

CHSHCEE Newsletter Magyarország



Lezárult a Bizottság e-kereskedelmet érintő ágazati vizsgálata: itt az ideje a kereskedelmi gyakorlatok felülvizsgálatának?

A Bizottság 2017. május 10. napján közzétette az e-kereskedelmet érintő ágazati vizsgálatának zárójelentését. **Margrethe Vestager**, versenypolitikáért felelős biztos nyilatkozata szerint: „Az –e kereskedelmi piacokon működő vállalkozások egyes gyakorlatai szűkítik a versenyt azáltal, hogy Unió-szerte indokolatlanul korlátozzák a termékek forgalmazásának módját. Jelentésünk megerősíti ezt. A szóban forgó korlátozások csökkenthetik a fogyasztók választási lehetőségeit és megakadályozhatják az online árak mérséklődését. Ugyanakkor megállapítottuk, hogy egyensúlyt kell teremteni az online és a hagyományos kiskereskedők érdekei között. Mindez a fogyasztók érdekét szolgálja. Megállapításaink elősegítik, hogy célzottan érvényesítsük az uniós versenyszabályokat az e-kereskedelmi piacokon.”

Az e-kereskedelem hazánkban is egyre inkább elterjed, ezért érdemesnek tartjuk röviden áttekinteni a zárójelentés főbb megállapításait.

A vizsgálat

A Bizottság digitális egységes piaci stratégiájának egyik fő célja a fogyasztók és vállalkozások áruhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáféréseinek javítása. Az uniós versenyhatóság 2015 májusában indította el az e-kereskedelmet érintő ágazati vizsgálatát, mely ezen célkitűzés megvalósítását szolgálta. Az ágazati vizsgálat keretében a Bizottság azonosítani kívánta az európai e-kereskedelmi piacokon tapasztalható esetleges versenyjogi aggályokat, hogy azok alapján megfelelő lépéseket tehessen a fenti célok megvalósítása érdekében.

A korábbi szektor specifikus vizsgálatokkal ellentétben, a Bizottság ezen vizsgálatát törekedett gyorsan lezárni, hiszen az e-kereskedelemben megfigyelhető tendenciák, trendek gyorsan változnak. A vizsgálat megindulását tehát viszonylag gyorsan követte a 2016 szeptemberében közzétett [előzetes jelentés](#), amelyben a Bizottság előzetes jelleggel már összefoglalta megállapításait, melyeket a zárójelentés nagymértékben megerősített.

