

Jogi melléklet

Külgazdaság, LXII. évf., 2018. július–augusztus (77–101. o.)

A nagy adathalmazok és a fogyasztói adatok felhasználása – néhány nemzetközi ügy bemutatása

BELÉNYESI PÁL

Jelen tanulmány napjaink egyik versenyjogi-adatvédelmi slágertémáját járja körbe: a nagy adathalmazok (big data) és a fogyasztói magatartások, valamint fogyasztói adatok védelmének kapcsolatát. Teszi ezt elsősorban normatív-intézményi szempontokat követve, azaz bemutatva néhány ország versenyellenőrzési gyakorlatát. A bemutatott esetekkel kapcsolatosan elmondható, hogy bár a végrehajtoi hatalmi ágak érdeklődése az utóbbi években fokozódik, big data-specifikus, szisztematikus versenyprobléma egyelőre nem azonosítható be. A szerző véleménye szerint ennek erőforrásbeli és koncepcionális okai is vannak. Amennyiben azonban a hatóságok az online fogyasztói viselkedéseket empirikusan is vizsgálják majd (ez egyelőre sajnos nem általánosan alkalmazott módszer), és megfelelően finomhangolják a beavatkozási gyakorlatukat – akár a „fogyasztói érdeksérelmet” átértékelve –, ez változhat. Az ismertetett ügyekből kitűnik, hogy az a verseny-közgazdasági felfogás, amely szerint a versenyjog kizárólagos feladata a fogyasztói jólét védelme – elsősorban az árversenyen keresztül –, a big data kapcsán nehezen védhető. A big datával kapcsolatos ügyek fókuszában ugyan továbbra is elsősorban a fogyasztók személyes jogainak a verseny általi támogatása marad, a neoklasszikus tanoktól való megközelítéssel eltávolodás már érezhető. A versenyjogot kiterjesztően alkalmazó hatóságok a piaci versenyt és nem a fogyasztók rövid távú árérzékenységét kellene, hogy védjék. A hatalmas adattömeeggel rendelkező digitális vállalkozások, úgy tűnik, hogy olyan

<https://doi.org/10.47630/KULG.2018.62.7-8.77>

Belényesi Pál, LL.M., PhD, Európai Parlament és FRONTEX, tudományos tanácsadó; Károli Gáspár Református Egyetem, John Cabot University, MOME oktató

*szerepet töltenek be, mint a hálózatos iparágak, így megítélésük is azokhoz kellene, hogy hasonlítson. A tanulmány kitekintés, tehát nem célja a slágerügyek ismételt elemzése.**

Journal of Economic Literature (JEL): kód: K21, L86, D11, D91.

Bevezetés

A big data kutatása nemzetközileg egyáltalán nem új keletű dolog,¹ azonban Magyarországon – néhány kivételtől eltekintve² – leginkább csak szakpolitikai szinten érintett vagy egysíkúan vizsgált kérdéskör.³ Korábbi, a témát multidiszciplinárisan boncolgató kutatásaimhoz hasonlóan fontosnak tartom hangsúlyozni, hogy a terület egyoldalúan csak jogi, vagy csak közgazdasági, vagy csak pszichológiai, vagy csak információtechnológiai szempontból hiányosan ismerhető meg, az ilyen elemzések ugyanis tökéletlenek és gyakran rossz döntésre ösztönzik a hatóságokat.⁴ Ez alapján a szabályozási és versenyügyi beavatkozás megköveteli egy minden területet kellően ismerő szakértői csapat közreműködését.

I. Online felületek és alkalmazások elleni versenyügyek, big data-fókusz nélkül

Mielőtt a big data-vonatkozású ügyeket elemezzük, érdemes kitérni néhány olyan ügyre, amelynek alanyai szintén az interneten jelenlévő ismertebb adathalmozó szolgáltatók, de a magatartásukat nem a big datával összefüggésben vizsgálta a versenyhatóság. Ez a lista a teljesség igénye nélkül készült, és célja pusztán annak hangsúlyozása, hogy a globális versenyjogi végrehajtás nem ül összetett kezekkel az

* A tanulmány elkészítése közben hasznos gondolatokat kaptam *Juhász-Tóth Angélatól* és *Nagy Pétertől*, amiért köszönet jár.

¹ *Evans* [2013], *Evans* [2014], *Khan* [2017], *Stucke–Grunes* [2016], *Sokol–Comerford* [2016], *Costa-Cabra–Lynskey* [2017], *Kennedy* [2017]

² *Hámori* [2013], *Belényesi* [2015], *Belényesi* [2016a], *Belényesi* [2016b], *Belényesi* [2018].

³ *Ernst & Young* [2017], *Szabó* [2017]. A cím ellenére a tanulmány a 2014-es spanyol eredetű, az Európai Bíróság Google-ítéletet elemzi elsősorban olyan szempontból, hogy a személyes adatok védelmére vonatkozó alapelvek és garanciák számon kérhetők-e az online szolgáltatások nyújtóin. Bővebben: Az Európai Unió Bíróságának 2014. május 13-án hozott ítélete a C-131/12. sz. *Google Spain SL and Google Inc. v. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) and Mario Costeja González* ügyben folyamatban lévő eljárásban.

⁴ Hasonló érvelést használ *Balto–Lane* [2016].

egy online szegmensekben területet szerző piaci óriások fölött.⁵ Az ügyek között szintén nem szerepelnek – alapvetően helyhiány miatt és az ismétlést elkerülendő – az egyébként bizonyára jól ismert, de mindenképpen sokat tárgyalt⁶ amerikai és európai Google-ügyek sem.⁷

1. A Google-ügy Indiában

Az indiai Google-eljárás (*Competition Commission of India*, Case No. 07 and 30 of 2012, MLex 13 February 2018, Reuters.com February 8, 2018) sokban hasonlít az Európai Bizottság Google/Alphabet Inc.-t érintő [továbbiakban: Google] vizsgálatához. (Az európai eljárásban az Európai Bizottság a vállalkozásnak a keresőprogramja és az online shopping felületén végzett tevékenységét sújtotta 2,42 milliárd eurós büntetéssel.)⁸ Az indiai versenyhatóság (*Competition Commission*) a *BharatMatri-mony* randioldal és a *Consumer Unity & Trust Society* bejelentései alapján 2012-ben kezdődött eljárásban a Google online kereskedelmi célú repülőjegy-foglalási rendszerének működtetését kifogásolta – az ilyen rendszerek vezetnek harmadik fél által üzemeltetett jegyrendelésekhez (Pl. Amazon search, Microsoft search, Facebook search, Yahoo search, AOL, Baidu, Kayak, Skyscanner stb.) – és azt állapította meg, hogy az említett piacon erőfölényben lévő, eljárás alá vont vállalkozás tisztességtelenül részesítette előnyben saját szolgáltatását, és ennek következtében a versenytársai piaci pozícióját gyengítette. A Google saját kereső- és jegyfoglaló szolgáltatását favorizáló rendszere üzemeltetését az indiai hatóság törvénybe ütközőnek találta, és 21,17 millió dollár büntetéssel szankcionálta. Emellett elrendelte, hogy a vállalkozás érthető módon jelezze a felhasználók felé, hogy a kiemelt helyen szereplő adatok a saját – azaz Google által üzemeltetett – szolgáltatáshoz vezetnek. A *Competition Commission* szerint a saját szolgáltatásnak biztosított felület („*disproportionate real*

⁵ A témába illően, összefoglaló publikáció: *Perotti* [2017].

⁶ Pl.: *Mendoza* [2016], *Reyna–Martin* [2017], *Daly* [2017].

⁷ Az amerikai Google-ügy lezárásáról itt található információ: “Statement of the Federal Trade Commission regarding Google’s search practices in the Matter of Google Inc.” FTC File Number 111-0163, https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/295971/130103googlesearchstmt_ofc_omm.pdf, míg az európai ügyeket itt lehet elérni: Case 39740, Google Search, http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39740; Case 40099, Google Android, http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_40099; Case 40411, Google Search (AdSense), http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_40411.

⁸ Case AT. 39740 Google Search (Shopping). Az ügy nyilvánosan is elérhető dokumentumgyűjteménye itt megtalálható: http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39740.

estate”) nemcsak a fogyasztók megtévesztésére volt alkalmas, hanem a versenytársakat is hátrányos helyzetbe hozta.⁹

A határozattal szemben megfogalmazott, hatóságon belüli, biztosi ellenvélemények azonban kiemelték, hogy a versenyhatóság nem bizonyította kellően, hogy a fogyasztók milyen jelenségek alapján milyen preferenciákat mutatnak, amikor repülőjegyre keresnek és azt vásárolnak. Azt is kifogásolták, hogy az előírt kötelezettség, vagyis egy „*disclaimer*” megjelenése a feltételezett versenyellenes magatartás kiküszöbölésének nem hatásos módja.

A fentiekén túl a hatóság döntésében azt is kifogásolta, hogy a Google-lal szerződő vállalkozások nem használhattak a Google keresőprogramjához hasonló más keresőszolgáltatást a weboldalukon, ha a Google-lal szerződtek. Ezzel kapcsolatosan a kifogások kitértek arra, hogy a *Competition Commission* nem bizonyította a Google erőfölényét az ún. tárgyalt megállapodások piacán, hiszen minden keresőmotor ajánl ilyen szolgáltatást, valamint az ilyen szerződést kötő vállalkozásoknak nem kötelező ilyen kötelezettséget vállalni (használhatnak sztenderd, online formulát is, amely nem tartalmazza a kifogásolt kitétel). Tekintettel arra, hogy annak határozatai nyilvánosan nem elérhetők, az ügyel kapcsolatosan további információ nem áll rendelkezésre.¹⁰

2. A brazil versenyhatóság Google elleni eljárása

A *Microsoft* és az *Informação e Tecnologia Ltda* (a Google két brazil versenytársának – a *Bondfarónak* és a *Buscapének* – a tulajdonosa) 2013-ban azzal vádolták a Google-t, hogy az AdWords szolgáltatást csak azzal a feltétellel vehetik igénybe, ha a Google-ön kívül más keresőmotorba és hirdetési optimalizáló rendszerbe nem fektetnek be. Másként fogalmazva, a Google kizárolagosságot kért a szolgáltatása használatáért cserébe. A brazil versenyhatóság (*CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica*), más hatóságokhoz hasonlóan, a keresési eredmények versenyjogba ütköző rangsorolása miatt, valamint a más oldalakról származó tartalomkorlátozás miatt is eljárást indított.¹¹ Néhány évvel később ugyan a *Microsoft* visz-

⁹ A határozat elítéli még a Google 2010 előtti általános keresési eredményeire vonatkozó gyakorlatot is, valamint a kiadókkal kötött ún. közvetítő szerződésekkel kapcsolatos (*intermediation agreements*) gyakorlatát is, amelynek következtében a Google harmadik fél weboldalára hirdetéseket helyezhetett el.

