



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 22.01.1997  
KOM(96) 721 endelig udg.

**Grønbog**

**om**

**vertikale begrænsninger**

**i EU's konkurrencepolitik**

(forelagt af Kommissionen)

# GRØNBOG OM VERTIKALE BEGRÆNSNINGER I EU'S KONKURRENCEPOLITIK

## INDHOLDSFORTEGNELSE

	Side
Resumé .....	i-xiii
Indledning til grønbogen og opfordring til interesserede parter om at fremsætte bemærkninger .....	1
Kapitel I - Distributionsstruktur .....	5
Kapitel II - Økonomisk analyse af de vertikale begrænsninger og det indre marked .....	18
Kapitel III - Procedurer og institutionelle rammer .....	31
Kapitel IV - De nugældende regler for vertikale konkurrencebegrænsninger ...	38
Kapitel V - Fordelene ved det nuværende system .....	57
Kapitel VI - Sammenligning mellem eu-retten og de love i medlemsstaterne og visse tredjelande, der finder anvendelse på vertikale begrænsninger .....	63
Kapitel VII - Forundersøgelsens resultater .....	71
Kapitel VIII - Løsningsforslag .....	83

# GRØNBOG OM VERTIKALE BEGRÆNSNINGER I EU'S KONKURRENCEPOLITIK

## RESUME

### Baggrund og begrundelse for grønbogen<sup>(1)</sup>

1. Etableringen af et indre marked er en af hovedmålsætningerne for EU's konkurrencepolitik. Selv om man er nået langt på dette område, er det nødvendigt med en yderligere indsats, hvis de økonomiske fordele ved integrationen skal kunne udnyttes fuldt ud.

2. Det indre marked giver EU's virksomheder mulighed for at komme ind på nye markeder, som de ikke tidligere har haft adgang til på grund af statslige barrierer. Opdyrkning af nye markeder kræver tid og investeringer og indebærer store risici. Ofte lettes denne proces gennem aftaler mellem de producenter, der ønsker at trænge ind på et nyt marked, og lokale forhandlere. En effektiv distribution med en rimelig service før og efter salg indgår i den konkurrenceproces, som er til gavn for forbrugerne.

Aftaler mellem producenter og forhandlere kan dog også udnyttes til at afskærme markedet og udelukke nye virksomheder, der ville skærpe konkurrencen og presse priserne ned. Aftaler mellem producenter og forhandlere (vertikale begrænsninger) kan derfor anvendes til gavn for konkurrencen, når de fremmer markedsintegrationen og en effektiv distribution, eller til skade for konkurrencen, når de forhindrer integration og konkurrence. De prisforskelle, der stadig findes mellem medlemsstaterne, er et incitament for virksomhederne til at trænge ind på nye markeder og til at stille hindringer i vejen for nye konkurrenter.

3. Da de vertikale begrænsninger er stærkt knyttet til markedsintegrationen ud fra såvel et positivt som et negativt aspekt, er de af særlig stor betydning for EU's konkurrencepolitik. Denne politik har ganske vist været anvendt med tilfredsstillende resultater i over 30 år, men det er nu nødvendigt at tage den op til revision, fordi

- lovgivningen om det indre marked for frie varebevægelser nu stort set er gennemført
- forordningerne om vertikale begrænsninger udløber, og
- der er sket større ændringer i distributionsmetoderne, som kan få konsekvenser for konkurrencepolitikken.

4. Desuden er EU som verdens største handelsblok forpligtet til at sikre en åben og loyal international handel. Ligesom de vertikale begrænsninger enten kan fremme eller hindre etableringen af et egentligt indre marked, kan de også være enten gavnlige eller skadelige for den internationale handel. EU's politik på dette område har derfor en bredere international betydning. Vore erfaringer kan være nyttige i forbindelse med en analyse af hindringerne for adgangen til markederne i tredjelande.

---

<sup>(1)</sup> Overskrifterne i dette resumé svarer hver især til et kapitel i grønbogen.

5. Som led i revisionen af konkurrencepolitikken er der udarbejdet en grønbog om de spørgsmål, som Kommissionen finder relevante<sup>(2)</sup>. Den indeholder en række løsningsforslag (punkt VIII nedenfor), som skal danne grundlag for en omfattende offentlig høring af bl.a. Europa-Parlamentet, medlemsstaterne, Det Økonomiske og Sociale Udvalg, Regionsudvalget og alle andre interesserede parter (producenter, forhandlere, arbejdstagerorganisationer og forbrugere). Høringen vil give Kommissionen mulighed for at træffe afgørelse om den fremtidige politiks form og indhold på grundlag af et udførligt kendskab til alle de faktiske forhold. Denne revision og høring er også Kommissionens forsøg på at løse den spændende opgave, det er at skulle tilpasse denne side af konkurrencepolitikken til det næste årtusindes krav.

## I. Distributionsstruktur

6. Det er vanskeligt at sige noget generelt om distributionssektoren eller dens udviklingstendenser på grund af dets størrelse, forskelligartethed og dynamiske karakter.

- Størrelse. Der er 22 millioner ansatte (15,6% af den samlede beskæftigelse) i distributionsleddet, som omfatter 4,5 millioner virksomheder (29,4% af det samlede antal) og tegner sig for 12,9% af værditilvæksten (tal for 1994 for EU 15).

