



# Tarne- ja turustuskokkulepete konkurentsieeskirjad

*Euroopa  
konkurentsipoliitika*

Konkurents



# Tarne- ja turustuskokkulepete konkurentsieeskirjad

*Euroopa konkurentsipoliitika*

Fotosid kasutatud [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com) litsentsi alusel

Luksemburg: Euroopa Liidu Väljaannete Talitus 2012

ISBN 978-92-79-22118-7

doi:10.2763/69691

© Euroopa Liit, 2012

Teksti reprodutseerimine on lubatud juhul, kui on viidatud allikale.

Käesolevas väljaandes sisalduva kunstilise materjali reprodutseerimine on keelatud.

*Trükitud Belgias*

# Sisukord

<b>1.</b>	<b>Sissejuhatus</b>	5
<b>2.</b>	<b>Vertikaalsed kokkulepped</b>	7
	Artikkel 101	7
<b>3.</b>	<b>Agendilepingud</b>	11
<b>4.</b>	<b>Grupierandi määrus</b>	13
4.1.	Grupierandi määrase kohaldamisala	13
4.2.	Grupierandi määrase kohaldamise nõuded	15
	Põhilised piirangud	15
	30% suurune turuosa piirang	17
	Välja jäetud piirangud	18
4.3.	Grupierandi määrase tühistamine	19
<b>5.</b>	<b>Suunised</b>	21
5.1.	Suuniste otstarve	21
5.2.	Vertikaalsete piirangute hindamise üldeeskirjad	22
5.3.	Kriteeriumid enam levinud vertikaalsete piirangute hindamiseks	24
	Ühe tootemargi pealesurumine	24
	Ainuõiguslik turustus ja klientide ainuõiguslik jagamine	25
	Valikuline turustus	27
	Frantsiisimine	29
	Ainuõiguslik tarnimine	30
	Ettemaksed juurdepääsu eest	31
	Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped	32
	Seosmüük	32
	Edasimüügihinna piirangud	33
<b>6.</b>	<b>Konkurentsiasutused</b>	35
<b>7.</b>	<b>Konkurentsipoliitikaalane teave</b>	37





## 1. Sissejuhatus

Euroopa Liidu konkurentsipoliitika eesmärk on kaitsta ja arendada tarbijate huvides tõhusat konkurentsi siseturul. Konkurents on pakkumist ja nõudlust sisaldava turumajanduse alusmehhanism. Tarnijad (tootjad, ettevõtjad) pakuvad turul kaupu või teenuseid, püüdes rahuldada (vahendajate- või tarbijatepoolset) nõudlust. Nõudluse poolel püütakse leida vajalike toodete kvaliteedi ja hinna parimat kombinatsiooni. Tarnijatevahelise konkurentsiga kaasneb kõige tõhusam reaktsioon nõudlusele. Lisaks sellele, et konkurents on lihtne ja tõhus vahend, mille abil tagatakse tarbijatele kaupade ja teenuste kvaliteedi ning hinna parim valik, sunnib see ettevõtteid püüdlema majanduse tõhususe ja innovatsiooni poole.

Euroopa konkurentsipoliitika õiguslik raamistik on sätestatud Euroopa Liidu toimimise lepingus (ELI toimimise leping) (artiklid 101–109).

### **Euroopa Liidu toimimise leping:**

Artiklid 101–106:

<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/articles.html>

Artiklid 107–109 leiab terviktekstist:

<http://eur-lex.europa.eu/et/treaties/index.htm>

Lisaeeskirjad on sätestatud nõukogu ja komisjoni määrustes. Euroopa konkurentsipoliitika hõlmab viit peamist tegevusvaldkonda:

- 1) konkurentsi takistavate kokkulepete keelamine (artikkel 101);
- 2) valitseva seisundi kuritarvitamise keelamine (artikkel 102);
- 3) selliste ühinemiste keelamine, mis takistavad oluliselt tõhusat konkurentsi ELis (ühinemismäärus);
- 4) monopolistlike sektorite liberaliseerimine (artikkel 106);
- 5) riigiabi keelamine (artiklid 107 ja 108).





## 2. Vertikaalsed kokkulepped

ELi toimimise lepingu artiklit 101 kohaldatakse kokkulepete suhtes, mis võivad mõjutada liikmesriikidevahelist kaubandust ja takistavad, piiravad või kahjustavad konkurentsi.

### Artikkel 101

1. Siseturuga on kokkusobimatud ja keelatud kõik sellised ettevõtjatevahelised kokkulepped, ettevõtjate ühenduste otsused ja kooskõlastatud tegevus, mis võivad mõjutada liikmesriikidevahelist kaubandust ning mille eesmärgiks või tagajärjeks on takistada, piirata või kahjustada konkurentsi siseturu piires, iseäranis need kokkulepped, otsused ja tegevus, millega:
  - a) otseselt või kaudselt määratakse kindlaks ostu- või müügihinnad või mis tahes muud tehingutingimused;
  - b) piiratakse või kontrollitakse tootmist, turge, tehnilist arengut või investeeeringuid;
  - c) jagatakse turge või tarneallikaid;
  - d) rakendatakse võrdväärsete tehingute puhul erinevaid tingimusi, pannes kaubanduspartnerid sellega ebasoodsasse konkurentsiolukorda;

- e) seatakse lepingu sõlmimise eeltingimuseks teise poole nõusolek võtta endale lisakohustusi, mis oma laadilt või kaubandustavade kohaselt ei ole seotud sellise lepingu objektiga.
2. Kõik käesoleva artikli põhjal keelatud kokkulepped või otsused on algusest peale tühised.
3. Lõike 1 sätteid võib kuulutada kohaldamatuks:
- ettevõtjatevaheliste kokkulepete või kokkuleppeliikide suhtes;
  - ettevõtjate ühenduste otsuste või otsuseliikide suhtes;
  - kooskõlastatud tegevuse või kooskõlastatud tegevuse liikide suhtes,
- mis aitavad parandada kaupade tootmist või levitamist või edendada tehnilist või majanduslikku progressi, võimaldades samal ajal tarbijatel saada sellest tulenevast kasust õiglase osa, ilma et
- a) kehtestaks asjassepuutuvatele ettevõtjatele piiranguid, mis ei ole nimetatud eesmärkide saavutamiseks hädavajalikud;
  - b) annaks sellistele ettevõtjatele võimalust kõrvaldada konkurentsi kõnesolevate toodete olulise osa suhtes.

Artikli 101 kohaldamise esimene tingimus on, et kõnealustel kokkulepetel saab olla liikmesriikidevahelisele kaubandusele märgatav mõju. Kui kokkuleppel ei saa olla liikmesriikidevahelisele kaubandusele märgatavat mõju, siis ei pea see vastama Euroopa konkurentsieeskirjadele. Komisjon on esitanud teatise suunised kaubandusele avaldatava mõju mõiste kohaldamise kohta.

### **Suunised kaubandusmõju mõiste kohta**

Vt komisjoni teatis asutamislepingu artiklites 81 ja 82 sätestatud kaubandusmõju mõistet käsitlevate suuniste kohta (*Euroopa Liidu Teataja*, C 101, 27.4.2004, lk 81).

<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/trade.html> (Euroopa Komisjoni veebisait)

või

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004XC0427\(06\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004XC0427(06):EN:NOT) (EUR-Lex)

Kui esimene tingimus on täidetud, siis keelatakse artikli 101 lõikega 1 kokkulepped, mis konkurentsi märgatavalt piiravad või kahjustavad. Komisjon on esitanud teises teatises suunised selle kohta, milline ei ole märgatav konkurentsipiirang.

Kui kokkulepe piirab märgatavalt konkurentsi, siis on see kokkulepe vastavalt artikli 101 lõikele 2 automaatselt tühine. Artikli 101 lõikega 3 kuulutatakse aga see keeld kohaldamatuks selliste kokkulepete puhul, millega luuakse piisavat kasu, et kaaluda üles konkurentsi vastased mõjud. Selliseid kokkuleppeid käsitletakse artikli 101 lõike 3 erandina. Komisjon on esitanud suunised artikli 101 lõikes 3 sisalduva erandi tingimuste kohta eraldi teatises.

### **Suunised artikli 81 lõike 3 (praegune artikli 101 lõige 3) kohaldamise kohta**

Vt komisjoni teatis asutamislepingu artikli 81 lõike 3 kohaldamist käsitlevate suuniste kohta (*Euroopa Liidu Teataja*, C 101, 27.4.2004, lk 97).

<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/trade.html> (Euroopa Komisjoni veebisait)

või

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004XC0427\(06\);EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004XC0427(06);EN:NOT) (EUR-Lex)

Artiklit 101 kohaldatakse muu hulgas vertikaalsete kokkulepete suhtes. **Vertikaalsed kokkulepped on tootmis- või turustusahela eri tasanditel tegutsevate ettevõtjate vahelised kokkulepped kaupade või teenuste ostmiseks ja müümiseks.** Tootjate ja hulgi- või jaemüüjate vahelised turustuskokkulepped on vertikaalsete kokkulepete tüüpilised näited. Samuti on vertikaalne kokkulepe tööstustarnekokkulepe komponendi tootja ja toote tootja vahel, kes seda komponenti kasutab.