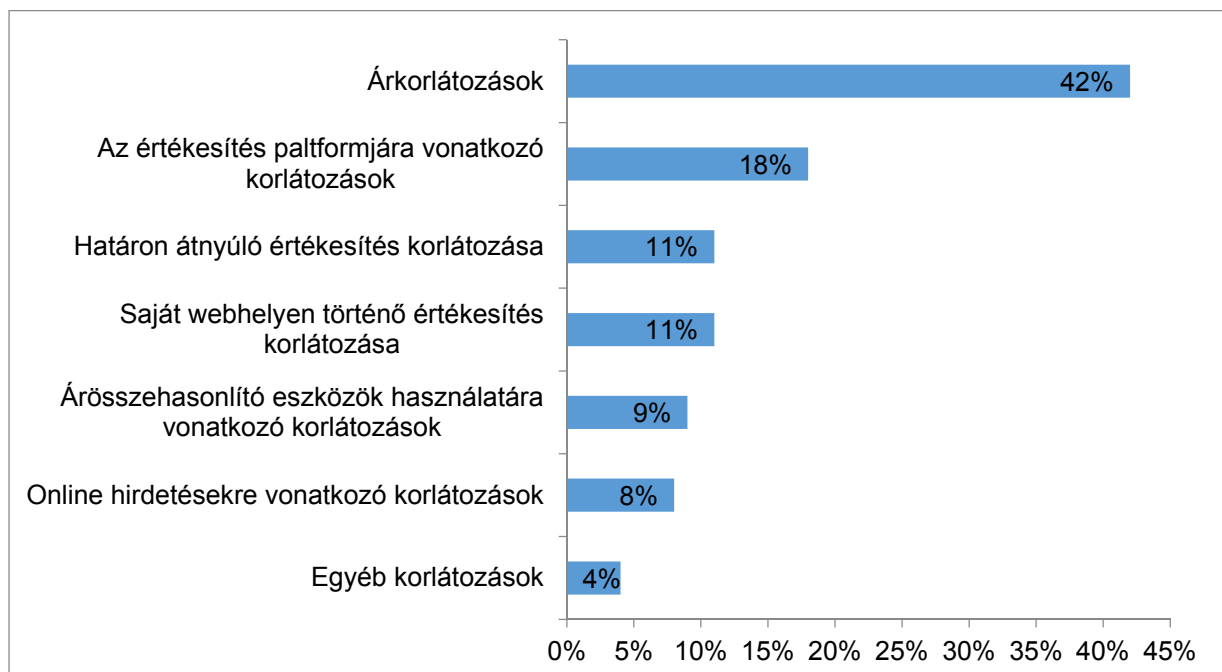
A zárójelentés megállapításai

A zárójelentés hangsúlyozza, hogy az e-kereskedelem az elmúlt évtizedben bekövetkezett ugrásszerű növekedése miatt komoly hatást gyakorolt mind a vállalkozások forgalmazási stratégiáira mind a fogyasztói magatartásra. A Bizottság szerint törekedni kell az egyensúlyra az online és a hagyományos kiskereskedők érdekei között, valamint elismeri, hogy lehetnek olyan tényezők (mint például a gyártókat / kereskedőket hátrányosan érintő potyázás – ún. „*free riding effect*”), amelyek indokolhatnak bizonyos verseny korlátozásokat.

A zárójelentés a megállapításokat a fogyasztási cikkek és a digitális tartalom köré rendezetten ismerteti.

Fogyasztási cikkek:

Az alábbi ábra összefoglalóan szemlélteti a Bizottság által a kiskereskedőknél azonosított szerződéses korlátozásokat, a korlátozás típusa alapján (egy adott kiskereskedőnél természetesen több korlátozás is releváns lehet).



Forrás: A Bizottság zárójelentése

A fogyasztási cikkek elektronikus kereskedelmével kapcsolatban a zárójelentés kiemeli, hogy:

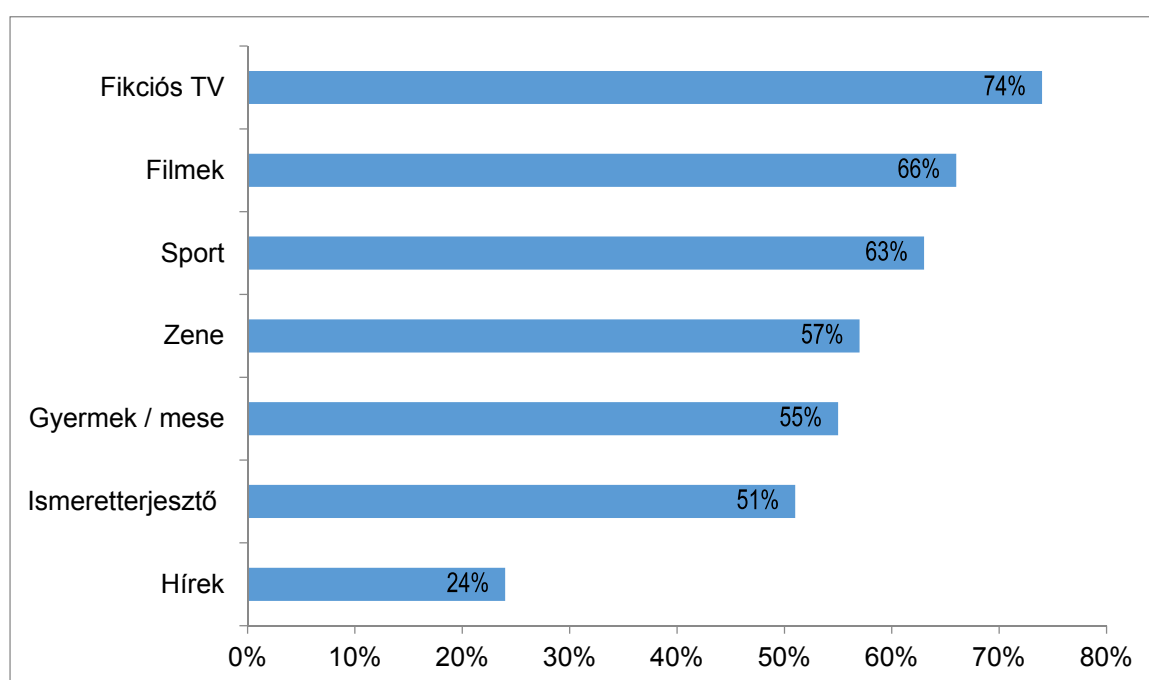
- ❖ A fenti ábrán szerepeltetett szerződéses korlátozások egyre szélesebb körben kerülnek alkalmazásra, mint például árazási korlátozások, piactérre (platformra) vonatkozó korlátozások, ár-összehasonlító eszközök használatának korlátozásai;
- ❖ A beszállítók nagyjából fele követeli meg, hogy a kereskedők üzemeltessenek fizikai üzlethelyiséget is („*brick and mortar requirements*”), kizárva ezáltal néhány kizárólagos online szereplőt (Amazon, eBay). Ezen korlátozások továbbra is mentesülhetnek a vertikális megállapodásokra vonatkozó mentesülés szabályai szerint, de ha ezt nem támasztják alá valós márka vagy minőségbiztosítási indokok, úgy a mentesség visszavonására kerülhet sor;
- ❖ Mind szélesebb körben nyernek alkalmazást a szelektív forgalmazási rendszerek, amelyekben a termékeket csak előre kiválasztott hivatalos értékesítők értékesíthetik, ezáltal a gyártók magasabb minőséget tudnak biztosítani, a forgalmazási hálózatok ellenőrzése révén;

