

DUDRA ATTILA, VÁCZI NÓRA\*

## Az árukapcsolás versenyjogi megközelítése (1. rész)

### Bevezetés

Az árukapcsolás kifejezés hallatán legtöbbször valamilyen káros jelenségre gondolunk, annak ellenére, hogy nap mint nap használunk olyan termékeket, veszünk igénybe olyan szolgáltatásokat, amelyeket más termékek/szolgáltatásokkal együtt értékesítenek,<sup>1</sup> és ezt a kapcsolt értékesítést általában – a kapcsolás tényét akár fel sem ismerve – természetesnek, sőt, gyakran előnyösnek találjuk. Így jellemzően nem firtatjuk, hogy miért kell például a cipőket párban megvásárolni, és miért nem árulnak cipőket fűző nélküli változatban is, hogy miért fogyaszthatjuk a kiválasztott fogáshoz csak az adott étterem kínálatában szereplő italokat, illetve örülünk annak, hogy a kerékpárok, autók összeszerelt változatai közül is válogathatunk. A kapcsolt értékesítés általánosan elterjedt és elfogadott piaci magatartás, persze előfordulhatnak olyan – az említett negatív asszociációkért felelős – formái, amelyek fogyasztói sérelmeket, piaci zavarokat, jóléti veszteségeket okoznak, és emiatt jogi – elsősorban versenyjogi<sup>2</sup> – normákat sértenek. Írásunkban az árukapcsolást mint a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés lehetséges eszközét,<sup>3</sup> annak versenyjogi aspektusait mutatjuk be, különös tekintettel annak korszerű, hatékonysági érveket is akceptáló, egyedi hatásalapú értékelésére. A téma aktualitását egyrészt az Európai Közösséget létrehozó

**A kapcsolt értékesítés általánosan elterjedt és elfogadott piaci magatartás, persze előfordulhatnak olyan formái, amelyek fogyasztói sérelmeket, piaci zavarokat, jóléti veszteségeket okoznak, és emiatt jogi – elsősorban versenyjogi – normákat sértenek.**

Római Szerződés (a továbbiakban: EKSz.) erőfölénnyel való visszaéléseket tárgyaló 82. cikkének folyamatban lévő reformja, másrészt a kizsákmányoló típusú árukapcsolásos ügyek miatt sajátos hazai joggyakorlat adják.

### Az árukapcsolás fogalma

Az árukapcsolás definiálásakor a szakirodalom – nem teljesen egységes elvek mentén – különválasztja a *tying* (árukapcsolás) és a *bundling* (csomagban történő értékesítés) kategóriákat.

NALEBUFF<sup>4</sup> megkülönbözteti a *pure bundling* és a *mixed bundling* fogalmakat, amelyeket a GVH Versenytanácsának árukapcsolásra alkalmazott szóhasználatának<sup>5</sup> analógiájára *kizárólagos*, vagy *direkt* és *indirekt* csomagban értékesítésnek nevezhetünk (a Versenytanács a *bundling*-ot külön nem definiálta), valamint a *bundling* speciális eseteiként a statikus és dinamikus árukapcsolást. A *pure bundling* esetében

A és B termék csak együtt kapható, és jellemzően csak bizonyos rögzített arányokban, a *mixed bundling*-nak tekintik, amikor az A és B csomagban és külön-külön is elérhető, de a csomag ára kedvezményes (a *pure* lehet a *mixed* alelete, amikor az egyedi termékek nagyon magas áron érhetőek el).

A *tying* NALEBUFF fogalomrendszerében lehet statikus: amikor az A termék megvásárlása B nélkül nem lehetséges, de B önállóan elérhető (ezt a *mixed bundling* speciális esetének tekintik). A *tying* másik formája a *pure bundling* dinamikus esete, amikor az A megvásárlása csak B-vel együtt történhet, ezt a *pure bundling*-tól az határolja el, hogy a B mennyisége tranzakciónként változhat, a B mennyisége akár

nulla is lehet, de a vásárló nem vásárolhatja meg ezt mástól.

