Versenyjog – nappali tagozat, főelőadás

Gazdasági erőfölény és az erőfölénnyel való visszaélés (EUMSZ 102. cikk, Tpvt. 21–22. §)

Előadás: 2026. szeptember 23. · Ellenőrzött, kiegészített változat (2026. szeptember 24.)

Jelmagyarázat: a zöld sávos **Kiegészítés** blokkok új, az előadáson el nem hangzott háttéranyagot tartalmaznak; a narancs sávos **Pontosítás** blokkok az eredeti jegyzet tényszerű javításait jelölik; a kék **Vizsgán** blokkok a számonkérés szempontjából lényeges pontokat emelik ki. A javítások teljes jegyzéke a dokumentum végén található.

I. rész – A gazdasági erőfölény

1. Vizsga és előzmények

A vizsga

- Open book vizsga: papíralapon bármilyen segédanyag használható.
- Elektronikus eszköz nem használható.
- Sok jelentkező esetén több turnus, ritkított ültetés (pl. soronként két hallgató).

Hol tartunk?

- A horizontális megállapodások témaköre nagyrészt lezárult.
- A horizontális iránymutatás mintegy 126 oldalát nem kell megtanulni.
- Tudni kell: az iránymutatás elejét – hogyan közelítjük meg a versenytársak közötti együttműködést –, valamint az egyes együttműködési típusokat definíciószerűen felismerni (pl. mi a szakosítási megállapodás).
- A többi részlet szakjogász-szintű anyag.

> **Kiegészítés:** A hatályos szöveg: a Bizottság 2023. július 1-jén elfogadott horizontális iránymutatása (HL C 259., 2023.7.21.), a hozzá kapcsolódó csoportmentességi rendeletekkel (K+F: 2023/1066/EU, szakosítás: 2023/1067/EU rendelet).

A logikai ív

A verseny korlátozásához

1. vagy **összejátszás** kell – EUMSZ 101. cikk / Tpvt. 11. §: kartell, versenykorlátozó megállapodás,
2. vagy egy vállalkozásnak **egyedül is elég ereje** van a verseny korlátozásához – EUMSZ 102. cikk / Tpvt. 21–22. §: erőfölénnyel való visszaélés.

Most a második ágat vizsgáljuk: képes-e valaki **egyedül** korlátozni a versenyt?

2. Kiindulópont: az érintett piac

A piaci erő megállapításához először az érintett piacot kell lehatárolni.

- Nem absztrakt termék-helyettesíthetőséget vizsgálunk: a „mi a kávé helyettesítője?” kérdés önmagában értelmetlen.
- Mindig az **adott magatartással érintett fogyasztókból** indulunk ki: ők azok, akiket a sérelem érhet.
- Kérdés: át tudnak-e váltani más termékre, illetve más földrajzi területen beszerezni?
- Ha át tudnak váltani, az a termék / terület is az érintett piac része.
- Amikor már egy kis mértékű, de jelentős és nem átmeneti áremelés (**SSNIP-teszt**) hatására sem váltanak, megvan az érintett piac.

> **Kiegészítés:** SSNIP = *small but significant non-transitory increase in price*, a gyakorlatban jellemzően 5–10%-os hipotetikus áremelés. Irányadó dokumentum: a Bizottság 2024. februári közleménye az érintett piac meghatározásáról (HL C, C/2024/1645), amely az 1997-es közleményt váltotta fel. Ismert csapda a „celofán-tévedés": ha a vizsgált cég már eleve monopolárat alkalmaz, a fogyasztók e magas árszintről könnyebben váltanak, ezért a piac a valóságosnál tágabbnak tűnhet.

Két dimenzió:

1. érintett **termékpiac**,
2. érintett **földrajzi piac**.

Főszabály: nincs absztrakt piaci erő. Nincs olyan, hogy „a Tescónak / a Microsoftnak gazdasági erőfölénye van". Erőfölényről mindig csak egy adott érintett piac kapcsán beszélhetünk.

Miért kardinális? Példa: a kóla jellegű italok piacán 66% = vélelmezett erőfölény. Ha a piac „minden cukros üdítő + víz", akkor ugyanez a cég csak 13%-ot ér el = nincs erőfölény. Ugyanaz a cég, más piaclehatárolás, más jogi következmény.

3. Piaci részesedés – az első méricskélés

Ha megvan az érintett piac, megnézzük, kik vannak jelen, és mekkora a részesedésük. Ez még csak hüvelykujjszabály, messziről jövő gyanú:

- 97% vs. a maradék – nagyon gyanús;
- 55–35–10 (pl. Coca-Cola / Pepsi + két kicsi) – a két nagy együtt 90%: fejvakarás (kollektív erőfölény kérdése is felmerülhet);
- 25–25–25–25 – kevésbé gyanús.

A fúziókontrollnál részletesen tanult mérőszámok:

- **CR4, CR6**: a 4, illetve 6 legnagyobb szereplő együttes részesedése. Pl. CR4 = 80% egy húszszereplős piacon: a négy nagy dominál. CR4 = 12%: még a négy legnagyobb is együtt kicsi, a piaccal valószínűleg nem kell foglalkozni.
- **HHI (Herfindahl–Hirschman-index)**: a piaci szereplők százalékos részesedései négyzeteinek összege (0 és 10 000 között). Monopóliumnál $100^2 = 10\,000$; négy egyenlő szereplőnél $4 \times 25^2 = 2\,500$. Részletesen a fúziókontrollnál.

> **Kiegészítés:** Az új 102. cikkes iránymutatás (lásd 8. pont) megtartja a **40%-os „puha" biztonságos kikötőt**: e szint alatt az erőfölény általában nem valószínű – de kivételesen (pl. erős vevői függőség, adatalapú előnyök, hálózati hatások) ez alatt is megállapítható.

4. Az AKZO-vélelem

Versenyjogi vélelem: **50% feletti piaci részesedés esetén vélelmezzük a gazdasági erőfölényt** (C-62/86 *AKZO*, 1991, 60. pont; előzménye C-85/76 *Hoffmann-La Roche*, 1979).

- Megdönthető (praesumptio iuris) vélelem.
- Hatása: **megfordul a bizonyítási teher.** Főszabályként a versenyhatóságon / a felperesen van a bizonyítás terhe; itt azonban az 50% feletti részesedésű vállalkozásnak kell bizonyítania, hogy nagy részesedése ellenére sincs erőfölényben.