¹⁰ 2018. június 12-i helyzet.

¹¹ CADA, “Cade investigates Google’s possible anticompetitive practices in the Brazilian online search market”, 11 Oct., 2013. <http://en.cade.gov.br/press-releases/cade-investigates-google2019s-possible-anticompetitive-practices-in-the-brazilian-online-search-market>

szavonta a bejelentést, de a versenyhivatal az eljárás folytatása mellett döntött. 2018 májusában a hivatal hírlevelében megerősítette, hogy az öt évvel korábbi bejelentés alapján két eljárást indított a Google ellen.¹² Az első eljárás tartalmilag a keresőmotorban, harmadik fél oldalán megjelenő értékeléseket sajátként (Google Shopping tartalom) feltüntető gyakorlat jogellenességét vizsgálta. A vizsgálat során azonban a fogyasztók érdeksérelmét a hatóság nem találta bizonyítottnak. A hasonló szolgáltatást nyújtó harmadik felek pedig azt nyilatkozták, hogy a Google magatartása nekik nem okozott gazdasági veszteséget.¹³

A második eljárást a fent is említett AdWords-szerződések egyes, kizárólagosságot követelő kitételei miatt indította a hatóság, ám arra a következtetésre jutott, hogy a szerződési kitételek mellett más oldalakon is lehetőség van a hirdetésre, valamint nem jelentenek olyan nehézséget, amely miatt ne lenne értelme más hirdetési programokat is használni. Ezt a BingAds- és az AdWords-ügyfelek is megerősítették.¹⁴

A két eljárást a hatóság gazdasági érdeksérelm hiányára hivatkozva lezárta azal, hogy más a keresőmotorok rangsorolási gyakorlata és a Google-nak a brazil internetes keresőmotorok piacán gyakorolt erőfölénnyel való visszaélése miatt indított eljárások viszont folytatódnak.¹⁵

3. A japán versenyhatóság Apple-t érintő vizsgálatai

Az Apple-t érintő japán versenyügy „hagyományos” kartellmagatartást érint. A japán versenyhatóság már 2016-ban fontolgatta,¹⁶ hogy eljárást indít az Apple és a főbb telefonszolgáltatók ellen az okostelefonok eladásával kapcsolatos versenyellenes magatartást illetően, különösen a vállalkozás harmadik felekkel kötött értékesítési szerződéseire vonatkozóan. Az Apple-nek a NTT Docomo, a KDDI Corp. és a Softbank Group mobil telefonszolgáltatókkal kötött megállapodásai szerint utóbbiak

¹² CADE, “General Superintendence recommends the filling of two proceedings against Google”, May 16, 2018. <http://en.cade.gov.br/general-superintendence-recommends-the-filling-of-two-proceedings-against-google>

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Reuters.com, „Exclusive: Japan’s antitrust watchdog considers action against Apple, carriers – sources” September 23, 2016. <https://www.reuters.com/article/us-apple-japan-antitrust-idUSKCN11T0Z6>; CNET, „Japanese antitrust regulators weigh action against Apple, carriers”. September 23, 2016. <https://www.cnet.com/news/japanese-ftc-antitrust-regulators-weigh-action-against-apple-wireless-carriers/>.

a régebbi iPhone-okat az új típusok megjelenését követően nem értékesítették, hanem más országokba szállították el (az alacsonyabb értékű iPhone-ok értékesítéséből kizárták a nem telekommunikációs szolgáltatásokat nyújtókat). A szolgáltatókra kényszerített árazási feltételek azt is lehetővé tették, hogy a vásárlók a havi telefon-szolgáltatási díjból le tudják vonni a készülék árának egy részét. Független, harmadik féllel szemben ez természetesen versenyelőnyt biztosított a szolgáltatóknak, valamint az árukapcsolás által olyan árelőnyt nyújtott a már működő szolgáltatóknak, amellyel az új, potenciális versenytársak nem tudtak versenyezni.¹⁷

Egyes, nem a nagy telekommunikációs szolgáltatókkal kötött értékesítési szerződések azt is előírták, hogy az ilyen harmadik félnek előre nagy mennyiségben kell az új készülékeket megvásárolnia.¹⁸ Ennek a kitételnek köszönhetően az ilyen értékesítők, amennyiben gyors modellváltásra került sor az Apple-nél, csak jelentős kedvezményekkel tudták értékesíteni a felhalmozott árut. Az Apple versenytársai, pl. a Samsung, ilyen elővásárlási követelményt nem kötnek ki. A stratégia következtében Japánban az Apple-nek sikerült az új iPhone-ok iránti keresletet és árat magasan tartania.

A japán *Fair Trade Commission* Apple elleni eljárása nem folytatódott, de Koreában hasonló magatartás miatt 2016-ban és 2017-ben a versenyhivatal többször is vizsgálódott a vállalkozásnál,¹⁹ míg Franciaországban a *Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation, et de la Répression des Fraudes* (DGCCRF) szintén hasonló magatartás miatt 48,5 millió euróra perelte az Apple-t a párizsi kereskedelmi bíróságon.²⁰

4. A tajvani versenyhatóság Apple-t érintő vizsgálata

A tajvani versenyhivatal (*Federal Trade Commission, Taiwan*) 2013-ban szintén megbírságot az Apple-t 670 000 dollárra azért, mert törvénybe ütköző módon, erőfölényével visszaélve (a vizsgálat idejében 32%-os piaci részesedéssel vezette

¹⁷ Mlex, „Google, Apple on Japanese regulator’s radar for antitrust concerns over smartphone practices”. 28 July 2016. <https://mlexmarketinsight.com/insights-center/editors-picks/antitrust/asia/google-apple-on-japanese-regulators-radar-for-antitrust-concerns-over-smartphone-practices>

¹⁸ Hasonlóan a később bemutatott dél-koreai üggyhöz.

¹⁹ Business Korea, „Korea’s Fair Trade Commission probes office of Apple Korea”, November 27, 2017. <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=19932>; The Korea Herald, „Apple likely to face sanctions over unfair practice in Korea”, April 8, 2018. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20180408000154>

²⁰ Digital Trends, “Apple sued for \$55 million, accused of abusing its market power in France”, 4.6.16. <https://www.digitaltrends.com/mobile/apple-france-lawsuit-unfair-practices/>

az okostelefonok piacát) kényszerítette a tajvani mobilszolgáltató partnereit arra, hogy a 4, 4S, 5, 5S iPhone-modellek forgalomba helyezése előtt közöljék az árazási stratégiáikat Apple-lel, majd azok jóváhagyása után attól ne térjenek el.²¹ A tajvani törvények (*Fair Trade Act* 2015, Taiwan, 19. cikk)²² szerint ugyanis, amikor egy hardvergyártó átadja a terméke értékesítési jogait egy harmadik félnek, elveszíti az ármeghatározás jogát. Az árak kikényszerítésén²³ túl az Apple megkövetelte, hogy a mobilszolgáltatók a termékek reklámstratégiáját és a bevezetendő kedvezményeket is egyeztessék. Egy az ügygel kapcsolatos vélemény hangsúlyozta, hogy az ármeghatározás magában foglalta – az áron túl – a készülékek újraeladási és értékesítési jogának az Apple-től való megvásárlását is.²⁴ A hatóság döntését a tajvani fellebbviteli bíróság 2015-ben jóváhagyta.²⁵

5. A japán versenyhivatal Amazon elleni eljárása

Az Amazon elleni eljárás, hasonlóan az Apple-ügyhöz „hagyományos” versenyjogi jogsértést vizsgált.²⁶ (A korábbi hasonló tartalmú Amazon elleni vizsgálatot, köszönhetően a vállalkozás önkéntes kötelezettségvállalásainak a hatóság 2017-ben lezárta.²⁷) 2018 márciusában a japán versenyhivatal bejelentés nélküli rajtaütést hajtott végre az Amazon tokiói irodájában. A rajtaütés alapja a vállalkozás beszállítókkal kötött szerződése volt, amelyek szerint az amazon.com-on értékesített termékek-

²¹ Apple Insider, „Taiwan FTC fines Apple for seeking to manage retailers' iPhone pricing”, December 25, 2013. <http://appleinsider.com/articles/13/12/25/taiwan-ftc-fines-apple-for-seeking-to-manage-retailers-iphone-pricing>; TechSpot, „Apple fined by Taiwan's fair trade commission over iPhone, plan pricing”, December 26, 2013. <https://www.techspot.com/news/55128-apple-fined-by-taiwans-fair-trade-commission-over-iphone-plan-pricing.html>

²² Korábban: 18. cikk. (*„An enterprise shall not impose restrictions on resale prices of the goods supplied to its trading counterpart for resale to a third party or to such third party for making further resale. However, those with justifiable reasons are not subject to this limitation. The provision of the preceding paragraph shall apply mutatis mutandis to services provided by an enterprise.”*)

²³ A kikényszerítés „tanácsadás” formájában történt (*„advising on prices”*).

²⁴ Apple Insider (2013), idézve fent.