A Global Competition Law Centre szerzői, AHLBORN, BAILEY ÉS CROSSLEY<sup>6</sup> szerint a *bundling* alapvetően közgazdasági koncepció, míg a *tying* lényegében ugyanannak a jogi megközelítése. A *bundling pure* változata, amikor csak csomagban érhetőek el az áruk, *mixed* amikor a csomagot és az egyedi termékeket is értékesítik. A *tying* értelmezésükben akkor érhető tetten, amikor egy áru megvásárlásának (*tying*, kapcsoló termék) egy másik áru (*tied*, kapcsolt termék) megvásárlása a feltétele, a kapcsolt termék vásárlása lehet egyidejű vagy utólagos. Jogilag a *tying* feltétele a termékek elválaszthatósága és bizonyos fokú kényszerítés.

A Bizottság az EKSz. 82. cikk reformja kapcsán készült konzultációs anyagának (továbbiakban: bizottsági vitaanyag<sup>7</sup>) definíciója szerint a *tying* akkor áll elő, ha egy eladó termékének értékesítését egy másik elkülönült termék tőle, vagy az általa kijelölt más vállalkozástól történő vásárlásához köti, és csak ezt a kapcsolt terméket értékesíti önmagában. *Bundling*-ként a bizottsági vitaanyag a két vagy több termék csomagban történő értékesítését érti, melynek *pure* és *mix* eseteit lényegében az idézett szerzőkkel egyezően határozza meg, kiemelve, hogy a két fogalom átfedésben lehet, ha az egyedi árak magasak, valamint, hogy a *tying* és a *bundling* hasonló versenyhatásokkal járhatnak.

A két fogalommal kapcsolatos különböző definíciós megközelítések bemutatását követően a tanulmányunkban egységesen az általánosabb *árukapcsolás* kifejezést alkalmazzuk, ezt az is támogatja, hogy a *tying* és a *bundling* motivációi, hatásai, lehetséges versenyjogi értékelési módjai lényegében nem különböznek (e tekintetben egységes a felhasznált források álláspontja is).

\* A szerzők a Gazdasági Versenyhivatal Infokommunikációs Irodájának munkatársai, közgazdászok.

Az árukapcsolás mint versenyjogi tényállás feltétele, hogy azt erőfölényben lévő vállalkozás kövesse el. Hatásait tekintve ártalmas lehet a fogyasztók szempontjából, illetve korlátozhatja a piaci versenyt is. A fogyasztókat sértő kizsákmányoló hatású árukapcsolások gyakran túlzó árázással rokoníthatók, korlátozzák a fogyasztók választási lehetőségét, nem igényelt áruk megvásárlását kényszerítik ki. A kapcsolt termék piacán az árukapcsolás emellett csökkenti a versenytársak által megcélozható piaci keresletet, és a reális piaci mechanizmusokat eltérítheti.

## Az árukapcsolás formái és kapcsolata más jogsértési típusokkal<sup>8</sup>

Az árukapcsolás leggyakrabban szerződéses és *technikai* eszközökkel valósul meg. Az előbbi esetben az alapáru megvásárlására kötött szerződés csak a kapcsolt áru párhuzamos vagy jövőbeli megvásárlására vonatkozó szerződés esetén lehetséges. A kapcsolt termék utólagos értékesítése tipikusan utópiacok (*aftermarkets*, pl. a nyomtatók piacának utópiaca a festékpátron piac) esetében jelentkezik.

A technikai árukapcsolás, amely általában kizárólagos vagy direkt jellegű, azt jelenti, hogy a termékbe műszakilag integrálták a kapcsolt terméket, vagy az alaptermék műszaki jellemzői miatt csak a kapcsolt termék használható, vagy egyszerűen a fogyasztó számára nem praktikus elválasztani a két terméket.