Közgazdasági háttér: **harvardi iskola**, S–C–P (struktúra–magatartás–teljesítmény) modell. Ha a piaci struktúra gyanús (nagy részesedés), abból következtetünk a piaci erőre. Ez a szemlélet szivárgott be a joggyakorlatba.

> Az 50%-os vélelem uniós esetjogi (AKZO) vélelem; a Tpvt. nem tartalmaz ilyen számszerű vélelmet, a GVH azonban követi az uniós gyakorlatot.

5. A gazdasági erőfölény fogalma

Két definíciót kell elhatárolni:

- **Közgazdaságtan – jelentős piaci erő:** a vállalkozás képes tartósan és jelentősen a versenyár fölé emelni az árat.
- **Jog – gazdasági erőfölény:** a vállalkozás képes a piac többi szereplőjétől – versenytársaktól, vevőktől, végső soron a fogyasztóktól – **nagymértékben függetlenül** viselkedni (C-27/76 *United Brands*, 1978, 65. pont; *Hoffmann-La Roche*). A Tpvt. 22. § (1) bekezdése lényegében ugyanezt rögzíti.

> **Vizsgán:** A „nagymértékben" szó nem maradhat le a definícióból.

Ebből következik, hogy a vélelem megdöntéséhez azt kell bizonyítani: a vállalkozás **nem képes nagymértékben függetlenül** viselkedni.

6. Az erőfölény 3 + 1 vizsgálati szempontja

1. Piaci részesedések, piaci struktúra

Lásd a 3–4. pontot. Minél nagyobb a részesedés, annál valószínűbb az erőfölény, de a részesedés önmagában nem elég. A politikusi „sok pénzt csinál, tehát erőfölényben van" érvelés hibás.

2. Piacralépési és terjeszkedési korlátok

Röviden csak **belépési korlátoknak** hívjuk őket.

Logika: ha valaki sok pénzt keres, az mágnesként vonzza a belépőket. Ha könnyű belépni, nem lehet tartósan visszaélni, mert jönnek az újak és elviszik a profitot. Ha nehéz belépni, az inkumbens hátradőlhet, árat emelhet – nem jön versenytárs.

Belépési korlát lehet minden, ami a piacralépéshez kell: a ceruza megvételétől az atomenergia-hatósági engedélyig; koncesszió, szabadalom (jogi monopólium). Példa: a hírhedt, egyik napról a másikra végrehajtott mintegy ötvenszeres (tablettánként 13,5 dollárról 750 dollárra) gyógyszerár-emelés – ha nincs helyettesítő, és a beteg a gyógyszer nélkül meghal.

> **Kiegészítés:** A példa a Daraprim-ügy (Turing Pharmaceuticals / Martin Shkreli, 2015). Az FTC és több amerikai állam 2022-ben pert nyert Shkreli ellen, akit életfogytig eltiltottak a gyógyszeriparból.

Fontos elhatárolás – Bing vs. Google: belépni a keresőmotor-piacra ma viszonylag könnyű – mesterséges intelligenciával szinte bárki fejleszthet egyet. **Terjeszkedni** viszont rendkívül nehéz: a Google felhasználóit elvenni szinte lehetetlen (méretgazdaságosság, adatelőny, alapértelmezett beállítások). Ezért a terjeszkedési korlátot is vizsgálni kell.

Minél nagyobb a részesedés, és minél magasabbak a belépési korlátok, annál valószínűbb az erőfölény.

3. Vevői erő – countervailing buyer power

Hiába erős a vállalkozás, ha vele szemben olyan vevő ül, aki ezt ellensúlyozni képes. Példák:

- Uborka – Lidl, bor – Spar: egy soproni bortermelőnek 10:05-re kellett volna a Spar raktárának kapujához érnie; 10:10-re ért oda, hazaküldték. A Spar megteheti.
- Tesco vs. Coca-Cola, 1990-es évek: a bolt legértékesebb helye a szemmagasságú polc. A Tesco polcpénzt kért, a Coca-Cola azt felelte: „neked kellek én". Összevesztek, majd kibékültek – rájöttek, hogy nem tudnak egymás nélkül élni. Kölcsönös függés a nagyok között.
- Az állam mint vevő: az építőiparban és a gyógyszeriparban a legnagyobb vásárló az állam (közbeszerzés, társadalombiztosítási támogatás).

Ha van ellensúlyozó vevői erő, a vállalkozás nem tud élni az erejével.

A három szempont **együttes mérlegelésével**, esetről esetre dönthető el, hogy fennáll-e az erőfölény.

+1. Időbeliség

Különösen a technológiával átitatott iparágakban félrevezető a pillanatkép.

- Cement: kiforrott piac – tavaly is így volt, jövőre is így lesz.
- Mobiltelefon: a BlackBerry a csúcson volt, amikor már megjelent az iPhone (2007) – néhány év múlva a BlackBerry eltűnt. Egy adott pillanatban piacvezetőnek tekinteni félrevezető, ha már ott van az innovatív kihívó.

Aktuális példa: az amerikai Google-ügy (*United States v. Google, keresőpiac). Az USA antitrösztperei kétlépcsősek:

1. **felelősségi ítélet**: visszaélt-e a monopolhelyzetével? (Mehta bíró, 2024. augusztus: igen);
2. **remedy-ítélet**: hogyan orvosoljuk? (2025. szeptember 2.).

A Google-t nem darabolták fel (a DOJ a Chrome leválasztását kérte), hanem megtiltották a kizárólagos alapértelmezett-kereső szerződéseket, és kötelezték bizonyos keresési index- és felhasználói interakciós adatok megosztására a minősített versenytársakkal. Indok: a Google már most komoly támadás alatt áll a generatív MI-termékek miatt; a feldarabolás nagyobb kárt okozna, mint maga a jogsértés – lehet, hogy a piac magától is megoldja a problémát.

> **Kiegészítés:** Az ítélet ellen mindkét fél fellebbezett a D.C. Circuithez; az eljárás 2026 szeptemberében folyamatban van.

7. Miért kockázatos erőfölénybe kerülni?

Amit addig megtehettél, azt utána gyakran már nem teheted meg.