²⁵ Reuters.com, „Apple loses Taiwan anticompetitive practices court case”, June 17, 2015. <https://www.reuters.com/article/us-taiwan-apple-idUSKBN0OX0VZ20150617>

²⁶ Competition Policy International, „Japan: Amazon's headquarters are raided by nation's regulator”. March 15, 2018. <https://www.competitionpolicyinternational.com/japan-amazon-headquarters-raided-by-nations-regulator/>

²⁷ FTC Japan, 1 June 2017. A 2016-os rajtaütés az Amazon értékesítési gyakorlatát kifogásolta, amely szerint a felületen értékesítő vállalkozásoknak a legnagyobb választási lehetőséget és a legalacsonyabb árakat kell biztosítaniuk az Amazon értékesítési felületén.

kel kapcsolatos árendedmények egy részét az Amazon a vállalkozásokkal, beszállítókkal fizettette ki. A feltételezés szerint az Amazon online értékesítési piacokon tapasztalható piaci erejének köszönhetően a beszállítóknak nem volt más választásuk, mint elfogadni ezeket a feltételeket, amennyiben továbbra is használni kívánták a felületet.²⁸ Az ügyben kiemelt szerepe lesz annak, hogy a hatóság meg tudja-e állapítani az Amazon erőfölényes helyzetét a már viszonylagosan telített japán online értékesítési piacon, ahol a 91% internet-penetráció mellett a lakosság 70%-a vásárol online. Az Amazon emellett még csak nem is piacvezető a 2000-es nyitás óta Japánban: a legtöbben a Rakuten weboldalon vásárolnak még mindig.²⁹

6. Dél-Korea Apple elleni eljárása

A koreai versenyhivatal (*Fair Trade Commission, South Korea*) 2016 júniusában kezdte el vizsgálni az Apple piaci gyakorlatát.³⁰ Tizenhét hónappal a vizsgálat után, 2017 novemberében a hivatal előre be nem jelentett rajtaütést hajtott végre a vállalkozás szülői székhelyén. Az Apple a hatóság feltételezése szerint visszaélt piaci erejével a mobilkészülékek piacán, amikor arra kényszerítette a mobiltelefon-szolgáltatókat, hogy az iPhone-ok televízióban és egyéb felületeken elhelyezett reklámjaiért fizessenek. A hatóság azt is vizsgálta az eljárásban, hogy a vállalkozás kényszerítette-e a szolgáltatókat, hogy előre meghatározott mennyiségű iPhone-t értékesítsenek az országban, valamint hogy viseljék a felelősséget – garanciális, jótállási felelősséget – a meghibásodott iPhone termékekért. A hatóság gyanúja szerint továbbá az Apple arra is kényszerítette a mobilszolgáltatókat, hogy a saját iránymutatásai szerint készítsenek iPhone-okkal kapcsolatos hirdetéseket, valamint megtiltotta, hogy a készülékekkel kapcsolatban fogyasztói kedvezményeket vezessenek be. A vizsgálat 2018 áprilisában jutott olyan szakaszba, amikor az Apple-nek lehetősége volt arra,

²⁸ Financial Times, "Amazon raided by competition watchdog in Japan", March 15, 2018. <https://www.ft.com/content/2390de44-2812-11e8-b27e-cc62a39d57a0>; The Japan Times, "FTC raids Amazon Japan over suspected antitrust violation", March 14, 2018. <https://www.japantimes.co.jp/news/2018/03/15/business/corporate-business/ftc-raids-amazon-japan-suspected-antitrust-violation/#.WxVbTi2B2qB>.

²⁹ Egy 2017-es piackutatás szerint a megkérdezettek közül a Rakutent 70,2%, az Amazont 66,7% használta. PYMNTS.com, "Amazon trails Japanese competitor Rakuten". July 6, 2017 <https://www.pymnts.com/amazon/2017/amazon-trails-japanese-competitor-rakuten/>

³⁰ Business Korea, "Korea's Fair Trade Commission Probes Office of Apple Korea", November 27, 2017. <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=19932>

hogy a magatartásával kapcsolatban magyarázattal szolgáljon.³¹ Egyes jelentések szerint a hatóság vizsgálói jelentése arra a következtetésre jutott, hogy a vállalkozás megsértette a koreai versenyjogi szabályokat azáltal, hogy kényszerítette a mobilszolgáltatókat, hogy a termékével kapcsolatos reklámköltéseket viseljék, hogy előre meghatározott mennyiségben vásároljanak az iPhone-okból, valamint hogy garanciát vállaljanak az iPhone-ok meghibásodásáért. Az ügyben a tanulmány lezárásakor még nem született döntés.

II. Az online vállalkozások és a big data – versenyügyek

A nagy adathalmazok és a versenyjog kapcsolatát szakpolitikai szinten még csak az nem jellemezte, aki nem akarta. A McKinsey 2011-es „*Are you ready for the era of »big data«?*” tanulmánya³² óta – amely az adatra épülő gazdaság által kialakított új ritmusú piaci versenyt vetítette előre – a big data minden olyan versenyügy slágerkifejezése lett, ahol a korábban nem nagyon ismert online piaci magatartásokkal kellett (volna) a hatóságoknak szembenézniük. A téma fényérzékenységét növelte időközben az Európai Bizottság e-kereskedelmet érintő 2015-ös ágazati vizsgálata,³³ a számos interdiszciplináris-szakpolitikai konferencia,³⁴ valamint a 2016-ban megjelent, a big data és a versenyjog kapcsolatát vizsgáló könyv is.³⁵

A következőkben összefoglalom azokat az ügyeket, amelyekben a versenyhatóságok az adathalmazok kifejezetten a felhasználói adatokkal kapcsolatos magatartásait vizsgálták.³⁶

³¹ Patently Apple, „Apple could face sanctions from Korea’s Antitrust Watchdog for dumping iPhone ad costs on local telecom operators”. April 9, 2018. <http://www.patentlyapple.com/patently-apple/2018/04/apple-could-face-sanctions-from-koreas-ftc-for-dumping-iphone-ad-costs-on-local-telecom-operators.html>; Business Korea, “Apple Likely to Face Fine for Unfair Practices in Korea”, April 9, 2018. <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=21516>

³² McKinsey & Company, „Are you ready for the era of „big data”?”, McKinsey Quarterly, October 2011. <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/are-you-ready-for-the-era-of-big-data>

³³ Európai Bizottság, E-kereskedelmi ágazati vizsgálat, http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html

³⁴ Pl.: European Parliament workshop on Privacy, Consumers, Competition and Big Data 2 June, Brussels; EDPS-BEUC Conference on Big Data and Competition, Brussels, 29 September 2016; EUI-OECD, Antitrust Enforcement in Innovation Industries, 15 October 2016, Florence; Brain Bar Budapest, 1 June 2018.

³⁵ *Stucke–Grunes* [2016].

³⁶ A tanulmány ezen része erősen hagyatkozik a versenyhivatal számára 2018 elején készített, fogyasztóvédelmi szempontokat szem előtt tartó kutatásra. Ennek köszönhetően a tanulmányok között átfedések előfordulhatnak, de a kutatások eltérő fókusza miatt kisebb ellentmondások is.

1. A német versenyhatóság a Facebook felhasználói adatok kezelését érintő magatartásával kapcsolatos versenyjogi kifogásai

A német versenyhatóság (*Bundeskartellamt*) 2016 márciusában kezdte el vizsgálni a Facebook feltételezeten versenyellenes magatartását.³⁷ A gyanú arra vonatkozott, hogy a vállalkozás a személyes adatok kezelését illetően a digitális kapcsolati hálók piacán feltételezhetően versenyjogba ütköző módon járt el.³⁸ A hatóság úgy gondolta, hogy a vállalkozás az adatvédelmi jogszabályokba ütköző módon kezeli a felhasználók adatait, ugyanis a fogyasztók kapcsolati hálójára, tevékenységére, preferenciáira, véleményére vonatkozó adatait a hirdetéseket értékesítő vállalkozásoknak adja át. Ennek következtében pedig a piaci helyzetét megerősítő gazdasági tevékenységet folytat.³⁹ A hatóság véleménye szerint így már nem pusztán adatvédelmi kérdésről volt szó, hanem a gazdasági tevékenység központi tárgyának a kezeléséről: a személyes adatok gyűjtéséről és felhasználásáról. A német versenytörvény 2017-es, kilencedik módosítása ezt a lehetőséget elismerte az új 18. § (3a) pontjában. A módosítás lehetővé tette, hogy a hatóság a digitális piacokon könnyített feltételekkel – amennyiben fogyasztóvédelmi aggályai vannak – végezzen iparági vizsgálatokat. Ennek köszönhetően indította el még 2017 decemberében vizsgálatát az okostévék piacán. Ez a vizsgálat szintén a fogyasztói adatok kezelésével kapcsolatos.

A vállalkozás magatartása a lassan klasszikus digitális felületi problémákat keverte és elemezte: minél többen használnak egy digitális felületet, annál több (viselkedésre és preferenciákra vonatkozó) adat szerezhető meg róla; minél több adatot tud kezelni egy felület tulajdonosa, annál vonzóbb lesz a potenciális új felhasználóknak és a felületen hirdetéseket elhelyezni kívánó vállalkozások számára, mert komplexebb felhasználói profilokat tud kínálni, amely személyre szabottabb hirdetéseket tesz lehetővé; a személyre szabott hirdetések olyan információkra is épülhetnek, amelyet algoritmusok generálnak a fogyasztói magatartások alapján és amelyről

³⁷ Amelynek célja a versenyző piaci helyzet helyreállítása, nem pedig a büntetés kiszabása. Lásd: *Bundeskartellamt*, „Hintergrundpapier_Facebook”, http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Diskussions_Hintergrundpapiere/2017/Hintergrundpapier_Facebook.html?nn=3591568

³⁸ “*Bundeskartellamt initiates proceeding against Facebook*”, March 2, 2016. http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Meldungen%20News%20Karussell/2016/02_03_2016_Facebook.html?jsessionid=9E23E5289115D315ADFFFC5A6BCA8D9A.1_cid387. Lásd még: Reuters.com, “Germany takes on Facebook in competition probe”. March 2, 2016. <https://www.reuters.com/article/us-facebook-germany-dataprotection/germany-takes-on-facebook-in-competition-probe-idUSKC-N0W40Y7>; Financial Times, “Facebook hit by German competition probe”, March 2, 2016. <https://www.ft.com/content/1f4afa34-e05e-11e5-96b7-9f778349aba2>.

