendada. Oluline on kaaluda ka seda, kas on olemas tõhusad ja õigeaegsed vastustrateegiad, mida konkurendid võiksid tõenäoliselt kasutada. Kui ettevõtjate arv turul on aga suhteliselt väike ja nende turupositsioonid (näiteks suuruse, kulude ja teadus- ja arenduspotentsiaali seisukohast) sarnased, siis suurendavad vertikaalsed piirangud konkurentsivastase koostöö ohtu. Turuosade kõikumine või kiire muutumine osutab üldjuhul tihedale konkurentsile.
- (284) Vertikaalse kokkuleppe osaliste järelturu klientide turupositsioon näitab seda, kas ühel või mitmel neist klientidest on ostujõud või mitte. Ostujõu esimene näitaja on kliendi turuosade osatähtsus. See turuosade kajastab kliendi nõudluse olulisust võimalike tarnijate seisukohast. Muud näitajad on kliendi positsioon jaemüügiturul, kus ta tegutseb, sealhulgas sellised tunnused nagu tema müügikohtade lai geograafiline ulatus, oma kaubamärgid, sealhulgas jaemüüja kaubamärgid, ja tema kaubamärgi kuvand lõppkasutajate hulgas. Teatavatel asjaoludel võib ostujõud takistada muidu probleemsel vertikaalsel kokkuleppel tarbijaid kahjustada. See kehtib eriti juhul, kui tugevad kliendid suudavad suhteliste hindade aeglase, kuid pideva tõusu korral võtta turul kasutusele uusi tarneallikaid ja nad on motiveeritud seda tegema.
- (285) Turuletuleku tõkkeid mõeldakse sellega, mil määral saavad turu valitsevad ettevõtjad ilma uusi tulijaid turule meelitamata suurendada oma hinda üle konkurentsivõimelise taseme. Üldreeglina võib väita, et turuletuleku tõkked on väikesed siis, kui tegelik turuletulek, millega suudetakse turu valitsevate ettevõtjate turuvõimu teostamist takistada või selle mõju kõrvaldada, toimub tõenäoliselt ühe või kahe aasta jooksul. Turutõkkeid võib esineda kas tarnija tasandil, ostja tasandil või mõlemal tasandil. Turuletuleku tõkked võivad tuleneda mitmesugustest teguritest, nagu mastaabi- ja mitmekülsussääst (sealhulgas mitmepoolsete ettevõtjate võrgustikumõju), valitsuse määrused (eriti kui valitsus kehtestab ainuõigusi), riigiabi, imporditollimaksud, intellektuaalomandi õigused, ressursside omamine, kui tarded on piiratud (näiteks looduslike piirangute tõttu), olulised tootmisrajatised, esimese turuletulija eelised ja pikaajase jõulise reklaamimisega saavutatud tarbijate lojaalsus kaubamärgile. See, kas mõnda neist teguritest tuleks käsitleda turuletuleku tõkkena, sõltub eelkõige sellest, kas nendega kaasneb pöördumatuid kulusid. Pöördumatud kulud on kulud, mida tuleb teha, et turule siseneda või seal tegutseda, kuid mida ei saa turult lahkudes tagasi. Tarbijate lojaalsuse saavutamiseks tehtava reklaami kulud on harilikult pöördumatud, välja arvatud juhul, kui turult lahkuv ettevõtja saab oma kaubamärgi nime maha müüa või seda mujal kasutada, ilma et ta kannaks kahjumit. Kui turuletulekuks on vaja kanda suuri pöördumatuid kulusid, võib turuletulekule järgnev turu valitsevate ettevõtjate poolse tiheda konkurentsi oht sellist turuletulekut takistada, sest potentsiaalsed turuletulijad ei saa võtta riski, et nad oma pöördumatud kulud kaotavad.
- (286) Turuletulekut võivad takistada ka vertikaalsed piirangud, tehes turuletuleku raskemaks ja piirates (potentsiaalsete) konkurentide turulepääsu. Näiteks võib mittekonkureerimiskohustusel, millega seotakse turustajad tarnijaga, olla oluline turulepääsu piirav mõju, kui oma turustajate võrgu loomisega kaasneb potentsiaalse turuletulija jaoks pöördumatuid kulusid.
- (287) Tootmis- või turustusahela tasand on seotud vahetoodete või -teenuste ning lõpptoodete või -teenuste vahelise erinevusega. Vahetooted või -teenused müüakse ettevõtjatele teiste toodete või teenuste sisendina kasutamiseks ja üldjuhul ei ole neid võimalik lõpptoodetes või -teenustes ära tunda. Vahetoodete või -teenuste ostjad on tavaliselt teadlikud kliendid, kes suudavad hinnata kvaliteeti ega ole seega kaubamärgist ja mainest nii sõltuvad. Lõpptooted või -teenused müüakse otse või kaudselt lõppkasutajatele, kes kaubamärgist ja mainest sageli rohkem sõltuvad.
- (288) Toote laad on oluline nii vertikaalsete piirangute tõenäolise negatiivse kui ka tõenäolise positiivse mõju hindamisel, eriti lõpptoodete või -teenuste puhul. Tõenäolise negatiivse mõju hindamisel on oluline teha kindlaks see, kas asjaomasel turul müüvad kaubad või teenused on ühesugused või pigem eristatud,⁽¹⁶⁰⁾ kas toode on kallid ja sellele kulub suur osa tarbija eelarvest või on see pigem odav ning kas toodet ostetakse vaid üks kord või korduvalt.

⁽¹⁶⁰⁾ Vt ka punkt (282).

- (289) Hoolikalt tuleb hinnata asjaomase turu dünaamikat. Mõnel dünaamilisel turul ei pruugi teatavate vertikaalsete piirangute negatiivne mõju olla probleemne, sest kaubamärkidevaheline konkurents, mida pakuvad dünaamilised ja innovaatilised konkurendid, toimib piisava konkurentsivõimega. Teistel juhtudel võivad aga vertikaalsed piirangud anda dünaamilist turgu valitsevale ettevõtjale püsiva konkurentsieelise ja seega konkurentsi pikaajaliselt mõjutada. Selline olukord võib esineda siis, kui vertikaalse piirangu tõttu ei ole konkurentidel võimalik kasutada võrgustikumõju eeliseid või kui turg on kallutatud.
- (290) Hindamisel võivad olla asjakohased ka muud tegurid. Need tegurid võivad hõlmata eeskätt järgmist:
- (a) kumulatiivse mõju esinemine, mis tuleneb asjaolust, et turg on hõlmatud teiste tarnijate või ostjate kehtestatud samalaadsete vertikaalsete piirangutega;
 - (b) asjaolu, kas kokkulepe on pealesunnitud (nimelt kui enamik piiranguid või kohustusi kehtib ainult kokkuleppe ühe osalise suhtes) või kokku lepitud (mõlemad osalised nõustuvad piirangute või kohustustega);
 - (c) regulatiivne olukord;
 - (d) käitumine, mis võib konkurentsivastasele koostööle osutada või seda hõlbustada, näiteks hinnaliidriks olek, etteatatud hinnamuudatused ja hinnaarutelud, üleliigsest tootmismahust tulenev hindade jäikus, diskrimineeriv hinnapoliitika ning varasem konkurentsivastane koostöö.

8.1.2. Aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohasel hindamisel arvestatavad tegurid

- (291) Vertikaalsetel kokkulepetel, millega piiratakse konkurentsi aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, võib olla ka konkurentsi soodustav mõju kasutegurite näol, mis võivad üles kaaluda kokkulepete konkurentsivastase mõju. Kasutegurite hindamine võrdluses konkurentsivastase mõjuga toimub aluslepingu artikli 101 lõike 3 raames, mis sisaldab erandit aluslepingu artikli 101 lõikes 1 sätestatud keelust. Selle erandi kohaldamiseks peab vertikaalne kokkulepe vastama järgmisele neljale kumulatiivsele tingimusele:
- (a) see peab pakkuma objektiivset majanduslikku kasu;
 - (b) tarbijad peavad saama sellest tulenevast kasust õiglase osa ⁽¹⁶¹⁾;
 - (c) konkurentsipiirangud peavad olema kõnealuse kasu saamiseks hädavajalikud ja
 - (d) kokkulepe ei tohi võimaldada selle osalistel kõrvaldada konkurentsi seoses asjaomaste kaupade või teenuste olulise osaga ⁽¹⁶²⁾.
- (292) Vertikaalseid kokkuleppeid hinnatakse aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel selles kontekstis, kus need tegelikult kehtivad, ⁽¹⁶³⁾ ning faktide alusel, mis on konkreetsel hetkel kättesaadavad. Kui faktid oluliselt muutuvad, võetakse seda hindamisel arvesse. Aluslepingu artikli 101 lõikega 3 ettenähtud erandit kohaldatakse niikaua, kuni on täidetud kõik neli tingimust, ja selle kohaldamine lõpetatakse siis, kui see enam nii ei ole ⁽¹⁶⁴⁾. Aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamisel vastavalt nendele põhimõtetele tuleb arvesse võtta kokkuleppeosaliste tehtud investeeringuid ning aega ja piiranguid, mida on vaja tõhusust suurendava investeeringu tegemiseks ja tasuvaks muutmiseks.

⁽¹⁶¹⁾ Nagu on sätestatud artikli 101 lõiget 3 käsitlevate suuniste punktis 84, hõlmab „tarbijate“ mõiste aluslepingu artikli 101 lõike 3 tähenduses kõiki kokkuleppega hõlmatud toodete otseseid või kaudseid kasutajaid, sh tootjaid, kes kasutavad toodet sisendina, hulgimüüjaid, jaemüüjaid ja lõpptarbijaid, s.t füüsilisi isikuid, kes tegutsevad eesmärgil, mis ei kuulu nende kutse- või ametialase tegevuse hulka.

⁽¹⁶²⁾ Vt artikli 101 lõiget 3 käsitlevad suunised.

⁽¹⁶³⁾ Vt kohtuotsus Ford vs. komisjon, liidetud kohtuasjad 25/84 ja 26/84, ECLI:EU:C:1985:340 punktid 24 ja 25; artikli 101 lõiget 3 käsitlevad suunised, punkt 44.

⁽¹⁶⁴⁾ Vt nt komisjoni otsus 1999/242/EÜ (juhtum nr IV/36.237 TPS) (EÜT L 90, 2.4.1999, lk 6). Samamoodi kehtib aluslepingu artikli 101 lõikes 1 sätestatud keeld ainult kokkulepete kohta, mille eesmärk või mõju on konkurentsi piiramine; artikli 101 lõiget 3 käsitlevad suunised, punkt 44.

- (293) Aluslepingu artikli 101 lõike 3 esimese tingimusega nõutakse kokkuleppes tulenevate kasuteguritega kaasneva objektiivse kasu hindamist. Sellega seoses võivad vertikaalsed kokkulepped sageli aidata saavutada kasutegureid, nagu on selgitatud jaos 2.1, parandades seda, kuidas kokkuleppeosalised oma täiendavat tegevust ellu viivad.
- (294) Aluslepingu artikli 101 lõike 3 teise tingimusega nõutakse, et tarbijad peavad saama õiglase osa saadavast kasust. See tähendab seda, et vertikaalse kokkuleppe alusel ostetavate ja/või (edasi)müüdavate kaupade või teenuste tarbijatele tuleb vähemalt hüvitada kokkuleppe negatiivsed mõjud⁽¹⁶⁵⁾. Teiste sõnadega peab tõhususe suurenemine täielikult korvama tõenäolise negatiivse mõju hindadele, toodangule või muudele vertikaalsest kokkuleppes tulenevatele asjaomastele teguritele.
- (295) Kolmandaks uurib komisjon aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sisalduva hädavajalikkuse nõude kohaldamisel eelkõige seda, kas üksikud piirangud võimaldavad lepingujärgseid kaupu või teenuseid toota, osta ja/või (edasi)müüa tõhusamalt kui asjaomase piirangu puudumisel. Sellel hindamisel tuleb arvesse võtta turutingimusi ja tegelikku olukorda, kus kokkuleppeosalised tegutsevad. Ettevõtjatel, kes soovivad tugineda aluslepingu artikli 101 lõikes 3 sätestatud erandile, ei nõuta hüpoteetiliste ega teoreetiliste alternatiivide kaalumist. Küll aga peavad nad selgitama ja näitama, miks pealtnäha realistlikud ja oluliselt vähem piiravad alternatiivid ei pakuks samu kasutegureid. Kui ärioluliselt realistliku ja vähem piiravana näiva alternatiivi kasutamine tooks kaasa oluliselt vähem kasutegureid, käsitatakse kõnealust piirangut hädavajalikkuna.
- (296) Aluslepingu artikli 101 lõike 3 neljanda tingimuse kohaselt ei tohi vertikaalne kokkulepe anda selle osalistele võimalust kõrvaldada konkurentsi asjaomaste kaupade või teenuste olulise osa suhtes. See eeldab, et hinnatakse turule jäävat konkurentsivõimet ja kokkuleppe mõju sellistele muudele konkurentsiallikatele. Selle tingimuse kohaldamisel tuleb võtta arvesse aluslepingu artikli 101 lõike 3 ja aluslepingu artikli 102 suhet. Vastavalt väljakujunenud pretsedendiõigusele ei või aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamine takistada aluslepingu artikli 102 kohaldamist⁽¹⁶⁶⁾. Peale selle, kuna nii aluslepingu artikli 101 kui ka artikli 102 eesmärk on turul tõhusa konkurentsi säilitamine, tuleb artikli 101 lõiget 3 järjepidevuse huvides tõlgendada nii, et oleks välistatud erandi kohaldamine konkurentsi piiravate vertikaalsete kokkulepete suhtes, mille puhul on tegemist turgu valitseva seisundi kuritarvitamisega⁽¹⁶⁷⁾. Vertikaalse kokkuleppega ei tohi kõrvaldada tõhusat konkurentsi, eemaldades kõik või enamiku tegelikest või võimalikest konkurentsiallikatest. Ettevõtjatevaheline konkurentsi mõjutab oluliselt majanduslikku tõhusust, sealhulgas innovatsiooni kujul esinevaid dünaamilisi kasutegureid. Selle puudumisel ei ole turgu valitseval ettevõtjal piisavaid stiimuleid jätkata tõhususe suurenemisest tuleneva kasu loomist ja edasiandmist. Piiravat kokkulepet, millega säilitatakse, tekitatakse või tugevdatakse turupositsiooni, mis hakkab sarnanema monopoliga, ei saa tavaliselt põhjendada sellega, et see tekitab ka tõhususe suurenemist.

