

Soutěžní právo
***III. Dominantní postavení
a kontrola koncentrací***

Krátký pohled do médií

Nejvyšší pokuty za zneužití dominance (EK)

- *Google – Android* (2018) EUR 4,3 mld.
 - *Google – shopping* (2017) EUR 2.4 mld.
 - *Intel* (2009) EUR 1 mld.
 - *Qualcomm* (2018) EUR 1 mld.
 - *Microsoft* (2004) EUR 0,5 mld.
- (+ 2006 EUR 280 mil., 2008 EUR 900 mil.)

I. Dominantní postavení obecně

- Právní úprava
 - § 10 – 11 ZOHS
 - čl. 102 SFEU
- Dominant disponuje podstatnou tržní silou (*significant market power*)
tedy není vystaven tržním tlakům (*competitive constraints*)
... a tak dokáže zvýšit na delší dobu ceny nad tržní úroveň

Pojem „dominantní postavení“

- **ZOHS:** *Dominantní postavení na trhu má soutěžitel nebo společně více soutěžitelů (společná dominance), kterým jejich tržní síla umožňuje chovat se ve značné míře nezávisle na jiných soutěžitelích nebo spotřebitelích*
- **EU: 85/76 Hoffmann – La Roche**
*podnik je v situaci, kdy může bránit existenci účinné soutěže na relevantním trhu,
tedy jestliže mu je dána možnost chovat se vůči svým konkurentům, svým odběratelům a konečně i vůči spotřebitelům ve významné míře nezávisle.*

1. Relevantní trh

Věcné, prostorové a časové vymezení střetu nabídky a poptávky

- *Oznámení EK 1997/C 372/05*
- Východisko analýzy všech soutěžně relevantních jednání

(i) Věcný relevantní trh

- Výrobky a služby, které jsou **z pohledu spotřebitele** považovány za zaměnitelné nebo substituovatelné z hlediska jejich vlastností, ceny a zamýšleného užití
- Zastupitelnost
 - funkční

ad Věcný relevantní trh

- Cenový test *SSNIP* (*Small but Significant Non-transitory Increase in Prices*)
 - trvalé, malé, ale významné zvýšení ceny (5 - 10 %)
 - Pozor na *cellophane fallacy*
- Pozorování/modelování reakcí spotřebitelů (průzkumy)

ad Věcný relevantní trh

Ekonometrické analýzy

- cenově korelační
- křížové elasticity
- cenové stacionarity

(ii) Geografický relevantní trh

Oblast, ve které se dotyčné podniky účastní dodávky a poptávky výrobků nebo služeb, kde jsou podmínky hospodářské soutěže dostatečně stejnorodé a která může být odlišena od sousedních zeměpisných oblastí, protože zejména podmínky hospodářské soutěže jsou v těchto oblastech zjevně odlišné

- lokální, národní, nadnárodní (EU, svět)

(iii) Case study

- Posuzováno jednání **autobusového dopravce na trase Praha – Brno**
- Geografické vymezení: nádraží uvnitř měst?
Zastávky po cestě?
- Věcné vymezení: taxi? vlak?

2. Analýza tržní síly

Dominantní postavení se odvozuje od *tržní síly*

- tržní podíl (viz)
- potenciální konkurence, překážky vstupu na trh (faktické i právní)
- postavení odběratelů (*buyer power*)

...

Tržní podíl

- Základem správné vymezení relevantního trhu
- Velikost podílu
 - *Velmi vysoký* – prakticky nevyvratitelná domněnka dominance
 - *Nad 50 %* - domněnka dominance, není-li vyvrácena specifickými okolnostmi
 - *Pod 40 %* - v českém právu domněnka ne-dominance
- Nutnost dynamického pohledu a sledování tržních podílů konkurentů a tendencí jejich vývoje

II. Zneužívání dominance

Zakázáno nikoliv dominantní postavení, ale jeho *zneužívání*

- koncept „*zvláštní odpovědnosti*“ dominantanta – nesmí jednat způsobem, který je přípustný u ne-dominanta
- Žádné výjimky, objektivní odůvodnění

Formy zneužívání

- vylučovací (*exclusionary*): omezování soutěže (konkurence), eg.
 - predátorské ceny
 - odmítnutí obchodování (+ doktrína *essential facility*)
- vykořisťovací (*exploitative*): těžení výhod ze závislosti ostatních podniků a spotřebitelů, eg.
 - nepřiměřené ceny

Demonstrativní výčet

- přímé nebo nepřímé vynucování **nepřiměřených** nákupních nebo prodejních **cen** anebo jiných nerovných obchodních podmínek;
- **omezování výroby**, odbytu nebo technického vývoje na úkor spotřebitelů;
- uplatňování **rozdílných podmínek** vůči obchodním partnerům při plnění stejné povahy, čímž jsou někteří partneři znevýhodňováni v hospodářské soutěži;
- podmiňování uzavření smluv tím, že druhá strana přijme **další plnění**, která ani věcně, ani podle obchodních zvyklostí s předmětem těchto smluv nesouvisejí.

III. Více ekonomický přístup

- Komise kritizována za příliš formalistický přístup
- Snaha umožnit i dominantům efektivně konkurovat a plnohodnotně se účastnit soutěže

Diskusní materiál

- Vydán 2005, jen vylučovací praktiky
- Analytický přístup Komise k vylučovacím praktikám
- Ne ochrana slabších konkurentů, ale blaha spotřebitele
- ... takže vyloučení méně efektivních podniků není zakázáno
- 2008: „priority“ Komise

Příklad České dráhy

- Dominant na trhu železniční přepravy velkých objemů substrátů
- Selektivní snižování cen za účelem vyloučení konkurence
- ??? povoleno, protože není predátorské ani excesivní???
- ??? zakázáno, protože brání rozvoji konkurence ???
- ??? zakázáno, protože selektivně diskriminační ???

„Nové“ formy zneužití dominance

- *AstraZeneca*: patenty
- *Lundbeck*: pay-for-delay
- *Rambus*: patent ambush
- *ENI*: strategic underinvestment

Děkuji Vám za pozornost ...

Michal PETR

michal.petr@upol.cz