A kapcsolás eredhet az együttes vásárlás esetén alkalmazott kedvezmény mértékéből is,<sup>9</sup> amely alapján a fogyasztó nem lesz érdekelt az áruk külön-külön történő beszerzésében, még akkor sem, ha az egyik termékre nincs szüksége.<sup>10</sup>

A végtelenül magasan meghatározott egyedi csomagkomponens árak tartalmilag ügylettől való elzárkózást (*refusal to deal*) idézhetnek elő, illetve gyakran adott tényállások árukapcsolásként és ügylettől való elzárkózásként is értelmezhetőek, pl. Bronner ügyben<sup>11</sup> a Mediaprint elzárkózása a versenytárs lapkiadó Bronner-nek való kézbesítéstől, felfogható úgy is, hogy a Mediaprint a kézbesítési szolgáltatásának feltételül a saját lapjainak megvásárlását szabta.<sup>12</sup>

## Az árukapcsolás közgazdasági és versenyjogi megközelítésének alakulása

Az árukapcsolás közgazdasági és jogi megközelítése párhuzamosan fejlődött, bár a jogalkalmazás csak a bizonyos mértékben elfogadott közgazdasági elméletekre

tud építeni, és azokra is csak bizonyos késéssel. Az árukapcsolás klasszikus közgazdasági felfogása és még inkább a versenyjogalkalmazás *per se* tiltással<sup>13</sup> jellemezhető kezdeti szakasza az árukapcsolás formájából és nem annak hatásából kiindulva, alapvetően ellenségesen kezelte azt. A közgazdászok szemléletváltását – ahogyan más versenyjogi kérdések, mint például a felfaló árázás esetében is – a chicago-i iskola képviselői szorgalmazták, felismerve, hogy a gazdaság egészében – így az egyértelműen versenyző szegmensekben is – elterjedt árukapcsolás alapvetően nem lehet versenyellenes, hanem hatékonyságokat (termelési, elosztási, tranzakciós költségek csökkentése; termékfejlesztés, minőségbiztosítás) kell, hogy hordozzon. Emellett úgy vélték, hogy a domináns vállalkozásoknak nem áll érdekében az erőfölényük átvitele, hiszen a másik piac monopolizálásával profitjuk nem fog növekedni (egyszeres monopol-profit elmélet, *single monopoly profit theorem*). A chicago-i iskola utáni közgazdászok rámutattak, hogy az elődök egyszeres profit elmélete különösen azért kifogásolható, mert a kapcsolt piacot tökéletesen versenyző piacnak feltételezte, holott nem tökéletes verseny esetén az erőfölényes vállalat már lehet ösztönözve versenyellenes árukapcsolásra.

A jogi értékelésben a hatékonysági érvek részleges felismerése és a *per se* tiltást szűkítő egyszerű tesztek (a kapcsolt termékek iránt van-e önálló kereslet) alapján az amerikai versenyjog alkalmazásában a finomított *per se* megközelítésről (*modified per se*) beszélhetünk, ami elsősorban a Jefferson Parish ügyszö<sup>14</sup> kapcsolódik. Ez fejlődött tovább a következőkben részletesen ismertetett egyedi hatásalapú vizsgálattá.

Elemzők szerint<sup>15</sup> az európai jogalkalmazás a Microsoft ügyben<sup>16</sup> ugyan már szakított a magatartás formájából kiinduló *per se* megközelítéssel, de az egyedi hatásalapú értékelés nélkülözhetetlenségét felismerő tengerentúli gyakorlattal szemben még mindig alapvetően ellenségesen kezeli az árukapcsolást.