Vertikaalsed kokkulepped, millega määratakse kindlaks teatava müügi- ja ostutehingu hind ja kogus, tavaliselt konkurentsi ei takista. Konkurentsi takistamine võib aga ilmneda, kui kokkulepe sisaldab piiranguid tarnijale või ostjale (edaspidi "**vertikaalsed piirangud**"). Selliste vertikaalsete piirangute näited on ostja kohustus mitte osta konkureerivaid tootemarke (s.o kohustus mitte konkureerida) või tarnija kohustus tarnida ainult teatavale ostjale (s.o ainuõiguslik tarnimine).

Vertikaalsetel piirangutel võib lisaks negatiivsele mõjule olla ka positiivne mõju. Need võivad näiteks aidata tootjal siseneda uuele turule või vältida olukorda, kus üks turustaja kasutab ära teise turustaja reklaamitegevust, või võimaldada tarnijal konkreetse kliendi jaoks tehtud investeeringut amortiseerida.

Kas vertikaalne kokkulepe takistab tegelikult konkurentsi ning kas sel juhul kaaluvad kasud üles konkurentsivastase mõju, sõltub sageli turustruktuurist. Põhimõtteliselt on selleks tarvis individuaalset hinnangut. Komisjon on aga võtnud vastu määruse (EL) nr 330/2010 ehk grupierandi määruse, mis jõustus 1. juunil 2010 ning millega tagatakse enamikele vertikaalsetele kokkulepetele turvasfäär.

### **Grupierandi määrus**

Vt: *Euroopa Liidu Teataja*, L 102, 23.4.2010, lk 1–7. Teksti leiata ka konkurentsi peadirektoraadi veebisaidilt <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/vertical.html> või EUR-Lexist <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32010R0330:ET:NOT>

Grupierandi määruuses on esitatud grupierandi kaudu artikli 101 lõike 1 keeld, mida ei kohaldata vertikaalsete kokkulepete suhtes, mis sõlmiti ettevõtjate vahel, kelle turuosa ei ole suurem kui 30%. Komisjon on avaldanud ka suunised vertikaalsete piirangute kohta (edaspidi "suunised"). Nendes on kirjeldatud selliste vertikaalsete kokkulepete käsitlust, mida grupierandi määrus ei hõlma.

### **Suunised vertikaalsete piirangute kohta**

Vt: *Euroopa Liidu Teataja*, C 130, 19.5.2010, lk 1.

Samuti saate suunised vertikaalsete piirangute kohta alla laadida aadressilt: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010SC0411:ET:NOT> (EUR-Lex) või komisjoni veebisaidilt: <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/legislation.html> (laadige alla materjalid, mille pealkirjas on "Antitrust Enforcement")

Käesolevas juhendis on sätestatud nende vertikaalseid kokkuleppeid käsitlevate uute eeskirjade peamised omadused. Juhendi lõpus esitatud vooskeem võib samuti aidata kõnealuseid eeskirju kohaldada ja hõlbustab käesoleva juhendi lugemist.



### 3. Agendilepingud

*Suunised,  
punktid 12–21*

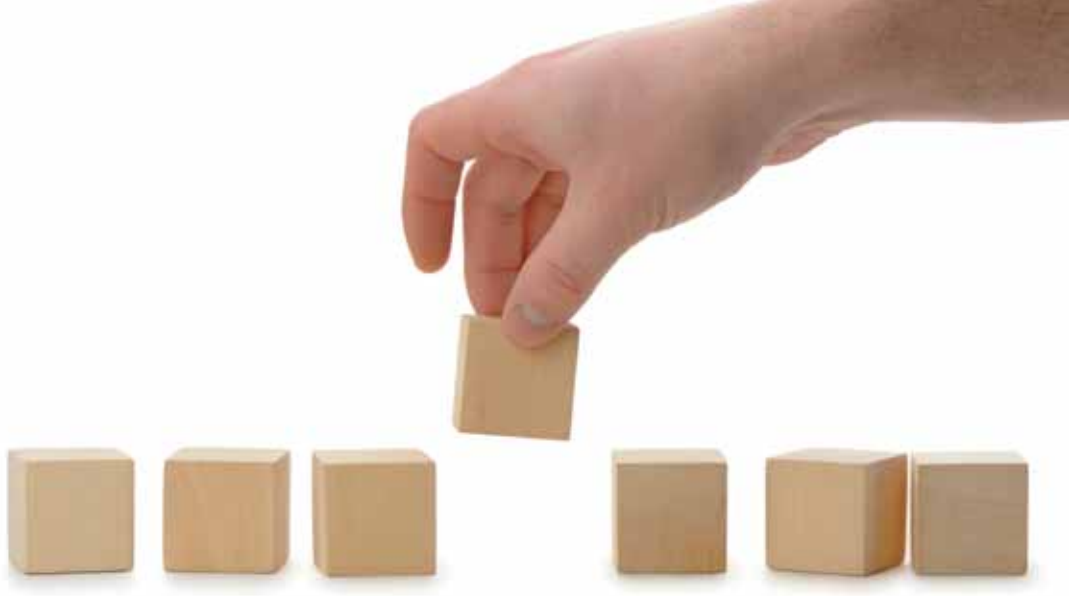
Suunised sätestavad **agendilepingute** hindamise kriteeriumid. Tegelikud agendilepingud ei kuulu artikli 101 lõike 1 kohaldamisalasse. Määrav tegur hindamisel, kas artikli 101 lõige 1 on agendilepingu suhtes kohaldatav, on selle finants- või kommertsriski suurus, mida agent kannab tegevuses, milles käsundiandja on teda ennast esindama nimetanud.

Sellise hinnangu andmise seisukohast on olulised kolme liiki finants- ja kommertsriskid.

- Esiteks on olemas riskid, mis on otse seotud lepingutega, mida agent käsundiandja eest näiteks varude finantseerimiseks sõlmib ja/või mille üle ta läbi räägib.
- Teiseks on olemas turuspetsiifiliste investeeringutega seotud riskid. Sellisel juhul on tegemist investeeringutega, mida on vaja konkreetselt selleks tegevuseks, milleks käsundiandja on agendi nimetanud, st investeeringutega, mida on vaja selleks, et agent saaks sellist liiki lepingu sõlmida ja/või selle üle läbi rääkida. Seda laadi investeeringud (näiteks kütusemahuti kütuse jaemüügi korral) on harilikult tagastamatud kulud, sest neid saab kasutada ainult ühes konkreetses tegevusvaldkonnas või edasi müüa üksnes märkimisväärse kahjuga.

- Kolmandaks on riskid, mis on seotud muude tegevustega, mille teostamist nõuab käsundiandja agendilt samal turul, kus toimub ka agentuuri tegevus.

Agendilepingut käsitletakse tegeliku agendilepinguna ja kõik kohustused, mis on agendile pandud seoses käsundiandja nimel sõlmitavate lepingutega, jäävad artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja, kui agent ei kannu ühtegi nimetatud kolme liiki riskidest. Agenditeenuste osutamisega seotud üldriskidel, nagu näiteks risk, et agendi tulu sõltub tema tegevuse edukusest või näiteks tööruumidesse või tööjõusse tehtud üldinvesteeringutest, ei ole siiski määravat tähtsust selle hindamisel, kas tegemist on agendilepinguga.



## 4. Grupierandi määrus

### 4.1. Grupierandi määruse kohaldamisala

**Grupierandi määrust** kohaldatakse vertikaalsete kokkulepete suhtes, mis käsitlevad igasuguste kaupade ja teenuste müüki.

#### **Erand**

Ainuke erand kehtib mootorsõidukite kohta, mille müüki hõlmatakse ajavahemikul kuni 31. maini 2013 valdkondliku grupierandiga, mis kehtestati komisjoni määrusega (EÜ) nr 1400/2002 (*Euroopa Ühenduste Teataja*, L 203, 1.8.2002, lk 30–41). Kõnealuse määruse kohaldamist mootorsõidukite müügikokkulepete suhtes laiendati komisjoni määrusega (EL) nr 461/2010 (*Euroopa Ühenduste Teataja*, L 203, 1.8.2002, lk 30–41). Sõidukite remonti ja varuosade turustamist käsitlevate kokkulepete suhtes kohaldatakse määrust (EL) nr 330/2010 alates 1. juunist 2010 ning lisaks kolme lisapunkti, mis on sätestatud määruses (EL) nr 461/2010. Määrused leiata veebisaidilt aadressil [http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor\\_vehicles/legislation/legislation.html](http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/legislation/legislation.html)

## Suunised, punktid 31–45

Grupierandi määrust ei kohaldata rendi- ja liisingulepingute suhtes, sest müüki ei toimu. Samal põhjusel ei kohaldata grupierandi määrust kokkulepete suhtes, mis käsitlevad intellektuaalomandi õiguste, näiteks patentide loovutamist või litsentsimist. Sätted, mis käsitlevad intellektuaalomandi õigusi, on aga hõlmatud grupierandi määrusega, kui need ei ole vertikaalse kokkuleppe esmane eesmärk, vaid ainult hõlbustavad ostjal lepingujärgsete kaupade või teenuste ostu, müüki või edasimüüki. Viimase näitena võib tuua tootja, kes hõlbustab oma toodete turustamist, litsentsides selle kaubamärgi kasutamise oma toodete turustajale.