³⁹ *Budzinski–Grusevaja* [2017].

sokszor a fogyasztóknak sincs „tudatos tudomása”. Az ilyen adathasználat adatvédelmi kérdéseket is felvet (pl. meddig terjed a személyes adatok kontrollja), de a közvetlen és közvetett hálózati hatások következtében versenyjogilag is aggályos lehet. A *Bundeskartellamt* vizsgálata kiegészítette ezen felvetéseket olyan német polgári és alkotmányjogban megjelenő alapelvekkel, amelyek lehetővé teszik a közhatalmi beavatkozást olyan helyzetben, amikor a szerződő felek alkupozíciója nem egyenlő és az egyik fél ennek következtében hátrányosabb kereskedelmi feltételek mellett lehet a szerződés része.⁴⁰

A vizsgálat indításakor a hatóság azt feltételezte, hogy a felhasználókat a Facebook nem tájékoztatja megfelelően azzal kapcsolatban, hogy a nem Facebook oldalon (pl. WhatsApp, Instagram és minden ún. „harmadik fél által üzemeltetett oldal”) folytatott tevékenységüket hogyan rögzíti és az azzal kapcsolatos információkat ki-nek és milyen feltételek mellett adja tovább. A versenyjogi jogsértés feltétele, azaz az erőfölény megállapítása a vizsgálat kezdetekor kérdéses volt.⁴¹

A hatóság 2017 decemberében küldte ki írásbeli figyelmeztetését a vállalkozásnak.⁴² A figyelmeztetésben közölt álláspont szerint először is a Facebook erőfölényes helyzetben van a kapcsolati hálók németországi piacán (a német felhasználók alapvetően német kapcsolatokkal rendelkeznek). A vállalkozásnak ugyan vannak kisebb versenytársai – a Google+, egyéb német kapcsolati hálók –, de tekintettel a közvetlen hálózati hatásokra, valamint a személy- (és méret-) alapú fogyasztói preferenciára, a felhasználók választási lehetősége korlátozott. Egy kapcsolati hálóban a regisztrált felhasználók a rendszer méretét, tagjainak számát és a napi használók számát tekintik elsősorban döntőnek. A Facebook a napi 23 millió és az összesen regisztrált mintegy 30 millió felhasználójával kiemelkedik a többiek közül. A hatóság azt állapította meg, hogy a kapcsolati hálók piacának nem része a *professzionális* kapcsolati hálók piaca (pl. LinkedIn, Xing), valamint a Twitter, YouTube, WhatsApp és Snapchat alkalmazások sem. Ezeket fogyasztói szempontból ún. kiegészítő szolgáltatásoknak kell tekinteni.

A Facebook erőfölényét a hatóság a vállalkozás kiemelkedően magas piaci részesedésében – a felhasználói alapú kapcsolati háló-piac 90%-a –, valamint az ezt tá-

⁴⁰ Mint látni fogjuk, a hatóság ezt az erőfölényes helyzetet kapcsán fejtette ki.

⁴¹ Az egyik fogyasztóvédelmi álláspont szerint az erőfölény megállapításához önmagában az is elegendő lett volna, hogy a felhasználóknak nincs lehetőségük arra, hogy adataikat és tevékenységüket egy másik szolgáltatóhoz „egy az egyben” áttegyék.

⁴² http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Diskussionen_Hintergrundpapiere/2017/Hintergrundpapier_Facebook.html?nn=3591568; valamint http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2017/19_12_2017_Facebook.html?nn=3591568

mogató közvetlen hálózati hatásban találta igazoltnak. Másodszor, a Facebook helyzetét erősítik a közvetett hálózati hatások által kifejtett piacra lépési korlátok és a kényszerkötődő fogyasztók is. Ilyen hálózati hatások a hirdetések által finanszírozott nulla-áras szolgáltatások piacán a kritikus felhasználói tömeg elérése, amely lehetővé teszi a hirdetőknak, hogy a Facebookhoz hasonló releváns választási lehetőséget kapjanak. Amennyiben nincs megfelelően „vonzó” alternatív felület, a hirdetőknak nem éri meg váltani. Alternatív felületet ugyan ki tudnak alakítani a versenytársak, azonban a közvetlen hálózati hatások következtében a kritikus felhasználói bázis nem alakulhat ki, így a Facebook költség- és vállalatgazdaságossági szempontból is hatékonyabban tud működni.

A fogyasztói adatok felhasználása így nemcsak hatékonyabb és pontosabb alkalmazásfejlesztést teszi lehetővé, hanem a vállalati szintű jövedelmezőséget is. Az adatoknak kiemelkedő szerepe van, amelyet a hatóságnak versenyjogi szempontból is kell értékelnie. Mivel a Facebooknak – az említett hálózati hatások és fogyasztói preferenciák miatt – egyre nagyobb adatbázishoz van hozzáférése, a versenytársaknak egyre nehezebb lesz versenyezni vele.⁴³

Tekintettel arra, hogy a vállalkozás a felhasználási szerződés teljes elfogadásától teszi függővé szolgáltatásának a használatát és arra, hogy a szolgáltatás elterjedtsége miatt a felhasználónak nincs alternatív lehetősége egy másik hasonló szolgáltatás használatára, a Facebooknak az adatvédelmi törvényen túl az erőfölényben lévő vállalkozásra vonatkozó szigorúbb versenyjogi szabályoknak is meg kell megfelelnie.

A fentiekén túl az is bizonyítható, hogy a vállalkozás adatvédelmi jogszabályba ütköző módon teszi a szolgáltatásának használatát attól függővé, hogy minden a felhasználót beazonosíthatóan érintő adatot – korlátok nélkül – összeszed elsősorban olyan oldalakról, amelyek a vállalati csoporthoz tartoznak. Ezt követően minden olyan oldalon és alkalmazáson is „adathalászatot végez” – a felhasználó jóváhagyásával –, amelyek a Facebook alkalmazásprogramozási felületéhez (*application programming interface – API*)⁴⁴ köthetők. A hatóság elsősorban azt kifogásolja, hogy a Facebook olyan oldalak használatával kapcsolatosan is begyűjt személyes adatokat, amelyek a kapcsolati hálóhoz közvetlenül nem tartoznak. A Facebook saját felületén begyűjtött adatokra nem az eljárás vonatkozik.

⁴³ A hatóság háttérdokumentuma ugyan nem tér ki rá, de feltételezhető, hogy a kényszerkötődés és a torzított fogyasztói preferenciák ezeket a hatásokat felerősítik.

⁴⁴ Az API egy program vagy rendszerprogram azon eljárásainak és azok használatának dokumentációja, amelyet más programok felhasználhatnak.

A *Bundeskartellamt* szerint az adatokhoz való korlátlan hozzáférés már önmagában is adatvédelmi törvényekbe ütközik, mivel a fogyasztókat visszavonhatatlanul kondicionálja abban az esetben is, ha a Facebookot használó készüléken vagy a harmadik fél programjában az internetes tevékenység követését a fogyasztó korlátozta. A fogyasztók helyzetének kihasználása – a szerződési partnerek egyikének tisztességtelen üzleti ajánlata által – azonban versenyjogi szempontból is aggasztó.⁴⁵ Ugyan a fogyasztóknak közvetlenül és pénzügyileg megjelenő sérelme nem észlelhető – ez feltétele lenne a klasszikus kihasználó jellegű visszaéléseknek –, a felhasználókat érő sérelem a személyes adatokhoz kapcsolódó, alkotmányosan is megjelenő „személyes adatokról való rendelkezés” („*informational self-determination*”) jogának elvesztésében jelenik meg. Ezt kiegészítően a fogyasztók kihasználására épülő jogsértés a hirdetőik között is hatásokat fejthet ki, ugyanis a folyamatosan, egy kézben növekvő hirdetési piac feltételezhetően csökkenti a választás lehetőségét mind a felületek vonatkozásában,⁴⁶ mind a hirdetési árak közötti választás lehetőségében. Tekintettel a Facebook erőfölényes helyzetére, a fogyasztókra kényszerített⁴⁷ korlátlan adathalászat és adatfelhasználás a hatóság véleménye szerint versenyjogot is sért.

A *Bundeskartellamt* által folytatott vizsgálat kitér arra, hogy a vállalkozások adatokat gyűjtő és elemző magatartása nem csak adatvédelmi kérdés: az adatokat elemzik, csomagolják és végül értékesítik harmadik félnek, aki hirdetésre használja fel azokat. Ez pedig gazdasági tevékenységként definiálható, alapvetően befolyásolja az online működő vállalkozások piaci helyzetét, és ennek következtében túlmutat az adatvédelem hatáskörén.

Az ügyben döntés 2018 nyarán várható, ugyanakkor érdemes megjegyezni, hogy a német hatóság nem csupán a *mainstream*, hanem kifejezetten a digitális piacokon értelmezhető közgazdasági szempontokat követő magatartása tetten érhető a hatóság 2018. május 14-én közzétett iránymutatásában is. (Az osztrák versenyhivatallal

⁴⁵ Az üzlet tisztességtelensége a német alapjogi törvényből és egyéb polgári jogi alapelvekből is levezethető (különösen: § 19 GWB). A hatósági háttéranyag kitér arra, hogy a versenyjogi értelmezést segíti a Legfelsőbb Bíróság esetjoga („VBL Gegenwert II” [Bundesgerichtshof Urt. v. 24.01.2017, Az.: KZR 47/14] és a „Pechstein“ [Bundesgerichtshof Urt. v. 7.06.2016, Az.: KZR 6/15] ügyek), amely megengedi a polgári jogi alapelvek használatát olyan esetben, amikor az üzleti felek kiegyenlített tárgyalási helyzete kérdéses.

⁴⁶ Ezt a Facebook radikálisan növekedő hirdetési bevételeivel látta támogatottnak a hatóság.