- Senki nem kel úgy reggel, hogy „vajon ma kerültünk-e erőfölénybe?" – egyszer csak abba kerülsz.
- Ez tipikusan évekkel később derül ki, amikor versenyfelügyeleti eljárás indul: „ön öt éve erőfölényben van".
- **Booking.com**: európai startupból lett a legnagyobb online utazásközvetítő, valamikor a 2000-es évek eleje és napjaink között erőfölénybe került. Paritásklauzulái (MFN – *most favoured nation*: a szálloda máshol nem kínálhat olcsóbb árat) miatt több tagállamban is eljárás indult; ma a szállodák több mint egy évtizedre visszamenő csoportos kártérítési keresete folyik ellene.

> A német Bundeskartellamt 2015-ben a „szűk" paritásklauzulákat is megtiltotta, a BGH 2021-ben helybenhagyta – ez azonban **versenykorlátozó megállapodásként** (EUMSZ 101. cikk / GWB 1. §), nem erőfölényes visszaélésként történt. Az EUB C-264/23. sz. *Booking.com* ítélete (2024. szeptember 19.) szerint a paritásklauzulák nem járulékos korlátozások. Erőfölénnyel való visszaélés miatt a spanyol CNMC bírságolta a Bookingot 2024-ben (413 millió euró). 2024 májusától a Booking a DMA szerinti kapuőr is.

A kártérítési gyakorlat sajátosságai (részletesen Kovács Krisztián óráján): Magyarországon kevesen visznek sikerrel ilyen pert. Nagyvállalati taktika az ítélet előtti egyezség: az eljárást elhúzzák, ameddig lehet, ha pedig vesztésre állnak, megegyeznek a felperesekkel, hogy ne szülessen ítélet, mert az újabb pereket generálna. Ezért van, hogy egy kartellper tíz éve folyik egyetlen ítélet nélkül – ez elriasztja a következő felperest.

> **Kiegészítés:** A jogszabályi háttér: 2014/104/EU kártérítési irányelv; a Tpvt. 88/C–88/G. §-ai (kartell esetén megdönthető vélelem a 10%-os áremelő hatásra, 88/C. §).

Ha erőfölényben vagy, **extra kötelezettségeid** vannak.

8. A tilalom: EUMSZ 102. cikk, Tpvt. 21–22. §

Tilos egy vagy több vállalkozás gazdasági erőfölényével való visszaélés. Ezt követi egy példálózó felsorolás („különösen:").

Figyelem: ami a törvényben hétköznapi nyelven van leírva – pl. „tisztességtelen eladási vagy vételi árak” –, az a joggyakorlatban nem ugyanazt jelenti, mint a polgári jogi tisztességtelenség. A törvényi tényállás önmagában nem értelmezhető; **a kialakult tilalomtípusokat kell megtanulni.**

> **Kiegészítés: Új fejlemény:** a Bizottság 2026. szeptember 3-án elfogadta első, a kiszorító visszaélésekről szóló 102. cikkes iránymutatását, amely a 2009-es végrehajtási prioritásokról szóló közleményt váltja fel. Főbb elemei: a 40%-os puha küszöb megmarad; bizonyos, „természeténél fogva” versenyellenes magatartásoknál megdönthető vélelem a visszaélésre; a hozzáférés megtagadása akkor is visszaélés lehet, ha az input nem nélkülözhetetlen; az „ugyanolyan hatékony versenytárs” (AEC) teszt digitális piacokon nem mindig releváns; külön foglalkozik az önelőnyben részesítéssel (*self-preferencing*) és a pay-for-delay megállapodásokkal. A kizsákmányoló visszaélésekre érdemi útmutatást nem ad.

Új irány: nem is kell használni az erőt?

Nyelvtanilag az „erőfölénnyel való visszaélés” azt jelenti, hogy az erődet használod a visszaélésre. Két EUB-ítélet ezt jelentősen kitágította:

1. AstraZeneca-ügy (C-457/10 P, 2012). A gyógyszerszabadalom védelmi idejéből sokat elvesz a forgalombahozatali engedélyezés (labor-, állat- és humán vizsgálatok, törzskönyvezés). Kompenzációként a szabadalom lejárta után **kiegészítő oltalmi tanúsítvány (SPC)** kérhető, legfeljebb 5 évre; ennek kezdő időpontja az első uniós forgalombahozatali engedély dátumához kötődik. Az AstraZeneca több tagállam szabadalmi hivatalánál **félrevezető adatokat** adott meg erről a dátumról, így hosszabb oltalmat szerzett, mint amennyi járt volna. Emellett visszavonta a Losec kapszulák forgalombahozatali engedélyeit, hogy a generikus gyártók ne hivatkozhassanak rájuk. A Bizottság szerint mindez erőfölénnyel való visszaélés, mert kívül tartja a generikus versenytársakat; az EUB ezt megerősítette (bírság végül 52,5 millió euró). A nehézség: egy – a vállalat szerint adminisztratív hibának tűnő – félrevezető beadványból lett versenyjogi visszaélés. Nem a piaci erejét „használta”, hanem a hatóságot vezette félre, de ennek hatása versenykorlátozó volt.

> Az SPC legfeljebb 5 év (gyermekgyógyászati hosszabbítással +6 hónap), a félrevezető nyilatkozatok több tagállam (pl. Németország, Egyesült Királyság, Hollandia, Belgium, Dánia) hivatalánál történtek, az ügyet a Bizottság vitte (2005). Az ítélet 2012-es, tehát nem „friss”.

2. Meta / Facebook-ügy (C-252/21, 2023. július 4.). A német versenyhatóság szerint a Facebook erőfölényét kihasználva GDPR-ba ütköző szerződési feltételeket kényszerít a felhasználókra (a más szolgáltatásokból származó adatok összekapcsolása). Probléma: az adatvédelem felügyeletét az uniós rendelet az adatvédelmi hatóságokhoz (DPA) telepíti, az egyablakos rendszerben a fő tevékenységi hely szerinti hatósághoz – pl. az ír adatvédelmi hatóság bírságolta a Metát 1,2 milliárd euróra (2023), az Instagramot 405 millió euróra (2022). Ehhez képest a versenyhatóság maga értelmezi a GDPR-t, és erre alapít visszaélést. Az EUB megerősítette: megteheti – azzal, hogy lojálisan együtt kell működnie az illetékes adatvédelmi hatósággal, és nem térhet el annak vagy az EUB korábbi döntésétől.