## Suunised, punktid 27 ja 28

Kuigi grupierandi määrust kohaldatakse üldiselt kõikide vertikaalsete kokkulepete suhtes, ei kohaldata seda konkurentide vahel sõlmitud vertikaalsete kokkulepete suhtes. Näiteks selline kokkulepe kahe õlletootja vahel, mis kehtib eri riikides, kus igast õlletootjast saab oma siseturul teise õlletootja õlle ainuõiguslik importija ja turustaja, ei ole hõlmatud. Sellisel juhul on konkurentsiprobleem kahe konkurenti vahelise konkurentsi võimalik takistus. Selle probleemiga tegeletakse komisjoni horisontaalkoostöö kokkulepete kohta antud suunistes. Konkurentidevahelised vertikaalsed kokkulepped kuuluvad aga grupierandi määruse kohaldamisalasse siis, kui need ei ole vastastikused (st ostja ainult ostab tarnijalt, mitte ei müü talle) ning ostja ei ole konkureeriv tootja, vaid ainult tarnija konkurent turustamise tasandil (st olukord, kus tootja konkureerib oma turustajatega järgneval jaotusturul).

### **Artikli 101 kohaldatavus horisontaalkoostöö kokkulepete suhtes**

Vt: "Suunised Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 101 kohaldatavuse kohta horisontaalkoostöö kokkulepete suhtes" (*Euroopa Liidu Teataja* C 11, 14.1.2011, lk 1). Suunised on saadaval ka konkurentsi peadirektoraadi veebisaidil <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/horizontal.html>. või EUR-Lexis [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011XC0114\(04\):ET:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011XC0114(04):ET:NOT)



## 4.2. Grupierandi määruse kohaldamise nõuded

Grupierandi määрус sisaldab teatavaid nõudeid, mis tuleb täita enne, kui sellega saab kehtestada teatava vertikaalse kokkuleppe suhtes kohaldamatu artikli 101 lõike 1 keelu. Esimene nõue on, et kokkulepe ei sisalda ühtegi grupierandi määрусes sätestatud põhilisi piirangut. Teine nõue käsitleb 30% suurust turuosa piirangut nii tarnijate kui ka ostjate jaoks. Kolmandaks sisalduvad grupierandi määрусes kolm konkreetse piiranguga seotud tingimust.

### *Põhilised piirangud*

Grupierandi määрус on kirjas viis **põhilist piirangut**, mille tõttu jääb terve kokkulepe grupierandi määрус kohaldamisest saadavast eelisest ilma, isegi kui tarnija ja ostja turuosad jäävad väiksemaks kui 30%. Põhilisi piiranguid käsitletakse rangete konkurentsipiirangutena, kuna need tõenäoliselt põhjustavad tarbijatele kahju. Enamikel juhtudel need keelatakse. Peetakse ebatõenäoliseks, et selliseid põhilisi piiranguid sisaldavad vertikaalsed kokkulepped täidavad artikli 101 lõike 3 nõudeid, kuid ettevõtjad võivad negatiivse eelduse ümberpööramiseks näidata, et nende puhul kaalub konkurentsi soodustav mõju negatiivse mõju üles.

*Suunised,  
punkt 48*

- 1) Esimene põhiline piirang käsitleb edasimüügihindade kujundamist: tarnijatel ei ole lubatud määrata kindlat hinda, millega turustajad saavad oma tooteid edasi müüa. Maksimaalsete edasimüügihindade määramine või edasimüügihindade soovitusel ei ole aga tavaliselt keelatud.

*Suunised,  
punktid 50–55*

- 2) Teine põhiline piirang käsitleb piiranguid, mis on seotud selle territooriumiga, kus, või klientidega, kellele ostja võib müüa. Selle põhilise piirangu puhul on tegemist turu jaotamisega territooriumideks või kliendirühmadeks. Turustajatele peab jääma võimalus otsustada, kuhu ja kellele nad müüa soovivad. Grupierandi määрус sisaldab selle eeskirja erandeid, mis võimaldavad näiteks ettevõtetal rakendada ainuõiguslikku või valikulist turustussüsteemi. Kui tootja soovib rakendada valikulist turustussüsteemi, siis võimaldab selle põhilise piirangu erand keelata valikulisse turustussüsteemi kuuluvatel turustajatel nii aktiivse kui ka passiivse müügi volitamata turustajatele. Kui tootja soovib kasutada ainuõiguslikku turustussüsteemi, siis saab kaitsta ainuõigusega turustajaid omavahelise aktiivse müügi vastu, s.o paluda

neil mitte läheneda aktiivselt, näiteks otsepostituse või külastuse teel, klientidele üksteise ainuõiguslikel territooriumidel ning mitte võtta mis tahes meediavahendi abil reklaamides konkreetseks sihtmärgiks kliente üksteise ainuõiguslikel territooriumidel. Passiivne müük, s.o müük vastuseks omaalgatuslikele tellimustele, sealhulgas tarnimine, peab alati jääma vabaks. Selleks et teenida kliente tõhusalt, peab turustajatele jääma võimalus kasutada reklaami või müügiedendust sellises ulatuses, et tegemist oleks mõistliku viisiga nende endi klientideni jõudmiseks, ning neil peab seega üldiselt olema võimalus kasutada Internetti ning neil peab olema võimalik kasutada veebisaiti oma toodete müügiks, isegi kui selline müügitegevus jõuab ka teiste klientideni. Kui klient külastab turustaja veebisaiti ning selle tulemusel toimub müük, siis käsitletakse seda passiivse müügina. Võib-olla ei pea turustaja seepärast näiteks suunama sellist klienti automaatselt teiste ainuõiguslike turustajate veebisaitidele.

### *Suunised, punktid 56–58*

- 3) + 4) Kolmas ja neljas põhiline piirang käsitlevad valikulist turustust. Esiteks ei saa valikuliselt turustussüsteemi kuuluvatele turustajatele seada piiranguid, pidades silmas lõppkasutajaid, kellele nad võivad müüa. Valikulist turustust ei saa seetõttu kombineerida ainuõigusliku turustusega; erandina võib kohaldada asukoha tingimust: tarnija võib võtta endale kohustuse määrata teatud territooriumil ainult üks turustaja ning võib nõuda turustajalt müüki ainult sellest asukohast. Teiseks peab määratud turustajatele jääma võimalus müüa lepingujärgseid kaupu võrgustikus mõnele teisele määratud turustajale või osta neilt. See tähendab, et määratud turustajaid ei saa sundida ostma lepingujärgseid kaupu ainult otse tarnijalt.

### *Suunised, punkt 59*

- 5) Viies põhiline piirang käsitleb kokkuleppeid, millega takistatakse või piiratakse lõppkasutajate ning sõltumatute parandus- ja hooldustöökodade võimalusi osta varuosi otse tootjalt. Kokkuleppega, mille sõlmivad varuosade tootja ning ostja, kes kasutab neid oma toodete valmistamisel (originaalseadmete valmistaja), ei tohi takistada ega piirata tootjat müümast neid varuosi lõppkasutajatele või sõltumatutele parandus- või hooldustöökodadele.

## 30 % suurune turuosa piirang

Grupierandi määrus hõlmab vertikaalset kokkulepet, kui kaupade või teenuste tarnija ega ostja turuosa ei ületa 30%. Tarnija jaoks on tegemist tema turuosaga asjaomasel tarneturul, s.o turul, kus tarnija müüb kaupu või teenuseid ning mis on grupierandi kohaldamisel otsustava tähtsusega. Ostja jaoks on tegemist tema turuosaga asjaomasel ostuturul, s.o turul, kus ostja ostab kaupu või teenuseid ning mis on grupierandi määrase kohaldamisel otsustava tähtsusega.

Kõnealuste turuosade arvutamiseks on vajalik määrata kindlaks asjaomane tooteturg ja asjaomane geograafiline turg. Tarnija arvutab asjaomasel turul oma turuosa, võrreldes selle turu käivet selle turu läbimüügi koguväärtusega. Ostja arvutab oma turuosa, võrreldes oma oste asjaomasel turul kõnealusel turul tehtud ostude kogusummaga.

### Asjaomane turg

Vt komisjoni teatis asjaomase turu mõiste kohta (*Euroopa Ühenduste Teataja*, C 372, 9.12.1997). (Vt [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209\(01\):ET:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209(01):ET:NOT)). Vt ka suuniste punktid 86–95.

Enne grupierandi määrust ja suuniseid võttis komisjon vastu teatise vähetähtsate kokkulepete kohta. Samal ajal kui grupierandi määruks on sätestatud artikli 101 lõike 1 keelu erand, kuna kokkuleppe positiivne mõju kaalub negatiivse mõju üles, on kõnealusel teatises määratud madalamate turuosa künniste abil see, mis ei ole eelkõige märgatav konkurentsipiirang ning ei ole sel põhjusel artikli 101 lõikega 1 keelatud.

Vertikaalsel kokkuleppel ettevõtjate vahel, kelle turuosa asjaomasel turul ei ületa 15% (**de minimis künnis**), ei arvata üldiselt olevat märgatavat konkurentsivastast mõju, kui kokkulepe ei sisalda põhilist piirangut. Kui turulepääsu piirab sarnaste vertikaalsete kokkulepete paralleelsete võrgustike kohaldamine mitme ettevõtja poolt, siis määratakse *de minimis* künniseks 5%. Kuna kõnealused künnised ei taga turvasfääri sel juhul, kui kokkulepe sisaldab põhilist piirangut, kohaldatakse neid siis, kui kokkulepe sisaldab üht või mitut allpool kirjeldatud välja jäetud piirangut.

### **Teatis vähetähtsate kokkulepete kohta**

Vt komisjoni teatis vähetähtsate kokkulepete kohta (*Euroopa Ühenduste Teataja*, C 368, 22.12.2001, lk 13).