⁴⁷ „Kényszerített”, mivel más választási lehetősége nincs a fogyasztónak, ha használni akarja a szolgáltatást.

közösen konzultációra bocsátott iránymutatás⁴⁸ a digitális piacokat érintő összefonódások esetében nyitja meg a lehetőséget a hatóság előtt szélesebb körben való vizsgálódásra, ugyanis bejelentési kötelezettséggel terheli az olyan összefonódásokat is, ahol a kötelezettség alapja nem a vállalkozások bevétele, hanem a felvásárlási ár nagysága lesz. Ezáltal olyan ügyletek is hatósági jóváhagyástól függenének, amelyek esetében az egyik (vagy mindkét fél is akár) veszteséges lenne, ugyanakkor a felvásárlási ár magas (400 millió euró Németországban, 200 millió euró Ausztriában). Ez tipikusan a technológiai piacokra jellemző, ahol – ahogyan fentebb jellemeztem – a *start-up*ok stratégiája nem a profitszerzés, hanem a piacépítés és a felhasználói adatok nagymértékű gyűjtése.

2. A holland adatvédelmi hatóságnak a Microsoft adatvédelmet érintő magatartásával kapcsolatos versenyjogi kifogásai

A holland adatvédelmi hatóság (*Autoriteit Persoonsgegevens*) 2017 októberében kifogást emelt a Microsoft ellen, mert az a Windows 10 operációs rendszer használóitól a hatályos holland adatvédelmi törvénybe ütköző módon szerzett és kezelt adatokat.⁴⁹ A *Windows 10 Home* és *Pro* változatait is érintő vizsgálat elsősorban azt kifogásolta, hogy a Microsoft nem tájékoztatta megfelelően a felhasználókat arról, hogy milyen adatot gyűjt be, és azt mire használja, illetve a felhasználóknak nem volt lehetőségük az adatkezeléssel kapcsolatosan a tényleges hozzájárulás kifejezésére sem.⁵⁰

Pontosabban a hatóság azt kifogásolta, hogy rendszeres technológiai monitoring mellett a Microsoft-felhasználóktól a Windows webböngésző – *Edge* – használatkor minden adatot begyűjt, amelyek a fogyasztók webes tevékenységeit érintik. A folyamatot a gyártó ún. telemetrikus (*telemetry*) adatszerzésnek minősítette.⁵¹ A vizsgálat megállapította, hogy hasonlóan járt el az eljárás alá vont az egyes appli-

⁴⁸ Bundeskartellamt, “Joint guidance on new transaction value threshold in German and Austrian merger control submitted for public consultation“, 14.5.2018. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2018/14_05_2018_TAW.html

⁴⁹ <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/en/news/dutch-dpa-microsoft-breaches-data-protection-law-windows-10>

⁵⁰ Microsoft Windows 10 Home and Pro investigation by the Autoriteit Persoonsgegevens (Dutch DPA), August 2017.

⁵¹ Az eljárás lényege, hogy a követett fogyasztói tevékenységről a gyártó rendszeres fotókat küld a szerverére, amelyeket aztán elemez. Microsoft alap és teljes telemetrikus adatelemzés között tesz különbséget: az utóbbi széles körű adatelemzést tesz lehetővé.

kációk használatakor is, amikor a felhasználók az Edge-en az eredeti beállításokat (*default settings*) használták. A *default settings* beállítás megtartása azért érdekes, mert többretegű fogyasztói magatartás megismerésére biztosít lehetőséget a Microsoftnak, szemben a felhasználó által beállított, egyéni profil adta lehetőségekkel: például előbbi lehetővé teszi, hogy a gyártó megismerje, hogy a felhasználó milyen applikációkat tölt le, ill. azokat milyen gyakran használja, vagy az InkPad applikációban milyen, akár kézzel írott adatokat ad meg.

Következésképpen a hatóság megállapította, hogy a Microsoft gyakorlata nem teszi lehetővé, hogy a *default settings*-en dolgozó felhasználók pontosan megismerjék, hogy mely adataikat és milyen célra használják fel, illetve arról sem nyújtanak nekik tájékoztatást, hogy az adataik elemzése következtében személyre szabott ajánlatokat és hirdetések is kaphatnak. Ennek elkerülésére csak az eredeti beállításokból való ún. *opt out* után van lehetőség. A gyártó által biztosított általános tájékoztatás pedig – ez a *Creators Update*-ben jelenik meg a szolgáltatás betöltésekor – a begyűjtött és vizsgált adatokkal kapcsolatosan csak példák szintjén ismerteti meg a lehetséges adatgyűjtés tényét és céljait, azonban alkalmatlan arra, hogy a *default settings*-szel kapcsolatos minden adatgyűjtésről tájékoztassa a felhasználót.

A hatóság továbbá úgy találta, hogy az általános tájékoztatás és a felhasználással kapcsolatos leírás alkalmatlan arra, hogy a fogyasztók a hozzájárulásukat mint az adatkezeléshez való felhatalmazást megadják. A DPA ezt a személyes szférába túlságosan mélyre hatoló beavatkozásnak találta.

A Microsoft azzal védekezett, hogy a 2017 áprilisában kiadott *Creators Update* a 3D javítások és az interfészek közötti kapcsolatok javítása mellett több korábban megfogalmazott adatkezelési kritikát próbált kijavítani, többek között azzal, hogy felére csökkentette az „alap” telemetrikus kezelésben begyűjtött adatot.⁵² A gyártó azzal érvelt, hogy a telemetrikus adatgyűjtés a szoftverhibák kijavítása, a szoftverek frissítése és a magasabb biztonsági szint elérése érdekében volt szükséges. A javítások ezek mellett minimalizálják az adatok gyűjtését, és teljesebb, személyre szabottabb felhasználást tesznek lehetővé minden olyan fogyasztó számára, aki a teljes telemetrikus adatgyűjtést választja. Az adatkezelési átláthatóság növelése érdekében a frissítéssel a Microsoft teljes körű diagnosztikai jelentést is ígért minden felhasználónak. A *Creators Update* bejelentése megemlítette továbbá, hogy az adatkezelési

⁵² [https://blogs.windows.com/windowsexperience/2017/04/05/windows-10-privacy-journey-continues-more-transparency-and-controls-for-you/" \l "3vDABv1CRvPGpA5B.97](https://blogs.windows.com/windowsexperience/2017/04/05/windows-10-privacy-journey-continues-more-transparency-and-controls-for-you/)

politikák átdolgozása az Európai Unió Adatvédelmi Munkacsoportjának⁵³ – különösen a francia és a svájci adatvédelmi hatóságoknak – a Windows 10-re vonatkozó sajátos iránymutatásai alapján készült.⁵⁴

Az ügyben végül a holland adatvédelmi hatóság elrendelte, hogy a hatályos jogszabálynak megfelelően a Microsoftnak tényleges és valós fogyasztói felhatalmazást kell szereznie, mielőtt adatokat gyűjt be a felhasználótól. Egy ilyen felhatalmazásnak pedig feltétele a teljes körű fogyasztói tájékoztatás. Az ún. témák betöltésekor megjelenő rövid ismertető nem felelt meg ennek a kritériumnak, ugyanis abból nem derült ki, hogy a teljes telemetrikus adatgyűjtés milyen adatot és milyen céllal rögzít. A Microsoft adatvédelmi politikája arra sem ad lehetőséget, hogy a fogyasztók hozzájárulását félreérthetetlen hozzájárulásnak lehessen tekinteni, ugyanis az alkalmazás betöltésekor a fogyasztók hozzájárulása vagy az *opt-out* választása nem jelent teljes körű hozzájárulást az adataik begyűjtéséhez.

Az adatvédelmi politika azt sem biztosítja, hogy a felhasználók teljes körűen megismerjék az adatkezeléshez való hozzájárulásuk következményeit (pl. személyre szabott hirdetések). Továbbá a Creators Update használatakor a Microsoft nem volt tekintettel a már létező fogyasztói preferenciákra sem – pl. a korábbi alap telemetrikus adatgyűjtésből teljes körű adatgyűjtésbe való átmenet –, amely szintén jogszabályba ütközik. A Microsoft meglepőnek nevezte a hatóság megállapításait, de egyben teljes körű megfelelési politikájáról biztosította.

3. A missouri állami főügyészi vizsgálat a Google és az Uber ellen

2017 novemberében a missouri államügyészi hivatal vizsgálatot indított a Google ellen annak gyanújával,⁵⁵ hogy a vállalkozás mind az adatvédelmi, mind a versenyügyi szabályokat megsérti.⁵⁶ A republikánus államügyészi iroda gyanúja szerint a vállalkozás megsérthette mind a fogyasztóvédelmi (*Missouri Merchandising Practices Act*⁵⁷), mind a tagállami versenyügyi szabályozást.

⁵³ Ez a munkacsoport fogja össze az EU tagállamok adatvédelmi hatóságait. („Article 29 Working Group”)

⁵⁴ <https://blogs.windows.com/windowsexperience/2017/04/05/windows-10-privacy-journey-continues-more-transparency-and-controls-for-you/#3vDABv1CRvPGpA5B.97>

⁵⁵ <https://www.ago.mo.gov/home/news-archives/2017-news-archives/ag-hawley-issues-investigative-demands-to-google-inc->

⁵⁶ Az államügyészek ún. „*parens patriae*” ügyeinek komoly szerepe van az USA-ban, hiszen így lehet egy tagállami ügyből szövetségi jelentőségű eljárás.

⁵⁷ The Missouri Merchandising Practices Act of 1967.

A feltételezett jogsértések között megtalálhatók a Google ellen az európai eljárásokban kifogásolt magatartások – a Google más weboldalakról származó adatgyűjtése, a keresési eredmények rangsorolása, a Google partneroldalakra való átirányítás, valamint a Google egyes versenytársainak a rangsorban való hátrébb helyezése –, továbbá a fogyasztói online tevékenység gyűjtésének, elemzésének és a fogyasztók beleegyezése nélkül való felhasználásának a gyanúja is.

Ugyanebben a hónapban az államügyész az Uber tulajdonában álló adathálózatban bekövetkezett adatszivárgás, illetve adatlopás miatt is eljárást indított a vállalkozás ellen.⁵⁸ Az eljárás alapja a Missouri állambeli fogyasztóvédelmi és adatvédelmi törvények megsértése volt. A feltételezett jogsértések alapja nagyvonalban megegyezik az Általános Adatvédelmi Rendelet (GDPR) rendelkezéseivel az adatszivárogtatással és adatlopással kapcsolatos tájékoztatás tekintetében.