## Az árukapcsolás esetenkénti hatásalapú megközelítése

Ahogyan azt a közgazdasági iskolák bemutatták, az árukapcsolás totális (*per*

**Ahogyan azt a közgazdasági iskolák bemutatták, az árukapcsolás totális (*per se*) tiltása rendkívüli mértékben megnöveli az ún. elsőfajú hiba elkövetésének valószínűségét, azaz az olyan esetek számát, amelyekben a versenyhatóság annak ellenére beavatkozik a piaci folyamatokba, hogy az valójában – versenykorlátozó hatás, jóléti veszteség hiányában – nem is lett volna indokolt; a feltétel nélküli engedékenységgel, az árukapcsolás *per se* jogszerűvé nyilvánítása viszont másodfajú hiba elkövetését eredményezheti, azaz a versenyjogi beavatkozás elmaradását olyan esetekben is, amikor az indokolt lett volna.**

se) tiltása rendkívüli mértékben megnöveli az ún. elsőfajú hiba elkövetésének valószínűségét, azaz az olyan esetek számát, amelyekben a versenyhatóság annak ellenére beavatkozik a piaci folyamatokba, hogy az valójában – versenykorlátozó hatás, jóléti veszteség hiányában – nem is lett volna indokolt; a feltétel nélküli engedékenységgel, az árukapcsolás *per se* jogszerűvé nyilvánítása viszont másodfajú hiba elkövetését eredményezheti, azaz a versenyjogi beavatkozás elmaradását olyan esetekben is, amikor

az indokolt lett volna. Ezért a közgazdasági gondolkodásban és a versenyjogi gyakorlatban egyre inkább előtérbe kerül az árukapcsolás megítélését illetően is a valamennyi körülményre és lehetséges hatásra tekintettel elvégzett, esetről-esetre történő mérlegelés, a *rule of reason* megközelítés alkalmazása.<sup>17</sup>

## I. A versenykorlátozó hatás lehetősége

A hatás kiváltásának lehetősége az alábbiakban részletezett feltételek fennállása esetén állapítható meg.

A hatásalapú értékelés első lépéseként azt kell feltárni, hogy a vizsgált magatartásnak lehetnek-e versenyellenes hatásai, azaz lehetséges-e, hogy az árukapcsolás – bár a vállalkozás számára profitábilis – a társadalom szempontjából káros hatású, társadalmi jóléti veszteséget okoz.

1. Erőfölény az egyik (az ún. *tying*, azaz kapcsoló) piacon

Árukapcsolással nagyon sokféle termék és piac esetében találkozhatunk, melyek között szép számmal akadnak versenyző piacok is. Ez utóbbiakon azonban nyilvánvalóan nem valószínűsíthető, hogy az árukapcsolásnak bármilyen versenykorlátozó hatása lehetne, hiszen vagy már maga az ösztönözöttség hiányzik, vagy a versenytársak kiszorítása nem lehet eredményes, mert a hatás csak a piac egy csekély részén jelentkezik, vagy mert a kapcsolt és kapcsoló piaci versenytársak is képesek egymással összefogva az árukapcsolást leképezni, kapcsolt értékesítést megvalósítani. Egyébként részben éppen ez a jelenség, az árukapcsolás verseny piacokon való elterjedtsége hívta fel a közgazdászok figyelmét arra, hogy az árukapcsolásnak lehetnek nem versenykorlátozó céljai, hatásai

még erőfölénnyel rendelkező vállalkozások esetében is.

## 2. Nem tökéletes verseny a másik (az ún. *tied*, azaz kapcsolt) piacon

Ez azt jelenti, hogy a piacon nem (végtelen) nagy számú, a piac egészéhez képest kis méretű, árelfogadó szereplő van jelen, hanem viszonylag kevés számú, jellemzően magas állandó költségekkel rendelkező vállalkozás. Amennyiben ugyanis a kapcsolt piac (tökéletesen) versenyző lenne, annak monopolizálása a chicago-i iskola tanítása szerint teljesen irracionális stratégia lenne. Érvényesülne ugyanis az a tétel,<sup>18</sup> miszerint az értékláncban csak egyszer – az erőfölénnyel jellemezhető kapcsoló piacon – lehet monopol-profitot realizálni, tehát az erőfölény árukapcsolás révén történő átvitele a másik – kapcsolt