8.2. Konkreetsete vertikaalsete piirangute analüüs

- (297) Kui jaos 6 on esitatud suuniseid selliste vertikaalsete piirangute hindamiseks, mille näol on tegemist põhiliste piirangutega määruse (EL) 2022/720 artikli 4 tähenduses või välja jäetud piirangutega määruse (EL) 2022/720 artikli 5 tähenduses, siis järgmistes punktides esitatakse suuniseid muude konkreetsete vertikaalsete piirangute kohta. Selliseid vertikaalseid piiranguid, mida ei ole käesolevates suunistes eraldi käsitletud, hindab komisjon vastavalt samadele põhimõtetele, võttes arvesse asjakohaseid tegureid, nagu on sätestatud käesolevas jaos 8.

⁽¹⁶⁵⁾ Vt artikli 101 lõiget 3 käsitlevate suuniste punkt 85.

⁽¹⁶⁶⁾ Vt kohtuotsus, 16. märts 2000, *Compagnie Maritime Belge*, liidetud kohtuasjad C-395/96 P ja C-396/96 P, ECLI:EU:C:2000:132, punkt 130. Samuti ei välista aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohaldamine aluslepingus sätestatud kaupade, teenuste, isikute ja kapitali vaba liikumise eeskirjade kohaldamist. Teatavatel asjaoludel kohaldatakse neid sätteid kokkulepete, otsuste ja kooskõlastatud tegevuse suhtes aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses, vt sellega seoses kohtuotsus, 19. veebruar 2002, *Wouters ja teised*, C-309/99, ECLI:EU:C:2002:98, punkt 120.

⁽¹⁶⁷⁾ Vt kohtuotsus, 10. juuli 1990, *Tetra Pak vs. komisjon*, T-51/89, ECLI:EU:T:1990:41. Vt ka artikli 101 lõiget 3 käsitlevad suunised, punkt 106.

8.2.1. Ühe kaubamärgi pealesurumine

- (298) Ühe kaubamärgi pealesurumisega on tegemist selliste kokkulepete puhul, mille põhitunnus on asjaolu, et ostja on kohustatud või teda mõjutatakse tellima ühelt tarnijalt valdavalt üht liiki toodet. See nõue võib muu hulgas sisalduda ostjaga kokku lepitud mittekonkureerimisklauslites või koguseklauslites. Mittekonkureerimiskorraldus põhineb kohustusel või stimuleerimiskaval, mille tulemusel ostab ostja enam kui 80 % teataval turul vajalikust kogusest ainult ühe tarnija käest. See ei tähenda, et ostja peab ostma otse selle tarnija käest, vaid et ostja tegelikult ei tohi osta ega müüa konkureerivaid kaupu või teenuseid ega kasutada neid oma kaupade või teenuste valmistamiseks. Ostjale seatud kogusekohustus on mittekonkureerimiskohustuse nõrgem vorm, mille puhul tarnija ja ostja lepivad kokku stiimulites või kohustustes, mille tulemusel ostja ostab valdavalt ühe tarnija käest. Kogusekohustus võib esineda näiteks ostukoguste alammäärade, varude säilitamise nõuete või mittelineaarse hinnakujunduse vormis, näiteks tingimuslikud mahahindluskavad või kaheosalised hinnad (püüasü pluss ühikuhind). Nn Inglise klausli puhul, millega kohustatakse ostjat teatama igast paremast pakkumisest ja lubatakse ostjal see vastu võtta üksnes juhul, kui tarnijal ei ole sama head pakkumist, võib eeldada, et sellel on sama mõju kui ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustusel, eriti kui ostja peab avaldama parema pakkumise tegija.
- (299) Ühe kaubamärgi pealesurumisega kaasnevad võimalikud konkurentsiriskid on konkureerivate ja potentsiaalsete tarnijate turulepääsu piiramine, konkurentsi vähenemine ja tarnijate konkurentsivastase koostöö hõlbustamine piirangute kumulatiivse kasutamise korral ning kauplustes kaubamärkidevahelise konkurentsi kadumine, kui ostja on jaemüüja. Sellised piirangud mõjutavad otseselt kaubamärkidevahelist konkurentsi.
- (300) Ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevate kokkulepete puhul võib olla võimalik tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, kui ei tarnija ega ostja turuosa ei ületa 30 % ja mittekonkureerimiskohustuse kehtivusaeg ei ületa viit aastat. Nagu on kirjeldatud punktis (248), võib ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevate kokkulepete puhul, mida saab viie aasta möödudes vaikimisi pikendada, tugineda grupierandile, tingimusel et ostjal on võimalik ühe kaubamärgi pealesurumist käsitleva kokkuleppe üle mõistliku etteteatamisaja jooksul ja mõistlike kuludega tegelikult uuesti läbirääkimisi pidada või kokkuleppe lõpetada, mis võimaldab seega ostjal pärast viie aasta möödumist tegelikult tarnijaid vahetada. Kui need tingimused ei ole täidetud, tuleb ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevat kokkulepet eraldi hinnata.
- (301) Ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustused võivad tuua kaasa konkurentsivastase turulepääsu piiramise eelkõige siis, kui ilma kohustusteta avaldaksid olulist konkurentsipurvet konkurendid, kes kohustuste võtmise ajal veel turul ei tegutse või kes ei suuda konkureerida klientidele täielike tarnete tagamisel. Konkurendid ei pruugi suuta konkureerida ühe kliendi kogunõudluse puhul, kui asjaomane tarnija on turul vähemalt osa nõudluse puhul vältimatu kaubanduspartner, näiteks seetõttu, et tema kaubamärk on nii-öelda kohustuslik laoartikkel, mida paljud tarbijad eelistavad, või kuna teiste tarnijate suutlikkus on piiratud sel määral, et osa kõnealusest nõudlusest suudab täita ainult kõnealune tarnija⁽¹⁶⁸⁾. Ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustuste võimaliku konkurentsivastase mõju hindamisel on seega kõige tähtsam tegur tarnija turupositsioon.
- (302) Kui konkurendid suudavad konkureerida võrdsetel tingimustel iga üksiku kliendi kogunõudluse puhul, siis ühe tarnija kehtestatud ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustused tõenäoliselt üldiselt ei piira märgatavalt konkurentsi, välja arvatud juhul, kui ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustuste kestuse ja turuhõlmavuse tõttu on klientidel keeruline tarnijat vahetada. Mida suurem on selle turuosa osakaal, mida tarnija ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustus hõlmab, ja mida pikem on ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustuse kehtivusaeg, seda märkimisväärssem turulepääsu piiramine tõenäoliselt on. Ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustused toovad turulepääsu konkurentsivastase piiramise tõenäolisemalt kaasa siis, kui selliseid kohustusi sõlmivad turgu valitsevad ettevõtjad.

⁽¹⁶⁸⁾ Vt kohtuotsus, 23. oktoober 2003, Van den Bergh Foods vs. komisjon, T-65/98, ECLI:EU:T:2003:281, punktid 104 ja 156.

- (303) Tarnija turuvõimu hindamisel on oluline tema konkurentide turupositsioon. Kui konkurente on piisavalt palju ja nad on piisavalt tugevad, siis ei ole märgatavat konkurentsivastast mõju oodata. Konkurentide turulepääsu piiramine ei ole väga tõenäoline, kui neil on sarnane turupositsioon ja kui nad suudavad pakkuda sama atraktiivseid kaupu. Sellises olukorras võidakse aga piirata potentsiaalsete turuletulijate turulepääsu, kui mitu suurt tarnijat sõlmib asjaomasel turul ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevad kokkulepped suure hulga ostjatega (kumulatiivne mõju). Ühtlasi võivad ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevad kokkulepped sellises olukorras hõlbustada konkureerivate tarnijate vahelist konkurentsivastast koostööd. Kui selliste kokkulepete puhul saab individuaalselt tugineda määrusega (EL) 2022/720 ette nähtud erandile, siis võib sellise negatiivse kumulatiivse konkurentsivastase mõju kõrvaldamiseks olla vaja grupierand tühistada. Alla 5 % suuruse seotud turuosa puhul üldjuhul ei leita, et see kõnealust kumulatiivset mõju märgatavalt suurendaks.
- (304) Kui turu suurima tarnija turuosa on alla 30 % ja viie suurima tarnija turuosa kokku on alla 50 %, ei teki tõenäoliselt konkurentsivastast mõju ei eraldi ega kumulatiivselt. Sellistel juhtudel, kui potentsiaalne turuletuli ei saavuta kasumit tagavat turuosa, on see tõenäoliselt tingitud muudest teguritest kui ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustused, näiteks tarbija eelistustest.
- (305) Konkurentsivastase turulepääsu piiramise kindlakstegemiseks on vaja hinnata turuletuleku tõkete ulatust. Kui konkureerivatel tarnijatel on suhteliselt lihtne luua oma integreeritud turustusvõrgustik või leida oma tootele teisi turustajaid, ei kujuta turulepääsu piiramine endast tõenäoliselt tegelikku probleemi.
- (306) Oluline on tasakaalustav ostujõud, sest turuvõimuga ostjad ei loobu kergelt võimalusest osta konkureerivaid kaupu või teenuseid. Üldisemalt peab tarnija selleks, et veenda kliente nõustuma ühe kaubamärgi pealesurumisega, neile täielikult või osaliselt hüvitama ainuõiguslikkusest tuleneva konkurentsi kadumise. Kui selline hüvitamine toimub, siis võib olla kliendi isiklikes huvides sõlmida tarnijaga ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustused sisaldav kokkulepe. Sellest oleks aga vaele järeldada, et kõik ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustused on kokkuvõttes asjaomase turu klientidele ja tarbijatele üldiselt kasulikud. Eelkõige ei ole tõenäoline, et kõik tarbijad saaksid kasu juhul, kui ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kohustused tervikuna takistavad konkureerivate ettevõtjate turule sisenemist või seal laienemist.
- (307) Samuti on asjakohane tootmis- või turustusahela tasand. Turulepääsu piiramist esineb tõenäoliselt vähem vahetoodete puhul. Kui vahetoote tarnija ei ole turgu valitsev ettevõtja, siis jääb konkureerivatele tarnijatele veel oluline osa vabast nõudlusest. Kui tarnija ei ole turgu valitsev ettevõtja, võib aga ühe kaubamärgi pealesurumine tuua kaasa turulepääsu piirava konkurentsivastase mõju juhul, kui esineb kumulatiivne mõju. Kumulatiivset konkurentsivastast mõju ei esine tõenäoliselt juhul, kui seotud on alla 50 % turust.
- (308) Kui kokkulepe käsitleb lõpptoodete tarnimist hulgimüügi tasandil, siis sõltub konkurentsiprobleemi esinemise tõenäosus suurel määral hulgimüügi liigist ja turuletuleku tõketest hulgimüügi tasandil. Tegelik konkurentide turulepääsu piiramise oht puudub, kui konkureerivatel tootjatel on lihtne luua oma hulgimüügisüsteemi. See, kas turuletuleku tõkked on väikesed, sõltub osaliselt sellest, mis liiki hulgimüügisüsteemi tarnija suudab tõhusalt luua. Turul, kus on tõhus tegeleda üksnes kokkuleppes käsitletud toote (näiteks jäätis) hulgimüügiga, võib tootjal olla suutlikkus ja stiimul luua vajaduse korral oma hulgimüügisüsteem, millisel juhul ei ole tõenäoline, et tema pääsemist sellele turule piirataks. Seevastu turul, kus on tõhusam müüa hulgi tervet tootevalikut (näiteks külmutatud toiduained), ei ole ainult ühte toodet müüva tootja seisukohast tõhus ise hulgimüügisüsteemi luua. Kui tootja ei saa kasutada väljakujunenud hulgimüüjaid, siis jääb ta sellelt turult tõenäoliselt välja. Sellisel juhul võib esineda konkurentsivastast mõju. Kumulatiivne konkurentsivastane mõju võib tekkida ka juhul, kui mitu tarnijat seob endaga enamiku turul tegutsevaid hulgimüüjaid.
- (309) Lõpptoodete puhul on turulepääsu piiramine tõenäolisem jaemüügi tasandil, võttes arvesse enamikule tootjatest seatud olulisi turuletuleku tõkkesid, mis ei võimalda neil avada jaemüügikohti ainult oma toodete müümiseks. Peale selle põhjustavad ühe kaubamärgi pealesurumisega seotud kokkulepped just jaemüügi tasandil kaubamärkidevahelise konkurentsi vähenemist kauplustes. Nendel põhjustel ja võttes arvesse muid asjakohaseid

tegureid, võib lõpptoodete puhul tekkida jaemüügi tasandil oluline konkurentsivastane mõju, kui tarnija, kes ei ole turgu valitsev ettevõtja, seob vähemalt 30 % asjaomasest turust. Turgu valitseva ettevõtja puhul võib ka väike seotud turuosa avaldada olulist konkurentsivastast mõju.