Tanulság ma: az erőfölényben lévő vállalkozás semmilyen más jogszabályt nem sérthet meg, ha az a versenytársnak / fogyasztónak a piacon káros, mert ez erőfölénnyel való visszaéléssé minősülhet? Nem kell az erőt az érintett piacon használni. Mindkettő az EUB (nem a Törvényszék) ítélete, várhatóan ez az irány megmarad. Ezért ma nagyon nehéz tanácsot adni az ügyfeleknek.

Ettől függetlenül a tipikus ügyek továbbra is olyanok, ahol a piaci erő használatával élnek vissza.

9. A két nagy visszaélés-család

1. Kiszorító (exclusionary): az erőfölény használata arra, hogy kiszorítsam, kívül tartsam, ne engedjem nőni a versenytársakat. Pl. az AstraZeneca a generikusokat tartotta kívül.

2. Kizsákmányoló (exploitative): a fogyasztók / üzletfelek károsítása, jövedelemtranszfer a fogyasztótól a vállalkozáshoz – a fogyasztói többlet elvonása.

Melyik a veszélyesebb? A hallgatói szavazás és a hatóságok szerint is: **a kiszorító.** Miért ezt üldözik a hatóságok?

- Egy erőfölényes cég minden magatartását (pl. minden árát) folyamatosan figyelni rendkívül erőforrás-igényes lenne – ez már árszabályozás, magatartásszabályozás.
- A vállalkozói kreativitás a korlátozásban határtalan.
- Ha van még verseny a piacon, annak megmentése versenynyomást gyakorol az erőfölényesre. A korlátozott verseny is jobb a semminél.
- Bejelentések: Jolán és Jonatán beadványa kevésbé professzionális, mint amikor egyik gyógyszergyár jelenti fel a másikat. A sértett versenytárs a legjobb információforrás.
- De csak az arra érdemes (legalább ugyanolyan hatékony) versenytársat mentjük meg.

Tankönyvi példa: Intel vs. AMD (x86 processzorok). Az Intel hűségengedményekkel és ún. „meztelen korlátozásokkal" (a gyártók fizetést kaptak az AMD-alapú termékek bevezetésének halasztásáért) majdnem kiszorította az AMD-t, amelynek részesedése a 2000-es évek közepén alacsony szintre esett. A Bizottság 2009-ben beavatkozott; az AMD mára visszajött, teljesítményben a két cég pariban van. Megérte megmenteni.

> Az Intel-ügy azóta hosszú bírósági utat járt be: a 2009-es 1,06 milliárd eurós bírság hűségengedményekre vonatkozó részét a Törvényszék 2022-ben megsemmisítette (C-413/14 P után), a Bizottság 2023-ban csak a meztelen korlátozásokért bírságolt újra (376 millió euró), amit a Törvényszék 2025 decemberében kb. 237 millió euróra csökkentett. Az AMD visszatérésében a saját termékfejlesztésnek (Zen-architektúra, 2017) is döntő szerepe volt.

10. Kizsákmányoló példa: túlzó árazás (excessive pricing)

Az erőfölényes túl magas árat kér. Van ilyen tilalom, együtt kell vele élni, de senki nem szereti. Miért?

1. Benchmark-probléma: hogyan állapítjuk meg, mi a túl magas ár? Költség + 300% haszon tisztességtelen? És 200%? 250%? 249%? Miért pont annyi?

2. Apple App Store: az Apple minden fejlesztőt az App Store-ba kényszerít, minden fizetés után (alkalmazásár, előfizetés, alkalmazáson belüli vásárlás) 30% jutalékot von le, és **anti-steering** klauzulával csak a saját fizetési rendszerének használatát engedi, a felhasználót máshová irányítani sem lehet. Elsőként a Netflix tört ki: az App Store-ban nem lehet előfizetni, a böngészőben kell a netflix.com-on előfizetni, majd bejelentkezni.

Hollandia: egy randialkalmazás-fejlesztő panasza nyomán a holland hatóság (ACM) eljárt; az Apple válaszul 30% helyett 27%-os jutalékot kínált az alternatív fizetési rendszerekre, amit az ACM továbbra is elfogadhatatlannak tartott (és összesen 50 millió euró kényszerbírságot szabott ki). Az Apple méreteiben fél százalék is évi több száz millió dollár/euró. De senki nem tudja megmagyarázni, miért „sok" a 27% és miért nem a 23%: az Expedia a szállodáktól kb. 15–25%-ot, a Booking kb. 15–18%-ot von le. Teljesen esetleges.

> A holland ACM-ügy formálisan tisztességtelen üzleti feltételek (anti-steering, kötelező fizetési rendszer) miatti ügy volt. Tiszta túlzó árazási ügy a brit **Kent v Apple** (CAT, 2025. október): a Competition Appeal Tribunal megállapította, hogy a 30%-os jutalék túlzó és tisztességtelen; „tisztességes" benchmarkként 17,5%-ot (alkalmazás-terjesztés) és 10%-ot (alkalmazáson belüli fizetés) fogadott el, a kártérítés kb. 1,5 milliárd font.

3. A profitmaximalizálás paradoxona: a mikroökonómia első fejezete szerint a vállalkozás célja a profitmaximalizálás. A piaci versenyben miért ne maximalizálhatnám? Mennyi az „elég" profit, ami még nem túlzó? Megmondhatatlan.

Ezért ha mégis van ügy, a menetrend: a hatóság keres egy jól hangzó benchmarkot, mérlegelési jogkörében megindokolja, a bíróság elfogadja.

> **Kiegészítés:** A jogi mérce a *United Brands*-teszt (1978, 252. pont), két lépcsőben: (1) túlzott-e az ár és a költség közötti különbség (profitmarzs), és ha igen, (2) az ár önmagában vagy a versenytársak termékeihez képest tisztességtelen-e. Újabb uniós esetek: C-177/16 *AKKA/LAA* (2017), Aspen (bizottsági kötelezettségvállalás, 2021); brit ügyek: *Pfizer/Flynn* (fenitoin), *Kent v Apple*.