- ❖ A szelektív disztribúciós megállapodásokban foglalt piactérre vonatkozó korlátozások (melyek egyes platformok használatát tiltják meg) adott esetben szintén mentesülhetnek, és nem minősülnek különösen súlyos, ún. „hardcore” korlátozásnak;
- ❖ Az e-kereskedelem térnyerésével egyre több gyártó értékesíti közvetlenül termékeit a fogyasztóknak, versenytársként megjelenve így a forgalmazókkal szemben;

Digitális tartalom:

A zárójelentés kiemeli, hogy a verseny szempontjából a digitális tartalom kapcsán a licenciákhoz való hozzáférés minősül kiemelkedő fontosságúnak. E körben mind a licencia időbeli, mind területi korlátjának kiemelkedő jelentősége lehet.

A vizsgálat alapján a Bizottság megállapította, hogy a megkérdezett digitális tartalomszolgáltatók közel 60 százaléka alkalmaz területalapú tartalomkorlátozásokat (ún. „geo-blocking”) szerződéses partnereik vonatkozásában. Az alábbi grafikon kategóriánként szemlélteti a területi korlátozások arányát az egyes tartalmak szerinti bontásban.



Forrás: A Bizottság zárójelentése

A „geo-blocking” által generált problémák kezelése érdekében a Bizottság már korábban javaslatot tett egy, a tárgykört újraszabályozó [rendelet](#) elfogadására, amely visszaszorítaná a területalapú korlátozások alkalmazását. Mindemellett azonban az uniós versenyhatóság a továbbiakban is elfogadhatónak tartja az objektív alapon történő korlátozásokat (így például az adójogi vagy bizonyos közérdekvédelmi szempontokon alapuló korlátozásokat). Az egyes korlátozások versenyjogi megfelelései azonban a jövőben (így különösen a rendelet elfogadása után) vélhetően csak alapos egyedi vizsgálat alapján dönthetők majd el kellő biztonsággal.

Következtetések

A Bizottság elmúlt években tanúsított gyakorlatából következően az e-kereskedelmi szektor továbbra is a versenyjogi figyelem központjában marad majd. Ezt támasztja alá az is, hogy a 2015-ben indult vizsgálatot, a Bizottság által tett konkrét jogalkotási javaslat követte (lásd a területalapú korlátozásokkal kapcsolatos fenti rendelettervezetet), majd 2017 februárjában három konkrét és különálló vizsgálat is indult az [üdülési célú szálláshelyek értékesítése, a számítógépes videojátékok forgalmazása és a fogyasztási elektronikai cikkek árazásának gyakorlata tárgyában](#).

Külön kiemelendő az is, hogy a Bizottság általi jogalkotási, illetve jogalkalmazási folyamatokra tekintettel az érintett vállalkozások már meg is kezdték gyakorlataik és szerződéseik versenyjogi szempontú felülvizsgálatát. A Bizottság sajtóközleménye rögzíti, hogy egyes ruhaipari vállalkozások: (a Punto Fa tulajdonában levő) Mango, (az Inditex tulajdonában levő) Oysho és Pull&Bear, valamint (az Arcadia tulajdonában levő) Dorothy Perkins és Topman – és más kiskereskedelmi ágazatok szereplői is (a kávégép-gyártó De Longhi, valamint a fényképezőgép-gyártó Manfrotto) már felülvizsgálták kereskedelmi gyakorlataikat.

Mindezek alapján okkal feltételezhető, hogy a tagállami és uniós versenyhatóságok a jövőben is fokozott figyelemmel kísérik majd az e-kereskedelmi ágazatot. Ennek szellemében a vállalkozások számára időszerűbb, mint valaha szakemberek segítségével felmérni és szükség szerint kiigazítani az elektronikus kereskedelemben követett üzleti gyakorlataikat.

Szerzők

Dr. Kocsis Márton / Dr. Kolodzey Zoltán

További Információ

Dr. Polauf Tamás
Irodavezető-helyettes Partner
Magyarország
tamas.polauf@chsh.hu
Tel: +36 1 457 8040

Media-owner-and-publisher: Cerha Hempel Spiegelfeld Hlawati Rechtsanwälte GmbH, Parkring 2, A-1010 Vienna | Tel: +43 1 514 350 Fax: +43 1 514 35 35 | email: office@chsh.com | Although this newsletter was created with the greatest of care, we nevertheless do not accept any responsibility whatsoever for its content being correct, complete or up to date. | Visit us at www.chsh.com | CHSH[®] Austria[®] Belarus[®] Bulgaria[®] Czech Republic[®] Hungary[®] Romania[®] Slovak Republic[®]

CHSH

Cerha Hempel Spiegelfeld Hlawati
Rechtsanwälte GmbH