- (310) Kumulatiivset konkurentsivastast mõju võib esineda ka jaemüügi tasandil. Kui ühegi tarnija turuosa ei ületa 30 %, on kumulatiivne turulepääsu piirav mõju ebatõenäoline, kui kogu seotud turuosa jääb alla 40 %, millisel juhul ei ole grupierandi tühistamine seega tõenäoline. See näitaja võib olla ka suurem, kui võtta arvesse muid tegureid, nagu konkurentide arv või turuletuleku tõkked. Kui mõne ettevõtja turuosa on määruse (EL) 2022/720 artiklis 3 sätestatud künnisest suurem, kuid ükski neist ei ole turgu valitsev ettevõtja, on kumulatiivne turulepääsu piirav mõju ebatõenäoline, kui kogu seotud turuosa jääb alla 30 %.
- (311) Kui ostja tegutseb tarnija ruumides ja maal või ruumides ja maal, mida tarnija rendib kolmandalt isikult, kes ei ole ostjaga seotud, on võimalused võtta ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevast kokkuleppest tuleneva võimaliku turulepääsu piirava mõju vastu tõhusaid meetmeid piiratud. Sellises olukorras komisjon tõenäoliselt ei sekku, kui tarnija ei ole turgu valitsev ettevõtja.
- (312) Teatavates sektorites võib olla keeruline müüa ühesainsas kohas rohkem kui ühte kaubamärki; sel juhul on turulepääsu piiramise probleemi parem lahendada lepingute kehtivusaja lühendamisega.
- (313) Kui ühe kaubamärgi pealesurumine tekitab märgatavat piiravat mõju, siis tuleb hinnata seda, kas kokkulepe toob kaasa kasutegureid, mis vastavad aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Mittekongkureerimiskohustuste puhul võivad eriti olulised olla punkti 16 alapunktis b (tarnijatevaheline parasiitlus), alapunktides e ja f (investeeringute või oskusteabe kinnihoidmine) ning alapunktis i (kapitaliturgude puudused) kirjeldatud kasutegurid.
- (314) Mis puudutab punkti 16 alapunktides b, e ja i kirjeldatud kasutegureid, siis võib ostjale kehtestatud kogusekohustus olla vähem piirav alternatiiv. Seevastu võib mittekongkureerimiskohustus olla ainus vahend punkti 16 alapunktis f (oskusteabe kinnihoidmise probleem) kirjeldatud kasuteguri saavutamiseks.
- (315) Tarnija tehtavate suhtespetsiifiliste investeeringute korral, mida on kirjeldatud punkti 16 alapunktis e, vastab mittekongkureerimiskohustus või kogusekohustus, mis on kehtestatud investeeringu amortiseerimise ajaks, üldjuhul aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Suurte suhtespetsiifiliste investeeringute korral võib olla põhjendatud mittekongkureerimiskohustus, mille kehtivusaeg on üle viie aasta. Suhtespetsiifiline investeering võib olla näiteks see, kui tarnija paigaldab seadmed või kohandab neid ja neid seadmeid saab seejärel kasutada komponentide tootmiseks üksnes kindlale ostjale. Üldised või turuspetsiifilised investeeringud, mis on (eriti) mahukad, ei ole üldjuhul suhtespetsiifilised investeeringud. Kui tarnija loob aga konkreetselt teatava ostja tegevusega seotud uue tootmisvõimsuse, näiteks plekkpurke tootev ettevõtja, kes loob toiduainetootja konserveerimistehases või selle läheduses uue purkide tootmise võimsuse, siis võib see uus tootmisvõimsus olla majanduslikult elujõuline ainult juhul, kui toodetakse sellele kindlale kliendile, ning sel juhul käsitatakse investeeringut suhtespetsiifiliseks.
- (316) Mittekongkureerimiskohustusi võib kasutada ka selliste investeeringute kinnihoidmise probleemi lahendamiseks, millega taotletakse kestlikkuseesmärke. Näiteks võib investeeringute või oskusteabe kinnihoidmise probleem tekkida, kui energiataarnija soovib olukorras, kus taastuvenergia nõudlus on kasvanud,⁽¹⁶⁹⁾ investeerida hüdroelektrijaama või tuuleparki. Tarnija võib olla valmis võtma sellise pikaajalise investeerimisriski ainult juhul, kui piisav arv ostjaid on nõus võtma kohustust osta taastuvenergiat pikema aja jooksul. Sellised vertikaalsed kokkulepped ostjatega võivad konkurenti soodustada, sest pikaajaline mittekongkureerimiskohustus võib olla vajalik selleks, et investeering üldse tehakse, või et see tehakse kavandatud ulatuses või kavandatud aja jooksul. Seepärast võivad sellised mittekongkureerimiskohustused vastata aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele, kui tarnija investeeringute amortiseerumise aeg on pikk, ületades määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punktis a kehtestatud viit aastat⁽¹⁷⁰⁾.

⁽¹⁶⁹⁾ Vt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. detsembri 2018. aasta direktiivi (EL) 2018/2001 (taastuvatest energiaallikatest toodetud energia kasutamise edendamise kohta, ELT L 328, 21.12.2018, lk 82) artikli 2 lõige 1.

⁽¹⁷⁰⁾ Selliste taastuvenergiaste tehtavate investeeringute suhtes võidakse kohaldada ka muid ELi eeskirju, sealhulgas ELi toimimise lepingu artikli 106 lõikest 1 tulenevaid eeskirju, riigiabi-eeskirju ja siseturgu käsitlevaid eeskirju.

- (317) Kui tarnija annab ostjale laenu või seadmeid, mis ei ole suhtespetsiifilised, siis see iseenesest üldjuhul tõenäoliselt ei kujuta endast kasutegurit, mis vastaks aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele, kui kokkulepe tekitab turulepääsu piiravat konkurentsivastast mõju. Kapitaliturgude puuduste puhul võib olla tõhusam, kui panga asemel annab laenu toote tarnija (vt punkti 16 alapunkt i). Sellisel juhul tuleks aga laenu anda võimalikult väheste piirangutega ning üldjuhul ei tohiks takistada ostjal kohustust lõpetada ja laenujääk mis tahes ajal trahvideta tagasi maksta.
- (318) Näiteks frantsiisimise puhul piisab harilikult olulise oskusteabe edastamisest (punkti 16 alapunkt f), et põhjendada mittekonkureerimiskohustust tarnekokkuleppe kogu kehtivusajal.
- (319) Alljärgnevalt on esitatud mittekonkureerimiskohustuse näide.

Turuliidrist ettevõtja, kelle turuosa on riiklikul impulssostuks liigitatava tarbekauba turul 40 %, müüb enamiku (90 %) oma tooteid seotud jaemüüjate kaudu (seotud turuosa on 36 %). Vertikaalsete kokkulepete kohaselt on jaemüüjad kohustatud ostma vähemalt nelja aasta jooksul ainult turuliidri. Turuliider on eriti tugevalt esindatud tihedamalt asustatud piirkondades, näiteks pealinnas. Tal on kümme konkurenti, kuid neist mõne tooted on kättesaadavad ainult teatavates asukohtades ja nende kõigi turuosad on palju väiksemad – suurima konkurenti turuosa on 12 %. Need kümme konkurenti üheskoos varustavad seotud müügikohtade kaudu 10 % turust. Kaubamärgid ja tooted on turul selgelt eristatud. Turuliider müüb kõige tugevamaid kaubamärke. Ta on ainus, kes korraldab korrapäraselt üleriigilisi reklaamikampaaniaid ja varustab oma seotud jaemüüjaid spetsiaalsete hoiukappidega oma toote jaoks.

Selle tulemuseks on olukord, kus potentsiaalsetele turuletulijatele ja sellistele turu valitsevatele ettevõtjatele, kellel ei ole seotud müügikohti, on suletud kokku 46 % (36 % + 10 %) turust. Potentsiaalsetel konkurentidel on veelgi keerulisem tulla turule tihedalt asustatud piirkondades, kus turulepääs on veel piiratum, kuigi nad eelistaksid just nendes piirkondades turule tulla. Kuna kaubamärgid ja tooted on selgelt eristatud ja teabehankimiskulud on toote hinnaga võrreldes kõrged, vähendab kaubamärkidevahelise konkurentsi puudumine kauplustes täiendavalt tarbijate heaolu. AINUõiguslike müügikohtadega seotud võimalikud kasutegurid, mis turuliidri väitel tulenevad väiksematest veokuludest ja hoiukappidega seotud investeeringute kinnihoidmise võimalikust probleemist, on piiratud ega kaalu üles negatiivset mõju konkurentsile. Kasutegureid on vähe, sest veokulud on seotud koguste, mitte ainuõigusega, ja hoiukapid ei hõlma erioskusteavet ega ole kaubamärgispetsiifilised. Seega ei ole aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused tõenäoliselt täidetud.

- (320) Alljärgnevalt on esitatud kogusekohustuse näide.

Tootja X, kelle turuosa on 40 %, müüb 80 % oma toodetest lepingute alusel, mis kohustavad edasimüüjaid ostma vähemalt 75 % seda liiki toodete nõudlusest X-lt. Vastutasuks pakub X soodustingimustel rahastamist ja seadmeid. Lepingute kehtivusaeg on viis aastat ja laen tuleb tagasi maksta võrdsete osade kaupa. Kahel esimesel aastal on ostjatel aga võimalus leping kuuekuulise etteatamisajaga lõpetada, kui nad tagasimaksmata laenusumma ära maksavad ja seadmed nende turuväärtusega välja ostavad. Viie aasta pärast saab seadmetest ostja omand. Konkureerivaid tootjaid on 12, kellest enamik on väikesed – neist suurima turuosa on 20 % – ja neil kõigil on samalaadsed lepingud, mille kehtivusajad on erinevad. Tootjatel, kelle turuosa on alla 10 %, on sageli pikema kehtivusajaga lepingud, mille lõpetamise tingimused ei ole nii soodsad. Tootja Xi lepingud võimaldavad 25 % nõudlusest vabalt tarnida konkurentidel. Viimasel kolmel aastal on turule tulnud kaks uut tootjat, kes on kokku saavutanud umbes 8 % turuosa osaliselt seetõttu, et vastutasuks lepingute eest edasimüüjatega on nad üle võtnud neist mitme laenu.

Tootja Xi seotud turuosa on 24 % ($0,75 \times 0,80 \times 40$ %). Teiste tootjate seotud turuosa on ligikaudu 25 %. Seega ei ole potentsiaalsetel turuletulijatel ja sellistel turgu valitsevatel ettevõtjatel, kellel ei ole seotud müügikohti, vähemalt tarnelepingute kahel esimesel aastal võimalik pääseda kokku ligikaudu 49 %-le turust. Tundub, et edasimüüjatel on sageli keeruline pankadelt laenu saada ja üldjuhul on nad liiga väikesed, et kaasata kapitali muul viisil, näiteks aktsiaemissiooni teel. Peale selle suudab tootja X näidata, et kui ta müüb valdavalt üksnes piiratud arvule edasimüüjatele, võimaldab see tal oma müüki paremini kavandada ja hoida kokku veokulusid. Võttes arvesse ühelt poolt ostukohustusega kaasnevaid kasutegureid ning teiselt poolt seda, et tootja Xi lepingutest 25 % on sidumata, tegelikku võimalust lepingud ennetähtaegselt lõpetada, uute tootjate hiljutist turuletulekut ja asjaolu, et ligikaudu pooled edasimüüjad ei ole seotud, on tõenäoline, et tootja Xi kohaldatav 75 % kogusenõue vastab artikli 101 lõike 3 tingimustele.

8.2.2. *Ainuõiguslik tarnimine*

- (321) Ainuõiguslik tarnimine tähendab piiranguid, millega kohustatakse või mõjutatakse tarnijat müüma lepingujärgseid tooteid üldiselt või konkreetse kasutamise eesmärgil ainult või valdavalt ühele ostjale. Sellised piirangud võivad esineda ainuõigusliku tarnimise kohustuse näol, millega kohustatakse tarnijat müüma ainult ühele ostjale edasimüümise või konkreetse kasutamise eesmärgil. Samuti võivad need esineda näiteks tarnijale kogusekohustuse kehtestamise näol, mille puhul tarnija ja ostja lepivad kokku stiimulites, mille tagajärjel keskendub tarnija oma müügitegevuses peamiselt kõnealusele ostjale. Vahekaupade või -teenuste puhul nimetatakse ainuõiguslikku tarnimist sageli tööstuslikuks tarnimiseks.
- (322) Ainuõigusliku tarnimise kokkuleppe puhul võib tugineda määrusega (EL) 2022/720 ette nähtud grupierandile juhul, kui ei tarnija ega ostja turuosa ei ületa 30 %, isegi kui sellega kaasnevad muud nõrgemad vertikaalsed piirangud, nagu mittekonkureerimiskohustused. Käesoleva jao 8.2.2 ülejäänud osas antakse suuniseid ainuõigusliku tarnimise kokkulepete hindamiseks üksikjuhtumite puhul, kui turuosa künnis on ületatud.
- (323) Peamine ainuõiguslikust tarnimisest tulenev konkurentsioht on teiste ostjate turulepääsu konkurentsivastane piiramine. On teatav sarnasus ainuõigusliku turustuse võimaliku mõjuga, eelkõige juhul, kui ainuõiguslik turustaja muutub tervel turul ainuõiguslikuks ostjaks (vt eelkõige punkt (130)). Hinnates ostja võimalust kehtestada ainuõigusliku tarnimise kohustus, millega piiratakse teiste ostjate juurdepääsu tarnetele, on ilmselgelt oluline eelneval ostuturul tegutseva ostja turuosa. Kõige olulisem tegur selle kindlakstegemisel, kas esineda võib konkurentsiprobleeme, on aga ostja positsioon järgneval turul. Kui ostjal ei ole järgneval turul võimu, ei ole ka oodata märgatavat negatiivset mõju tarbijatele. Negatiivne mõju võib tekkida siis, kui ostja turuosa järgneval tarneturul ja ka eelneval ostuturul ületab 30 %. Kui eelneval turul ei ületa ostja turuosa 30 %, võib turulepääsu piirav mõju olla siiski märkimisväärne, eriti kui ostja turuosa järgneval turul ületab 30 % ning ainuõiguslik tarnimine on seotud lepingujärgsete toodete konkreetse kasutamisega. Kui ostja on turgu valitsevas seisundis järgneval turul, võib mis tahes kohustus tarnida tooteid ainult või valdavalt turgu valitsevale ostjale hõlpsalt avaldada märkimisväärset konkurentsivastast mõju.
- (324) Lisaks ostja turupositsioonile eelneval ja järgneval turul on oluline võtta arvesse ka ainuõigusliku tarnimise kohustuse ulatust ja kehtivusaega. Mida suurem on seotud tarnete osa ja mida kauem ainuõigusliku tarnimise kohustus kehtib, seda märkimisväärsem turulepääsu piirav mõju tõenäoliselt on. Muude kui turgu valitsevate ettevõtjate vahel sõlmitud alla viie aasta pikkuse kehtivusajaga ainuõigusliku tarnimise kokkulepete puhul on harilikult vaja konkurentsi soodustavat ja konkurentsivastast mõju tasakaalustada, samal ajal kui enamiku investeeringute puhul ei ole üle viie aasta pikkuse kehtivusajaga kokkulepped vajalikud, et saavutada väidetavaid kasutegureid, või pole need kasutegurid piisavad, et kaaluda üles selliste pikaajaliste ainuõigusliku tarnimise kokkulepetega kaasnevat turulepääsu piiravat mõju.
- (325) Samuti on oluline eelneval ostuturul konkureerivate ostjate turupositsioon, sest ainuõigusliku tarnimise kokkulepetega tõenäoliselt piiratakse konkureerivate ostjate turulepääsu konkurentsivastastel põhjustel, näiteks suurendades nende kulusid, kui nad on turulepääsu piiravast ostjast oluliselt väiksemad. Konkureerivate ostjate turulepääsu piiramine ei ole väga tõenäoline siis, kui nendel konkurentidel on kokkuleppeosalisest ostjaga