– piacra (*leverage*) nem növeli, éppen ellenkezőleg, csökkenti a vállalkozás teljes nyereségét. Ez az elv nem jelenti egyben azt, hogy árukapcsolás ilyen piacok esetében soha ne fordulna elő, csak azt teszi egyértelművé, hogy annak háttérben nem a kapcsolt piac monopolizálásának célja áll. Míg a chicago-iak

szerint ilyen esetekben az árukapcsolást valamilyen jogszerű indok, hatékonysági ok teszi ésszerűvé (termelési, elosztási vagy tranzakciós költségek csökkentése, termékfejlesztés, minőség-biztosítás, egészségg védelme, árképzés hatékonyabbá tétele), addig a post chicago-i iskola számos olyan tényezőt azonosított, amelyek stratégiai okként, versenykorlátozó célokat szolgálnak (pl.: az erőfölényes pozíció védelme, belépés elrettentése stb.<sup>19</sup>).

A kapcsolt piaci versenyhelyzet értékelésénél természetesen kiemelt figyelmet fordít a versenyhatóság a vizsgált vállalkozás pozíciójára, s bár nem szükséges, hogy a vállalkozás ezen a piacon is erőfölénnyel rendelkezzen, a versenyellenes hatások kiváltására való

képesség annál valószínűbb, minél erősebb a piaci pozíciója.

## 3. A kapcsolt termékek elkülönültsége

Az árukapcsolás nyilvánvalóan nem tekinthető jogszerűtlennek, ha a kapcsolt termékek szorosan összetartoznak, azaz nem létezik irántuk önálló kereslet. Ilyenkor az is vizsgálható, hogy a kereslet összefüggését nem a piacon érvényesülő gyakorlat eredményezi-e, azaz valójában azt kell megállapítani, hogy a termékek iránti elkülönült kereslet árukapcsolás hiányában létezne-e.

## 4. Elkötelezettség az árukapcsolásos stratégia mellett

Miután az árukapcsolás alkalmazása vélhetően erős válaszreakciókat válthat ki a kapcsolt piaci versenytársak körében, ami a domináns vállalat

árukapcsolásból származó nyereségét csökkentheti, a vállalkozás – rövid távú szempontok alapján – érdekelt lehet(ne) abban, hogy felhagyjon magatartásával.

A hosszú távú profit realizálhatósága érdekében tehát elkötelezettségre van szükség, mindaddig, amíg a versenytársak ki nem szorultak a piacról. Ennek hiányában

az árukapcsolás – mint időlegesen alkalmazott magatartás – aligha válthatna ki a versenyhatóság figyelmét felkeltő, aggodalmát kiváltó versenyellenes hatásokat.

## 5. A versenytársak nem képesek a kapcsolt értékesítésre

Amennyiben a versenytársak képesek az árukapcsolásos stratégia alkalmazására válaszul maguk is kapcsolt termékekkel a piacon megjeleníteni, az erőfölény átvitele a kapcsolt piacra nem lehet eredményes. Ilyenkor inkább a kapcsolt termékek versenyéről beszélhetünk, s egy esetleges versenykorlátozó magatartás kapcsán azt kellene vizsgálni, hogy az erőfölényes cég versenytársai kiszorítására nem alkalmaz-e felfaló árazást.

## 6. A versenytárs(ak) kiszorítása valószínűsíthető

A versenyellenes célzatú árukapcsolás csak akkor lesz nyereséges a vállalkozás számára, ha versenytársait sikerül a piacról kiszorítani (egyes szerzők szerint elegendő, ha azok jelentős mértékben marginalizálódnak<sup>20</sup>). Ennek előrejelzése azonban meglehetősen nehéz, hiszen bekövetkezését számos piaci körülmény befolyásolhatja, így például a kapcsolt és kapcsoló piaci termék keresletének összefüggése, a versenytársak költség-szerkezete, pénzügyi háttere, a termékdifferenciálás mértéke, stb. A bizottsági vitaanyag szerint ennek értékelése során azt kell vizsgálni, hogy a kiszorító hatás mely fogyasztók, fogyasztói csoportok esetében érvényesül, és hogy ezek együttesen a piac egy jelentős részét képviselik-e. Bizonyos esetekben azonban akkor is jelentkezhet kiszorító hatás, ha az érintett fogyasztói csoport mérete azt nem feltétlenül indokolná, amennyiben ezen fogyasztók az új belépők szempontjából kritikusnak tekinthetők.