Megjegyzendő, hogy a fenti ügyek egyike sem jutott még abba a fázisba, amikor az államügyészi hivatal kimondta volna a versenyjogi jogsértést, ugyanakkor a feltételezett magatartások és az eljárások karaktere miatt erre lehetőség van.

4. Az ausztrál versenyhivatal Facebookot és Google-t érintő eljárása

Az ausztrál versenyhivatal (*Australian Competition and Consumer Commission, ACCC*) 2017 decemberében vizsgálatot indított⁵⁹ a Google és a Facebook ellen azzal a gyanúval, hogy a két vállalkozás a felhasználókról azok tudta nélkül hatalmas mennyiségű adatot gyűjt és kezel, valamint visszaél piaci erejével.⁶⁰ Az eljárás azt vizsgálja, hogy a vállalkozások visszaéltek-e a piaci erejükkel, amikor a fogyasztókkal, médiatartalom-készítőkkel és hirdetőkkal kereskedelmi kapcsolatba kerültek. A vizsgálat kiterjed többek között a hírportálok rangsorolásának gyakorlatára, a fogyasztókkal kapcsolatos információk gyűjtésére, valamint az adatgyűjtés átláthatóságára is. A vizsgálat érdekessége, hogy a versenyhivatal előre bejelentette, hogy a fogyasztók véleményének az elemzése az adatérzékenységgel kapcsolatos elemzések központi eleme lesz.⁶¹

⁵⁸ <https://www.ago.mo.gov/docs/default-source/press-releases/2017/UberLetter.pdf>

⁵⁹ <https://www.accc.gov.au/media-release/accc-commences-inquiry-into-digital-platforms>

⁶⁰ Lásd még: <https://www.competitionpolicyinternational.com/australia-regulator-turns-their-eyes-on-facebook/>; <https://www.reuters.com/article/us-australia-antitrust-alphabet/australia-to-probe-facebook-google-over-media-disruption-idUSKBN1DY00T>

⁶¹ A közvetlen fogyasztói élmények begyűjtése módszertanilag pontosabb eredményeket hoz, mint a célcsoportos vizsgálatok, vagy a „*revealed preference*” laboratóriumi mérése.

A hivatalnak 18 hónapja van a kormány által elrendelt vizsgálatra, amely a vállalkozások által gyakorolt magatartás hosszú távú hatásait is elemzi. Az előzetes jelentést 2018. december 3-ig kell benyújtani, a végleges jelentés elkészítésére 2019. június 3-ig van ideje a hivatalnak. Az eljárást két nyilvános meghallgatás is segítette, 2018. május 29-én és 30-án.

E tanulmány befejezésekor az ausztrál versenyhivatalnak az eljárás befejezését és tartalmát érintően eljuttatott kérdésekre érkezett válasz csak a fenti dátumokat és határidőket erősítette meg,⁶² de különböző közvetett forrásokból,⁶³ valamint a közvetett válaszokból⁶⁴ megszerezhető információknak köszönhetően a következők ismerhetők: a Google⁶⁵ és a Facebook⁶⁶ megegyezően azt válaszolták a versenyhivatal kérdéseire, hogy nem érdekeltek a médiaüzletben, az ő feladatuk csupán ún. közvetítő szerep. Hangsúlyozták továbbá, hogy az ausztrál piaci helyzet nem egyedi, hanem globális jelenségről van szó, valamint a fejlesztéseik központjában az átalakuló médiafogyasztási szokások kiszolgálása áll.⁶⁷ Ezt a véleményt az ágazati vizsgálatban választ szolgáltatók közül többen is vitatták: szerintük a két digitális óriás algoritmusai nem átláthatók, rendszeresen változnak és az együttműködés feltételei is követhetetlenek. A felületek továbbá nem engedik az egyéb felületekre történő adathordozást sem, ezzel is akadályozva a kiadók és hirdetőik gazdasági működését. Egyes beadványok felhívták a figyelmet az Amazon piaci erejére is, különösen a vállalkozás kiadókat felfaló árazással ellehetetlenítő gyakorlatára.⁶⁸ Összességében a digitális nagyvállalkozások – Amazon, Facebook, Google – magatartása a digitális hirdetések piacán csökkenti a versenyt, állítják beadványaikban a válaszadók szinte egybehangzóan.

⁶² Az Australian Competition and Consumer Commission email-beli válasza a cikk szerzőjének, 2018. 06. 21.

⁶³ MLex, „Facebook, Google probe unleashes Australian media’s fury over algorithms”. 4 May 2018. <https://mlexmarketinsight.com/insights-center/editors-picks/antitrust/oceania/facebook,-google-probe-unleashes-australian-medias-fury-over-algorithms>; The Guardian, „Google tells Australian regulator it is not contributing to the ‘death of journalism’”. 23 April, 2018. <https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/23/google-tells-australian-regulator-it-is-not-contributing-to-the-death-of-journalism>; The Sydney Morning Herald, „Google, Facebook defend role in media amid ACCC probe”. 23 April 2018. <https://www.smh.com.au/business/companies/google-facebook-defend-role-in-media-amid-acc-probe-20180423-p4zb47.html>.

⁶⁴ ACCC, Digital Platforms Inquiry. <https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries/digital-platforms-inquiry/submissions-may-2018>

⁶⁵ Google Australia Blog, „Consumers will determine the future of news”. April 23, 2018. <https://australia.googleblog.com/2018/04/consumers-will-determine-future-of-news.html>.

⁶⁶ Facebook válasza. 18 April 2018. <https://www.accc.gov.au/system/files/Facebook%20Australia%20%28April%202018%29.pdf>

⁶⁷ Ibid., 56.

⁶⁸ Australian Publishers Association válasza. 20 April 2018. <https://www.accc.gov.au/system/files/Australian%20Publishers%20Association%20%28April%202018%29.pdf>

III. Következtetések

Úgy tűnik, hogy az a verseny-közgazdasági felfogás, amely szerint a versenyjog kizárólagos feladata a fogyasztói jólét védelme – elsősorban az árversenyen keresztül –, a big data kapcsán nem tartható. Az egyik legtöbbet idézett versenyjogi témájú cikk – *Khan* fentebb hivatkozott 2017-es, az Amazon versenyjogi paradox helyzetét bemutató tanulmánya – is kiemeli, a fogyasztói jólétet a rövid távú árhatásokban megtaláló stratégia képtelen arra, hogy az online piactérben a piaci erőfölényt beazonosítsa. A cikk szerint a jelenlegi versenyjogi politika nem értékeli megfelelően az üzletileg teljesen elkülönülő alkalmazások és tevékenységi körök közötti felfaló árazást, valamint ezen alkalmazások online integrációját és az ebből fakadó veszélyt. Az (online) felületek és alkalmazások sajátos közgazdasági természete arra bátorítja a vállalkozások tulajdonosait, hogy a közvetlen hasznot félretéve, akár az alapesetben irracionális felfaló árazást is választva, a befektetők tőkéjére koncentrálnak növekedjenek. A „növekedést” az adatforrás-felhasználóknak a bővülésével és a szolgáltatáshoz való lekötésével, valamint a rendületlenül szélesedő portfólióval lehet azonosítani. Tekintettel arra, hogy a befektetők a tőkeinjekciók által gyakran elismerik az ilyen magatartást, a felfaló árazás doktrínája szerinti irracionalitás központi helyé válik a vállalkozásokat működtetők szemében: van értelme a veszteségnek, hiszen úgymint egyszerre nagy pénz áll a házhoz tőkeinjekció formájában.⁶⁹ *Khan* véleménye szerint továbbá az alkalmazások felületeket és szolgáltatásokat integráló szerepe oda vezethet, hogy az online piactérben megkerülhetetlen hálózatokká válnak, amelynek következtében akár a versenytársaikkal kapcsolatos információt is begyűjthetik és kihasználhatják a saját érdekében.⁷⁰

A paradigmaváltás egyik forrása a fogyasztói oldalon rendszerszinten kimutatható adatvédelmi preferenciák inkonzisztens jellegében keresendő.⁷¹ Az egyéni fogyasztói döntések lehetnek ugyan stratégiai megfontolások eredményei, de változnak, időben nem stabilak, és a döntéshozatali folyamatot elemezve a széles körben használt neoklasszikus alapokra épülő közgazdasági modelleknek nem felelnek meg.⁷² Az empirikus kutatások bizonyítják, hogy az ilyen modellekben megjelenő

⁶⁹ Az, hogy az ilyen gondolkodás mennyire megalapozott, vagy éppen milyen mértékben egy racionális *homo economicus* kifejlődésének az eredménye, szintén érdekes gondolatmenet (ugyanis, ha nem racionális vagy megalapozott, akkor a neoklasszikus tanok alkalmazása ellen az online üzletekkel kapcsolatosan újabb érv sorakoztatható fel *principal-agent* viselkedést vizsgálva. Ez azonban nem szerves része ezen tanulmánynak.)

⁷⁰ *Khan* [2017], 802. o.

⁷¹ Lásd a szerző korábbi tanulmányait.

⁷² Lásd: *Acquist Loewenstein* [2013], 252. o.

költségelemek a személyes adatok vonatkozásában az idő-, környezet- és viszonyítási pontok változói miatt nehezen számba vehetők.⁷³ A bizonytalansági tényező kiemelkedő szerepe miatt a személyes adatok biztonságának a kérdése és azok értékesítése sokkal inkább viselkedés-gazdaságtani, mintsem normatív megközelítést igényel.⁷⁴

Az Amerikában még uralkodó benemavatkozás-párti felfogás az Európai Unióban és néhány jogterületen már változni látszik.⁷⁵ Az egyes idézett ügyek és hivatkozott eljárások is ezt támasztják alá. Ugyan a big dátával kapcsolatos ügyek fókuszában továbbra is elsősorban a fogyasztók személyes jogainak a verseny általi támogatása, a neoklasszikus tanoktól való megközelítésbeli eltávolodás ennek ellenére érezhető.⁷⁶

A fogyasztó vagy a fogyasztói jólét versenyjogi védelme immár egy szélesebb területet is átfog: nem csak a felhasználók tényleges vagy vélt érzékenységre koncentrálnak, hanem a személyes adatok védelmére, az azzal összefüggő – vélt vagy valós – anyagi vagy nem anyagi károokra is. Ugyan a belépési korlátok letörése és a szabad verseny kialakítása továbbra is fő szempontok maradnak egy eljárásban, úgy tűnik, hogy az új eljárások már nem zárják ki teljes mértékben a fogyasztók személyes adatok biztonságához való jogának a versenyjogi eszközök általi védelmét sem. A személyre szabott szolgáltatások fejlődése egyben – a személyre szabás kiterjedése – a fogyasztót döntésében befolyásoló szolgáltatásváltási költségek növekedéséhez vezethet. Ez pedig egyértelműen a piaci verseny hiányát vagy gyengeségét mutatná.