Vt:

<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/deminimis.html> (Euroopa Komisjoni veebisait)

või

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:368:0013:0015:EN:PDF> (EUR-Lex)

## **Välja jäetud piirangud**

Grupierandi määrust kohaldatakse kõigi vertikaalsete piirangute suhtes, välja arvatud eespool nimetatud põhilised piirangud. Sellega kehtestatakse siiski konkreetsete tingimused kolmele vertikaalsele piirangule: mitte konkureerimise kohustused lepingu kehtimise ajal, mitte konkureerimise kohustused pärast lepingu kehtivuse lõppu ning teatavate tootemarkide väljajätmine valikulisest turustussüsteemist. Kui neid tingimusi ei täideta, siis jäetakse kõnealused vertikaalsed piirangud grupierandi määruse kohaldamisalast välja. Grupierandi määrust kohaldatakse siiski ülejäänud vertikaalsete kokkuleppe suhtes, kui seda on võimalik eraldada vertikaalsetest piirangutest (st seda saab käsitleda iseseisvana), millele erandit ei ole antud.

### *Suunised, punktid 66 ja 67*

- ⇒ Esimene välja jäetud piirang käsitleb määramata kehtivusajaga või üle viie aasta kestvaid mittekonkureerimise kohustusi. Kohustused mitte konkureerida on määratletud grupierandi määruuses kui kohustused, mille puhul peab ostja ostma turustaja määratud tarnijalt või ettevõtjalt kõik või üle 80% ostja kogunõuetest. Sellised kohustused takistavad ostjal konkureerivate kaupade või teenuste ostu ja müüki või piiravad selliseid oste või müüke alla 20% koguostudest. Sellised kohustused mitte konkureerida ei kuulu grupierandi määruse kohaldamisalasse, kui nende kehtivusaeg on määramata või ületab viit aastat. Samuti jäävad määruse kohaldamisalast välja sellised kohustused mitte konkureerida, mis viie aasta möödudes vaikimisi pikenevad. Kohustused mitte konkureerida kuuluvad grupierandi määruse kohaldamisalasse, kui need kehtivad kuni viis aastat või kui uuenemine viie aasta möödudes vajab mõlema osapoolle sõnaselget nõusolekut ning mitte miski ei takista ostjat kõnealuse viie aasta möödudes lõpetamast kokkulepet mitte konkureerida.

Mittekonkureerimise kohustuste viieaastase kehtivusaaja piirang ei kehti siis, kui ostja müüb kaupu või teenuseid edasi "ruumides või territooriumil, mis kuuluvad tarnijale või mida tarnija üürib kolmandatelt isikutelt, kes ei ole ostjaga seotud". Sellisel juhul võib mittekonkureerimise kohustuse kehtivusaeg olla sama pikk kui aeg, mil ostja müügikohta kasutab.

*Suunised,  
punkt 68*

- ⇒ Teine välja jäetud piirang käsitleb kehtivusaajajärgseid mittekonkureerimise kohustusi, st pärast lepingu kehtivusaaja lõppu ostja suhtes kehtima jäävaid kohustusi mitte konkureerida. Sellised kohustused mitte konkureerida ei kuulu grupierandi määruse kohaldamisalasse, välja arvatud juhul, kui kohustus on hädavajalik, et kaitsta tarnijalt ostjale edastatud oskusteavet, kui see on seotud üksnes selle müügikohaga, kus ostja lepingu kehtivusajal tegutses, ning selle maksimaalne kehtivusaeg on üks aasta pärast lepingu kehtivusaaja lõppemist.

*Suunised,  
punkt 69*

- ⇒ Kolmas välja jäetud piirang käsitleb konkureerivate tootemarkide müüki valikulise turustussüsteemi raames. Kui tarnijad ei luba oma määratud turustajatel müüa teatavaid konkureerivaid tootemarke, siis sellise piirangu puhul grupierandi määrusest tulenevat erandit ei kohaldata.

### 4.3. Grupierandi määruse tühistamine

Grupierandi määruks on sätestatud õiguspärasuse eeldus. Tavaliselt ei riku nõuetele vastavad vertikaalsed kokkulepped konkurentsieeskirju. Erijuhtudel, kui kokkulepe ei piira konkurentsi ja positiivne mõju ei kaalu üles negatiivset, saab grupierandi määruse kohaldamisest saadava eelise tühistada. Sellise tühistamisotsuse saab teha komisjon ning, kui asjaomane geograafiline turg ei ole liikmesriigi territooriumist suurem, liikmesriigi konkurentsiasutus. Tühistamisotsusel on mõju ainult tulevikku silmas pidades ning see ei ole tagasiulatav.

Tühistamine võib osutada vajalikuks eelkõige siis, kui samal turul tegutsevate tarnijate rakendatavate samalaadsete vertikaalsete kokkulepete paralleelsed võrgustikud, nagu mittekonkureerimise kokkulepete või valikulise turustuse laialdane kasutamine, piiravad juurdepääsu vastavale turule või seal toimuvat konkurentsi.





## 5. Suunised

### 5.1. Suuniste otstarve

**Kui turuosa künnis ületab 30 %, siis grupierandi määrust ei kohaldata.** Turuosa 30%-lise künnise ületamine ei loo aga õigusvastasuse eeldust. Kõnealune künnis on mõeldud ainult selleks, et eristada õigusvastasuse eeldusest kasu saavaid kokkuleppeid nendest, mis vajavad individuaalset uurimist. Selleks et toetada ettevõtteid sellise uuringu teostamisel, võttis komisjon vastu suunised vertikaalsete piirangute kohta.

Kõnealustes suunistes on sätestatud vertikaalsete piirangute hindamise üldeeskirjad ning esitatud kriteeriumid kõige sagedamini esinevate vertikaalsete piirangute liikide hindamiseks: ühe tootemargi pealesurumine (mittekonkureerimise kohustus), ainuõiguslik turustus, klientide jagamine, valikuline turustus, frantsiisimine, ainuõiguslik tarnimine, ettemaksed juurdepääsu eest, tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped, seosmüük ja edasimüügihinna piirangud. See peaks võimaldama ettevõtetel hinnata ise vertikaalseid kokkuleppeid artikli 101 lõigete 1 ja 3 alusel.

## 5.2. Vertikaalsete piirangute hindamise üldeskirjad

### *Suunised, punktid 96–109*

Vertikaalsete piirangute hindamisel olukordades, kus grupierandi määrust ei kohaldata, kohaldab komisjon järgmisi üldeskirju.

1. Kui asja uurib komisjon, peab komisjon tõendama, et asjaomane kokkulepe rikub artikli 101 lõiget 1. Ettevõtjad, kes väidavad, et nad kasutavad artikli 101 lõike 3 kohast eelist, peavad tõendama, et nimetatud lõike tingimused on täidetud. Kui tõendatakse, et kokkuleppel on konkurentsile tõenäoliselt kahjulik mõju, võivad ettevõtjad põhjendada seda tõhususega ning selgitada, miks teatav turustusviis on hädavajalik tarbijatele tõenäolise kasu toomiseks konkurentsi kõrvaldamata, enne kui komisjon otsustab, kas kokkulepe vastab artikli 101 lõike 3 tingimustele.
2. Vertikaalse kokkuleppe konkurentsi piirava mõju hindamisel võrreldakse omavahel tegelikku või tõenäolist tulevast olukorda asjaomastel turgudel, arvestades praegu kehtivaid vertikaalseid piiranguid, ning seda olukorda, mis valitseks kokkuleppes sisalduvate vertikaalsete piirangute puudumisel.
3. Oluline konkurentsivastane mõju võib tekkida juhul, kui vähemalt ühel poolel on mingi turuvõim või ta omandab selle ning kokkulepe aitab kaasa selle turuvõimu loomisele, säilitamisele või tugevdamisele või võimaldab pooltel seda turuvõimu oma huvides ära kasutada.
4. Negatiivne mõju turule, mis võib tuleneda vertikaalsetest piirangutest ja mida püütakse ELi konkurentsioiguse abil tõkestada, seisneb järgmises:
  - i) teiste tarnijate või ostjate turulepääsu konkurentsivastane piiramine, seades tõkkeid turule sisenemisele või laienemisele;
  - ii) konkurentsi vähendamine tarnijate ja tema konkurentide vahel ja/või kõnealuste tarnijate vahelise konkurentsivastase koostöö hõlbustamine, millele sageli viidatakse kui tootemarkidevahelise konkurentsi vähendamisele;