- Forskelligartethed. Distributionsstrukturen varierer betydeligt fra den ene sektor til den anden, ikke blot når det gælder koncentrationsgraden, men også når det gælder forbindelserne til producenten (undertiden via specialiserede mellemmand, såsom grossister eller importører). Desuden er der store forskelle mellem medlemsstaterne med hensyn til størrelse og struktur, selv inden for samme sektor. Endelig findes der mange forskellige typer distributionssystemer (f.eks. eneforhandlere af ét enkelt produkt eller supermarkeder, der fører 30 000 varegrupper).

- Dynamisk karakter. Distributionsleddet er kendetegnet ved en dynamisk karakter, idet små virksomheder opstår og forsvinder igen relativt hurtigt. Der afprøves konstant nye distributionsformer, og i visse sektorer har der været tendens til koncentration med udvikling af oligopolstrukturer.

7. Alle erhvervsgræne har brug for distributionsleddet, og dets serviceniveau og effektivitet er vigtige elementer i konkurrencen om kunderne. Det er kun få producenter, der selv distribuerer deres produkter til de endelige forbrugere; de benytter i stedet specialforhandlere. Inden for visse industrigræne kan der opnås betydelige besparelser ved samarbejde i forsyningskæden, der er blevet lettet og fremskyndet ved indførelse af informationsteknologi og moderne "just-in-time"-metoder. Dette har medført, at det er den endelige efterspørgsel, der er afgørende for varebevægelserne i forsyningskæden og ikke produktionsbehovene, hvilket har resulteret i betydelige lagerbesparelser og store

---

(2) Denne grønbog behandler ikke motorkøretøjer, handelsagenter eller licenser på intellektuel ejendomsret, da disse områder behandles eller er blevet behandlet på anden måde. Der fokuseres især på vertikale begrænsninger i distributionskæden. Kommissionen udbeder sig dog også kommentarer til forbindelserne mellem producenter og leverandører af mellemprodukter.

mængdemæssige reduktioner af uønskede varer. Konkurrencen mellem forsyningskæderne får voksende betydning.

8. Selv om distributionsleddet er dynamisk, er det også i EU præget af adgangsbarrierer, især når man sammenligner med en række tredjelande (f.eks. begrænsninger i åbningstiden og zonelovgivningen). Dette kan have forbedret visse forhandleres markedsstyrke på oligopolistiske markeder og kan få konsekvenser for konkurrencepolitikken.

9. Selv om der findes eksempler på, at forhandlere har bevæget sig uden for deres "hjemmemarked", og der er ved at opstå kæder, som omfatter hele Europa, er distributionen fortsat national i vid udstrækning, især i detailledet. Kommissionen er i tvivl om, hvorvidt distributionens nationale karakter kombineret med et behov for økonomisk integration mellem forsyningskæderne på grund af de stordriftsfordele, som informationsteknologien medfører, har konsekvenser for konkurrencepolitikken. Kommissionen har altid insisteret på, at mellemmændene frit skal kunne reagere på prisforskelle mellem medlemsstaterne og foretage parallelhandel, og den har altid betragtet dette som et centralt punkt i konkurrencepolitikken, for at det kan sikres, at distributionsaftalerne medfører markedsintegration og ikke markedsopdeling. I betragtning af de strukturelle og organisatoriske ændringer i distributionen, er mellemmændenes frihed til at foretage parallelhandel ikke længere i sig selv tilstrækkelig til at sikre, at de vertikale konkurrencebegrænsninger får positive virkninger og medfører markedsintegration i alle tilfælde. De samme konklusioner blev draget af den forundersøgelse, der blev gennemført i forbindelse med denne grøn bog (jf. punkt VII). Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger og oplysninger om dette punkt og om konsekvenserne for løsningsforslagene (punkt VIII).

## **II. Økonomisk analyse af de vertikale begrænsninger og det indre marked**

10. Økonomernes heftige debat om vertikale begrænsninger er stilnet noget af, og der er ved at opstå enighed. Vertikale begrænsninger betragtes ikke længere som konkurrencefremmende eller -begrænsende i sig selv. Økonomerne er mindre villige til at fremsætte generelle bemærkninger. De anvender i stedet en analyse af de faktiske forhold i en given sag. Et element gør sig dog særlig gældende, nemlig markedsstrukturens betydning for bestemmelse af de vertikale begrænsningers virkninger. Jo skarpere konkurrencen er mellem de forskellige mærker, jo mere sandsynligt er det, at virkningerne vil være konkurrencefremmende og opveje de vertikale begrænsningers eventuelle konkurrencebegrænsende virkninger. Det er kun sandsynligt, at der vil opstå konkurrencebegrænsende virkninger, når konkurrencen mellem de forskellige mærker er svag, og der er adgangsbarrierer i enten producent- eller forhandlerleddet. Desuden erkendes det, at aftaler i distributionskæden formindsker transaktionsomkostningerne og kan gøre det muligt at realisere de potentielle besparelser i distributionsleddet. Derimod er der tilfælde, hvor vertikale begrænsninger rejser adgangsbarrierer eller reducerer den horisontale konkurrence yderligere på oligopolistiske markeder.

11. De spørgsmål, som vertikale begrænsninger medfører, er stadig af særdeles stor betydning, når det gælder potentielle økonomiske fordele. Tal for prisforskellene mellem medlemsstaterne viser, at der ganske vist er sket en vis priskonvergens, men at de potentielle økonomiske fordele ved yderligere integration slet ikke er udnyttet fuldt ud.

12. Af den seneste økonomiske analyse kan der også drages følgende konklusioner:

- De enkelte bestemmelser i en aftale eller forskellige typer vertikale begrænsninger kan ikke anses for i sig selv at have en negativ eller positiv virkning på konkurrencen eller integrationen.