## 7. Belépési korlátok a kapcsolt piacon

Ha a versenytársak kiszorítása sikeresen meg is történt, a domináns vállalkozás csak akkor lehet képes erőfölényével immár a kapcsolt termék piacán visszaélni, árat emelni, ha ott belépési korlátok érvényesülnek, amelyek megakadályozzák, hogy a pozitív profit új belépőket vonzzon a piacra. (Megjegyzendő ugyanakkor, hogy bizonyos esetekben maga az árukapcsolás az, amely belépési korlátokat teremt, ezzel kapcsolatban ld. részletesebben a II.2.(ii) pontot.)

## 8. Kiegyenlítő vásárlóerő hiánya

Ez a feltétel azért szükséges, mert kiegyenlítő vásárlóerő birtokában a vevők képesek lehetnek megakadályozni, hogy a domináns vállalkozás megemelje árait, s így akkor is eredménytelenné tennék az árukapcsolásos stratégia alkalmazását, ha a versenytársak ki is szorultak a piacról, s a belépési korlátok miatt új piaci szereplők sem jelenhetnének meg.

**A hatásalapú értékelés első lépéseként azt kell feltárni, hogy a vizsgált magatartásnak lehetnek-e versenyellenes hatásai, azaz lehetséges-e, hogy az árukapcsolás – bár a vállalkozás számára profitábilis – a társadalom szempontjából káros hatású, társadalmi jóléti veszteséget okoz.**

## Jegyzetek

\* A cikkben foglaltak a szerzők személyes véleményét tükrözik, és nem feltétlenül képviselik a Gazdasági Versenyhivatal hivatalos álláspontját.

<sup>1</sup> Sőt Bork szerint minden eladó árukapcsolást alkalmaz és szinte minden áru szétbontható önmagában is értékesíthető részekre, azonban az eladók nem hajlandók a piacot egy bizonyos szintnél tovább darabolni. Bork, Robert H.: *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*, New York, The Free Press, 1978, p. 378.

<sup>2</sup> Árukapcsolást érintő szabályok nemcsak a versenyjogban fordulhatnak elő, bár ez a legjellemzőbb, hanem egyéb fogyasztóvédelmi, vagy piacszabályozási normák is tartalmazhatnak az árukapcsoláshoz közvetten vagy közvetlenül köthető rendelkezéseket. Közvetett módon egyfajta elméleti árukapcsolást (az áru és annak csomagolása) szentesítenek például a megfelelő csomagolás szükségességét előíró fogyasztóvédelmi szabályok, illetve a szabványok, minőségi előírások tulajdonkép-

pen biztonsági, műszaki okokkal indokolható kapcsolást idéznek elő. (A technikai, technológiai kapcsolat a tanulmányban később ismertetésre kerül.) Közvetlenebb és a versenyjoghoz közelebb álló árukapcsolást érintő rendelkezéseket tartalmaz az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi C. törvény (109. § (1) és 128. § (2) bekezdései), melynek részben az a magyarázata, hogy e törvény versenyjogi elvekre épül.