- iii) konkurentsi vähendamine ostja ja tema konkurentide vahel ja/või kõnealuste konkurentide vahelise konkurentsivastase koostöö hõlbustamine, millele sageli viidatakse kui tootemargisese konkurentsi vähendamisele, kui see seondub selliste turustajate konkurentsiga, kes turustavad sama tootemarki või sama tarnija tooteid;
  - iv) tökete seadmine turu integratsioonile, sealhulgas eelkõige tökked, mis piiravad tarbijate võimalusi osta kaupu või teenuseid enda valitud liikmesriigist.
5. Turul, kus üksikud turustajad turustavad ainult ühe tarnija tootemarki (tootemarke), toob konkurentsi vähenemine sama tootemargi turustajate vahel kaasa tootemargisese konkurentsi vähenemise nende turustajate vahel, kuid sel ei pruugi olla üldist negatiivset mõju turustajatevahelisele konkurentsile. Kui sellises olukorras on tootemarkidevaheline konkurents tugev, siis on ebatõenäoline, et tootemargisese konkurentsi vähenemisel oleks tarbijatele negatiivne mõju.
  6. Ainuõiguslikel kokkulepetel on üldjuhul suurem konkurentsivastane mõju kui mitteainuõiguslikel kokkulepetel. Ainuõigusliku turustuse korral on ühel pooltest teisega ainuõiguslik või peaaegu ainuõiguslik leping, kas seetõttu, et nii on lepingus selgesõnaliselt sätestatud või see on lepingu tegelik tagajärg. Näiteks mitte konkureerimise kohustuse korral ostab ostja ainult üht tootemarki. Ostukoguse alammäära korral võib aga ostjal olla mõningane võimalus osta ka konkureerivaid kaupu ning seepärast võivad piirangud turulepääsule olla (palju) väiksemad.
  7. Vertikaalsed piirangud, mis lepitakse kokku kaubamärgita toodete suhtes, on üldjuhul vähem kahjulikud kui piirangud, mis mõjutavad kaubamärgiga toodete turustamist. Kaubamärgiga ja -märgita toodete eristus langeb sageli kokku vahetoodete ning lõpptoodete eristusega.
  8. On oluline mõista, et vertikaalsetel piirangutel võib olla positiivne mõju eelkõige seetõttu, et need edendavad hinnavälisest konkurentsi ning teenuste kvaliteedi parandamist. Paljudes olukordades võivad vertikaalsed piirangud aidata parandada tootmist ja turustust, kuna tarnija ja ostja tavapärasel viisil mitteseotud pooltena sõlmitud tehingud, milles määratakse kindlaks ainult konkreetse tehingu hind ja kogus, võivad põhjustada investeeringute ja müügi jäämise allapoole optimaalset taset. Kasutegurid on üldiselt suurimad piiratud kehtivusajaga vertikaalsete piirangute korral, mis aitavad tuua turule uusi keerukaid tooteid, kaitsevad suhtespetsiifilise investeeringuid või hõlbustavad oskusteabe edastamist.

## 5.3. Kriteeriumid enam levinud vertikaalsete piirangute hindamiseks

### Ühe tootemargi pealesurumine

*Suunised,  
punktid 129–150*

**Ühe tootemargi pealesurumine** hõlmab selliseid kokkuleppeid, milles ostjat ajendatakse või ta on kohustatud tellima ühelt tarnijalt valdavalt üht tüüpi toodet, nagu toimub näiteks mittekonkureerimise kohustuste korral (vt ptk 4.2 jaotis “Välja jäetud piirangud”). Selliste kokkulepete tulemusel võidakse turg sulgeda teiste tarnijate jaoks, kellel on sama turu laiendamisel või sinna sisenemisel raskusi. Turulepääsu piiravad mõjud võivad märgatavalt suureneada, kui mitu tarnijat rakendavad samal turul ühe tootemargi pealesurumisega seotud kohustusi. See võib muuta turu jäigemaks ning peale selle hõlbustada horisontaalset konkurentidevahelist koostööd.

- See, et ühe konkreetse tarnija ühe tootemargi pealesurumine võib tuua kaasa konkurentsivastase turulepääsu piiramise, ilmneb eelkõige siis, kui konkurendid ei ole suutelised konkureerima ühe kliendi kogunõudluse puhul, kuna kõnealune tarnija on vältimatu kaubanduspartner vähemalt osa nõudluse puhul turul, näiteks seetõttu, et tema kaubamärk on nii-öelda kohustuslik laotartikkel, mida paljud lõpptarbijad eelistavad.
- Kui konkurendid suudavad konkureerida võrdsetel tingimustel iga üksiku kliendi kogunõudluse puhul, siis ühe konkreetse tarnija ühe tootemargi pealesurumisega seotud kohustused tõenäoliselt üldiselt ei kahjusta tõhusat konkurentsi, välja arvatud juhul, kui tarnija vahetamine kliendi poolt on muudetud keeruliseks ühe tootemargi pealesurumisega seotud kohustuste kestuse ja turuhõlmavuse tõttu. Mida suurem on see osa koguturust, mida müüakse ühe tootemargi müügi kohustuse alusel ning mida pikem on kohustuse kehtivusaeg, seda suurem on turulepääsu piiramise tõenäosus.
- Alla üheaastaseid ühe tootemargi pealesurumisega seotud kohustusi, mille on omavahel sõlminud ettevõtjad, kellel ei ole turgu valitsevat seisundit, ei loeta üldjuhul sellisteks, millest tuleneks oluline konkurentsivastane mõju.
- Muude kui turgu valitseva seisundiga ettevõtjate vahel sõlmitud ühe- kuni viieaastaste ühe tootemargi pealesurumisega seotud kohustuste puhul on harilikult vaja selle konkurentsi soodustavat ja kahjustavat mõju tasakaalustada ning ühe tootemargi pealesurumisega seotud kohustusi, mis kehtivad üle viie aasta, ei loeta enamiku investeeringute puhul hädavajalikuks, et saavutada väidetavaid

kasutegureid, või neid kasutegureid ei ole piisavalt, et kaaluda üles kohustustega kaasnevat turulepääsu piiravat mõju.

- Konkurentsivastast turulepääsu piiramist võib vähem esineda vahetoodete puhul ja rohkem lõpptarbekaupade puhul.
- Vahetoodete puhul turul, kus ühelgi ettevõtjal ei ole valitsevat seisundit, on märgatava turulepääsu piirava mõju ilmnemine ebatõenäoline, niikaua kui alla 50% turul toimuvatest müükidest on seotud.
- Lõpptoodete puhul võib jaemüügi tasandil tekkida märgatav turulepääsu piirav mõju, kui tarnija, kes ei ole turgu valitsevas seisundis, seob üle 30% asjaomasest turust. Turgu valitseva ettevõtja puhul võib ka kõige väiksem seotud turuosa avaldada olulist konkurentsivastast mõju.
- Lõpptoodete puhul sõltub hulgimüügi tasandil turulepääsu piiramise oht hulgimüügi liigist ja turutõketest hulgimüügi tasandil. Turulepääsu konkurentsivastase piiramise oht puudub, kui konkureerivad tootjad saavad hõlpsalt rajada oma hulgiturud.
- Tarnija tehtavate suhtespetsiifiliste investeeringute korral vastab kokkulepe, mis sisaldab mittekonkureerimise või ostukoguse alammäära kohustust ja mis on sõlmitud investeeringu amortiseerimise ajaks, üldjuhul artikli 101 lõike 3 tingimustele.
- Kui tarnija annab ostjale laenu või seadmeid muidu kui nende omavahelisest suhtest tulenevalt, ei piisa harilikult üksi sellest, et põhjendada konkurentsivastasele turulepääsu piiravale mõjule erandi tegemist.
- Näiteks frantsiisimise puhul piisab harilikult olulise oskusteabe edastamisest, et põhjendada kohustust mitte konkureerida, mis kehtib sama kaua kui tarnekokkulepe.

## ***Ainuõiguslik turustus ja klientide ainuõiguslik jagamine***

*Suunised,  
punktid 151–173*

**Ainuõigusliku turustuse / klientide ainuõigusliku jagamise** kokkulepete puhul nõustub tarnija müüma oma tooteid ainult ühele turustajale edasimüümiseks teataval territooriumil või edasimüümiseks teatavatele kliendirühmadele. Sellistes kokkulepetes piiratakse harilikult turustaja võimalusi müüa aktiivselt teistel ainuõigusega hõlmatud territooriumidel või teistele kliendirühmadele. Sellised kokkulepped võivad vähendada tootemargisest konkurentsi ning tuua kaasa turu jagamise, mis võib hõlbustada diskrimineerivat

hinnapoliitikat eri territooriumide või eri klientide vahel. Kui selliseid kokkuleppeid rakendavad mitmed tarnijad samal turul, siis võivad need hõlbustada ka horisontaalset konkurentsivastast koostööd nii tarnijate kui ka turustajate tasandil. Ainuõiguslik turustus / klientide ainuõiguslik jagamine võib tuua kaasa ka konkurentsivastase turulepääsu piiramise teistele turustajatele.

Mida tugevam on tarnija turuseisund, seda probleemsem on tootemargisisese konkurentsi võimalik kadumine, kui kokkulepe ei too kaasa ka selgeid ja märgatavaid kasutegureid.

Kui mitu tarnijat määravad teatavale territooriumile või kliendirühmale sama ainuõigusliku turustaja, siis võib selline mitme toote ainuõiguslik vahendamine suurendada konkurentsi nõrgenemise ja horisontaalse konkurentsivastase koostöö ohtu ning seda iseäranis väga kontsentreeritud turgude puhul.

Juhul kui ainuõiguslikul turustajal on ostujõud, kui temast saab näiteks jaemüügi tasandil terve turu ainuõiguslik turustaja, siis võib turulepääsu piiramisel teistele turustajatele olla tõsine konkurentsivastane mõju.

Ainuõiguslik turustus jaemüügi tasandil toob suurema tõenäosusega kaasa konkurentsivastase mõju siis, kui jaemüügi territooriumid on suured ja lõpptarbijatel on võimalus valida ainult kahe turustaja vahel, kellest üks pakub toodet kõrge hinna- ja teenindustasemega, teine madala hinna- ja teenindustasemega.

Hulgimüügi tasandil on märgatav konkurentsivastane mõju ebatõenäoline, kui ainuõiguslikule hulgimüüjale pole tehtud piiranguid tema müügis jaemüüjatele. Kui aga üks hulgimüüja saab märkimisväärse arvu tarnijate ainuõiguslikuks turustajaks, siis võib see vähendada konkurentsi nende tootemarkide vahel ning tuua kaasa konkurentsivastase turulepääsu piiramise hulgimüügi tasandil.