- En kombination af flere forskellige vertikale begrænsninger øger ikke nødvendigvis sandsynligheden for, at virkningerne vil være konkurrencebegrænsende, men kan under visse omstændigheder gøre resultatet mere positivt.

- Analysen bør snarere være koncentreret om virkningerne på markedet end på aftalens form. F.eks. bør det undersøges, om adgangen til markedet hindres af et net af aftaler, eller om den vertikale aftale kombineret med markedsstyrke giver producenterne eller forhandlerne mulighed for at anvende forskellige priser i de forskellige medlemsstater.

- I betragtning af den risiko, der er forbundet med opdyrkning af nye markeder eller en betydelig markedseksponering (dvs. etablering af nye handelsstrømme, der integrerer markedet), bør det overvejes at behandle vertikale begrænsninger gunstigere, når der samtidig foretages betydelige materielle eller immaterielle investeringer. Denne gunstigere behandling bør dog være tidsbegrænset.

- Produkternes art, behovet for serviceydelser og for investeringer med henblik på en effektiv distribution samt forbrugernes behov og viden kan være vigtige faktorer for bestemmelsen af såvel de vertikale begrænsningers objektive fordele, som deres konkurrencebegrænsende virkninger. Teksten indeholder en liste over kriterier, der kunne anvendes til afgrænsning af effektiviteten i distributionsleddet og dermed være retningsgivende for konkurrencepolitikken (punkt 85). Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger om, hvorvidt tabellen er nyttig eller ej.

13. Det er indlysende, at økonomisk teori ikke kan være den eneste faktor ved udformningen af konkurrencepolitikken. For det første er der kun tale om én kilde. For det andet ville en fuldstændig evaluering af hver enkelt sag blive alt for omkostningskrævende og føre til retsuskikkerhed. Den skal derfor fortrinsvis tjene til at udarbejde den grundlæggende politik og de grundlæggende regler.

### **III. Procedurer og institutionelle rammer**

14. Traktatens konkurrencebestemmelser, der finder anvendelse på virksomheder, er anført i artikel 85-90. Artikel 85 er af særlig stor betydning for vertikale begrænsninger. Artikel 85, stk. 1, forbyder aftaler, der kan påvirke samhandelen, og som har til formål eller til følge at hindre, begrænse eller fordreje konkurrencen. Aftaler, der falder ind under stk. 1, har ingen retsvirkning (artikel 85, stk. 2), medmindre de fritages efter artikel 85, stk. 3. Fritagelsen er bl.a. betinget af, at aftalen ikke udelukker konkurrencen, og at de effektivitetsgevinster eller andre objektive fordele, den medfører, skal opveje ulemperne ved konkurrencebegrænsningen. Aftalen skal også medføre rimelige fordele for forbrugerne.

15. Rådet har på grundlag af artikel 87 fastlagt gennemførelsesbestemmelserne til de grundlæggende traktatbestemmelser i artikel 85 og 86. Gennemførelsesbestemmelserne er

nedfældet i forordning 17/62, der bl.a. giver Kommissionen eneret til at meddele fritagelse efter artikel 85, stk. 3, og indeholder bestemmelse om, at aftaler, for hvilke der anmodes om fritagelse eller negativattest, skal anmeldes til Kommissionen. Ikrafttrædelsen af forordning nr. 17/62 gav i begyndelsen af 1960'erne anledning til over 30 000 anmeldelser, hvoraf størstedelen vedrørte vertikale aftaler. Da Kommissionen ikke er i stand til at træffe mange formelle beslutninger efter procedurerne i forordning nr. 17/62 (for øjeblikket ca. 20 om året), og dens muligheder for at afslutte sager ved en uformel administrativ skrivelse også er begrænsede (ca. 150 om året), er der vedtaget forordninger om gruppefritagelser for at skabe retssikkerhed for virksomheder, der har indgået vertikale aftaler.

16. Efter Rådets forordning 19/65 har Kommissionen beføjelse til at vedtage gruppefritagelsesforordninger, der definerer en række kategorier af aftaler, som generelt opfylder betingelserne i artikel 85, stk. 3 og dermed er fritaget. Efter Rådets forordning 19/65 skal Kommissionens gruppefritagelsesforordninger indeholde lister over betingelser, der skal være opfyldt, de berørte aftaletyper, konkurrencebegrænsende bestemmelser, der er fritaget, og bestemmelser, som aftalerne ikke må indeholde.

17. Kommissionen har afgrænset forskellige typer distributionssystemer og har på grundlag af sine beføjelser efter Rådets forordning 19/65 foreløbig vedtaget forordninger om gruppefritagelser for følgende aftaler:

- eneforhandlingsaftaler, hvor en producent forpligter sig til kun at udpege én forhandler i et område (forordning 1983/83)
- eksklusive købsaftaler, med særlige bestemmelser om øl og benzin, hvor forhandleren forpligter sig til at købe de pågældende produkter hos producenten (forordning 1984/83), og
- franchiseaftaler, hvor en franchisetager får tildelt et givet område, hvor han kan udnytte franchisegiverens knowhow og intellektuelle ejendomsrettigheder og sælge produktet eller tjenesteydelsen i standardiseret format (forordning 4087/88).

Når en eneforhandlingsaftale, en eksklusiv købsaftale eller en franchiseaftale opfylder betingelserne i gruppefritagelsen, er det ikke nødvendigt at indgive en anmeldelse for at opnå fritagelse.