sarnane ostujõud ja nad suudavad pakkuda tarnijatele samalaadseid müügivõimalusi. Sellisel juhul võidakse piirata üksnes potentsiaalsete turuletulijate turulepääsu, kes ei pruugi suuta tagada tarneid, kui mitu suurt ostjat sõlmivad ainuõigusliku tarnimise kokkulepped enamiku turul tegutsevate tarnijatega. Sellise kumulatiivse turulepääsu piirava mõju tagajärjel võidakse määruse (EL) 2022/720 kohane erand tühistada.

- (326) Turulepääsu piiramise hindamisel on asjakohased nii turuletuleku tõkete olemasolu tarnijate tasandil kui ka nende suurus. Kui konkureerivate ostjate jaoks on tulemuslik kaupu või teenuseid eelneval turul vertikaalse integreerumise teel ise pakkuda, ei kujuta turulepääsu piiramine endast tõenäoliselt probleemi.
- (327) Arvesse tuleks võtta ka tarnijate tasakaalustavat jõudu, sest suured tarnijad ei luba ühel ostjal end kergelt alternatiivsetest ostjatest ära löigata. Seepärast esineb turulepääsu piiramise oht peamiselt siis, kui tarnijad on nõrgad ja ostjad tugevad. Tugevate tarnijate puhul võib ainuõigusliku tarnimise kohustusega kaasneda mittekonkureerimiskohustus. Sellise kombinatsiooni korral tuleb järgida ka ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevaid suuniseid. Kui mõlemad pooled teevad suhtespetsiifilisi investeeringuid (investeeringute või oskusteabe kinnihoidmise probleem), on ainuõigusliku tarnimise kohustuse ühendamine mittekonkureerimiskohustusega sageli põhjendatud, eelkõige kui tegemist ei ole turgu valitsevate ettevõtjatega.
- (328) Samuti on võimaliku turulepääsu piiramise mõju hindamisel oluline tootmis- või turustusahela tasand ja toote laad. Konkurentsivastane turulepääsu piiramine on vähem tõenäoline vahetoodete või ühesuguste toodete korral. Esiteks on tootjal, kelle turulepääsu piiratakse ja kes kasutab teatavat sisendit, oma klientide nõudlusele reageerimisel üldjuhul suurem paindlikkus kui hulgimüüjal või jaemüüjal, kes peab reageerima nõudlusele lõpptarbivate hulgas, kelle jaoks võib kaubamärgil olla suur tähtsus. Teiseks mõjutab võimaliku tarneallika kaotus ostjaid, kelle turulepääsu piiratakse, ühesuguste toodete puhul vähem kui mitmekesiste, eri klassidesse kuuluvate ja erineva kvaliteediga toodete puhul. Kaubamärgiga lõpptoodete või eristuvate vahetoodete puhul, mille puhul esineb turuletuleku tõkkeid, võib ainuõiguslikul tarnimisel olla märgatav konkurentsivastane mõju, kui konkureerivad ostjad on suhteliselt väikesed võrreldes turuletulekut piirava ostjaga, isegi kui viimane ei ole järgneval turul turgu valitsev ettevõtja.
- (329) Kasutegureid võib oodata investeeringute või oskusteabe kinnihoidmise korral (punkti (16) alapunktid (e) ja (f)) ja tõenäolisemalt vahetoodete kui lõpptoodete puhul. Muud kasutegurid on vähem tõenäolised. Turustamisel saavutatavast võimalikust mastaabisäästust (punkti (16) alapunkt (g)) tõenäoliselt ei piisa ainuõigusliku tarnimise põhjendamiseks.
- (330) Investeeringute või oskusteabe kinnihoidmise ja veelgi enam turustamisel saavutatava mastaabisäästu korral oleks vähem piirav alternatiiv kehtestada tarnijale kogusekohustus, näiteks minimaalne nõutav tarnemaht.
- (331) Alljärgnevalt on esitatud ainuõigusliku tarnimise näide.

Teatavat liiki komponentide turul (vahetoodete turul) lepib tarnija A ostjaga B kokku, et ta töötab välja komponendi uue versiooni, kasutades oma oskusteavet ja suuri investeeringuid uutesse masinatesse ning B esitatud kirjeldusi. Ostja B peab tegema suuri investeeringuid uue komponendi toodetesse hõlmamiseks. Lepitakse kokku, et tarnija A tarnib uut toodet ainult ostjale B viie aasta jooksul alates esmakordsest turuletulekust. Ostja B on nende viie aasta jooksul kohustatud ostma uut toodet ainult tarnija A käest. A võib jätkata sama komponendi muude versioonide müüki mujale ja B nende ostmist mujalt. Ostja B turuosa eelneval komponentide turul ja järgneval lõpptoodete turul on 40 %. Tarnija A turuosa on 35 %. Tegutseb veel kaks komponentide tarnijat, kelle turuosad on ligikaudu 20–25 %, ning mitu väiksemat tarnijat.

Võttes arvesse mõlema osalise suuri investeeringuid, saadavaid kasutegureid ja väikest turulepääsu piiravat mõju, on tõenäoline, et kokkulepe vastab aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Teistel ostjatel ei võimaldata osta 35 % turuosaga tarnija ühe toote teatavat versiooni, kuid turul on teisi komponentide tarnijaid, kes võiksid välja töötada samasuguseid uusi tooteid. Teiste tarnijate turulepääsu piiratakse ostja B nõudluse osa ulatuses, mis moodustab maksimaalselt 40 % turust.

8.2.3. Internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamise piirangud

- (332) Internetipõhistes kauplemisskohtades viiakse kokku kauplejad ja võimalikud kliendid eesmärgiga võimaldada otse oste teha ja üldisemalt on nende näol tegemist veebipõhiste vahendusteenuste osutajatega. Veebiteenuseid, mille puhul ei pakuta otseostude tegemise võimalust, vaid suunatakse kliendid ümber veebisaitidele, kus saab kaupu ja teenuseid osta, käsitatakse käesolevates suunistes reklaamiteenuste, mitte internetipõhiste kauplemisskohtadena ⁽¹⁷¹⁾.
- (333) Internetipõhistest kauplemisskohtadest on saanud oluline müügikanal nii tarnijate ja jaemüüjate jaoks, kellele võimaldatakse juurdepääsu suurele arvule klientidele, kui ka lõppkasutajate jaoks. Internetipõhised kauplemisskohad võivad võimaldada jaemüüjatel alustada veebimüüki väiksemate alginvesteeringutega. Samuti võivad need hõlbustada piiriülest müüki ning suurendada eelkõige selliste väikeste ja keskmise suurusega müüjate nähtavust, kellel ei ole oma e-poodi või kes ei ole lõppkasutajatele hästi tuntud.
- (334) Tarnijad võivad soovida piirata internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamist oma ostjate poolt, ⁽¹⁷²⁾ näiteks selleks, et kaitsta oma kaubamärgi kuvandit ja positsiooni, pärssida huvi müüa võltsitud tooteid, tagada piisavad müügieelsed ja -järgsed teenused või tagada, et ostja säilitab otsese suhte klientidega. Sellised piirangud võivad ulatuda internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamise täielikust keelust selliste internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamise piiramiseni, mis ei vasta teatavatele kvalitatiivsetele nõuetele. Näiteks võivad tarnijad keelata kasutada selliseid kauplemisskohti, kus tooteid müüakse oksjoni teel, või nõuda ostjatel spetsialiseerunud kauplemisskohtade kasutamist, et tagada teatavate kvaliteedinormide järgimine seoses keskkonnaga, kus nende kaupu või teenuseid võib müüa. Teatavate kvalitatiivsete nõuete kehtestamisega võidakse internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamine sisuliselt keelata, sest ükski internetipõhine kauplemisskoht ei suuda neid nõudeid täita. Selline olukord võib esineda näiteks juhul, kui tarnija nõuab, et internetipõhise kauplemisskoha logo ei oleks nähtav või et kõikide jaemüüja kasutatavate veebisaitide domeeninimi sisaldaks jaemüüja ettevõtja nime.
- (335) Vertikaalsete kokkulepete puhul, millega piiratakse internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamist, saab tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, tingimusel et kokkuleppe otsene ega kaudne eesmärk ei ole takistada ostjal tõhusalt kasutada interneti lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks teataval territooriumil või teatavatele klientidele määruse artikli 4 lõike e tähenduses ning et ei tarnija ega ostja turuosa ei ületa määruse (EL) 2022/720 artiklis 3 sätestatud künniseid.
- (336) Nagu on sätestatud jaos 6.1.2, on internetipõhises kauplemisskogas müümise piirang või keeld seotud sellega, kuidas ostja võib veebis müüa, ja sellega ei piirata müüki teatava territooriumi ega teatava kliendirühmaga. Kuigi sellise piirangu või keeluga piiratakse konkreetse veebipõhise müügikanali kasutamist, saab ostja jätkuvalt kasutada muid veebipõhiseid müügikanaleid ⁽¹⁷³⁾. Eelkõige võib ostja olenemata internetipõhistes kauplemisskohtades müümise piirangust või keelust müüa siiski lepingujärgseid kaupu või teenuseid oma e-poe või muude veebikanalite kaudu ning kasutada oma e-poe või muude müügikanalite nähtavuse parandamiseks otsingumootorite optimeerimist või teha veebireklaami, sealhulgas kolmandate isikute platvormidel. Seepärast ei saa sellise piirangu puhul põhimõtteliselt kasutada määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 1 ette nähtud erandit.
- (337) Käesoleva jao 8.2.3 ülejäänud osas antakse suuniseid internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamise piirangute hindamiseks üksikjuhtumite puhul, kui on ületatud määruse (EL) 2022/720 artiklis 3 sätestatud turuosa künnis.
- (338) Internetipõhiste kauplemisskohtade kasutamise piirangutes lepikse sageli kokku ainuõiguslike turustussüsteemide puhul. Jaos 4.6.2 on sätestatud kriteeriumid, mille kohaselt võib valikuline turustussüsteem jääda väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala ⁽¹⁷⁴⁾. Kui tarnija ei sõlmi internetipõhise kauplemisskohaga kokkulepet, ei pruugi tal olla võimalik kontrollida, kas internetipõhine kauplemisskoht vastab tingimustele, mille tema volitatud turustajad peavad lepingujärgsete kaupade või teenuste müümiseks täitma. Sellisel juhul võib internetipõhise kauplemisskoha kasutamise piirang või keeld olla asjakohane ega mitte minna

⁽¹⁷¹⁾ Vt ka punkt (343).

⁽¹⁷²⁾ E-kaubandussektori uuringu lõpparuanne, jagu 4.4.

⁽¹⁷³⁾ Vt kohtuasi C-230/16: Coty Germany, punktid 64–69.

⁽¹⁷⁴⁾ Vt kohtuasi C-230/16: Coty Germany, punktid 24–36.

kaugemale sellest, mis on vajalik lepingujärgsete kaupade või teenuste kvaliteedi säilitamiseks ja nende nõuetekohase kasutamise tagamiseks. Juhul kui tarnija määrab aga internetipõhise kauplemiskoha käitaja oma valikulise turustussüsteemi liikmeks või seab internetipõhise kauplemiskoha kasutamise piirangu mõnele, kuid mitte teistele volitatud turustajatele, või kui ta piirab internetipõhise kauplemiskoha kasutamist, kuid kasutab seda kauplemiskohta ise lepingujärgsete kaupade või teenuste turustamiseks, siis on ebatõenäoline, et selliste internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirangud vastavad asjakohasuse ja proportsionaalsuse nõuetele ⁽¹⁷⁵⁾.