Egy másik vélemény szerint a hatalmas adatrendszerrel rendelkező digitális vállalkozások olyan szerepet töltenek ma már be, mint korábban a vasút vagy később a telekommunikációs hálózatok. Számos – akár B2B – szolgáltatás nyújtásához is

⁷³ Lásd a szerző már hivatkozott, korábbi tanulmányait.

⁷⁴ Lásd: *Slovic* [1995].

⁷⁵ Conference on “Online Markets and Offline Welfare Effects – The Internet, Competition, Society, and Democracy. May 2017. https://www.law.ox.ac.uk/sites/files/oxlaw/programme_11.pdf; “Digital Privacy is Making Antitrust Exciting Again”. *Wired*, 4 June 2017. <https://www.wired.com/2017/06/antitrust-watchdogs-eye-big-techs-monopoly-data/>; “Should Antitrust Regulators Stop Companies from Collecting So Much Data?” *Harvard Business Review* April 17, 2017. <https://hbr.org/2017/04/should-antitrust-regulators-stop-companies-from-collecting-so-much-data> (kritikai megközelítése a fokozott versenyjogi beavatkozásnak). Megjegyzés: a tanulmány készítésével egy időben folyamatban volt egy olyan kutatás, amely azt vizsgálta, hogy az EU versenyügyi biztosának nyilvános beszédeiben hányszor hangozott el a „fairness” (tisztességesség, korrektség) szó, és hogy az mennyire nem a fogyasztókkal szembeni korrekt magatartásra, hanem sokkal inkább a piaci versenytársakkal szembeni korrekt magatartásra vonatkozik. A kutatás eredményei nem véglegesek, de annak tartalma számos brüsszeli kerekasztal-beszélgetésben előkerült.

⁷⁶ Ezt nyilatkozta az EU versenyügyi biztosa is nemrég. „Facebook probe is in Antitrust, Privacy grey zone, EU says”. *Bloomberg*, 14 September 2016. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-09-14/facebook-probe-in-antitrust-and-privacy-gray-zone-vestager-says>

immár megkerülhetetlenek.⁷⁷ A nélkülözhetetlenségük pedig különös versenyjogi korlátok közé szorítják az üzemeltetőjüket.

Összegezve, amennyiben a versenyjogot kiterjesztően alkalmazó hatóságok a piaci versenyt és nem a fogyasztók rövid távú érzékenységét védik, a következő eszközök közül választhatnak.⁷⁸ A „klasszikus” versenygazdaságtani megközelítést visszaállítva, a vertikális integrációt gyakrabban alkalmazva, valamint a vállalkozások üzleti modelljét a versenykénszer szempontjából vizsgálva: képes-e arra egy vállalkozás, hogy a méretéből és online jelentőségéből adódóan befolyásolni tudja a piaci struktúrát? Képes-e arra, hogy keresztfinanszírozással biztosítsa az egyes, üzletvitelileg nem rokon vállalkozási részei között a jövedelmezőséget? A vállalkozásnak célja-e, hogy akár veszteséget okozva feláldozza a profitot, és ezt a pénzügyi piacok sikerként ismerik-e el? Amennyiben a nélkülözhetetlen eszközökhöz hasonlóan,⁷⁹ vagy közel 150 éves múltra⁸⁰ visszatekintő, a köz érdekében működő vállalkozások versenyszabályozását⁸¹ alkalmazva az integrált online vállalkozásokat speciális versenyszabályok szerint vizsgálná a hatóság, nagyobb esélye lenne arra, hogy a fogyasztói jólétet megvédje, míg a vállalkozás is eredményes és nyereséges maradna.

Irodalomjegyzék

- Abrahamson, Z. [2014]: Essential Data. 124 *YALE L.J.* 576.
- Acquisti, A. – John, L. – Loewenstein, G. [2013]: What is Privacy Worth? *Journal of Legal Studies*, Vol. 42., 249–274. o.
- Balto, D. A. – Lane, M., [2016]: Monopolizing Water in a Tsunami: Finding Sensible Antitrust Rules for Big Data. <https://ssrn.com/abstract=2753249>
- Belényesi Pál [2015]: A digitális piacok időszerű versenyjogi vonatkozásai – A digitális piacokra vonatkozó joggyakorlat és a kapcsolódó joggazdasági megfontolások összehasonlítása az Egyesült Államokban és az Európai Unióban. Tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal számára. http://www.gvh.hu//data/cms1033315/12_Belenyesi_Pal_a_digitalis_piacok.pdf
- Belényesi Pál [2016a]: Digitális platformok és a Big Data. In: Verseny és Szabályozás, 2016. MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet. 127–163. o.
- Belényesi Pál [2016b]: A technológiai piacok versenyjogi vonatkozásai. In: *Technológia Jog* (szerk.: Tóth András), Károli Gáspár Református Egyetem, ÁJK, Budapest, 2016., 161–175.

⁷⁷ Khan [2017].

⁷⁸ Khan [2017], 803. o.

⁷⁹ Pasquale [2011], 401. o., Szoka [2011], Abrahamson [2014], 576. o.

⁸⁰ Munn v. Illinois, 94 U.S. 113 (1877).

⁸¹ Pl. Leslie [2012], 885., 887. o., Boyd [2014], 1614., 1616. o.

- Belényesi Pál* [2018]: Big Data és a fogyasztók befolyásolása – az elmúlt két év nemzetközi kutatásainak az összefoglalása. Tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal számára. (E tanulmány lezárásakor még nem elérhető a Versenyhivatal honlapján.)
- Boyd, W.* [2014]: Public Utility and the Low-Carbon Future. 61 *UCLA L. REV.* 1614, 1616.
- Budzinski, O. – Grusevaja, M.* [2017]: Die Medienökonomik personalisierter Daten und der Facebook-Fall. *Imenau Economics Discussion Papers*, No. 107. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/168318/1/885568796.pdf>
- Costa-Cabral, F. – Lynskey, O.* [2017]: Family ties: The intersection between data protection and competition in EU law. 54 *Common Market Law Review*, Issue 1., 11–50.
- Daly, A.* [2017]: Beyond ‘Hipster Antitrust’: A Critical Perspective on the European Commission’s Google Decision. *European Competition and Regulation Law Review*, 188.
- Evans, D. S.* [2013]: Attention to Rivalry among Online Platforms and its implications for Antitrust Analysis. Coase-Sandor Institute for Law & Economics Working Paper, No. 627.
- Evans, D. S.* [2014]: Rivals for Attention: How Competition for Scarce Time Drove the Web Revolution, What it Means for the Mobile Revolution, and the Future of Advertising. <https://ssrn.com/abstract=2391833>
- Hámori Balázs* [2013]: Új szereplők és magatartásformák az átalakuló tranzakciós térben. http://real-d.mtak.hu/683/7/dc_687_13_doktori_mu.pdf
- Kennedy, J.* [2017]: The Myth of Data Monopoly: Why Antitrust Concerns About Data Are Overblown. Information Technology and Innovation Foundation. <http://www2.itif.org/2017-data-competition.pdf>
- Khan, L. M.* [2017]: Amazon’s Antitrust Paradox. *The Yale Law Journal*, 1260/710-805.
- Leslie, C.* [2012]: Antitrust Law as Public Interest Law. 2 *U.C. IRVINE L. REV.* 885, 887.
- Mendoza, D. K. O.* [2016]: Antitrust in the New Economy Case Google Inc., Against Economic Competition on Web. *Mexican Law Review*, January–June, 1–29. o.
- Pasquale, F.* [2011]: Dominant Search Engines: An Essential Cultural & Political Facility. *The Next Digital Decade*, 401 (Szoka et al. eds., 2011)
- Perotti, E.* [2017]: Google’s antitrust woes around the world. Public Affairs Media Policy Briefing, 27 July 2017, 1–17.
- Reyna, A. – Martin, D.* [2017]: Online Gatekeeping and the Google Shopping Antitrust Decision: The Beginning of the End or the End of the Beginning? *European Competition and Regulatory Law Review*, 3/2017, Symposium on Google Search (Shopping) Decision.
- Slovic, P.* [1995]: The Construction of Preference. *American Psychologist* 50: 364–71.
- Sokol, D. – Comerford, R.* [2016]: Does Antitrust Have a Role to Play in Regulating Big Data? *Cambridge Handbook of Antitrust, Intellectual Property and High Tech*, Roger D. Blair & D. Daniel Sokol editors, Cambridge University Press.
- Stucke, M. – Grunes, A.* [2016]: Big Data and Competition Policy. Oxford University Press. https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/1220673/mcsweeny_-_oxford_cclp_remarks_-_algorithms_and_coordinated_effects_5-22-17.pdf
- Szabó Endre Győző* [2017]: A kétoldalú piacok elmélete és a személyes adatok védelme – a Google ítélet elemzése versenyjogi és adatvédelmi szempontok szerint. *In Medias Res*, 1., 170–181. o.