18. Kommissionen har afgrænset endnu en type distribution, nemlig selektiv distribution, hvor forhandlerne udvælges på grundlag af objektive kriterier, der er nødvendige for en effektiv distribution af de pågældende produkter. De udvalgte forhandlere yder normalt service før og efter salg og kan kun afsætte produkterne til de endelige forbrugere eller andre udvalgte forhandlere. Da man ikke har følt, at der var noget "masseproblem" i forbindelse med selektiv distribution, er Kommissionens politik blevet fastlagt i individuelle beslutninger efter proceduren i forordning 17/62.

19. Selv om Kommissionen har eneret til anvendelsen af artikel 85, stk. 3, spiller de nationale domstole og konkurrencemyndigheder også en rolle.

- de nationale domstole kan anvende artikel 85, stk. 1 og stk. 2, og artikel 86. De kan også fortolke bestemmelserne i gruppefritagelserne for at fastslå, om bestemte aftaler er omfattet deraf. De kan derfor afgøre mange sager vedrørende

konkurrenceregler og vertikale aftaler. Kommissionen kan afslå at behandle klager, når de kan behandles af de nationale domstole. Endelig vil de nationale domstole ofte hurtigere end Kommissionen kunne tilkende skadeserstatning og foreløbige retsmidler og nedlægge forbud/påbud

- de nationale konkurrencemyndigheder kan anvende artikel 85, stk. 1 og stk. 2, og artikel 86, så længe Kommissionen ikke har indledt procedurer vedrørende de samme aftaler. Syv af de femten medlemsstater har vedtaget gennemførelseslovgivning, således at de kan anvende disse beføjelser. Medmindre Kommissionen har meddelt fritagelse efter artikel 85, stk. 3, eller aftalerne er omfattet af en gruppefritagelse, kan medlemsstaterne anvende deres nationale lovgivning på en aftale.

#### IV. De nugældende regler for vertikale konkurrencebegrænsninger

20. Det har været Kommissionens politik at anvende artikel 85, stk. 1 forholdsvis bredt på vertikale begrænsninger på grund af den risiko, de indebærer for markedsintegrationen og deres dobbeltsidede indvirkning på konkurrenceforholdene. I denne forbindelse er konkurrencen inden for samme mærke og mellem forskellige mærker af stor betydning.

21. Reglerne om bagatelaftaler definerer aftalekategorier, der ikke har nogen mærkbar indvirkning på handelen eller konkurrencen, og som derfor falder uden for artikel 85, stk. 1. Over denne grænse finder artikel 85, stk. 1, anvendelse praktisk talt automatisk på bestemte vertikale aftaler, som ifølge deres natur ikke kan undgå at fordreje konkurrencen, og dette gælder især

- aftaler, der begrænser forhandlernes frihed til at fastsætte deres forhandlerpriser (prisbinding) og

- aftaler, der giver eneforhandlere absolut områdebeskyttelse. Dette er et centralt punkt i Kommissionens politik. Artikel 85, stk. 1, finder anvendelse, og det er desuden usandsynligt, at der kan meddeles fritagelse efter artikel 85, stk. 3. Selv om en forhandler kan få tildelt et givet område for bedre at kunne trænge ind på markedet og gøre distributionen mere effektiv samt få forbud mod direkte salg eller salgsfremstød i andre eneforhandlers områder, må denne beskyttelse ikke være absolut. Der skal altid være mulighed for alternative forsyningskilder. Selv om eneforhandlere kan få forbud mod at foretage aktive salgsfremstød for produktet uden for deres tildelte område, skal de frit kunne effektuere ordrer, de modtager fra kunder uden for deres tildelte område (passivt salg). Kunderne skal frit kunne handle hos en hvilken som helst forhandler, de måtte ønske i EU, selv uden for deres bopælsområde, ligesom de selv skal kunne importere. Mellemmænd og andre handlende skal kunne købe varer hos en hvilken som helst forhandler og sælge dem på en hvilket som helst andet marked, især når der er tale om betydelige prisforskelle mellem medlemsstaterne (parallelhandel).

22. Hvis en vertikal aftale hverken er en bagatelaftale eller indebærer en af de to begrænsninger, der automatisk udløser anvendelse af artikel 85, stk. 1, er det nødvendigt at analysere den konkrete sag for at fastslå, om artikel 85, stk. 1 finder anvendelse. Ved denne analyse skal det tages i betragtning, i hvilken økonomisk sammenhæng sagen

indgår, for at det kan fastslås, om konkurrencen begrænses mærkbart. Selv om den enkelte aftale ikke falder ind under artikel 85, stk. 1, kan flere aftaler af samme slags have en kumulativ mærkbar konkurrencebegrænsende virkning. Dette er især tilfældet med net af eksklusive købsaftaler, hvor en stor del af detailsalgsstederne er bundet til eksisterende producenter. Dette kan afskærme markedet for nye producenter eller forhindre producenter i andre medlemsstater i at få adgang til markedet.

23. Da artikel 85, stk. 1 er blevet anvendt bredt på vertikale aftaler, skal gruppefritagelserne skabe retssikkerhed for virksomhederne ved klart at fastslå, hvilke typer distributionsaftaler der automatisk er fritaget efter artikel 85, stk. 3. For det første indeholder forordningerne en begrundelse for, hvorfor de pågældende typer distributionsaftaler kan begrænse konkurrencen og derfor falder ind under artikel 85, stk. 1, samt de generelle årsager til, at Kommissionen kan fritage dem efter artikel 85, stk. 3, på visse betingelser. Det er et fælles træk i de tre gruppefritagelser (eneforhandlingsaftaler, eksklusive købsaftaler (herunder særlige ordninger for øl og benzin) og franchiseaftaler) og for Kommissionen politik for selektiv distribution, at der er lagt stor vægt på ikke at tillade nogen form for absolut områdebeskyttelse<sup>(3)</sup>.