- (339) Kui valikuline turustus jääb aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, siis tuleb vertikaalset kokkulepet ja internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise võimalikke piiranguid hinnata aluslepingu artikli 101 alusel.
- (340) Peamine internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirangutest tulenev oht konkurentsile on kaubamärgisese konkurentsi vähenemine turustamise tasandil. Näiteks võivad teatavad volitatud turustajad, nagu väikesed või keskmise suurusega ostjad, kasutada klientide meelitamiseks internetipõhiseid kauplemiskohti. Internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirangud võivad jätta need ostjad ilma võimalusest kasutada potentsiaalselt olulist müügikanalit ning vähendada nende konkurentsipurvet teistele volitatud turustajatele.
- (341) Internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirangute võimaliku konkurentsivastase mõju hindamiseks tuleb kõigepealt hinnata kaubamärgidevahelise konkurentsi määra, sest kaubamärgisese konkurentsi vähenemine iseenesest ei too tarbijate jaoks tõenäoliselt kaasa kahjulikku mõju, kui tarnijate ja turustajate tasandil on tugev kaubamärgidevaheline konkurents ⁽¹⁷⁶⁾. Sel eesmärgil tuleks võtta arvesse tarnija ja tema konkurentide turupositsiooni. Teiseks on vaja võtta arvesse internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirangute liiki ja ulatust. Näiteks on keeld müüa kõikide internetipõhiste kauplemiskohtade kaudu piiravam kui konkreetsete internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirang või nõue kasutada ainult neid internetipõhiseid kauplemiskohti, mis vastavad teatavatele kvalitatiivsetele kriteeriumidele. Kolmandaks tuleks võtta arvesse piiranguga hõlmatud internetipõhiste kauplemiskohtade suhtelist tähtsust müügikanalina asjaomastel toote- ja geograafilistel turgudel. Samuti tuleb võtta arvesse tarnija kehtestatud mis tahes muude veebimüügi või veebireklaami piirangute kumulatiivset mõju.
- (342) Nagu on kirjeldatud punktis (334), võivad internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piirangud tuua kaasa kasutegureid, mis on seotud eeskätt kaubamärgi kaitse või teenuste kvaliteedi teatava taseme tagamisega või millega vähendatakse võltsimisvõimalusi. Kui piirangud jäävad aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse, siis tuleb hindamisel arvesse võtta seda, kas selliseid kasutegureid oleks kooskõlas aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustega võimalik saavutada vähem piiravate vahenditega. Selline olukord võib esineda näiteks juhul, kui internetipõhine kauplemiskoht lubab jaemüüjatel luua kauplemiskohas kaupluse oma kaubamärgi jaoks ja seega suurendada kontrolli selle üle, kuidas nende kaupud või teenused müüakse. Võimalikud kvaliteediga seotud põhjendused, millele tarnija tugineb, ei vasta tõenäoliselt aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele järgmistes olukordades:
- (a) tarnija ise kasutab internetipõhist kauplemiskohta, mille kasutamine on ostjale keelatud;
 - (b) tarnija kehtestab piirangud mõnele turustajale, kuid mitte teistele;
 - (c) internetipõhise kauplemiskoha käitaja on ise valikulise turustussüsteemi volitatud liige.

8.2.4. Hinnavõrdlusteenuste kasutamise piirangud

- (343) Hinnavõrdlusteenused, ⁽¹⁷⁷⁾ näiteks hinnavõrdlust pakkuvad veebisaidid või rakendused, võimaldavad müüjatel suurendada oma nähtavust ja oma e-poe üldist külastatavust ning potentsiaalsetel klientidel leida jaemüüjaid ja võrrelda eri tooteid ja sama toote pakkumisi. Hinnavõrdlusteenused parandavad hindade läbipaistvust ning võivad suurendada kaubamärgisest ja kaubamärgidevahelist hinnakonkurentsi jaemüügi tasandil.

⁽¹⁷⁵⁾ Vt käesolevates suunistes punktid (147)–(150) ja kohtuasi C-230/16: Coty Germany, punktid 43–58.

⁽¹⁷⁶⁾ Vt kohtuasi C-306/20: Visma Enterprise, punkt 78.

⁽¹⁷⁷⁾ Käesolevates suunistes tähistab mõiste „hinnavõrdlusteenused“ teenuseid, mis ei sisalda otseostmise funktsiooni. Sellised teenused, mis võimaldavad müügi- ja ostufunktsiooni pakkumise kaudu kasutajatel ostutehinguid teha, on käesolevates suunistes liigitatud internetipõhisteks kauplemiskohtadeks. Internetipõhiste kauplemiskohtade kasutamise piiranguid on käsitletud jaos 8.2.3.

- (344) Erinevalt internetipõhistest kauplemiskohtadest ei pakuta hinnavõrdlusteenustega tavaliselt müügi- ja ostufunktsiooni, vaid nendega pigem suunatakse kliendid edasi jaemüüja e-poodi, võimaldades kliendi ja jaemüüja vahelist otsetehingut väljaspool hinnavõrdlusteenust. Seepärast ei ole hinnavõrdlusteenuste näol tegemist eraldi veebimüügikanaliga, vaid pigem reklaamikanaliga.
- (345) Tarnijad võivad soovida hinnavõrdlusteenuste kasutamist piirata, ⁽¹⁷⁸⁾ näiteks oma kaubamärgi kuvandi kaitsmiseks, sest tavaliselt keskenduvad hinnavõrdlusteenused hinnale ega pruugi võimaldada jaemüüjatel eristada end muude tunnuste, nagu lepingujärgsete kaupade või teenuste valiku või kvaliteedi kaudu. Hinnavõrdlusteenuste kasutamise piiramise muud põhjused võivad olla võltsimisvõimaluste vähendamine või tarnija ärimudeli kaitsmine, näiteks kui see mudel põhineb pigem spetsialiseerumisel või kvaliteedil kui hinnal.
- (346) Hinnavõrdlusteenuste kasutamise piirangud võivad ulatuda otsesest või kaudselt keelust kvaliteedinõuetel põhinevate piiranguteni või nõueteni hõlmata hinnavõrdlusteenusega reklaamitavatesse pakkumistesse teatav infosisu. Näiteks hinnavõrdlusteenuste tarbeks hinnateabe esitamise piirangu, enne hinnavõrdlusteenuse kasutamist tarnija loa saamise nõude või hinnavõrdlusteenuses tarnija kaubamärgi kasutamise piirangu näol võib olla tegemist hinnavõrdlusteenuste kasutamise keeluga.
- (347) Hinnavõrdlusteenuste kasutamise piirangud võivad suurendada tarbijate teabe otsimise kulusid ja nõrgendada seeläbi jaehindade konkurentsi. Samuti võivad need piirata ostja võimet jõuda potentsiaalsete klientideni, teavitada neid oma pakkumisest ja suunata nad oma e-poodi. Nagu on kirjeldatud punktis (203), takistab hinnavõrdlusteenuste kasutamise keeld ostjal kasutada tervet veebipõhist reklaamikanalit, mille näol on tegemist põhilise piiranguga määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti e tähenduses. Hinnavõrdlusteenuste kasutamise keelamisega takistatakse ostja müüki klientidele, kes asuvad väljaspool tema tegevuspiirkonda ja soovivad teha oste veebis. Seepärast võib see tuua kaasa turu jagamise ja kaubamärkidevahelise konkurentsi vähenemise.
- (348) Seevastu kui vertikaalse kokkuleppega välistatakse selliste hinnavõrdlusteenuste kasutamine, mis on suunatud ainuõiguslikult teistele ostjatele loovutatud või ainuõiguslikult tarnijale reserveeritud territooriumidele või kliendirühmadele, saab tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, vastavalt määruse artikli 4 punkti b alapunktis i, punkti c alapunktis (i)1 ja punkti d alapunktis i sätestatud eranditele, mis käsitlevad ainuõiguslikku turustamist. Näiteks võib hinnavõrdlusteenust pidada ainuõiguslikule territooriumile suunatuks juhul, kui teenuse puhul kasutatakse keelt, mis on üldkasutatav sellel territooriumil, kuid mitte ostja territooriumil, või kui teenuse puhul kasutatakse ainuõiguslikule territooriumile vastavat tippdomeeni.
- (349) Vertikaalsete kokkulepete puhul, millega piiratakse hinnavõrdlusteenuste kasutamist, kuid millega otseselt ega kaudselt ei välistata kõikide hinnavõrdlusteenuste kasutamist, näiteks nõude puhul, mille kohaselt hinnavõrdlusteenus peab vastama teatavatele kvaliteedinormidele, võib tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile.
- (350) Alljärgnevalt on esitatud suunised selliste vertikaalsete kokkulepete hindamiseks, millega piiratakse hinnavõrdlusteenuste kasutamist ja mille puhul ei saa määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile tugineda, näiteks seetõttu, et määruse artiklis 3 sätestatud turuosa künnised on ületatud.
- (351) Hinnavõrdlusteenuste kasutamise piiranguid kehtestatakse sageli ainuõiguslikes turustussüsteemides. Jaos 4.6.2 on sätestatud kriteeriumid, mille kohaselt jääb valikuline turustussüsteem väljapoole aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisala. Seepärast tuleb juhul, kui hinnavõrdlusteenuste kasutamise piiranguid kasutatakse valikulise turustuse kokkuleppe puhul, kõigepealt hinnata, kas piirangud on asjakohased ja proportsionaalsed lepingujärgsete kaupade või teenuste kvaliteedi säilitamiseks või nõuetekohase kasutamise tagamiseks. Sellega seoses tuleb tähele panna, et hinnavõrdlusteenuste puhul suunatakse potentsiaalsed kliendid müügitehingu lõpuleviimiseks ümber volitatud turustaja e-poodi ning et tavaliselt on tarnijal võimalik teostada volitatud turustaja e-poe üle kontrolli valikukriteeriumide ja valikulise turustuse kokkuleppes nõuete kehtestamise kaudu.

⁽¹⁷⁸⁾ E-kaubandussektori uuringu lõpparuanne, jagu B.4.5.

- (352) Kui hinnavõrdlusteenuste kasutamise piiranguid kasutatakse aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse jäävas valikulise turustuse kokkuleppes või mis tahes muus turustuskokkuleppes, siis tuleb hinnata, kas piirangul on märgatav mõju konkurentsile aluslepingu artikli 101 lõike 1 tähenduses. Hinnavõrdlusteenuste kasutamise piirangud, mille puhul ei saa tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile, võivad eelkõige vähendada hinnakonkurentsi või jagada turge, mõjutades lõppkokkuvõttes kaubamärkidevahelist ja -sisest konkurentsi. Näiteks võivad sellised piirangud vähendada hinnakonkurentsi, piirates ostja võimalust teavitada potentsiaalseid kliente madalamatest hindadest. Kaubamärgisene konkurents võib olla eriti mõjutatud juhul, kui tarnija kehtestab piirangud ainult osadele oma turustajatele või kui tarnija ise kasutab piirangutega hõlmatud hinnavõrdlusteenuseid. Sel määral, mil ostjatel piiratakse potentsiaalselt olulise veebireklaamikanali kasutamist, suudavad need tekitada tarnijale või kõikidele teistele turustajatele, kelle suhtes selline piirang ei kehti, üksnes piiratud konkurentsisisurvet.
- (353) Aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohasel hindamisel on asjakohased muu hulgas järgmised tegurid:
- (a) tarnija ja tema konkurentide turupositsioon;
 - (b) hinnavõrdlusteenuste kui reklaamikanali tähtsus lepingujärgsete kaupade või teenuste asjaomasel müügiturul;
 - (c) piirangute liik ja ulatus ning selle konkreetse hinnavõrdlusteenuse suhteline tähtsus, mille kasutamine on piiratud või keelatud;
 - (d) asjaolu, kas tarnija kehtestab piiranguid ka ostja võimalusele kasutada muid veebireklaami vorme.
- (354) Arvesse tuleks võtta ka hinnavõrdlusteenuste kasutamise piirangu ja tarnija kehtestatud muude võimalike veebireklaami piirangute kombineeritud piiravat mõju.
- (355) Nagu on kirjeldatud punktis (345), võivad hinnavõrdlusteenuste kasutamise piirangud tuua kaasa kasutegureid, mis on seotud eeskätt kaubamärgi kaitse või teenuste kvaliteedi teatava taseme tagamisega või millega vähendatakse võltsimisvõimalusi. Vastavalt aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele on vaja hinnata, kas selliseid kasutegureid oleks võimalik saavutada vähem piiravate vahenditega. Selline olukord võib esineda näiteks juhul, kui hinnavõrdlusteenuse kasutamise tingimuseks seatakse nõue, et teenuse raames pakutakse ka asjaomaste kaupade või teenuste kvaliteeti, ostja pakutava klienditeeninduse taset või ostja pakkumiste muid tunnuseid käsitlevaid võrdlusi või arvustusi. Kvaliteediga seotud põhjenduste mis tahes hindamisel aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel tuleb arvesse võtta ka asjaolu, et müük ei toimu hinnavõrdlusteenuse veebisaidil, vaid ostja e-poes.