Ainuõigusliku turustuse või klientide ainuõigusliku jagamise ühendamine ainuõigusliku ostmisega suurendab turu jagamisega ja diskrimineeriva hinnapoliitikaga seotud ohte konkurentsile. Ainuõiguslik turustus / klientide ainuõiguslik jagamine muudavad klientide jaoks keerulisemaks teatava tootemargi võimalike hinnaerinevuste ärakasutamise. Ühendamine ainuõigusliku ostmisega, mille puhul ainuõiguslikud turustajad on kohustatud ostma teatavat tootemarki otse tootjalt, kaotab ka ainuõiguslike turustajate valikuvõimaluse, kuna nad ei saa üksteiselt osta. Selline ühendamine suurendab seega tarnija võimalusi piirata tootemargisisest konkurentsi ning kasutada erinevaid tingimusi klientide kahjuks, välja arvatud juhul, kui kombinatsioon võimaldab kasutegurite loomist, mis toovad kaasa hindade alanemise kõikide lõpptarbijate jaoks.

Tavaliselt tekib ainuõigusliku turustuse puhul kasutegureid, kui turustajad peavad tegema investeeringuid, et kaitssta või kujundada tootemargi kuvandit. See kehtib eelkõige uute toodete, komplekstoodete või selliste toodete puhul, mille omadusi on raske hinnata.

Lisaks võib sellistel puhkudel ainuõigusliku turustuse ja mittekonkureerimise kohustuse ühendamine aidata turustajal keskenduda konkreetsele tootemargile.

Klientide ainuõiguslik jagamine toob tavaliselt kaasa kasutegureid, kui turustajalt nõutakse investeeringute tegemist eriseadmetesse, -oskustesse või oskusteabesse, et kohaneda oma klientide nõudmistega. Klientide ainuõigusliku jagamise süsteemi kasutamine on põhjendatud niikaua, kui selliste investeeringute amortiseerimiseks kulub aega. Üldjuhul kehtib see kõige rohkem uute ja keeruliste toodete kohta, samuti toodete kohta, mida tuleb kohandada üksikliendi vajadustele. Kasutegurid on tõenäolisemad vahetoodete puhul, st toodete puhul, mida müüakse eri liiki professionaalsetele ostjatele. Lõpptarbijate jagamine ei anna tõenäoliselt mingit kasutegurit.

## Valikuline turustus

*Suunised,  
punktid 174–188*

**Valikulise turustuse kokkulepped** piiravad turustajate hulka, rakendades volitatud turustajaks määramisel valikukriteeriumeid. Lisaks sellele piiratakse volitatud turustajate müügi võimalusi, nii et neil on keelatud müüa volitamata turustajatele, jättes neile võimaluse müüa vaid teistele volitatud turustajatele ja lõppklientidele. Sellised kokkulepped võivad vähendada tootemargisest konkurentsi ning eriti siis, kui tarnijad rakendavad valikulist turustust, piirata turulepääsu teatud liiki turustajatele ning hõlbustada horisontaalset konkurentsivastast koostööd tarnijate või ostjate vahel.

Valikulise turustuse kokkuleppeid, mis põhinevad puhtkvalitatiivsetel valikukriteeriumidel, s.o kui turustajad valitakse üksnes toote laadist tingitud objektiivsete kriteeriumide põhjal, nagu müügipersonali koolitamine, käsitletakse üldiselt kokkulepetena, millel puudub konkurentsivastane mõju. Sellised kokkulepped jäävad artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja, kui valikukriteeriumid on vajalikud selleks, et hoida toote kvaliteeti ja tagada selle nõuetekohane kasutamine, neid kohaldatakse ühtmoodi ja ilma diskrimineerimiseta ning seega ei panda volitatud turustajate arvule mingit piiri.

Valikulise turustuse kokkuleppeid, mis põhinevad kvantitatiivsetel valikutingimustel, mis piiravad volitatud turustajate arvu kvalitatiivsetest kriteeriumitest väljajäämise alusel, hinnatakse järgmiste põhimõtete alusel.

⇒ Kuigi grupierandi määрусega antakse erand valikulisele turustusele toote ja valikukriteeriumide laadist olenemata, kui toote laadi arvestades ei oleks valikuturustamist siiski vaja või puudub vajadus kohaldada kriteeriume ning kui kaasneb märgatav kahju konkurentsile, siis grupierandi määрус järgne soodustus tõenäoliselt tühistatakse.

- ⇒ Mida tugevam on tarnija turuseisund, seda problemaatilisem on üldjuhul tootemargisese konkurentsi kadumine. Kui aga tarnija on turul ainuke, kes rakendab valikulist turustust, siis vastavad kokkulepped tavaliselt artikli 101 lõike 3 tingimustele, eeldusel et kõnealuste toodete laad nõuab tõhusa turustuse tagamiseks valikulist turustust.
- ⇒ Kui kõik suuremad tarnijad kasutavad valikulist turustust, võib tekkida oluline konkurentsivastase mõju oht, mis tuleneb kõigi selliste süsteemide kumulatiivsest mõjust. Sellise kumulatiivse mõju probleemi tekkimine on ebatõenäoline niikaua, kui valikuline turustust hõlmab turust alla poole. Probleemi ei teki tõenäoliselt ka siis, kui turust on hõlmatud üle poole, kuid viie suurima tarnija turuosade summa on alla 50%. Kui viie suurima tarnija turuosade summa ja valikulise turustusega hõlmatud turuosa ületavad mõlemad 50%, siis võivad tekkida tõsised konkurentsiprobleemid, kui kõik viis suurimat tarnijat kasutavad valikulist turustust. Erandi andmine artikli 101 lõike 3 alusel on ebatõenäoline, kui uutel turustajatel, kes suudaksid kõnealuseid tooteid sama tõhusalt tarbijatele müüa, eriti soodushindadega või pakkudes Internetis madalamat hinda, takistatakse turulepääsu.
- ⇒ Turulepääsu piiramine tõhusamatele turustajatele võib samuti muutuda probleemiks, kui ostujõud on suur, eriti siis, kui mõni tugev turustajate organisatsioon määrab tarnijale valikukriteeriumid, millega püütakse piirata turustamist oma liikmete kasuks.
- ⇒ Kui viie suurima tarnija turuosade summa on üle 50%, ei tohiks nad esitada oma määratud turustajatele tingimusi, millega püütakse tagada, et viimased ei müü teatavate teiste konkurentide tootemärke.
- ⇒ Tavaliselt tekib valikulise turustuse puhul kasutegureid, kui turustajad peavad tegema investeeringuid, et kaitsta või kujundada tootemargi kuvandit või pakkuda müügieelseid teenuseid. Üldiselt on kasutegurid suurimad uute toodete, komplekstoodete või selliste toodete puhul, mille omadusi on raske hinnata.

**Frantsiisikokkulepped** on vertikaalsed kokkulepped, mis sisaldavad intellektuaalomandi õiguste litsentse, eelkõige kaubamärkide ja oskusteabega seotud litsentse kaupade turustamiseks ja teenuste osutamiseks. Peale litsentsi annab frantsiisiandja frantsiisivõtjale lepingu kehtivusajal tavaliselt ärialast või tehnilist abi. Litsents ja antav abi moodustavad frantsiisitava ärimetodi lahutamatu osa. Äriidee loovutamise kõrval sisaldavad frantsiisikokkulepped harilikult ka asjaomaste toodete müügiga seotud mitmesuguste vertikaalsete piirangute kombinatsioone, nagu valikulise turustuse, kohustuse mitte konkureerida, ainuõigusliku turustuse või nende nõrgemate vormide kombinatsiooni. Seda tüüpi piirangute kohta eespool esitatud juhiseid kohaldatakse ka frantsiisimise suhtes, kui järgmistest erimärkustest ei tulene teisiti.

Mida tähtsam on oskusteabe edastamine, seda tõenäolisem on, et vertikaalsed piirangud vastavad artikli 101 lõike 3 erandi tingimustele.

Kohustus mitte müüa konkureerivaid kaupu või teenuseid jääb artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja, kui seda kohustust on vaja selleks, et hoida frantsiisivõrgu üldist identiteeti ja mainet. Sellisel juhul võib mittekonkureerimise kohustuse kehtivusaeg olla sama pikk kui frantsiisikokkuleppe enda kehtivus.

Järgmisi kohustusi peetakse üldjuhul vajalikuks, et kaitsta frantsiisiandja intellektuaalomandi õigusi, ning need jäävad tavaliselt artikli 101 lõike 1 kohaldamisalast välja:

- a) frantsiisivõtja kohustus mitte tegutseda otse ega kaudselt samal tegevusalal;
- b) frantsiisivõtja kohustus mitte omandada osalust konkureerivate ettevõtjate kapitalis, mis annaks frantsiisivõtjale võimaluse mõjutada konkureeriva ettevõtja majandustegevust;
- c) frantsiisivõtja kohustus mitte avaldada kolmandatele isikutele frantsiisiandja oskusteavet seni, kuni see teave ei ole avalik;
- 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, võtta rikkujate vastu õiguslikke meetmeid või aidata frantsiisivõtjal rikkujate vastu õiguslikke meetmeid võtta;
- f) frantsiisivõtja peab kasutama frantsiisiandja litsentsitud oskusteavet üksnes frantsiisilepingu täitmiseks;
- g) frantsiisivõtja kohustus mitte anda talle frantsiisilepingust tulenevaid õigusi ja kohustusi edasi kolmandatele isikutele ilma frantsiisiandja nõusolekuta.