For det andet indeholder forordningerne regler om, hvad der er tilladt og ikke er tilladt med hensyn til

- områdebegrænsninger
- købsforpligtelser, herunder bundne salgssteder
- salgsforpligtelser
- ufuldstændige klausuler og aftalernes varighed, og
- kundebeholdninger.

Endelig er det fastsat, på hvilke betingelser Kommissionen kan trække fritagelsen tilbage.

## V. Fordelene ved det nuværende system

24. Kommissionen mener, at dens konkurrencepolitik over for vertikale begrænsninger har medført mange materielle og formelle fordele. Ulemperne og kritikken er anført nedenfor i afsnit VII.

- materielle fordele

25. Ved en bred anvendelse af artikel 85, stk. 1 fokuserer analysen af de vertikale begrænsninger fortrinsvis på fritagelser efter artikel 85, stk. 3, der giver mulighed for en fuld økonomisk vurdering af aftalernes fordele, virkninger på konkurrencestrukturen og forbrugerfordele. Med denne metode har Kommissionen kunnet opnå balance mellem konkurrencen inden for et bestemt mærke og konkurrencen mellem forskellige mærker. Denne type analyse er nødvendig for at få et overblik over de vertikale begrænsningers dobbeltsidede indvirkning på konkurrenceforholdene.

---

<sup>(3)</sup> Hindringer for passivt salg eller parallelhandel er en alvorlig overtrædelse af konkurrencereglerne og vil normalt blive straffet med bøder.

26. Den nuværende politik har altid søgt at fremme markedsintegrationen, idet den sikrer, at distributionssystemer aldrig kan skabe absolut områdebeskyttelse. Selv om de konkurrencefremmende aspekter ved områdeeksklusivitet er tilladt, skal de vertikale aftaler dog stadig give mulighed for, at der findes alternative forsyningskilder. Markederne må ikke afskærmes for at forhindre mellemmand i at udnytte prisforskelle.

27. Politikken giver frihed til at etablere nye og innovative distributionsformer, da aftaler, der ikke i forvejen er omfattet af gruppefritagelser, kan anmeldes individuelt.

- formelle fordele

28. Anmeldelsessystemet har givet tilfredsstillende resultater, idet det har givet Kommissionen oplysninger om de mange typer vertikale aftaler. Det har skaffet materialegrundlaget for Kommissionens beslutninger om behovet for gruppefritagelser og disses anvendelsesområder. Gruppefritagelserne skaber den grundlæggende retssikkerhed for langt størstedelen af de vertikale aftaler i EU samt fordelene ved "one-stop-shop" (én enkelt kontrolmyndighed).

Gennem administrative skrivelser har man med tilfredshed behandlet masseproblemerne i forbindelser med sager, der ikke var omfattet af gruppefritagelserne. Denne kombination af gruppefritagelser og administrative skrivelser har frigjort nogle af Kommissionens knappe ressourcer til behandling af sager, der kræver individuel opmærksomhed enten for at fastslå, hvad der er tilladt på nye områder, eller for at undersøge og standse alvorlige overtrædelser af reglerne (f.eks. hindring af parallelhandel). Endelig medfører de nationale domstoles og myndigheders rolle en hurtigere og mere effektiv håndhævelse på dette område.

## VI. Sammenligning mellem EU-retten og de love i medlemsstaterne og visse tredjelande, der finder anvendelse på vertikale begrænsninger

29. En sammenligning med andre medlemsstaters og tredjelandes lovgivning og politik er nyttig, da den giver erfaringer, som EU kan drage fordel af. Den viser også, om bestemte alternativer, der kan betragtes som mulige løsninger, er praktisk gennemførlige.

30. Man bør dog altid have in mente, at Kommissionen er den eneste konkurrencemyndighed i verden, der har et markedsintegrerende formål, samtidig med at den skal opretholde et konkurrencesystem uden fordrejninger. Andre modeller er derfor ikke nødvendigvis velegnede for EU.

31. Af analytiske hensyn blev landene opdelt i to grupper:

- lande med en lovgivning, der svarer til artikel 85 med dens todelte struktur, nemlig et generelt forbud og en særskilt fritagelsesbestemmelse
- lande med en lovgivning, der ikke svarer til EU-retten, idet en overtrædelse generelt er baseret på, at der konstateres misbrug af en eller anden art.

32. Af undersøgelsen fremgår de forskellige ordninger for behandling af vertikale aftaler. Der kan dog påvises en række vigtige aspekter, hvor disse systemer er ensartede og afviger fra EU-systemet.

- For det første anvender de en økonomisk analyse til i første omgang at fastslå, om der er tale om en overtrædelse. Dette gælder for nogle af de medlemsstater, hvis systemer er baseret på EU-systemet (især Frankrig og Italien), nogle af de medlemsstater, hvis systemer er forskellige fra EU-systemet (især Tyskland og Det Forenede Kongerige) og tredjelande (både USA og Canada)
- For det andet anvender hverken de store medlemsstater eller USA og Canada noget anmeldelsessystem i forbindelse med restriktive aftaler. Dette skyldes, at håndhævelsesressourcerne efter deres opfattelse kan anvendes bedre på anden måde, som f.eks. til at undersøge klager vedrørende vertikale begrænsninger. Den omstændighed, at der ikke findes noget anmeldelsessystem, er også i overensstemmelse med, at vertikale aftaler på forhånd betragtes som lovlige
- For det tredje omhandler kun et lille antal sager vertikale begrænsninger i disse systemer, hvilket igen er i overensstemmelse med den opfattelse, at begrænsningerne på forhånd er lovlige.