8.2.5. Võrdse kohtlemise kohustused

- (356) Kooskõlas võrdse kohtlemise kohustustega, mida mõnikord nimetatakse enamsoodustusrežiimi klausliteks või platvormiülesteks võrdse kohtlemise kokkulepeteks, peab kaupade või teenuste müüja pakkuma neid kaupu või teenuseid teisele kokkuleppeosalisele tingimustel, mis ei ole vähem soodsad kui need, mida müüja pakub teatavatele teistele isikutele või teatavates muudes kanalites. Tingimused võivad olla seotud hindade, varude, kättesaadavuse või toodete pakkumise või müümise mis tahes muude tingimustega. Võrdse kohtlemise kohustus võib olla lepinguline klausel või seda võidakse kohaldada muude otsuste või kaudsete meetmete, näiteks eristatud hinnakujunduse või muude stiimulite tulemusel, mille kohaldamine sõltub tingimustest, mille alusel müüja oma kaupu või teenuseid teistele isikutele või teisi kanaleid kasutades pakub.
- (357) Jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused käsitlevad kaupade või teenuste lõppkasutajatele pakkumise tingimusi. Sageli kehtestavad selliseid kohustusi veebipõhiste vahendusteenuste osutajad (näiteks internetipõhised kauplemiskohad või hinnavõrdlusteenused) oma vahendusteenuste ostjatele (näiteks ettevõtjate, kes vahendava platvormi kaudu müüvad).
- (358) Jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused on seotud mitmesuguste muude müügi- või reklaamikanalitega. Näiteks platvormiüleste jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused on seotud tingimustega, mida pakutakse konkureerivate veebipõhiste vahendusteenuste (konkureerivate platvormide) kaudu. Niinimetatud kitsad jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused on seotud kaupade või teenuste müüjate otsustes müügikanalites pakutavate tingimustega. Mõned jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused on seotud tingimustega, mida pakutakse kõikides muudes müügikanalites (nn laiad jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused).

(359) Määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile saab tugineda vertikaalsetes kokkulepetes sisalduvate mis tahes liiki võrdse kohtlemise kohustuste puhul, välja arvatud platvormiülesed jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused määruse artikli 5 lõike 1 punkti d tähenduses. Alljärgnevalt on esitatud suunised määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punktis d osutatud platvormiüleste jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustuste ja muud liiki võrdse kohtlemise kohustuste hindamiseks juhtumite puhul, mil grupierandit ei kohaldata.

8.2.5.1. Platvormiülesed jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused

(360) Jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustuste puhul, mille tagajärjel veebipõhiste vahendusteenuste ostja ei saa lõppkasutajatele konkureerivate veebipõhiste vahendusteenuste kaudu soodsamatel tingimustel kaupu või teenuseid pakkuda, müüa ega edasi müüa määruse (EL) 2022/720 artikli 5 lõike 1 punkti d tähenduses, on konkurentsivastane mõju tõenäolisem kui muud liiki võrdse kohtlemise kohustuste puhul. Seda liiki jaemüüki käsitlev võrdse kohtlemise kohustus võib piirata konkurentsi järgmiselt.

- (a) See võib vähendada konkurentsi ja hõlbustada veebipõhiste vahendusteenuste osutajate vahelist konkurent-sivastast koostööd. Eelkõige on tõenäolisem, et teenuseosutaja, kes seda liiki võrdse kohtlemise kohustuse kehtestab, suudab ilma turuosa kaotamata tõsta oma vahendusteenuste hinda või halvendada nende kvaliteeti. Olenemata teenuseosutaja teenuste hinnast või kvaliteedist on kaupade või teenuste müüjad, kes otsustavad teenuseosutaja platvormi kasutada, kohustatud pakkuma platvormil vähemalt sama soodsaid tingimusi kui need, mida nad pakuvad konkureerivatel platvormidel.
- (b) See võib piirata veebipõhiste vahendusteenuste uute või väiksemate osutajate turulepääsu või seal laienemist, piirates selliste teenuseosutajate võimalusi pakkuda ostjatele ja lõppkasutajatele eristatud hindade-teenuste kombinatsioone.

(361) Seda liiki võrdse kohtlemise kohustuse hindamisel tuleks võtta arvesse järgmisi tegureid:

- (a) kohustuse kehtestanud veebipõhiste vahendusteenuste osutaja ja tema konkurentide turupositsioon;
- (b) nende asjaomaste veebipõhiste vahendusteenuste ostjate osakaal, kelle suhtes kohustus kehtib;
- (c) veebipõhiste vahendusteenuste ostjate ja lõppkasutajate käitumine seoses sellega, mitut konkureerivat veebipõhist vahendusplatvormi nad kasutavad;
- (d) veebipõhiste vahendusteenuste osutamise asjaomasele turule tuleku tõkete olemasolu;
- (e) veebipõhiste vahendusteenuste ostjate otsemüügikanalite tähtsus ja see, millises ulatuses on kõnealustel ostjatel võimalik oma tooteid veebipõhiste vahendusteenuste osutajate platvormidelt eemaldada (nimekirjast kõrvaldamine).

(362) Platvormiüleste jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustuste piirav mõju on üldjuhul suurem siis, kui neid kohustusi kasutab üks või enam veebipõhiste vahendusteenuste juhtivat osutajat. Kui nendel teenuseosutajatel on sarnane ärimudel, siis tõenäoliselt vähendavad võrdse kohtlemise kohustused selle mudeli häirimise ulatust. Samuti võib seda liiki kohustus võimaldada turuliidril säilitada oma positsiooni võrreldes väiksemate teenuseosutajatega.

(363) Nende asjaomaste veebipõhiste vahendusteenuste ostjate osakaal, kelle suhtes kehtib jaemüüki käsitlev võrdse kohtlemise kohustus, ja selliste ostjate käitumine seoses platvormide kasutamisega on oluline, sest see võib osutada sellele, et teenuseosutaja võrdse kohtlemise kohustused piiravad konkurentsi nõudluse selle osa puhul, mis ületab teenuseosutaja turuosa. Näiteks võib veebipõhiste vahendusteenuste osutaja osa kõikides selliste teenuste kasutamise teel tehtud tehingutes olla 20 %, kuid ostjate arvele, kelle suhtes ta platvormiülesteid jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi kehtestab, võib langeda üle 50 % platvormide kõikidest tehingutest, kuna nad kasutavad mitut platvormi. Sellisel juhul võivad teenuseosutaja võrdse kohtlemise kohustused piirata konkurentsi seoses rohkem kui poolega kogu asjaomasest nõudlusest.

(364) Veebipõhiste vahendusteenuste ostjad kasutavad sageli mitut platvormi, et jõuda selliste klientideni, kes kasutavad ainult üht platvormi ega vaheta kasutatavaid platvorme. Mitme platvormi kasutamist ostjate poolt stimuleerivad platvormide ärimudelid, mille kohaselt peab ostja veebipõhise vahendusteenuse eest maksuma ainult siis, kui teenuse tulemusel toimub tehing. Nagu on selgitatud punktis (363), võib mitme platvormi kasutamine veebipõhiste vahendusteenuste ostjate poolt suurendada selliste teenuste kogunõudluse seda osa, mida teenuseosutaja võrdse kohtlemise kohustused mõjutavad. Ühe platvormi kasutamine lõppkasutajate poolt võib tähendada seda, et iga veebipõhiste vahendusteenuste osutaja kontrollib juurdepääsu lõppkasutajate eraldi rühmale. See võib tugevdada teenuseosutaja läbirääkimispositsiooni ja võimalusi kehtestada jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi.

- (365) Sageli iseloomustavad veebipõhiste vahendusteenuste osutamise turge märkimisväärsed turuletuleku ja turul laienemise tõkked, mis võivad süvendada võrdse kohtlemise kohustuste negatiivset mõju. Nendel turgudel esineb sageli positiivset kaudset võrgustikumõju: selliste teenuste uutel või väiksematel osutajatel võib olla keeruline ostjaid ligi meelitada, sest nende platvormid ei paku juurdepääsu piisavale arvule lõppkasutajatele. Kui lõppkasutajad on lõpptarbivad, võivad turuletuleku tõkkeid tekitada ka lojaalsus kaubamärgile, ühe platvormi kasutamine ja turgu valitsevate vahendusteenuste osutajate sidumise strateegiad.
- (366) Veebipõhiste vahendusteenuste ostjad võivad oma kaupu või teenuseid lõppkasutajatele ka otse müüa. Selline otsemüük võib piirata veebipõhiste vahendusteenuste osutajate võimalusi tõsta oma teenuste hindu. Seepärast on vaja hinnata, kas sellised otsemüügikanalid on samuti jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustustega hõlmatud, samuti otsemüügikanalite kaudu ja veebipõhiste vahendusteenuste kaudu toimuva asjaomaste kaupade või teenuste müügi osakaalu ning seda, kas kõnealust kaht liiki kanalid on vahendatavate kaupade või teenuste müüjate ja ostjate seisukohast asendatavad.
- (367) Platvormiülesed jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused võivad avaldada märgatavat piiravat mõju siis, kui need kehtestatakse ostjatele, kes moodustavad asjaomaste veebipõhiste vahendusteenuste kogunõudluse olulise osa. Kumulatiivse konkurentsivastase mõju korral leitakse üldjuhul, et piirav mõju tuleneb ainult selliste teenuseosutajate võrdse kohtlemise kohustustest, kelle turuosa ületab 5 %.
- (368) Põhimõtteliselt võivad jaemüüjad kehtestada jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi ka seoses tingimustega, mille alusel konkureerivad jaemüüjad pakuvad lõpptarbijatele müüja kaupu või teenuseid. Kui seda liiki võrdse kohtlemise kohustus käsitleb aga hinda, peab kaupade või teenuste müüja, kes kohustusega nõustub, üldjuhul kokku leppima minimaalsete edasimüügihindade kujundamises konkureerivate jaemüüjatega, kellega ta tehinguid teeb. Edasimüügihindade kujundamine on põhiline piirang määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a tähenduses. Juhul kui ettevõtjad suudavad täita selliseid jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi, järgides minimaalsete edasimüügihindade kujundamisega seotud eeskirju, sealhulgas siis, kui võrdse kohtlemise kohustus on seotud muude tingimustega kui hinnaga, võib nende kohustuste puhul tugineda grupierandile. Määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud turuosa künnise ületamise korral kohaldatakse punktides (360)-(367) esitatud suuniseid analoogia alusel.

8.2.5.2. Otseste müügikanalitega seotud jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused

- (369) Veebipõhiste vahendusteenuste osutajate kehtestatud jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused, mis on seotud otsemüügikanalitega, takistavad nende teenuste ostjatel pakkuda oma otsemüügikanalites soodsamaid tingimusi kui need, mida nad pakuvad kohustuse kehtestanud veebipõhiste vahendusteenuste osutaja platvormil. Selliseid kohustusi nimetatakse sageli kitsasteks jaemüüki käsitlevateks võrdse kohtlemise kohustusteks. Põhimõtteliselt ei piirata kitsaste jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustustega veebipõhiste vahendusteenuste ostja võimalust pakkuda muude veebipõhiste vahendusteenuste kaudu soodsamaid hindu või tingimusi. Kui ostja kasutab aga mitut veebipõhiste vahendusteenuste osutajat, kes kohaldavad kitsaid jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi, siis takistavad need kohustused tal pakkuda oma otsekanalites soodsamaid tingimusi kui need, mida ta pakub kõige kallimal vahendusplatvormil.
- (370) Kitsaste jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustustega kõrvaldatakse ostja otsemüügikanalite avaldatav surve. Kui konkurents veebipõhiste vahendusteenuste tarnimisel on piiratud, võivad need kohustused võimaldada veebipõhiste vahendusteenuste osutajal säilitada oma teenuste kõrgemad hinnad, mille tulemuseks võivad olla vahendatud kaupade või teenuste kõrgemad jaehinnad.
- (371) Teatavatel tingimustel, eriti kui veebipõhiste vahendusteenuste osutajate arv on piiratud, võivad jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused mõjutada veebipõhiste vahendusteenuste ostjate stiimuleid kanda vahendusteenuste hinna muutused üle oma jaemüügihindadesse. Selle tulemusel võib väheneda veebipõhiste vahendusteenuste osutajate vaheline konkurents sarnaselt mõjule, mida avaldavad platvormiülesed jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused.

8.2.5.3. Jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustuste hindamine aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel

- (372) Kui jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustustega kaasneb märgatav piirav mõju, tuleb aluslepingu artikli 101 lõike 3 alusel hinnata võimalike kasuteguritega seotud põhjendusi. Kõige levinum põhjendus, miks veebipõhiste vahendusteenuste pakkujad jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi kasutavad, on parasiitluse probleemi lahendamine. Näiteks ei pruugi teenuseosutajal olla stiimulit investeerida oma platvormi arendamisse, müügieelsetesse teenustesse või nõudlust suurendavasse reklaami, kui selliste investeeringutega suurema müügi teel saadav kasu läheb konkureerivatele platvormidele või otsemüügikanalitele, mis suudavad pakkuda samu kaupu või teenuseid soodsamatel tingimustel.
- (373) Asjakohased tegurid aluslepingu artikli 101 lõike 3 kohasel hindamisel on muu hulgas see, kas veebipõhiste vahendusteenuste osutaja investeeringud pakuvad objektiivset kasu, see tähendab, kas need annavad lõppkasutajatele lisaväärtust, kas teenuseosutaja investeeringute parasiitliku ärakasutamise oht on tegelik ja oluline ning kas konkreetset liiki ja konkreetse ulatusega võrdse kohtlemise kohustus on objektiivse kasu saamiseks hädavajalik. Parasiitluse tõenäoline tase peab olema piisav selleks, et oluliselt mõjutada veebipõhistesse vahendusteenustesse investeerimise stiimuleid. Eriti asjakohased on tõendid selle kohta, mil määral kasutavad vahendusteenuste kasutajad (müüjad ja ostjad) mitut platvormi, kuid arvesse tuleb võtta ka seda, kas nende käitumist mõjutab võrdse kohtlemise kohustuse mõju. Kui veebipõhiste vahendusteenuste osutaja või tema konkurendid tegutsevad muudel võrreldavatel turgudel, kus jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi ei kasutata või kus kasutatakse vähem piiravaid kohustusi, võib see olla märk sellest, et kohustused ei ole hädavajalikud. Kui veebipõhiste vahendusteenuste pakkumine on kontsentreeritud ja esineb suuri turuletuleku tõkkeid, võib allesjäänud konkurentsi kaitsmise vajadus kaaluda üles tõhususe suurenemisest saadava võimaliku kasu. Muud üldise kasuga seotud põhjendused, mida vahendusplatvormid esitavad, näiteks kasutajate müügiehenduskulude ühendamine, hindade suurem läbipaistvus või väiksemad tehingukulud, vastavad aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele ainult siis, kui veebipõhiste vahendusteenuste osutaja suudab näidata väidetava kasu ja konkreetset liiki võrdse kohtlemise kohustuse kasutamise vahel otsest põhjuslikku seost.
- (374) Üldiselt vastavad kitsad jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele suurema tõenäosusega kui platvormiülesed jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused. See tuleneb peamiselt asjaolust, et nende piirav mõju on üldjuhul väiksem ja seega on tõenäolisem, et kasutegurid selle üles kaaluvad. Peale selle võib oma otsekanalite kaudu kaupade või teenuste müüjate puhul olla parasiitluse oht suurem, eelkõige kuna müüja ei kannu otsemüügi puhul platvormi vahenduskulusid. Kui aga kitsaste jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustustega ei kaasne kasutegureid aluslepingu artikli 101 lõike 3 tähenduses, siis võib grupierandi tühistada. Selline olukord võib esineda eelkõige siis, kui parasiitluse oht on piiratud või kui kitsad jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused ei ole kasutegurite saavutamiseks hädavajalikud. Kasutegurite puudumise korral on tühistamine eriti tõenäoline siis, kui kitsaid jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi kohaldavad kolm suurimat veebipõhiste vahendusteenuste osutajat asjaomasel turul ja nende teenuseosutajate turuosa kokku ületab 50 %. Kasutegurite puudumise korral võib grupierandi sõltuvalt konkreetsetest asjaoludest tühistada ka siis, kui kitsaid jaemüüki käsitlevaid võrdse kohtlemise kohustusi kohaldatakse ostjate suhtes, kelle arvele langeb oluline osa asjaomasest kogunõudlusest veebipõhiste vahendusteenuste järele. Grupierandi võib tühistada kõikide selliste veebipõhiste vahendusteenuste osutajate kokkulepete puhul, kelle kitsad jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused suurendavad märkimisväärselt kumulatiivset konkurentsivastast mõju, nimelt selliste teenuseosutajate kokkulepete puhul, kelle turuosa ületab 5 %.
- (375) Alljärgnevalt on esitatud kitsaste jaemüüki käsitlevate võrdse kohtlemise kohustuste kasutamise näide.

Ühes liikmesriigis tellitakse kaks kolmandikku kojutoodavast restoranitoidust veebiplatvormide kaudu ja üks kolmandik tellitakse otse restoranidest. Platvormide A, B, C ja D arvele langeb vastavalt 25 %, 20 %, 20 % ja 15 % platvormide kaudu tehtud tellimustest. Platvormid A, B ja C on tegutsenud selles liikmesriigis kolm kuni viis aastat ja selle aja jooksul on platvormide kaudu esitatud tellimuste summaarne osakaal kasvanud. Platvorm D tuli turule hiljem. Platvormid nõuavad restoranidelt 15–20 % vahendustasu tellimuse kohta. Enamik platvorme kasutavaid tarbijaid kasutab ühte või kahte platvormi, samal ajal kui enamik platvorme kasutavaid restorane kasutavad kahte või enam platvormi.

Viimase kaheteistkümne kuu jooksul on kõik platvormid kehtestanud kitsa jaemüüki käsitleva võrdse kohtlemise klausli, millega keelatakse restoranidel pakkuda madalamaid hindu otseste veebi- või telefonitellimuste puhul. Samal ajavahemikul on kolm platvormi tõstnud oma tavalist vahendustasu määra. Platvormide väitel on kitsas võrdse kohtlemise klausel vajalik selleks, et takistada restoranidel parasiitlikult ära kasutada platvormide investeeringuid, eelkõige kasutajasõbralikesse otsingu- ja võrdlusfunktsioonidesse ning turvalistesse makseteenustesse tehtud investeeringuid.

Ükski kolmest suuremast platvormist ei ole viimase kaheteistkümne kuu jooksul uusi tunnuseid või teenuseid lisanud ega oma teenuseid oluliselt parandanud. Puuduvad konkreetsete tõendid märgatava parasiitluse ohu kohta, eelkõige selle kohta, et märkimisväärne osa tarbijaid kasutab platvorme restoranide pakkumiste otsimiseks ja võrdlemiseks, kuid tellib siis otse restoranist. Samuti ei ole tõendeid selle kohta, et väidetav parasiitluse oht oleks negatiivselt mõjutanud platvormide varasemaid investeeringuid oma teenuste arendamisse.

Kui jõutakse järeldusele, et vastav tooteturk koosneb platvormiteenuste osutamisest restoranidele, paistab nende teenuste osutamine olevat kontsentreeritud. Arvestades hiljutist platvormide vahendustasumäärade tõusu ja asjaolu, et puuduvad tõendid selle kohta, et võrdse kohtlemise klauslid annaks kasutegureid, on tõenäoline, et kõigi nelja platvormi poolt restoranidega sõlmitud kokkulepete puhul grupierand tühistatakse.

8.2.5.4. Võrdse kohtlemise kohustused eelneval turul

- (376) Veebipõhiste vahendusteenuste osutajad võivad kehtestada platvormiüleseid ja kitsaid võrdse kohtlemise kohustusi ka seoses tingimustega, mille alusel pakutakse kaupu või teenuseid ettevõtjatele, kes ei ole lõppkasutajad (näiteks jaemüüjatele). Seda liiki võrdse kohtlemise kohustuste puhul saab tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 1 ette nähtud erandile. Põhimõtteliselt ei suuda seda liiki eelnevat turgu käsitlev võrdse kohtlemise kohustus piirata veebipõhiste vahendusteenuste pakkumisel konkurentsi samamoodi kui jaemüüki käsitlevad võrdse kohtlemise kohustused. Seda liiki eelnevat turgu käsitleva võrdse kohtlemise kohustuse hindamisel tuleb aga arvesse võtta ka konkurentsitingimusi järgneval turul, see tähendab nende ettevõtjate vahel, kes vahendatud kaupu või teenuseid veebipõhise vahendusteenuse kaudu ostavad. Kui grupierandit ei kohaldata, siis võib analoogia alusel kohaldada punktides (360)–(374) esitatud suuniseid.

8.2.5.5. Eelistatuma kliendiga seotud kohustused

- (377) Tootjad, hulгимüüjad või jaemüüjad võivad kehtestada võrdse kohtlemise kohustusi seoses tingimustega, mille alusel nad ostavad tarnijatelt kaupu või teenuseid kui sisendeid. Sellist liiki tavapärase eelistatuma kliendiga seotud kohustus ei mõjuta otseselt tingimusi, mille alusel ostvad ettevõtjad järgneval turul konkureerivad. Peamine probleem, mis tuleneb sellistest võrdse kohtlemise kohustustest, mis on seotud kaupade või teenuste sisendina ostmise tingimustega, seisneb selles, et need kohustused võivad vähendada sisendite tarnijate stiimuleid konkureerida ja tõsta seega sisendite hindu. Nende kohustuste hindamisel on asjakohased tegurid muu hulgas võrdse kohtlemise kohustuses kokku leppinud tarnija ja ostja suhteline suurus ja turuvõim, samalaadsete kohustustega hõlmatud asjaomase turu osakaal ning kõnealuse sisendi kulud suhtena ostjate kogukuludesse.
- (378) Tavapärased eelistatuma kliendiga seotud kohustused võivad tuua kaasa kasutegureid, mis vastavad aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele. Eelkõige võivad need võimaldada pikaajalise tarnelepingu osalistel minimeerida tehingukulusid. Samuti võivad need välistada tarnija oportunistliku käitumise ja lahendada ostja investeeringute või oskusteabe kinnihoidmise probleemi (see tähendab, et ostja võib näiteks hoiduda investeeringute tegemisest või uue toote turuletoomisest kartuse tõttu, et sisendi tarnija võib alandada oma hinda järgmistele ostjatele). Seda liiki kasutegur on tõenäolisem pöördumatuid investeeringuid hõlmavate pikaajaliste suhete puhul.

8.2.6. *Ettemaksed juurdepääsu eest*

- (379) Ettemaksed juurdepääsu eest on kindlaksmääratud tasud, mida tarnijad maksavad turustajatele vertikaalsete suhete raames asjaomase ajavahemiku alguses, et saada juurdepääs nende turustusvõrgustikule ja hüvitada teenused, mida jaemüüjad tarnijatele osutavad. See kategooria hõlmab mitmesugust tegevust, näiteks tasud hea paigutuskoha eest, ⁽¹⁷⁹⁾ nn kohalolutasud ⁽¹⁸⁰⁾ ja maksed juurdepääsu eest turustaja müügiesituskampaaniatele. Käesolevas jaos 8.2.6 antakse suuniseid juurdepääsu eest tehtavate ettemaksete hindamiseks üksikjuhtumite puhul, kui on ületatud määruse (EL) 2022/720 artiklis 3 sätestatud turuosa künnis.
- (380) Ettemaksed juurdepääsu eest võivad tingida muude turustajate turulepääsu konkurentsivastase piiramise. Näiteks võib suur tasu stimuleerida tarnijat müüma olulist osa oma müügiimahust ühe või piiratud arvu turustajate kaudu, et katta tasu kulud. Sel juhul võib juurdepääsu eest tehtavatel ettemaksetel olla järgneva turu jaoks samasugune turulepääsu piirav mõju nagu ainuõigusliku tarne liiki kohustusel. Seda liiki negatiivse mõju tõenäosuse hindamisel võib analoogia alusel kohaldada ühe kaubamärgi pealesurumist (eelkõige punkte (321)–(330)).
- (381) Erandjuhtudel võivad juurdepääsu eest tehtavad ettemaksed konkurentsivastaselt piirata turulepääsu eelneval turul. Näiteks kui turustajal on tugev läbirääkimispositsioon või kui ettemakseid juurdepääsu eest kasutatakse laialdaselt, siis võivad sellised maksed suurendada turuletuleku tõkkeid väikeste tarnijate jaoks. Seda liiki negatiivse mõju tõenäosuse hindamisel võib analoogia alusel kohaldada ühe kaubamärgi pealesurumist käsitlevaid suuniseid (eelkõige punkte (298)–(318)). Hindamisel tuleb võtta arvesse seda, kas kõnealune turustaja müüb oma kaubamärgi all konkureerivaid tooteid. Sellisel juhul võib tekkida ka horisontaalseid probleeme, mille tulemusel grupierandit kooskõlas määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikega 4 ei kohaldata (vt jagu 4.4.3).
- (382) Lisaks võimalikule turulepääsu piiravale mõjule võivad ettemaksed juurdepääsu eest nõrgendada konkurentsi ja hõlbustada konkurentsivastast koostööd turustajate vahel. Ettemaksed juurdepääsu eest tõstavad tõenäoliselt hinda, mida tarnija lepingujärgsete toodete eest küsib, sest tarnija peab katma nende maksetega seotud kulud. Kõrgemad tarnehinnad võivad vähendada jaemüüjate stiimulit konkureerida hinna osas järelturul, samal ajal kui turustajate kasumid juurdepääsumaksete tulemusel suurenevad. Juurdepääsu eest tehtavate ettemaksete kumulatiivne kasutamine vähendab niimoodi turustajatevahelist konkurentsi üldjuhul ainult siis, kui turustusturg on väga kontsentreeritud.
- (383) Paljudel juhtudel võivad aga ettemaksed juurdepääsu eest aidata kaasa müügi-pinna tõhusale eraldamisele uute toodete jaoks. Kui tarnijad toovad turule uusi tooteid, siis on turustajatel sageli tarnijast vähem teavet selle kohta, kas uus toode võiks tõenäoliselt olla edukas, ja seetõttu võivad nad hankida selle toote varusid koguses, mis jääb allapoole optimaalset taset. Ettemakseid juurdepääsu eest võidakse kasutada tarnijate ja turustajate vahelise teabe asümmeetria vähendamiseks, võimaldades sõnaselgelt tarnijatel müügi-pinna nimel konkureerida. Turustaja võib seega saada eelhoiatuse selle kohta, millised tooted on kõige tõenäolisemalt edukad, sest üldjuhul nõustub tarnija maksma ettemaksu juurdepääsu eest ainult juhul, kui ta peab toote turuletoomise läbikukkumise tõenäosust väikeseks.
- (384) Peale selle võivad tarnijad eelmises punktis nimetatud teabe asümmeetria tõttu soovida kasutada ära turustajate müügiesitustegevust, et tuua turule väiksemate eduvõimalustega tooteid. Kui toode ei ole edukas, kannavad turustajad osa toote ebaõnnestumisega seotud kuludest. Juurdepääsu eest tehtavate ettemaksete kasutamine võib sellist parasiitlust takistada, pannes riski toote ebaõnnestumise eest tagasi tarnijale ja aidates seega saavutada toodete turuletoomise optimaalset taset.

⁽¹⁷⁹⁾ Kindlaksmääratud tasud, mida tootjad maksavad jaemüüjatele eesmärgiga saada juurdepääs nende müügi-pinnale.

⁽¹⁸⁰⁾ Ühekordsed maksed, mis tehakse eesmärgiga tagada olemasoleva toote paiknemine müügi-pinnal teatava ajavahemiku jooksul.