Benchmark-példák:

a) Magyar kábeltévé-ügyek, 2000-es évek. Még nincs 5G / mobilinternet; vezetékes vs. műholdas tévé; utcánként monopolhelyzetű vezetékes szolgáltató. A versenyhivatal kérdése: tavaly 100 volt az ár, idén miért 120? Ha a költségek / az infláció csak 100-at indokolt, a túl nagy emelés tilos. Benchmark = a monopolista saját tavalyi ára.

b) Lett közös jogkezelő (C-177/16* AKKA/LAA*, 2017). A közös jogkezelő lényegében jogszabály által létrehozott „kartell": egy szervezet állapítja meg egységesen a zenefelhasználási díjat. Honnan tudjuk, mikor túl magas az éttermi háttérzene díja? Transzportbetonnál van költség, de a zenénél mi? A lett versenyhatóság a szomszédos államok (Litvánia, Észtország) és más tagállamok díjait vette alapul – mindegyikben monopolista közös jogkezelő van, mindegyik maga szab árat. De 10 euró Luxemburgban nem ugyanaz, mint 10 euró Romániában, ezért vásárlóerő-paritással (PPP-index) igazították ki, és ehhez képest a lett díj kiugróan magas volt. Az EUB ezt a módszert elfogadta. Abszolút értelemben nem tudjuk megmondani, miért túl magas az ár, csak azt, hogy a hasonló helyzetűekhez képest aránytalan.

II. rész – Kiszorító visszaélések: ragadozó árazás, árukapcsolás, üzletkötéstől elzárkózás

11. Alapvetés: miért nem jó semmi a versenyjognak?

Kiinduló vicc – három elítélt beszélget a börtönben:

1. Túl magas árat alkalmaztam → kizsákmányoló visszaélés: **túlzó árazás**.
2. Túl alacsony árat alkalmaztam → kiszorító visszaélés: **ragadozó (felfaló) árazás**.
3. Ugyanazt az árat alkalmaztam, mint a versenytársaim → **kartell**, versenykorlátozó megállapodás (EUMSZ 101. cikk).

Tanulság: a versenyjog nem az árszintet önmagában nézi, hanem annak piaci hatását és célját.

Fontos elhatárolások:

- **Versenyjog ≠ fogyasztóvédelem.** A fogyasztóvédelem az egyént (Pál Bélát) védi; a versenyjog a fogyasztók összességének jólétét nézi. Nem baj, ha Jolán nyer és Jonatán veszít, ha összességében a fogyasztói jólét nő.
- **Versenyjog ≠ kkv-védelem, szociálpolitika.** A kevésbé hatékony versenytárs kiesése önmagában nem baj. A „sajnáljuk a kkv-t" politikai döntés, amelynek ára van: magasabb ár a fogyasztónak. Példa: a kínai napelemekre, elektromos autókra kivetett vámok, a TEMU-típusú platformok korlátozása – védjük az európai gyártót, de mindenki drágábban vásárol. Ez iparpolitikai / nemzetbiztonsági / ellenállóképességi (resilience) döntés, nem versenyjogi.
- **Az erőfölényben lévő vállalkozást különleges felelősség terheli** (C-322/81 *Michelin I*, 1983, 57. pont). Akinek nincs erőfölénye, annak „joga van hülyének lenni": úgy áraz, úgy megy tönkre, ahogy akar. Az erőfölényesre többletszabályok vonatkoznak. Quod licet bovi, non licet Iovi – amit szabad Kis Jánosnak, nem szabad Jupiternek.

Hogyan keletkezik az erőfölény? Gyakran örökölt: egykori állami közüzem, telefontársaság, villamosművek. Vagy kiérdemelt: Booking.com, a Microsoft a 90-es években, a Google – mert a fogyasztók őket választották, jobb terméket adtak. Ezért is érzékeny a beavatkozás: miért büntetnénk azt, akit a fogyasztók a legjobbnak tartanak?

> **Vizsgán:** „A versenyjog a versenyt védi, nem a versenytársakat.” Ezért a kiszorító visszaélések vizsgálatánál rendre felmerül: ugyanolyan hatékony (as efficient) versenytárs szorul-e ki (C-209/10 *Post Danmark I*, 2012; C-413/14 P *Intel*, 2017).

12. Ragadozó (felfaló) árazás – predatory pricing

Fogalom: az erőfölényben lévő vállalkozás költségei alatti árazással kiszorítja a versenytársakat, hogy utána – immár versenytárs nélkül – árat emelhessen.

A kiszorító árazási visszaélések „ősanyja”: a közgazdászok szerint a többi kiszorító árazási magatartás (pl. árprés, szelektív árengedmény) erre vezethető vissza.

12.1. Miért probléma az alacsony ár, ha a fogyasztó szereti?

Rövid távon jó: ugyanaz olcsóbban. Hosszú távon rossz lehet: a versenytárs csődbe megy → a monopolista árat emel → a fogyasztó hosszú távon többet fizet, mint amennyit nyert.

Négy logikai eset – a domináns vállalkozás költsége: 100.

1. Versenytárs költsége 110, domináns ára 120. **Nincs baj**: a versenytárs pl. 119-ért még nyereséges lehet.
2. Versenytárs költsége 110, domináns ára 105. A domináns saját költsége felett, de a versenytársé alatt áraz; a versenytárs kiszorul. **Ez nem tilos**: a kevésbé hatékony, „béna” versenytárs szorul ki. Nem várhatjuk el, hogy a domináns a fogyasztói jólét rovására árat emeljen. Az ellenkezője perverz ösztönző lenne: minél kevésbé vagyok hatékony (Porsche, jacht a cégköltségben), annál inkább hozzám kellene igazodnia a hatékonynak.
3. Versenytárs költsége 80 (hatékonyabb!), domináns ára 90. A domináns a saját költsége alatt, de a versenytársé felett áraz: a domináns veszteséges, a versenytárs még nyereséges. **Gyanús**, mert a domináns veszteséget vállal – de a hatékonyabb versenytárs még talpon marad.
4. Domináns ára 60, versenytárs költsége 80. A saját költsége alatt **és** a versenytárs költsége alatt is áraz: még a hatékonyabb versenytárs sem tud versenyezni. **Ez a klasszikus ragadozó árazás.**

12.2. Amerikai megközelítés – fogyasztói jólét, recoupment-teszt

Az USA nagyon megengedő (a chicagói iskola hatása): alacsony belépési korlátokat feltételez.