## **VII. Forundersøgelsens resultater**

33. Som led i indsamlingen af baggrundsmateriale til grønbogen gennemførte Kommissionen en række interviews med producenter, detailhandlere, industrien, branche-foreninger, forbrugerorganisationer og eksperter på området. Disse interviews hverken foregriber eller ændrer behovet for den høring, der skal finde sted efter offentliggørelsen af grønbogen, men var kun en hjælp for Kommissionen til at afgrænse visse nøgle-spørgsmål.

34. Forundersøgelsens resultater bekræfter de oplysninger om distribution, der er indhentet fra det grundlæggende kildemateriale (jf. afsnit I ovenfor). De understregede ikke mindst de ændringer, som indførelsen af informationsteknologi (IT) har medført. Informationen er nu i højere grad koncentreret hos forhandlerne, der nu udgør en mere troværdig modvægt til producenterne.

35. Det blev understreget kraftigt, at det indre marked endnu ikke var fuldstændigt. Dette skyldtes ikke blot naturlige hindringer (som f.eks. forskelle i smag og sprog) og den tid, det tager, og de risici, det indebærer, at overvinde dem, men skyldtes også, at det indre marked fungerede utilfredsstillende.

36. Mange af de adspurgte rejste også tvivl om de private strukturelle forhindringer for det indre marked og parallelhandelen. Det kom til at stå klart, at mange detailhandlere ikke benytter sig af mulighederne for at udnytte prisforskelle mellem medlemsstaterne af frygt for at ødelægge et langvarigt forhold til producenterne eller at blive udsat for repressalier, såsom boykot eller prisdiskrimination. Indkøbscentraler på tværs af grænserne synes endnu ikke at have haft nogen betydelig indvirkning på indsnævringen af prisforskellene. Desuden betyder indførelsen af IT og de logistiske besparelser ved nært samarbejde i forsyningskæden, at prisforskellene skal være endnu større, før parallelhandel kan betale sig, især i betragtning af den usikkerhed og vilkårlighed, der præger sådanne leverancer. IT har gjort det lettere for producenterne at opspore og standse årsagerne til parallelhandel mellem de nationale markeder. Selv i de tilfælde, hvor forhandlerne har forsøgt at købe produkterne i andre (billigere) medlemsstater, er de normalt blevet afvist og henvist til producentens nationale datterselskab eller hans eneforhandler i det område,

hvor den pågældende forhandler ønskede at importere produkterne. Alle disse faktorer øger usikkerheden omkring parallelimport og gør den mindre attraktiv, hvilket betyder, at parallelimport i sig selv har en mindre effektiv markedsintegrerende funktion.

37. Der blev fremsat en række kritiske bemærkninger om strukturen i og anvendelsen af Kommissionens nuværende politik for vertikale begrænsninger og gruppefritagelser, samt flere opfordringer til at ændre eller tilpasse den<sup>(4)</sup>. Blandt de hyppigst forekommende bemærkninger skal nævnes følgende:

- de nuværende gruppefritagelser mangler fleksibilitet, har en spændetrøjeeffekt og er overregulerende
- der lægges for stor vægt på analysen af bestemmelserne og for lidt vægt på aftalernes økonomiske virkninger. Der kunne anvendes en strengere politik med en mere aktiv tilbagetrækning af gruppefritagelser
- "one-stop-shop" er af vital betydning, og dette gælder også retssikkerheden, der kunne gå tabt, hvis proceduren med gruppefritagelser blev opgivet. Administrative skrivelser var ikke nogen tilfredsstillende løsning
- hvis gruppefritagelserne bibeholdes, bør de være mere fleksible, mindre centralt styrede og have et større anvendelsesområde. F.eks. bør en enkelt bestemmelse, der ikke kan fritages, ikke gøre hele fritagelsen ugyldig, og gruppefritagelser bør kunne omfatte mellemprodukter og ikke blot produkter til videresalg, som det er tilfældet for øjeblikket
- Kommissionens politik bør fremme, ikke øve forskelsbehandling mellem, et stort antal distributionssystemer. Dette kan forekomme, når indkøbscentraler og detail-sammenslutninger (eller en gruppe bestående af en blanding af integrerede datterselskaber og ikke-integrerede salgssteder, såsom som franchisetagere) forsøger at opnå de logistiske besparelser, som den fulde anvendelse af IT og integreringen af forsyningskæden kan medføre
- nogle af de adspurgte fremsatte den tanke, at det kunne være nyttigt at indføre forbud mod prisdifferentiering, selv for selskaber uden markedsdominans, for at forhindre, at integrerede datterselskaber opkrævede forskellige priser i de forskellige medlemsstater
- synspunkterne om selektiv distribution var meget forskellige. Nogle var tilfredse med den måde, hvorpå det fungerer, og fandt det nødvendigt for distribution af visse produkter. Andre mente, at det førte til manglende prisfleksibilitet, at