## **Ainuõiguslik tarnimine**

### *Suunised, punktid 192–202*

**Ainuõigusliku tarnimise kokkulepe** kohustab või ajendab tarnijat müüma teatavat kaupa või teenust teataval otstarbel kasutamise või edasimüügi eesmärgil ainult või peamiselt ühele ostjale. Sellised ainuõigusliku tarnimise kokkulepped võivad tuua kaasa teiste ostjate turulepääsu piiramise.

Kui ostjal ei ole järgneval müügiturul turuvõimu, siis ei ole tavaliselt märgatavat negatiivset konkurentsivastast mõju oodata. Negatiivne mõju võib aga tekkida, kui järgneval müügiturul ja eelneval ostuturul on ostja turuosa üle 30%. Kui järgneval turul on mõni ettevõtja turgu valitsevas seisundis, siis võib kohustus tarnida tooteid ainult või valdavalt turgu valitsevas seisundis ostjale kergesti avaldada märkimisväärset konkurentsivastast mõju.

Mida suurem on see osa koguturust, kus müüakse ainuõigusliku tarnimise tingimuste alusel, ning mida pikem on ainuõigusliku tarnimise kokkuleppe/kokkulepete kehtivusaeg, seda suurem on turulepääsu piiramise tõenäosus. Muude kui turgu valitseva seisundiga ettevõtjate vahel sõlmitud alla viieaastaste ainuõigusliku tarnimise kokkulepete puhul on harilikult vaja selle konkurentsi soodustavat ja kahjustavat mõju tasakaalustada ning kokkuleppeid, mis kehtivad üle viie aasta, ei loeta enamiku investeeringute puhul hädavajalikuks, et saavutada väidetavaid kasutegureid, või neid kasutegureid ei ole piisavalt, et kaaluda üles kohustustega kaasnevat turulepääsu piiravat mõju.

Konkureerivate ostjate turulepääsu piiramine on väga ebatõenäoline, kui konkurentidel on samasugune ostujõud. Sellisel juhul võidakse konkurentsivastaselt turulepääsu piirata üksnes võimalikele turuletulijatele, eriti siis, kui suur hulk peamisi ostjaid sõlmib enamiku turul tegutsevate tarnijatega ainuõigusliku tarnimise lepingud (kumulatiivse mõju probleem).



Kui tarnija ja ostja, kellel puudub valitsev seisund, peavad mõlemad tegema suhtespetsiifilisi investeeringuid lepingujärgsete toodete tootmiseks ja kasutamiseks, on mittekonkureeriva ja ainuõigusliku tarnimise ühendamine tavaliselt õigustatud.

Konkurentsivastast turulepääsu piiramist võib vähem esineda homogeensete toodete ja vahetoodete puhul ja rohkem heterogeensete toodete ja kaubamärgiga lõpptoodete puhul.

Tavaliselt tekib ainuõigusliku tarnimise puhul kasutegureid, millele vastavalt peab ostja tegema suhtespetsiifilisi investeeringuid.

## **Ettemaksed juurdepääsu eest**

*Suunised,  
punktid 203–208*

**Ettemaksed juurdepääsu eest** on kindlaksmääratud tasud, mida tarnijad maksavad turustajatele vertikaalsete suhete raames, et saada juurdepääs nende jaotusvõrgule. See kategooria hõlmab erinevaid tegevusi, näiteks tasud kauba hea paigutuskoha eest, nn kohalolutasud ja maksed juurdepääsu eest turustaja reklaamikampaaniatele.

Mida tähtsam on asjaomase turustaja turuseisund nii eelneval kui ka järgneval turul, seda suurem on oht, et ettemaksed juurdepääsu eest võivad kaasa tuua konkurentsivastase turulepääsu piiramise teistele turustajatele. Kõrge tasu võib tähendada, et kõnealust tasu maksev tarnija soovib turustada märgatava osa oma müügist konkreetse turustaja kaudu, et katta tasuga seotud kulud, millel võib olla järgneva turu jaoks samasugune turulepääsu piirav mõju nagu ainuõigusliku tarne liiki kohustusel.

Juurdepääsu eest tehtavate maksete kumulatiivne kasutamine väga kontsentreeritud turgudel võib nõrgendada turustajatevahelist konkurentsi. Ettemaksed juurdepääsu eest suurendavad tõenäoliselt ühikuhindu, mida tarnijad nõuavad selleks, et katta makstud tasud, ning see võib vähendada järgneval turul turustajatevahelist hinnakonkurentsi, samal ajal kui turustajate kasumid suurenevad juurdepääsu eest tehtud maksete tulemusel.

Juurdepääsu eest tehtud ettemaksete puhul tekib aga ka kasutegureid. Paljudel juhtudel võivad need aidata kaasa müügipinna tõhusale eraldamisele uute toodete jaoks ning takistada tarnijatel turustajate reklaamitegevuse ärakasutamist.

## *Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped*

*Suunised,  
punktid 209–213*

**Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepete** hulka kuuluvad kokkulepped, mille kohaselt turustaja annab turustuskokkuleppe raames tarnijale (tooterühma juht) õiguse turustada tootekategooriaid, kuhu üldjuhul lisaks tarnija toodetele kuuluvad ka tema konkurentide tooted.

Mõnel juhul võivad tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped tuua kaasa turulepääsu piiramise konkureerivatele tarnijatele ja konkurentsivastase koostöö turustajate (nt kui nad kasutavad tooterühma juhina sama tarnijat) või tarnijate (nt kui nad vahetavad turustaja kaudu turuteavet) vahel.

Tooterühmapõhise haldussüsteemi kokkulepped võivad siiski kaasa tuua ka kasutegureid. Need võivad anda turustajatele võimaluse pääseda ligi tarnijate turustamise oskustabele teatava tooterühma puhul ja saavutada klientide rahulolu tõstmiseks mastaabisäästu.

## *Seosmüük*

*Suunised,  
punktid 214–222*

**Seosmüük** tähendab olukorda, kus tarnija muudab ühe toote müügi sõltuvaks teise eraldi toote ostust tarnijalt või tema määratud isikult. Esimest toodet nimetatakse siduvaks tooteks ja teist seotud tooteks. Seosmüügikokkulepped võivad kaasa tuua konkurentsivastase turulepääsu piirava mõju seotud ja siduva toote turul. Turulepääsu piirav mõju sõltub seotud kogumüügi protsendist seotud toote turul. Kui seotud toote puhul lepitakse kokku veel ka kohustuses mitte konkureerida, siis suureneb ka võimalik turulepääsu piirav mõju. Seosmüük võib otseselt tingida ka liigselt konkurentsivõimelised hinnad, eriti siis, kui kahte toodet saab kasutada eri vahekordades tootmisprotsessi sisendina ja seosmüük takistab klientidel hinnatõusule reageerimist, suurendades nende nõudlust seotud toote järele ning vähendades nõudlust siduva toote järele, ning kui seosmüük võimaldab kohaldada diskrimineerivat hinnapoliitikat vastavalt sellele, kuidas klient siduvat toodet kasutab.

Seosmüügi võimaliku konkurentsivastase mõju hindamiseks on oluline arvestada tarnija seisundit siduva toote turul. Kui siduva tarnija konkurente on palju ja nad on küllalt tugevad, siis ei ole märgatavat konkurentsivastast mõju oodata, sest ostjatel on piisavalt võimalust osta siduvat toodet ilma seotud tooteta, kui teised tarnijad seosmüüki ei kasuta.

Kui seosmüük on ühendatud kohustusega mitte konkureerida siduva tootega, tugevdab see oluliselt tarnija seisundit ja suurendab seosmüügi märgatava konkurentsivastase mõju tõenäosust.

Seosmüügi konkurentsivastane mõju tekib väiksema tõenäosusega, kui ostjatel on märgatav ostujõud.

Seosmüügi kohustused võivad kaasa tuua kasutegureid, mis on tingitud ühisest tootmisest või ühisest turustamisest või asjaolust, et tarnija saab osta seotud toodet suurtes kogustes. Selleks et seosmüük vastaks artikli 101 lõike 3 tingimustele, tuleb siiski näidata, et piisav osa sel viisil saavutatavast kulude kokkuhoiust kantakse üle tarbijale. Seosmüügile ei tehta seega tavaliselt erandit, kui jaemüüjal on võimalus saada ühe ja sama või sellega võrdväärse toote tarneid korrapäraselt samadel või parematel tingimustel kui need, mida pakub seosmüüki kasutav tarnija.

Seosmüük võib aidata ka kindlustada toodete teatavat ühtsust ja kvaliteedinormidele vastavust. Siduva toote tarnija peab siiski näitama, et kõnealust positiivset mõju ei ole võimalik saavutada sama tõhusalt, kui ostjalt nõutakse, et see ostaks tooteid, mis vastavad kvaliteedi miinimumnormidele.

## **Edasimüügihinna piirangud**

*Suunised,  
punktid 48–49 ja 223–229*

Tarnijatel ei ole lubatud määrata kindlat hinda, millega turustajad saavad oma tooteid edasi müüa, s.o **kujundada edasimüügihindu**. Tegemist on põhilise piiranguga (vt pkt 4.2 "Põhilised piirangud").