Számpélda: a domináns 100 dollárról 30-ra vágja le az árat 5 évre, és ezalatt 10 millió terméket ad el. Fogyasztói nyereség: (100 – 30) × 10 millió = **700 millió dollár**. A versenytárs 5 év után csődbe megy, a domináns árat emel:

- Ha visszaemeli 100-ra: a fogyasztót nem érte kár – nyertek 700 milliót, utána ugyanott vannak.
- Ha monopolárra, pl. 200-ra emeli: vevőnként 100 dollár veszteség az eredeti 100-as árhoz képest. A fogyasztók csak akkor kerülnek „egálba”, amikor 700 millió / 100 = **7 millió** vevő vásárolt már a 200-as áron.

Évi 2 millió darabos eladással ez kb. 3,5 év, vagyis csak kb. a 8–9. év táján, az összesen **17 milliomodik vevőnél** kezdődik a nettó fogyasztói veszteség. Addig viszont a magas profit miatt új belépők jöhetnek, és megtámadhatják a monopolistát.

Ezért az USA-ban bizonyítani kell, hogy a domináns a veszteségét később **visszanyeri (recoupment)**, és a fogyasztók összességében veszítenek. Jövőbeli magatartást „kellő bizonyossággal” valószínűsíteni a bíróság előtt rendkívül nehéz, ezért alig van ilyen ügy az USA-ban (vezető eset: *Brooke Group v. Brown & Williamson*, 1993).

12.3. Európai megközelítés – AKZO-teszt, költségalapú

Az EU szigorúbb, formálisabb. Három költségkategória:

- **Változó költség:** a kibocsátással változik. Pl. pizzériában a liszt.

- **Fix költség:** rövid távon nem változik a kibocsátással. Pl. a felszolgáló bére akkor is jár, ha egy vagy három pizzát visz ki.
- **Átlagos** = egy termékegységre jutó. Átlagos összköltség (ATC) = átlagos változó költség (AVC) + átlagos fix költség (AFC).

AKZO-szabály (C-62/86 *AKZO*, 1991, 71–72. pont):

1. **Ár < AVC:** erőfölényben lévő vállalkozás esetén **minden körülmények között tilos** (visszaélés vélelmezett). Közgazdasági logika: minden egyes eladott darabon még a változó költségen is veszteség keletkezik – ennek a kiszorításon kívül nincs értelmes magyarázata.
2. **AVC < ár < ATC:** akkor tilos, ha a **kiszorítási szándék bizonyítható** – a szubjektív célzatot vizsgáljuk: a versenytárs kiszorítása volt-e az árcsökkentés célja?

Ez egyike annak a „3,5” esetnek a versenyjogban, ahol a szubjektív szándék számít. Főszabályként a versenyjog olyan, mint az atomkár: objektív felelősség – ha csinálod, felelsz, a szándékod nem érdekes. Itt kivétel. A gyakorlatban: memo, marketingterv, PPT, ki nem ürített kuka – nagy cégeknél szinte mindig marad írásos nyoma a szándéknak.

> **Kiegészítés:** Az EU-ban a **recoupment bizonyítása nem feltétel** (C-333/94 P *Tetra Pak II*, 1996; C-202/07 P *France Télécom (Wanadoo)*, 2009) – ez a legfontosabb különbség az amerikai megközelítéssel szemben. Az új 102. cikkes iránymutatás (2026) lényegében a költségalapú esetjogot kodifikálja.

> **Vizsgán:** EU: erőfölény + ár a saját AVC alatt = tilos (vélelmezett visszaélés). Erőfölény + ár a saját AVC és ATC között + kiszorító szándék = tilos. Recoupment nem kell.

13. Árukapcsolás – tying / bundling

Ma az egyik legtipikusabb, leggyakoribb erőfölényes jogsértés.

13.1. Miért csinálják? Két üzleti logika

a) Több bevétel: a rezervációs ár bizonytalanságának kiküszöbölése. Tankönyvi példa: filmstúdió, két mozi egy kisvárosban.

	Bosszúállók	Horrorfilm	Összesen
A mozi rezervációs ára	7 000 USD	3 000 USD	10 000 USD
B mozi rezervációs ára	7 500 USD	2 500 USD	10 000 USD
Külön értékesítés (optimális ár)	7 000 × 2 = 14 000	2 500 × 2 = 5 000	**19 000 USD**
Csomagban (10 000-es ár)	–	–	**20 000 USD**

Külön értékesítve: ha a Bosszúállók 7 500, csak B veszi meg (7 500); ha 7 000, mindkettő (14 000) – tehát 7 000 a racionális. A horror ára 2 500 → 5 000. Összesen 19 000. Csomagban mindkét mozi 10 000-et hajlandó fizetni a kettőért → 20 000. Ugyanaz a film, ugyanaz a mozi, 1 000-rel több bevétel. Ezért adja a tévécsatorna is csomagban a filmeket: a *Reszkessetek, betörők!*-et Charlie Chaplinnel együtt.

> **Kiegészítés:** A közgazdaságtanban ez a **tömbös értékesítés** (block booking) klasszikus példája, amelyet George Stigler elemzett az amerikai *Loew's*-ügy (1962) kapcsán. A csomagolás itt nem feltétlenül kiszorító: a versenyjogi probléma a b) pontban leírt hatásnál kezdődik.

b) A versenytársaktól való megszabadulás – foreclosure. Ha 80%-os a részesedésed a kapcsoló termék piacán, és megköveteled, hogy a kapcsolt terméket is tőled vegyék, a kapcsolt piacon eltűnnek a versenytársak – nincs kinek eladniuk.

Klasszikus: **Hilti-ügy** (T-30/89, 1991; C-53/92 P, 1994) – szögbelövő pisztoly. A Hilti uralja a pisztolypiacot; maga a szög egyszerű termék, sok utánzattal. A Hilti kikötötte: a garancia csak Hilti-szeg használata esetén él (és a patrontárakat is csak szeggel együtt adta). Eredmény: mindenki Hilti-szeget vesz, a szögpiaci versenytársak eltűnnek. Hasonló magyar példa: a HP nyomtató + HP patron ügy, amely kötelezettségvállalással zárult.