---

(4) Disse bemærkninger afspejler på mange måder reaktionerne fra industriens organisationer: UNICE (Modernising EU competition policy UNICE 1995), BDI (Standortfaktor Wettbewerbspolitik - Reformbedarf aus deutscher und europäischer Ebene, BDI 1995) and CBI (Loosening the strait-jacket CBI proposals for reform of the scope and administration of Article 85. CBI 1995) samt fra deres juridiske rådgivere og advokater. Bemærkningerne går hovedsagelig ud på, at artikel 85, stk. 1 er blevet anvendt for bredt på vertikale begrænsninger, at gruppefritagelsesforordningerne har en overregulerende spændetrøjeeffekt, og at den eksisterende ordning med individuelle anmeldelser og administrative skrivelser er omkostningskrævende og ikke skaber tilstrækkelig retssikkerhed.

virksomheder, der anvendte lavere priser, blev udelukket, også selv om de opfyldte kriterierne for adgang til systemet, og at selektiv distribution blev anvendt til mange produkter, hvor det ikke længere var berettiget. Nogle klagede over den manglende gennemsigtighed og objektivitet ved anvendelsen af kriterierne for adgang til systemet samt vilkårlighed fra producenternes side.

### VIII. Løsningsforslag

38. Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger om nedenstående fem løsningsforslag. Disse er ikke udtømmende, og det er muligt at kombinere enkelte elementer fra de forskellige løsningsforslag.

39. En række bemærkninger eller spørgsmål er fælles for flere eller alle løsningsforslag:

- selv om Kommissionen erkender, at EF-Domstolens og Førsteinstansrettens retspraksis og dens egen politik for vertikale begrænsninger har udviklet sig i tidens løb og sandsynligvis vil fortsætte dermed, tager den kun løsninger i betragtning, der holder sig inden for rammerne af artikel 85, som fortolket af de to domstole
- absolut områdebeskyttelse og prisbinding, der kan påvirke samhandelen mellem medlemsstaterne, vil ikke blot fortsat automatisk falde ind under artikel 85, stk. 1, men vil sandsynligvis heller ikke kunne fritages
- løsningerne gælder kun vertikale distributionsaftaler, ikke aftaler mellem konkurrenter, selv om dette kan tillades i forbindelse med en række SMV
- løsningerne gælder fortrinsvis for vertikale aftaler om produkter til videresalg. Det bedes kommenteret, om løsningerne kan udvides til også at omfatte mellemprodukter
- indsigelsesprocedurerne er ikke nogen velegnet løsning ved behandling af et stort antal sager
- der bedes fremsendt bemærkninger om anvendelse af tærskler for markedsandele enten til at definere fritagelsesberettigelse eller som en vejledning for markedsstrukturene i de tilfælde, hvor Kommissionen kan trække fritagelsen tilbage, og
- der gennemføres for øjeblikket en særskilt undersøgelse af, om minimumstærsklerne for anvendelse af artikel 85, stk. 1 skal forhøjes (meddelelse om aftaler af ringe betydning - "bagatelaftaler"). Man kunne fastsætte 10% som en arbejdshypotese.

#### LØSNINGSFORSLAG I - OPRETHOLDELSE AF DET NUVÆRENDE SYSTEM

40. Fordelene ved det nuværende system er beskrevet i punkt V ovenfor. Særordningerne for øl og benzin skal fortsætte.

#### LØSNINGSFORSLAG II - BREDERE GRUPPEFRITAGELSER

41. Denne løsning består i at bibeholde det nuværende system og de mange fordele, som gruppefritagelserne medfører, men at besvare den fremsatte kritik ved at gøre dem

mere fleksible, lade dem omfatte flere situationer og gøre dem mindre regulerende. I denne forbindelse opstår desuden det spørgsmål, om det er hensigtsmæssigt at vedtage en gruppefritagelsesforordning for selektive distributionssystemer eller en uafhængig voldgiftsprocedure for stridigheder omkring adgang til sådanne distributionssystemer. Særordningerne for øl og benzin skal også gøres mere fleksible.

Der bedes fremsat forslag til, hvilke ændringer der kunne foretages.

### LØSNINGSFORSLAG III - MERE MÅLRETTEDE GRUPPEFRITAGELSER

42. I betragtning af, at der stadig er betydelige prisforskelle på det indre marked, at vertikale begrænsninger kan være konkurrencebegrænsende, når de kombineres med markedsstyrke, og at konkurrencen inden for et bestemt mærke er af stor betydning, ikke mindst når der ikke er nogen skarp konkurrence mellem forskellige mærker, foreslås det, at fritagelsen begrænses til virksomheder med markedsandele på under en bestemt tærskel [40%]<sup>(5)</sup>. Forslag til, hvorledes man kan begrænse eventuelle masseproblemer eller den retsikkerhed, der kan opstå i tilfælde over tærsklen, omfatter bl.a., at fritagelse gøres betinget af, at der ikke findes nogen prisforskelle mellem medlemsstaterne. Særordningerne for øl og benzin ville også begrænse fritagelsens anvendelsesområde i tilfælde, hvor markedsandelen ligger over [40%].