Egyéb forrás

- ACCC, Digital Platforms Inquiry. <https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries/digital-platforms-inquiry/submissions-may-2018>
- ACCC, Facebook's answer to the inquiry: <https://www.accc.gov.au/system/files/Facebook%20Australia%20%28April%202018%29.pdf>
- Australian Competition and Consumer Commission emailbeli válasza a cikk szerzőjének, 2018. 06. 21
- Apple Insider, "Taiwan FTC fines Apple for seeking to manage retailers' iPhone pricing", December 25, 2013. <http://appleinsider.com/articles/13/12/25/taiwan-ftc-fines-apple-for-seeking-to-manage-retailers-iphone-pricing>
- Australian Publishers Association answer to the inquiry. <https://www.accc.gov.au/system/files/Australian%20Publishers%20Association%20%28April%202018%29.pdf>
- Bloomberg, „Facebook probe is in Antitrust, Privacy grey zone, EU says”, 14 September 2016. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-09-14/facebook-probe-in-antitrust-and-privacy-gray-zone-vestager-says>
- Bundeskartellamt, http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2017/13_12_2017_SU_SmartTV.html
- Bundeskartellamt, „Hintergrundpapier Facebook”, http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Diskussions_Hintergrundpapiere/2017/Hintergrundpapier_Facebook.html?nn=3591568
- “Bundeskartellamt initiates proceeding against Facebook”, March 2, 2016. http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Meldungen%20News%20Karussell/2016/02_03_2016_Facebook.html?jsessionid=9E23E5289115D315ADFFFC5A6BCA8D9A.1_cid387
- Business Korea, „Korea's Fair Trade Commission Probes Office of Apple Korea”, November 27, 2017. <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=19932>
- Business Korea, “Apple Likely to Face Fine for Unfair Practices in Korea”, April 9, 2018. <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=21516>
- CADA, “Cade investigates Google's possible anticompetitive practices in the Brazilian online search market”, October 11, 2013. <http://en.cade.gov.br/press-releases/cade-investigates-google2019s-possible-anticompetitive-practices-in-the-brazilian-online-search-market>
- CADE, “General Superintendence recommends the filling of two proceedings against Google”, May 16, 2018. <http://en.cade.gov.br/general-superintendence-recommends-the-filling-of-two-proceedings-against-google>
- Case 39740 Google Search (Shopping). http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39740
- Competition Commission of India, Case No. 07 and 30 of 2012. <https://www.cci.gov.in/sites/default/files/07%20&%20%2030%20of%202012.pdf>
- Competition Policy International, „Japan: Amazon's headquarters are raided by nation's regulator”. March 15, 2018. <https://www.competitionpolicyinternational.com/japan-amazon-headquarters-raided-by-nations-regulator/>
- Competition Policy International, “Australia: Regulator turns their eyes on Facebook”, February 20, 2018. <https://www.competitionpolicyinternational.com/australia-regulator-turns-their-eyes-on-facebook/>
- Conference on “Online Markets and Offline Welfare Effects – The Internet, Competition, Society, and Democracy. May 2017. https://www.law.ox.ac.uk/sites/files/oxlaw/programme_11.pdf
- CNET, „Japanese antitrust regulators weigh action against Apple, carriers”. September 23, 2016. <https://www.cnet.com/news/japanese-ftc-antitrust-regulators-weigh-action-against-apple-wireless-carriers/>

- Data Protection Authority, The Netherlands, <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/en/news/dutch-dpa-microsoft-breaches-data-protection-law-windows-10>
- Digital Trends, “Apple sued for \$55 million, accused of abusing its market power in France”, 4.6.16. <https://www.digitaltrends.com/mobile/apple-france-lawsuit-unfair-practices/>
- Ernst & Young: Versenyjogi kockázatok a disztribúciós megállapodásokban. *Versenyjogi hírlevél*, 2017/2. http://www.eylaw.hu/wp-content/uploads/2017/06/versenyjogi_hirlevel_2017_06_12.pdf
- Európai Bizottság, E-kereskedelmi ágazati vizsgálat, http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html
- Európai Bizottság, Case 39740, Google Search, http://ec.europa.eu/competition/elojade/iseif/case_details.cfm?proc_code=1_39740
- Európai Bizottság, Case 40099, Google Android, http://ec.europa.eu/competition/elojade/iseif/case_details.cfm?proc_code=1_40099
- Európai Bizottság, Case 40411, Google Search (AdSense), http://ec.europa.eu/competition/elojade/iseif/case_details.cfm?proc_code=1_40411
- Európai Unió Bíróságának 2014. május 13-án hozott ítélete a c131/12. sz. *Google Spain SL and Google Inc. v. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) and Mario Costeja González* ügyben folyamatban lévő eljárásban (előzetes döntéshozatal)
- Fair Trade Act of 2015, Taiwan, <https://www.ftc.gov.tw/internet/english/doc/docDetail.aspx?uid=1295&docid=13970>.
- Federal Trade Commission, U.S., “Statement of the Federal Trade Commission regarding Google’s search practices in the Matter of Google Inc.” FTC File Number 111-0163, https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/295971/130103googlesearchstmtofc_omm.pdf
- Federal Trade Commission Japan, 1 June 2017, <http://www.jftc.go.jp/en/pressreleases/yearly-2017/June/170601.html>
- Financial Times, “Facebook hit by German competition probe”, March 2, 2016. <https://www.ft.com/content/1f4afa34-e05e-11e5-96b7-9f778349aba2>
- Financial Times, “Amazon raided by competition watchdog in Japan”, March 15, 2018. <https://www.ft.com/content/2390de44-2812-11e8-b27e-cc62a39d57a0>
- Google Australia Blog, „Consumers will determine the future of news”. April 23, 2018. <https://australia.googleblog.com/2018/04/consumers-will-determine-future-of-news.html>
- Harvard Business Review, “Should Antitrust Regulators Stop Companies from Collecting So Much Data?”, April 17, 2017. <https://hbr.org/2017/04/should-antitrust-regulators-stop-companies-from-collecting-so-much-data>
- <https://blogs.windows.com/windowsexperience/2017/04/05/windows-10-privacy-journey-continues-more-transparency-and-controls-for-you/#3vDABv1CRvPGpA5B.97>
- <https://blogs.windows.com/windowsexperience/2017/04/05/windows-10-privacy-journey-continues-more-transparency-and-controls-for-you/#3vDABv1CRvPGpA5B.97>
- <https://www.ago.mo.gov/home/news-archives/2017-news-archives/ag-hawley-issues-investigative-demands-to-google-inc->
- <https://www.ago.mo.gov/docs/default-source/press-releases/2017/UberLetter.pdf>
- <https://www.accc.gov.au/media-release/accc-commences-inquiry-into-digital-platforms>
- McKinsey & Company, „Are you ready for the era of „big data”?”, McKinsey Quarterly, October 2011. <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/are-you-ready-for-the-era-of-big-data>
- MLex, “India’s antitrust ruling against Google shows divergent global approaches”. 13 February 2018. <https://mlexmarketinsight.com/insights-center/editors-picks/antitrust/cross-jurisdiction/indias-antitrust-ruling-against-google-shows-divergent-global-approaches>
- MLex, „Google, Apple on Japanese regulator’s radar for antitrust concerns over smartphone practices”. 28 July 2016. <https://mlexmarketinsight.com/insights-center/editors-picks/antitrust/asia/google-apple-on-japanese-regulators-radar-for-antitrust-concerns-over-smartphone-practices>

- MLex, „Facebook, Google probe unleashes Australian media’s fury over algorithms”. 4 May 2018. <https://mlexmarketinsight.com/insights-center/editors-picks/antitrust/oceania/facebook,-google-probe-unleashes-australian-medias-fury-over-algorithms>
- Munn v. Illinois, 94 U.S. 113 (1877)
- Reuters.com, „Apple loses Taiwan anticompetitive practices court case”, June 17, 2015. <https://www.reuters.com/article/us-taiwan-apple-idUSKBN0OX0VZ20150617>
- Reuters.com, “Germany takes on Facebook in competition probe”, March 2, 2016. <https://www.reuters.com/article/us-facebook-germany-dataprotection/germany-takes-on-facebook-in-competition-probe-idUSKCN0W40Y7>
- Reuters.com, „Exclusive: Japan’s antitrust watchdog considers action against Apple, carriers - sources” September 23, 2016. <https://www.reuters.com/article/us-apple-japan-antitrust-idUSKCN11T0Z6>
- Reuters.com, “India’s antitrust watchdog fines Google for abusing dominant position”. February 8, 2018. <https://www.reuters.com/article/us-india-google-antitrust/indias-antitrust-watchdog-fines-google-for-abusing-dominant-position-idUSKBN1FS2AD>
- Reuters.com, “Australia to probe Fecebook, Google over media disruption”, December 4, 2017. <https://www.reuters.com/article/us-australia-antitrust-alphabet/australia-to-probe-facebook-google-over-media-disruption-idUSKBN1DY00T>
- The Japan Times, „FTC raids Amazon Japan over suspected antitrust violation”, March 14, 2018. <https://www.japantimes.co.jp/news/2018/03/15/business/corporate-business/ftc-raids-amazon-japan-suspected-antitrust-violation/#.WxVbTi2B2qB>
- The Korea Herald, „Apple likely to face sanctions over unfair practice in Korea”, April 8, 2018. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20180408000154>
- Patently Apple, „Apple could face sanctions from Korea’s Antitrust Watchdog for dumping iPhone ad costs on local telecom operators”. April 9, 2018. <http://www.patentlyapple.com/patently-apple/2018/04/apple-could-face-sanctions-from-koreas-ftc-for-dumping-iphone-ad-costs-on-local-telecom-operators.html>
- PYMNTS.com, „Amazon trails Japanese competitor Rakuten”. July 6, 2017 <https://www.pymnts.com/amazon/2017/amazon-trails-japanese-competitor-rakuten/>
- TechSpot, “Apple fined by Taiwan’s fair trade commission over iPhone, plan pricing”, December 26, 2013. <https://www.techspot.com/news/55128-apple-fined-by-taiwans-fair-trade-commission-over-iphone-plan-pricing.html>
- The Guardian, „Google tells Australian regulator it is not contributing to the ’death of journalism’”. 23 April, 2018. <https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/23/google-tells-australian-regulator-it-is-not-contributing-to-the-death-of-journalism>
- The Missouri Merchandising Practices Act of 1967
- The Sydney Morning Herald, „Google, Facebook defend role in media amid ACCC probe”. 23 April 2018. <https://www.smh.com.au/business/companies/google-facebook-defend-role-in-media-amid-accp-probe-20180423-p4zb47.html>
- Wired, “Digital Privacy is Making Antitrust Exciting Again”, 4 June 2017. <https://www.wired.com/2017/06/ntitrust-watchdogs-eye-big-techs-monopoly-data/>