8.2.7. Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped

- (385) Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped on kokkulepped, ⁽¹⁸¹⁾ mille alusel turustaja annab tarnijale (tooterühma juht) õiguse turustada teatavat tootekategooriat. Sinna võivad lisaks tarnija toodetele kuuluda ka tarnija konkurentide tooted. Tooterühma juht võib seega mõjutada toodete paigutamist, müügiendust ja valikut kaupluses. Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepete puhul või määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõikes 1 sätestatud erandile tugineda siis, kui tooterühma juhi ega turustaja turuosa ei ületa 30 %, ning tingimusel, et selline kokkulepe ei sisalda põhilisi piiranguid, näiteks ei tohi piirata ostja võimet määrata kindlaks oma müügihind määruse (EL) 2022/720 artikli 4 punkti a tähenduses.
- (386) Kuigi tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped üldjuhul probleemi ei tekita, võivad nad moonutada tarnijate vahel konkurentsi ning tuua kaasa konkurentsivastase olukorra, kus teiste tarnijate turulepääsu piiratakse, kui tooterühma juht suudab piirata või kahjustada konkureerivate tarnijate toodete turustamist. Üldjuhul ei ole turustaja huvitatud oma tootevaliku piiramisest. Kui aga turustaja müüb oma kaubamärgi all ka konkureerivaid tooteid, võib tal olla stiimul jätta teatavad tarnijad kõrvale. Sellise eelnevale turule pääsemist piirava mõju tõenäosuse hindamisel võib analoogia alusel kohaldada ühe kaubamärgi pealesurumise kohustusi käsitlevaid suuniseid (eelkõige punkte (298)–(318)). Eelkõige tuleks sellises hindamises võtta arvesse seda, mil määral on turg tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepetega hõlmatud, selliste kokkulepete kasutamise võimalikku kumulatiivset mõju ning konkureerivate tarnijate ja turustaja turupositsiooni.
- (387) Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped võivad lisaks hõlbustada turustajatevahelist konkurentsivastast koostööd, kui kõikide või enamiku konkureerivate turustajate tooterühma juhina tegutseb sama tarnija. Samuti võivad sellised kokkulepped hõlbustada konkurentsivastast koostööd tarnijate vahel, suurendades võimalusi vahetada jaemüüjate kaudu tundlikku turuteavet, näiteks tulevase hinnakujunduse või müügienduskavade või reklaamikampaaniate kohta ⁽¹⁸²⁾. Sellist konkurentidevahelist teabevahetust ei ole määruuses (EL) 2022/720 käsitletud. Eelkõige kohaldatakse punktides (95)–(103) teabevahetuse kohta esitatud suuniseid üksnes määruse artikli 2 lõikes 4 sätestatud topehtturustuse stsenaariumide kontekstis toimuva teabevahetuse suhtes. Analoogia alusel võib aga olla asjakohane punkt (103), kus on kirjeldatud ettevaatusabinõusid, mida ettevõtjad võivad topehtturustuse kontekstis toimuvast teabevahetusest tuleneva konkurentsivastase koostöö ohu minimeerimiseks võtta.
- (388) Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepete kasutamine võib kaasa tuua kasutegureid. Sellised kokkulepped võivad anda turustajatele juurdepääsu tarnijate oskusteabele teatava tooterühma turustamise kohta ja aidata saavutada mastaabisäästu, sest nendega tagatakse, et õigeaegselt esitletakse optimaalne kogus tooteid. Üldjuhul on tooterühmapõhise haldussüsteemiga saavutatav majanduslik kasu seda suurem, mida suurem on kaubamärkidevahelise konkurentsi tase ja mida väiksemad on tarbijatele kaubamärgi vahetamisega kaasnevad kulud.

8.2.8. Seosmüük

- (389) Seosmüük tähendab olukorda, kus ühte toodet (siduv toode) ostvad kliendid peavad samalt tarnijalt või tema määratud isikult ostma ka mõne teise eraldi toote (seotud toode). Seosmüügi puhul võib olla tegemist kuritarvitamisega aluslepingu artikli 102 tähenduses ⁽¹⁸³⁾. Samuti võib seosmüük kujutada endast vertikaalset piirangut aluslepingu artikli 101 tähenduses, kui see toob seotud toote seisukohast kaasa ühe kaubamärgi pealesurumise liiki kohustuse (vt punktid (298)–(318)). Käesolevates suunistes on käsitletud ainult viimast olukorda.

⁽¹⁸¹⁾ Kokkuleppega aluslepingu artikli 101 tähenduses võib olla tegemist ka siis, kui tooterühma juht annab mittesiduvaid soovitusi, mida turustaja süstemaatiliselt rakendab.

⁽¹⁸²⁾ Vt Euroopa Kohtu praktika seoses konkurentidevahelise teabevahetusega, näiteks kohtuotsus, 10. november 2017, ICAP vs. komisjon, T-180/15, ECLI:EU:T:2017:795, punkt 57; kohtuotsus, 4. juuni 2009, T-Mobile Netherlands ja teised, C-8/08, ECLI:EU:C:2009:343, punkt 51; kohtuotsus, 19. märts 2015, Dole Food ja Dole Fresh Fruit Europe vs. komisjon, C-286/13 P, ECLI:EU:C:2015:184, punkt 127; kohtuotsus, 21. jaanuar 2016, Eturas UAB ja teised, C-74/14 ECLI:EU:C:2016:42, punktid 40–44; kohtuotsus, 10. november 2017, ICAP vs. komisjon, T-180/15, ECLI:EU:T:2017:795, punkt 57.

⁽¹⁸³⁾ Vt kohtuotsus, 14. november 1996, Tetra Pak vs. komisjon, C-333/94 P, ECLI:EU:C:1996:436, punkt 37. Vt ka komisjoni teatis „Suunised komisjoni täitegevuse prioriteetide kohta EÜ asutamislepingu artikli 82 kohaldamisel turgu valitsevate ettevõtjate kuritahtliku konkurentide tõrjuva tegevuse suhtes“ (ELT C 45, 24.2.2009, lk 7).

- (390) See, kas tooteid käsitletakse eraldi toodetena, sõltub klientide nõudlusest. Kaks toodet on eraldi tooted, kui seotuse puudumisel märkimisväärne arv kliente ostaks või oleks ostnud samalt tarnijalt siduva toote ilma seotud toodet ostmata, võimaldades seega siduvat ja seotud toodet eraldi toota ⁽¹⁸⁴⁾. Tõendid selle kohta, et kaks toodet on eraldi tooted, võivad hõlmata otseseid tõendeid selle kohta, et valikuvõimaluse korral ostavad kliendid siduvat ja seotud toodet eraldi erinevatest tarneallikatest, või kaudseid tõendeid, milleks on näiteks seotud toote ilma siduva tooteta tootmisele või müügil spetsialiseerunud ettevõtjate olemasolu turul, ⁽¹⁸⁵⁾ või tõendeid, mis näitavad, et väikese turuvõimuga ettevõtjad, eriti konkurentsiturudel, selliseid tooteid pigem ei seo ega ühenda. Näiteks kuna kliendid soovivad osta kingi koos paeltega ja turustajatel ei ole mõistlik panna uutele kingadele paelu vastavalt klientide valikule, on jalatsitootjate äritava tarnida kingi koos paeltega. Seepärast ei ole paeltega kingade müügi puhul tegemist toodete sidumisega.
- (391) Seosmüük võib tuua kaasa konkurentsivastase turulepääsu piirava mõju seotud turul, siduval turul või samaaegselt mõlemal turul. Turulepääsu piirav mõju sõltub sellest, kui suur on seotud müügi protsentuaalne osa kogumüügist seotud toote turul. Vastates küsimusele, mida võib aluslepingu artikli 101 lõike 1 alusel käsitada turulepääsu märgatava piiramisena, võib tugineda ühe kaubamärgi pealesurumisel kasutatavale analüüsile. Seosmüük tähendab seda, et ostjale on kehtestatud vähemalt teatav seotud toote kogusekohustuse vorm. Kui seotud toote puhul lepitakse lisaks kokku mittekongkureerimiskohustuses, suureneb ka võimalik seotud toote turulepääsu piirav mõju. Seosmüük võib vähendada konkurentsi klientide jaoks, kes soovivad osta seotud toodet, kuid mitte siduvat toodet. Kui selleks, et tarnija konkurendid jääksid seotud turul püsima, ei ole piisaval arvil kliente, kes ostavad ainult seotud toodet, siis võib seosmüük tuua nende klientide jaoks kaasa kõrgemad hinnad. Kui seotud toode on siduva toote klientide jaoks oluline täiendav toode, siis võib seotud toote alternatiivsete pakujate vähenemise ja seega selle toote väiksema kättesaadavuse tõttu olla ainult siduval turule siseneda keerulisem.
- (392) Samuti võib seosmüük otseselt kaasa tuua vabaturuhindadest kõrgemad hinnad, eelkõige kolmes olukorras. Esiteks, kui siduvat ja seotud toodet saab kasutada eri vahekordades tootmisprotsessi sisendina, siis võivad kliendid reageerida siduva toote hinnatõusule, suurendades oma nõudlust seotud toote järele ja vähendades nõudlust siduva toote järele. Kahe toote seosmüügi kaudu võib tarnija püüda sellist asendamist vältida ja suuta sellest tulenevalt oma hindu tõsta. Teiseks võib seosmüük võimaldada kohaldada diskrimineerivat hinnapoliitikat vastavalt sellele, kuidas klient siduvat toodet kasutab, näiteks värvikassettide sidumine koopiamasinatega müügil (näitade võtmine). Kolmandaks võib klientidel pikaajaliste lepingute või pika kasutusajaga originaalseadmete järelturgudel korral olla keeruline välja arvutada seosmüügi tagajärki.
- (393) Seosmüügi puhul võib tugineda määruse (EL) 2022/720 artikli 2 lõike 1 kohasele erandile siis, kui tarnija turuosa nii seotud toote kui ka siduva toote turul ning ostja turuosa asjaomastel järgnevatel turgudel ei ületa 30 %. Koos seosmüügi võimaldada kohaldada muid vertikaalseid piiranguid, mis ei ole põhilised piirangud määruse tähenduses, nagu siduva tootega seotud mittekongkureerimiskohustust või kogusekohustust või ainuõigusliku ostmise kohustust. Käesoleva jao (8.2.8) ülejäänud osas esitatakse suunised seosmüügi hindamiseks üksikjuhtumite puhul, kui turuosa künnis on ületatud.
- (394) Ilmselt on seosmüügi võimaliku konkurentsivastase mõju hindamisel keskse tähtsusega tarnija positsioon siduva toote turul. Üldjuhul nõuab seda laadi kokkuleppe sõlmimist tarnija. Tarnija olulisus siduva toote turul on peamine põhjus, miks ostjal võib olla keeruline seosmüügi kohustusest keelduda.
- (395) Tarnija turuvõimu suuruse hindamisel on oluline tema konkurentide positsioon siduva toote turul. Kui tarnijal on piisavalt palju ja piisavalt tugevaid konkurente, siis ei ole konkurentsivastast mõju oodata, sest ostjatel on piisavalt võimalusi osta siduvat toodet ilma seotud tooteta, välja arvatud juhul, kui teised tarnijad kasutavad samasugust seosmüüki. Peale selle on tarnija turupositsiooni kindlaksmääramisel asjakohased siduva toote turul esinevad turuletuleku tõkked. Kui seosmüük on siduva toote puhul ühendatud mittekongkureerimiskohustusega, tugevdab see märgatavalt tarnija positsiooni.

⁽¹⁸⁴⁾ Vt kohtuotsus, 17. september 2007, Microsoft vs. komisjon, T-201/04, ECLI:EU:T:2007:289, punktid 917, 921 ja 922.

⁽¹⁸⁵⁾ Vt kohtuotsus, 12. detsember 1991, Hilti vs. komisjon, T-30/89, ECLI:EU:T:1991:70, punkt 67.

- (396) Ostujõud on seosmüügi mõju hindamisel asjakohane, sest olulisi ostjaid ei ole lihtne sundida leppima seosmüügiga, ilma et nad saaksid vähemalt osaliselt kasu sellest tuleneda võivatest kasuteguritest. Seosmüük, mis ei põhine mõnel kasuteguril, kujutab endast seega riski peamiselt siis, kui ostjatel ei ole olulist ostujõudu.
- (397) Kui tuvastatakse märgatav konkurentsivastane mõju, tuleb hinnata, kas täidetud on aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimused. Seosmüügi kohustused võivad aidata saavutada ühisest tootmisest või ühisest turustamisest tulenevaid kasutegureid. Kui tarnija seotud toodet ei tooda, võib kasutegur tuleneda ka sellest, et tarnija ostab seotud tooteid suurtes kogustes. Selleks et seosmüük vastaks aluslepingu artikli 101 lõike 3 tingimustele, tuleb aga näidata, et vähemalt osa sel viisil saavutatavast kulude kokkuhoiust kantakse üle tarbijale, mida harilikult ei juhtu, kui jaemüüjal on võimalus saada sama või võrdväärse toote tarneid korrapäraselt samadel või parematel tingimustel kui need, mida pakub seosmüüki kasutav tarnija. Seosmüügiga võib kaasneda kasutegur ka siis, kui see aitab kindlustada toodete teatavat ühtsust ja kvaliteedinormidele vastavust (vt punkti 16 alapunkt h). Tuleb aga tõendada, et kõnealust positiivset mõju ei ole võimalik sama tõhusalt saavutada siis, kui ostjalt nõutakse minimaalsetele kvaliteedinormidele vastavate toodete kasutamist või edasimüümist, ilma et talt samal ajal nõutaks nende ostmist konkreetselt tarnijalt või tarnija määratud kolmandalt isikult. Minimaalsete kvaliteedinormide kohta kehtivad nõuded ei kuulu harilikult aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse. Kui siduva toote tarnija nõuab, et ostja peab seotud toodet ostma määratud tarnijatelt, näiteks seepärast, et minimaalseid kvaliteedinorme ei ole võimalik koostada, võib ka see aluslepingu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja jääda, eriti kui siduva toote tarnija ei saa seotud toote tarnijate määramisest otsest (rahalist) kasu.
-