13.2. Jogi teszt – együttes feltételek (EUMSZ 102. cikk d) pont)

1. **Erőfölény** legalább a kapcsoló termék piacán.
2. **Két elkülönült termék(piac)**: kapcsoló és kapcsolt termék (a mérce a fogyasztói kereslet: van-e önálló kereslet a kapcsolt termékre).
3. **Kényszer** a közös vásárlásra: lehet jogi / szerződéses, de de facto is (nincs garancia, előre telepítve van, nem törölhető).
4. **Nincs objektív indok** az együttes értékesítésre.

> **Kiegészítés:** A T-201/04 *Microsoft* (2007) ítélet szerint ötödik elemként vizsgálandó, hogy a gyakorlat alkalmas-e a verseny **kizárására** (foreclosure) a kapcsolt piacon. A vizsgán a négy fenti elem a minimum; az ötödik a teljes tesztet adja.

13.3. Vezető esetek

1. USA: Microsoft – Internet Explorer (1990-es évek). A Microsoft a PC-operációs rendszerek (Windows) piacán domináns. Ötlet: a Windowsba előre beépíti az Internet Explorert. Kontextus: dobozos szoftverek, betárcsázós internet, 56 kbps-os modem, legfeljebb 128 kbps-os ISDN. A böngészőpiac vezetője a Netscape, csúcson kb. 80%-os részesedéssel. Böngészőt telepíteni még kevesen tudtak – ha készen kapod, azt használod. Eredmény: a Netscape néhány év alatt gyakorlatilag kiszorult.

A Microsoft védekezése: „Az Apple is integrálja a böngészőt a saját operációs rendszerébe. Én miért ne tehetném meg, mint a versenytársam?” Versenyjogi válasz: ha erőfölénybe kerülsz, különleges felelősséged van – amit kicsiként szabad, dominánsként nem. Az elsőfokú bíróság (Jackson bíró, 2000) feldarabolást rendelt el: külön operációsrendszer- és külön alkalmazásfejlesztő cégre (a Standard Oil mintájára). A D.C. Circuit 2001-ben ezt hatályon kívül helyezte, majd az új (Bush-) adminisztráció alatt egyezség született, a feldarabolás lekerült a napirendről.

Miért kellett „kiirtani” a Netscape-et? A Netscape böngésző – a vele terjesztett **Java** platformmal együtt – olyan „köztes szoftver” (middleware) volt, amelyre operációs rendszertől független alkalmazásokat lehetett írni. Ez veszélyeztette a Windows monopóliumát védő belépési korlátot (applications barrier to entry).

2. EU: Microsoft – Windows Media Player (bizottsági döntés 2004; T-201/04, 2007). Miután az USA-ban majdnem feldarabolták, néhány évvel később a Microsoft ugyanezt teszi: Windows + előre telepített Windows Media Player. Miért? A streaming terjedése, drága adattárolás – tömörítés kell (MP3/MP4). A tömörítési algoritmusok jogvédettek, a lejátszáshoz codec kell. A Microsoft saját formátuma (WMA/WMV): ha minden Windows lejátssza, a BBC és minden tartalomszolgáltató azt választja – óriási licencpiac. Bírság: 497 millió euró, majd a határozat nem teljesítése miatt további kényszerbírságok (2006: 280,5 millió, 2008: 899 millió – utóbbit a Törvényszék 860 millióra csökkentette), összesen mintegy 1,6–1,7 milliárd euró. Kötelezték a Media Player nélküli Windows-változat („Windows N”) forgalmazására is. Az EU nem szereti a feldarabolást, pénzbírságot és magatartási kötelezettséget ír elő.

> **Kiegészítés:** A 2004-es döntés másik lába **üzletkötéstől elzárkózás** volt: a Microsoft megtagadta a munkacsoport-szerverek piacán a versenytársaktól az interoperabilitási információkat (lásd 14. pont). 2009-ben böngészőválasztó képernyőt vállalt; ennek elmulasztásáért 2013-ban 561 millió eurós bírságot kapott.

3. Google Android – 4,34 milliárd euró (2018). A Google „ingyen adja” az Androidot (a világ okostelefonjainak kb. 70%-án fut), és évi több milliárd dollárból fejleszti. Feltételek a telefongyártóknak: ha a Play Áruházat telepíteni akarják (ami nélkül a telefon eladhatatlan), előre kell telepíteniük a Google Kereső alkalmazást és a Chrome böngészőt is; emellett bevételmegosztás a kizárólagos előtelepítésért, és tilalom a „fork” (módosított) Android-változatokat futtató eszközök gyártására.

Miért éri meg? A Google nagyrészt reklámcég. Hatékonysága abból fakad, hogy a világ okostelefon-használóinak adatai nála vannak. Megéri ingyen adni az operációs rendszert, mert a másik piacon (keresés, hirdetés) sokszorosan visszajön. Kipróbálható: a „Google Saját adatok letöltése” (Takeout) funkcióval – fejenként akár 20+ GB adat is lehet.

Jogi minősítés: erőfölény a licencelhető mobil-operációsrendszerek és az Android-alkalmazásáruházak piacán + elkülönült piacok (keresőalkalmazás, böngésző) + kényszer (előtelepítés feltételként) + nincs objektív indok.

> A tying-rész a Google Kereső alkalmazást és a Chrome-ot érintette; a Gmail és a Maps a gyártói szerződés (MADA) csomagjában szerepelt, de nem voltak a jogsértés tárgyai. A Törvényszék (T-604/18, 2022) a bírságot 4,125 milliárd euróra csökkentette, az EUB a C-738/22 P ügyben **2026. július 2-án** a fellebbezést elutasította és a bírságot véglegesítette – kimondva, hogy a visszaélés megállapításához nem minden esetben kötelező az AEC-teszt.

Kitérő – adatvédelmi technológia és verseny. Az Apple az iOS 14.5-tel (2021) bevezette az App Tracking Transparency (ATT) keretrendszert: új alkalmazás telepítésekor megtiltható az alkalmazáson kívüli követés. A Facebook / Meta (a másik nagy reklámcég) egész oldalas újsághirdetésekben tiltakozott. 2022-ben az USA-ban csoportos per indult a Meta ellen, mert az alkalmazáson belüli böngészőjébe injektált kóddal az ATT ellenére követte a felhasználókat. Versenyjogi tükörkép: az ATT-t több versenyhatóság (pl. német, francia, olasz) is vizsgálta mint az Apple saját hirdetési szolgáltatásait előnyben részesítő szabályt.

