



Co-funded by the
European Union



Інформаційний огляд №1

Серпень 2022

Ключові події у конкурентному праві ЄС

У першому півріччі 2022 року було ухвалено низку ключових нормативно-правових актів, а саме:

I

[Регламент Комісії \(ЄС\) 2022/720 від 10 травня 2022 року про застосування статті 101\(3\) Договору про функціонування Європейського Союзу до категорій вертикальних угод та узгоджених дій](#)

[Повідомлення Комісії Керівні принципи щодо вертикальних обмежень 2022/С 248/01](#)

Ці два документи запроваджують важливі зміни до трактування дистриб'юторських угод відповідно до конкурентного законодавства ЄС, зокрема до правил, що регулюють поєднання кількох різних систем дистрибуції, подвійну дистрибуцію, подвійне ціноутворення та паритетні зобов'язання.

Регламент 2022/720 надає сторонам вертикальних угод (тобто угод, укладених між підприємствами, що працюють на різних рівнях ланцюга постачання) більшу впевненість у сумісності їхніх угод зі статтею 101(1) Договору про функціонування Європейського Союзу ("ДФЄС"), створюючи виняток у вигляді "безпечної гавані" (safe harbour exemption).

Якщо ринкова частка жодної зі сторін не перевищує 30% на відповідних ринках купівлі-продажу, вертикальні угоди, які не містять так званих "жорстких обмежень" (включаючи, наприклад, підтримання ціни перепродажу або певні територіальні/клієнтські обмеження), автоматично підпадають під дію винятку. Угоди, які не відповідають умовам Регламенту, все ще можуть бути сумісними зі статтею 101(1) ДФЄС, але вони потребують індивідуальної оцінки відповідно до статті 101(3) ДФЄС.

Newsletter №1

Серпень 2022

Повідомлення Комісії має на меті допомогти компаніям самостійно оцінити, чи підпадають їхні угоди під дію Регламенту, чи можуть вони претендувати на індивідуальну оцінку згідно зі статтею 101(3) ДФЄС.

Регламент набув чинності 1 червня 2022 року і діятиме протягом 12 років (з оціночним звітом через вісім років). Передбачено однорічний перехідний період для угод, які вже будуть чинними на 31 травня 2022 року і задовольнятимуть умовам винятку згідно попередньої редакції Регламенту, але не відповідатимуть умовам нового Регламенту.

Оновлення Регламенту та Керівних принципів має на меті адаптувати правила вертикальної конкуренції до цифрових ринків та електронної комерції, зокрема, до діяльності онлайн-виробників та платформ, включаючи їхні продажі через онлайн-посередників. Вказані документи містять зміни в правилах подвійної дистрибуції, положеннях про режим найбільшого сприяння, подвійному ціноутворенні, обмеженнях онлайн-продажів і реклами, ексклюзивних і селективних моделях дистрибуції, RPM, MAP, агентських відносинах, положеннях про неконкуренцію, послугах онлайн-посередників і, звичайно, в питаннях сталого розвитку.

Додаткову інформацію щодо нововведень читайте у статті на Kluwer Competition Law Blog [New EU competition rules for distribution agreements](#)

II

Європейська Комісія опублікувала [Проект РЕГЛАМЕНТУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРЛАМЕНТУ ТА РАДИ про гармонізовані правила справедливого доступу до даних та їх використання](#) (Регламент про дані, Data Act)

Загалом, вказаний регламент є частиною ширшого цифрового порядку денного ЄС, який включає вже обговорювані ініціативи, такі як дослідження споживчого сектору Інтернету речей, DMA та DSA. Проект регламенту має на меті полегшити доступ до даних для споживачів та бізнесу. Він, серед іншого, містить правила, що дозволяють уряду використовувати дані у випадках виняткової необхідності (іноді без компенсації), спрощують процес перемикання між хмарними та периферійними сервісами, запобігають

незаконній передачі даних постачальниками хмарних послуг, сприяють інтеграбельності між європейськими просторами даних, а також встановлюють стандарти для смарт-контрактів між власниками та одержувачами даних. Зокрема, проект регламенту містить значні зобов'язання щодо обміну даними. Однак компанії, які обмінюються даними відповідно до цих актів, все ще зобов'язані дотримуватися правил конкуренції ЄС, включаючи обмеження на обмін чутливою інформацією, яка може вплинути на конкуренцію.

III

У 2020 році Комісія розпочала секторальне дослідження споживчого Інтернету речей (IoT) в ЄС. Метою було отримати краще розуміння сектору споживчого Інтернету речей, його конкурентного середовища, нових тенденцій та потенційних проблем конкуренції. Хоча сектор споживчого Інтернету речей все ще розвивається, дослідження сектору було викликане ознаками поведінки компаній, яка може сприяти спотворенню конкуренції в цьому секторі.

На початку 2022 року був опублікований [звіт секторального дослідження споживчого Інтернету речей](#).

Секторальне дослідження було зосереджене на: (1) характеристиках споживчих продуктів та послуг Інтернету речей, (2) особливостях конкуренції на цих ринках, (3) основних сферах потенційного антиконкурентного занепокоєння. Щодо (1), то результати секторального дослідження демонструють, що споживчий IoT стрімко розвивається і стає невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Щодо (2), секторальне дослідження показало, що висока вартість інвестицій в технології є значною перешкодою для компаній, які прагнуть увійти або розширитися в цьому секторі. Іншою серйозною проблемою, з якою стикаються компанії, є конкуренція з боку вертикально інтегрованих великих гравців, таких як Google, Amazon та Apple, які створили екосистеми в межах та поза межами споживчого Інтернету речей. Що стосується антиконкурентних проблем, про які йшлося в пункті (3), ринковий тест показав, серед іншого, ексклюзивність і практику прив'язки, пов'язану з голосовими помічниками, а також обмеження на використання різних голосових помічників на одному смарт-пристрої. Тепер Комісія має намір використовувати цю інформацію в майбутніх заходах із

захисту конкуренції, а також для будь-якої діяльності в рамках DMA.