Edasimüügihindade kujundamine võib piirata konkurentsi mitmel viisil. Edasimüügihindade kujundamine võib hõlbustada konkurentsivastast koostööd nii tarnijate (suurendades hindade läbipaistvust turul) kui ka ostjate (tootemargisisese konkurentsi kõrvaldamisega) vahel ning võib üldisemalt nõrgendada konkurentsi tootjate ja/või jaemüüjate vahel, eelkõige juhul, kui tootjad kasutavad samu turustajaid oma toodete turustamiseks ja edasimüügihindade kujundamist kasutavad kõik või paljud neist. Edasimüügihindade kujundamine võib tuua kaasa hinnatõusu, kuna kõik või mõned turustajad ei saa alandada konkreetse tootemargi puhul oma müügihinda. Samuti võib edasimüügihindade kujundamine takistada tõhusamate jaemüüjate või turustusviiside turuletulekut või madalate hindadega piisava ulatuse saavutamist.

Edasimüügihindade kujundamine võib aga kaasa tuua ka kasutegureid. See võib osutada kasulikuks uue toote tutvustusajal, et veenda turustajaid oma müügiarendust

suurendama. Fikseeritud edasimüügihinnad võivad olla vajalikud selleks, et korraldada frantsiisimissüsteemis lühiajaline madalate hindadega kampaania. Mõnes olukorras võib täiendav marginaal, mida edasimüügihindade kujundamine pakub, anda jaemüüjatele võimaluse pakkuda (täiendavaid) müügieelseid teenuseid ja takistada selliste teenuste ärakasutamist, eriti komplekstoodete või selliste toodete puhul, mille omadusi on raske hinnata.

Maksimaalsete edasimüügihindade määramine või edasimüügihindade soovitusel ei ole tavaliselt keelatud. Turustajatele edasimüügihindade kohta soovitude andmine või neile maksimaalse jaehinna määramine võivad aga tekitada olukorra, kus selline hind muutub turustajatele võrdluspunktiks ja peaaegu kõik või kõik hakkavad seda järgima. Peale selle võivad maksimaalsed või soovituslikud edasimüügihinnad hõlbustada tarnijatevahelist horisontaalset konkurentsivastast koostööd.

Soovituslike või maksimaalsete edasimüügihindade võimaliku konkurentsivastase mõju hindamisel on oluline tegur tarnija turuseisund. Mida tugevam on tarnija seisund, seda suurem on oht, et peaaegu kõik või kõik turustajad hakkavad soovituslikku või maksimaalset edasimüügihinda järgima.

Maksimaalsetel ja soovituslikel edasimüügihindadel võivad olla ka kasutegurid. Eelkõige võivad maksimaalsed hinnad alandada tarnijate jaoks hindu ning tagada, et asjaomane tootemark konkureerib jõulisemalt muude tootemarkidega.



## 6. Konkurentsiasutused

Kui soovite võtta ühendust riikliku konkurentsiasutusega, leiate asjaomased kontaktandmed Euroopa konkurentsivõrgustiku veebilehel esitatud ammendavast loetelust:

[http://ec.europa.eu/competition/ecn/competition\\_authorities.html](http://ec.europa.eu/competition/ecn/competition_authorities.html)

Kui soovite võtta ühendust Euroopa Komisjoni konkurentsipeadirektoraadiga, võite leida asjaomased kontaktandmed allpool:

Veebisait: [http://ec.europa.eu/competition/contacts/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/competition/contacts/index_en.html)

Postiaadress:  
European Commission  
Directorate-General for Competition  
1049 Bruxelles/Brussel  
BELGIQUE/BELGIË





## 7. Konkurentsipoliitikaalane teave

Konkurentsi peadirektooraat avaldab teavet oma tegevuse kohta mitme allika kaudu.

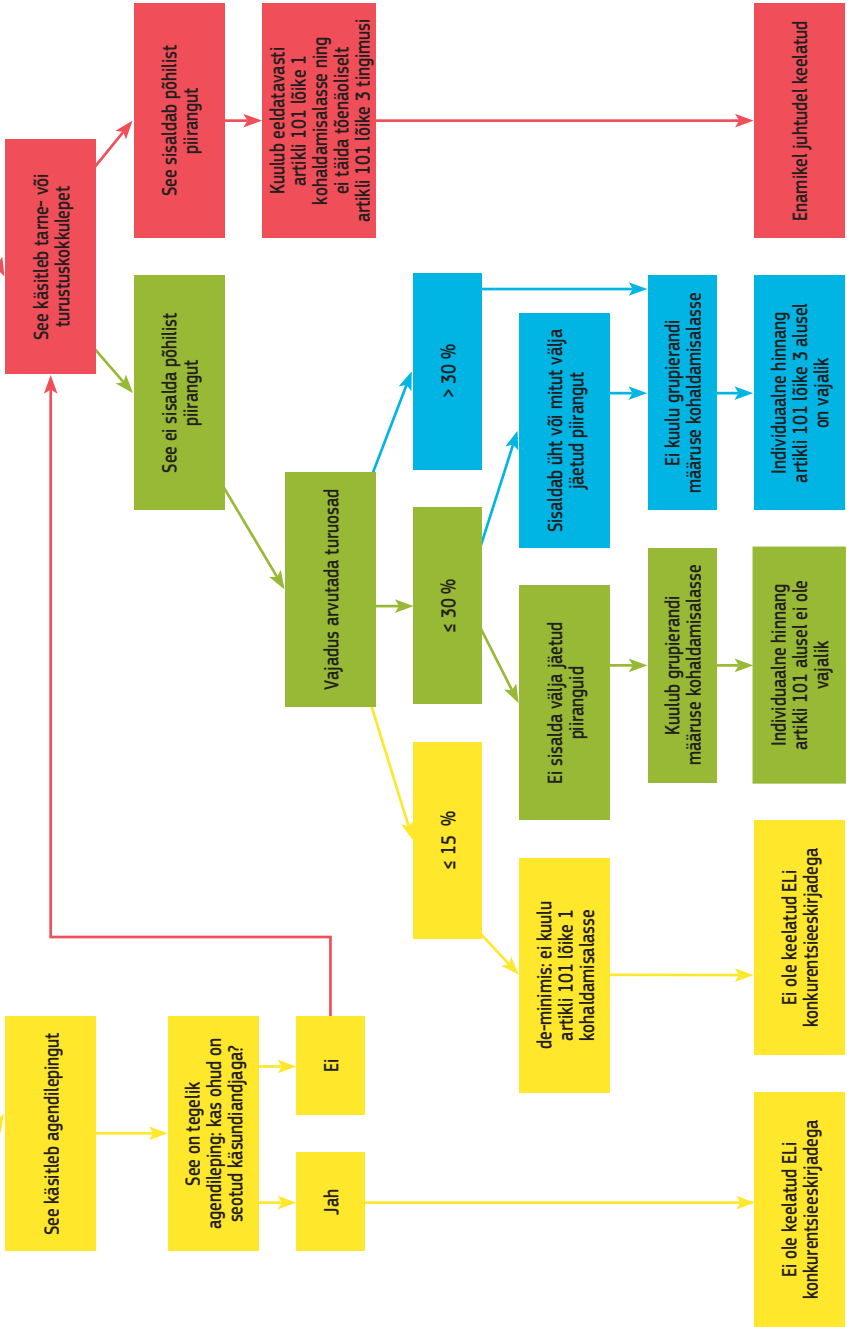
Internetist leiate õigusaktid, Euroopa Kohtu ja Üldkohtu otsused, komisjoni otsused, pressiteated, peadirektooraadi infolehed, volinike artiklid ja kõned jms, millele pääsete juurde konkurentsi peadirektooraadi portaali kaudu: <http://ec.europa.eu/competition/>

Väljaanded leiate aadressil: <http://ec.europa.eu/competition/publications/>

Kui soovite tellida väljaandeid ELi raamatupoe kaudu, võite külastada aadressi <http://bookshop.europa.eu>. Ainult konkurentsi käsitlevad raamatud leiate aadressil: <http://bookshop.europa.eu/en/competition-policy-cbiuoKABstTOOAAAEjtZAY4e5L/>

ELiga seotud ametlike tekstide ülevaatlük allikas (nt Euroopa Liidu Teataja): <http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do>

# Vertikaalsed kokkulepped









Euroopa Komisjon

**Euroopa konkurentsipoliitika  
Tarne- ja turustuskokkulepete konkurentsieeskirjad**

Luxembourg: Euroopa Liidu Väljaannete Talitus

2012 — 38 lk — 14,8 x 21 cm

ISBN 978-92-79-22118-7

doi:10.2763/69691

## KUST SAAB ELI VÄLJAANDEID?

### **Tasuta väljaanded:**

- EU Bookshopi kaudu (<http://bookshop.europa.eu>);
- Euroopa Liidu esindustest või delegatsioonidest. Nende kontaktandmed saab veebisaidilt <http://ec.europa.eu> või saates faksi numbrile +352 2929-42758.

### **Tasulised väljaanded:**

- EU Bookshopi kaudu (<http://bookshop.europa.eu>).

### **Tasulised tellimused (nt Euroopa Liidu Teataja aastatellimused ja Euroopa Liidu Kohtu kohtulahendite kogumikud):**

- Euroopa Liidu Väljaannete Talituse edasimüüjate kaudu ([http://publications.europa.eu/others/agents/index\\_et.htm](http://publications.europa.eu/others/agents/index_et.htm)).



Muud  
väljaanded  
ja abonemendid



<http://ec.europa.eu/competition/publications>



Väljaannete talitus

978-92-79-22118-7



9 789279 221187