<sup>3</sup> A lehetséges árukapcsolás, mint a portfólió hatás egyik megnyilvánulási formája a fúziókontroll kapcsán ex-ante versenyjogi értékelésre kerül. Az árukapcsolás ex-ante megítélése jelentős nemzetközi esetekben volt üggyöntő fontosságú (pl. General Electric-Honeywell ügy COMP/M.2220), a magyar joggyakorlatban azonban a lehetséges árukapcsolás értékelésének tényleges jelentősége mindaddig csak a Magyar Telekom-Dataplex (Vj-210/2005. sz. ügy) ügyben volt. Jelen tanulmány

az árukapcsolás fúziókontrollbeli vetületével közvetlenül nem foglalkozik, persze a bemutatásra kerülő lehetséges értékelési szempontok, hatékonysági érvek fúzióengedélyezési eljárásokban is felmerülhetnek, hiszen ezen eljárások lényege az erőfölényes helyzet létrejöttének, illetve megerősödésének megelőzése, az azonosítható káros versenyhatások vs. hatékonysági érvek mérlegelése. A potenciális árukapcsolás erőfölényes eljárással történő „kezelhetősége” szintén a fúzióengedélyezés során figyelembe veendő szempont, hiszen az is megválaszolandó kérdés, hogy szükséges-e előzetes tiltás, feltételszabás, vagy az adott probléma tényleges felmerülésekor az ex-post versenyjogi eszközök elegendőek.

<sup>4</sup> Nalebuff, Barry: Bundling, Tying, and Portfolio Effects, DTI Economics Paper No. 1. <http://www.dti.gov.uk/files/file14774.pdf> és <http://www.dti.gov.uk/files/file14775.pdf> [2006.07.24.]

<sup>5</sup> A Versenytanács Vj-210/2005/93. sz. határozatának 48. pontja.

<sup>6</sup> Ahlborn, Christian – Bailey, David – Crossley, Helen: An Antitrust Analysis of Tying: Position Paper, GCLC Research Papers on Article 82 EC, <http://www.coleurop.be/content/gclc/documents/GCLC%20Research%20Papers%20on%20Article%2082%20EC.pdf> [2006.07.24.]

<sup>7</sup> DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, 2005. december <http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/others/discpaper2005.pdf> [2006.07.24.]

<sup>8</sup> Ahlborn, Bailey és Crossley alapján

<sup>9</sup> Például a Hoffman/La Roche (85/76. sz., 1979. február 13.), a De Post/La Post (COMP/37.859 sz.) európai ügyek, vagy a magyar Vj-167/2001. sz. ügy.

<sup>10</sup> A kedvezmények többféle, egymástól élesen gyakran el sem határolható formában támogathatnak versenykorlátozó vállalati stratégiákat: eredményezhetnek felfaló árazást, indokolatlan árdiszkriminációt, diszkriminatív hozzáférést nélkülözhetetlen eszközökhöz és árukapcsolást.

<sup>11</sup> C-7/97[1998] I-4185.

<sup>12</sup> A magyar esetjogi résznél bemutatásra kerülő Vj-100/1992. ügy is igazolja az elzárkózás és az árukapcsolás összefüggéseit.

<sup>13</sup> *Per se* tiltásról akkor van szó, ha egy magatartás önmagában, formájából következően, érdemi mérlegelés nélkül jogsértőnek minősíthető.

<sup>14</sup> Jefferson Parish Hospital Dist. No. 2. et al. v. Hyde, 466 U.S. 2 (1984)

<sup>15</sup> Pl. Ahlborn, Bailey és Crossley már hivatkozott írása, vagy Ahlborn, Christian – Evans, David S. – Padilla, A. Jorge: The Antitrust economics of tying: a farewell to *per se* illegality, The Antitrust Bulletin Spring-Summer/2004 p. 330. cikke. COMP/37.792 sz. ügy.

<sup>16</sup> Ahlborn, Evans és Padilla alapján

<sup>17</sup> A már korábban is említett „*single monopoly profit theorem*”.

<sup>18</sup> Részletesebben ld. a II.2. pontban.

<sup>19</sup> Carlton, Dennis W. – Waldman, Michael: The Strategic Use of Tying to Preserve and Create Market Power in Evolving Industries, RAND Journal of Economics, 2002/33.