14. Üzletkötéstől / szerződéskötéstől elzárkózás – refusal to deal / supply

Főszabály: nincs szerződéskötési kötelezettség. Szerződési szabadság van: azzal szerződsz, akivel akarsz, azzal nem, akivel nem akarsz. Ez erőfölényben is igaz – az ellenkezője erős polgári jogi és tulajdonjogi beavatkozás lenne (pl. szabadalom megosztására kényszerítés).

Kivétel: két eset, amikor tilos megtagadni.

14.1. Vertikális belépés + meglévő kapcsolat megszüntetése kiszorítási céllal – Commercial Solvents-doktrína

Tényállás (6/73 és 7/73 *Commercial Solvents*, 1974): a Commercial Solvents gyakorlatilag egyedüli előállítója volt egy vegyi alapanyagnak (aminobutanol), amelyet eladott a Zoja nevű olasz gyógyszergyárnak, amely abból TBC elleni gyógyszert (etambutol) gyártott. A Commercial Solvents ezután leányvállalata révén maga is belépett az etambutol-gyártásba, és bejelentette a Zojának: többé nem szállít alapanyagot.

Miért baj? Nem a belépés a baj, hanem hogy a belépés után, **kiszorítási szándékkal** (a szubjektív szándék második esete) szünteti meg a fennálló üzleti kapcsolatot, hogy megszabaduljon a versenytársától.

Ha nem lépne be az alsóbb piaci szintre, a kapcsolatot bármikor megszüntethetné – kivéve a következő esetet.

14.2. Nélkülözhetetlen eszköz – essential facilities

Ha a domináns olyan eszközt ural, amely az alsóbb piaci szinten a tevékenységhez elengedhetetlen, köteles hozzáférést biztosítani. Mikor nélkülözhetetlen?

1. **Fizikailag nem megkettőzhető.** Pl. a fővárosi csatornahálózat – nincs hely még egynek.

2. **Társadalmilag ésszerűtlen lenne megkettőzni.** Pl. vasúthálózat: fizikailag lehetne mindenkinek (MÁV, GYSEV, Deutsche Bahn) saját sínt építeni, de össztársadalmi szempontból értelmetlen. Ezért inkább ágazati szabályozás és a versenyjog kényszeríti ki a megosztást.

> **Kiegészítés:** A *Bronner*-teszt (C-7/97 *Oscar Bronner*, 1998) együttes feltételei: (1) a megtagadás alkalmas a downstream piaci verseny teljes kizárására; (2) objektíve nem indokolt; (3) a szolgáltatás nélkülözhetetlen – nincs tényleges vagy potenciális helyettesítője, és gazdaságilag sem észszerű azt megkettőzni. Szellemi tulajdon esetén további „kivételes körülmények" kellenek, pl. új termék megjelenésének megakadályozása (C-241/91 P *Magill*, 1995; C-418/01 *IMS Health*, 2004; T-201/04 *Microsoft*, 2007 – interoperabilitási információk).

Példák az óráról:

- **Google – Android Auto** (C-233/23 *Alphabet és társai*, 2025. február 25.): a Google nem engedte fel az olasz Enel X elektromosautó-töltőpont-kereső alkalmazását (JuicePass) az Android Autóra. Az olasz versenyhatóság (AGCM) 102 millió euróra bírságolt. Az EUB szerint a hozzáférés megtagadása akkor is visszaélés lehet, ha az Android Auto **nem nélkülözhetetlen** – mert a platformot eleve harmadik felek alkalmazásai számára fejlesztették ki, nem kizárólag saját használatra; ilyenkor a *Bronner*-feltételek nem alkalmazandók. A domináns legfeljebb ésszerű időn belül köteles sablont (template) fejleszteni.
- **Litván Vasutak** (Bizottság, 2017, 27,9 millió euró; C-42/21 P, 2023. január 12.): a litván állami vasút a legnagyobb ügyfele (az Orlen Lietuva finomító) és a lett vasút közötti együttműködést megakadályozandó felszedte a Lettország felé vezető, kb. 19 km-es határmenti vonalszakaszt, így a finomító kénytelen volt a jóval hosszabb, litván útvonalat igénybe venni. Kiszorító visszaélés.

15. Összefoglaló táblázat vizsgára

Jogsértés	Teszt	Szándék kell?
Ragadozó árazás – EU	Erőfölény + ár < saját AVC = vélelmezett visszaélés; AVC < ár < ATC = csak kiszorító céllal tilos; recoupment nem kell (Tetra Pak II, Wanadoo)	Igen, a középső sávban
Ragadozó árazás – USA	Ár < költség + recoupment valószínűsége: a fogyasztók hosszú távon nettó veszítenek (Brooke Group)	Nem a szándék a kérdés; a recoupment gyakorlatilag bizonyíthatatlan
Árukapcsolás	1. erőfölény a kapcsoló piacon; 2. két elkülönült termék; 3. kényszer; 4. nincs objektív indok; (+5. kizáró hatás – Microsoft)	Nem
Üzletkötéstől elzárkózás	Főszabály: szabad. Tilos, ha: a) downstream belépés + a kapcsolat megszüntetése kiszorítási céllal (Commercial Solvents); b) nélkülözhetetlen eszköz (Bronner); IP-nél kivételes körülmények (Magill, IMS, Microsoft); c) harmadik feleknek szánt platform megtagadása (Android Auto)	a) esetén igen

Jogsértés	Teszt	Szándék kell?
Túlzó árazás	United Brands: 1. túlzott ár–költség különbség; 2. önmagában vagy összehasonlításban tisztességtelen; benchmark (AKKA/LAA)	Nem

Megjegyzendő mondatok vizsgára

- „A versenyjog a versenyt védi, nem a versenytársakat.”
- „A gazdasági erőfölény különleges felelősséggel jár.” (Michelin I)
- „Nincs absztrakt piaci erő: erőfölény mindig csak egy érintett piacon áll fenn.”
- „50% felett az erőfölény vélelmezett (AKZO), de a vélelem megdönthető.”
- „A szubjektív szándék főszabályként irreleváns, kivéve: AVC és ATC közötti ragadozó árazás és Commercial Solvents-típusú elzárkózás.”