### LØSNINGSFORSLAG IV - INDSKRÆNKNING AF ANVENDELSESOMRÅDET FOR ARTIKEL 85, STK. 1

43. Som svar på kritikken af, at gruppefritagelserne har haft en spændetrøjeeffekt, og at artikel 85, stk. 1, er blevet anvendt for bredt på vertikale begrænsninger uden hensyn til deres økonomiske og markeds-mæssige sammenhæng, foreslås det, at parter med en markedsandel på under [20%] indfører en formodning om, at aftalen er forenelig med artikel 85, stk. 1 ("negativttestformodningen"). Denne negativttestformodning kunne gennemføres ved en meddelelse og kunne senere på baggrund af erfaringerne nedfældes i en forordning om negativttest. Dette vil kun gælde for øl- og benzinesektoren, når den kumulative virkning af parallelle net ikke har nogen mærkbar markedsafskærmningseffekt. Formodningen om negativttest kunne tilbagevises på grundlag af en markedsanalyse, hvor der tages hensyn til faktorer som markedsstruktur (f.eks. oligopol), adgangsbarrierer, integrationsgraden på det indre marked eller parallelle nets kumulative virkning.

44. Over [20%] tærsklen er der to varianter:

- Variant I: bredere gruppefritagelser, som beskrevet under løsningsforslag II
- Variant II: løsningsforslag III med bredere gruppefritagelser anvendes op til en markedsandel på 40%, men over denne grænse bliver gruppefritagelserne uanvendelige eller kun anvendelige i begrænset omfang.

Varianterne for øl og benzin over [20%] skal følge det, der er anført for disse sektorer under løsningsforslag II og III.

\* \* \* \* \*

<sup>(5)</sup> Under denne tærskel er det muligt at indføre ændringsforslagene under løsningsforslag II.

## GENERELLE BEMÆRKNINGER OM LØSNINGSFORSLAGENE

45. Selv om Kommissionen er rede til at drøfte, hvorledes dens politik kan ændres, skal det dog understreges, at dens nuværende politik og de gældende regler vil blive anvendt, indtil Kommissionen ændrer dem.

46. Det ville være nyttigt for Kommissionen, hvis bemærkningerne om løsningsforslagene behandlede følgende spørgsmål, der skal tages i betragtning ved valget af en løsning.

- materielle konkurrencepolitiske problemer

- hvor effektivt adskiller løsningen aftalernes konkurrencefremmende og -begrænsende virkninger? I hvor vid udstrækning letter den markedsintegrationen? I hvilket omfang muliggør den nye og innovative distributionsformer? Vil den i rimelig grad være til fordel for forbrugerne? Hvad er holdningen til anvendelse af tærskler for markedsandele som retningsgivende for anvendelsen af konkurrencepolitikken?

- proceduremæssige og retlige problemer

- i hvilket omfang skaber løsningen retssikkerhed samt en hurtig og effektiv håndhævelse uden at skabe et "masseproblem" med mange individuelle anmeldelser? I hvilket omfang giver den mulighed for "one-stop-shop" og decentralisering?

- hvorledes kan løsningen gennemføres ved ændring af Kommissionens nuværende praksis (f.eks. administrative skrivelser) eller regler (f.eks. Kommissionens forordninger)? I hvilket omfang er der behov for flere ændringer af de materielle retsregler (f.eks. Rådets forordninger)?

**Bemærkningerne bedes sendt til den adresse, der er anført efter punkt 306.**

# INDLEDNING TIL GRØNBOGEN OG OPFORDRING TIL INTERESSEREDE PARTER OM AT FREMSÆTTE BEMÆRKNINGER

## I. De vertikale begrænsningers betydning for EU's konkurrencepolitik

1. Integreringen af medlemsstaternes økonomier og etablering af et indre marked er nogle af Den Europæiske Unions grundlæggende politiske mål (artikel 2). Et af de instrumenter, der skal skabe integration på det indre marked, er gennemførelsen af en ordning, der sikrer, at konkurrencen inden for det indre marked ikke fordrejes (artikel 3, litra g)). Det erkendes nu generelt, at en sådan integration baseret på loyal konkurrence er en af forudsætningerne for den europæiske industris konkurrenceevne på større globale markeder samt et middel til fremme af væksten og beskæftigelsen. I modsætning til den konkurrencepolitik, der føres af medlemsstaterne og vore handelspartnere, skal EU's konkurrencepolitik derfor ikke blot tage hensyn til behovet for et system med loyal konkurrence, men også til den tilsigtede markedsintegration.

2. På grund af dette integrationsmål har forholdet mellem producenter og forhandlere og andre vertikale forbindelser i distributionskæden været et særlig vigtigt spørgsmål i EU's konkurrencepolitik. Producenterne har vertikale forbindelser med leverandører af komponenter og råmaterialer inden for stadig mere komplekse forsyningskæder. De fleste producenter anvender også en specialforhandler, ofte med specialiserede mellemlid (f.eks. en grossist), for at nå ud til de endelige forbrugere. Disse vertikale forbindelser og distributionsforbindelser er nødvendige

- både for at sikre en effektiv distribution, da producenterne ikke altid har det nødvendige kendskab til distribution, og da specialforhandlere ofte kan opnå størrelsesfordele ved at distribuere flere/mange produkter samtidig,

- og for at trænge ind på nye markeder, da forbindelser med en lokal forhandler med specialviden om de markeder, hvor produktet skal lanceres, kan øge chancerne for tilfredsstillende resultater og formindske risikoen.

3. Ud over at fremme effektiviteten og markedsintegrationen kan disse vertikale begrænsninger også give anledning til betænkeligheder ud fra et konkurrencepolitisk synspunkt, f.eks. i følgende tilfælde:

- et distributionssystem med eneforhandlere, der er udpeget på nationalt plan, kan lette den fortsatte opdeling af det indre marked efter nationale skel

- hvis flere konkurrerende fabrikanter knytter alle de eksisterende forhandlere i et givet område til sig gennem eneforhandlingsaftaler, kan dette skabe hindringer for en ny producents adgang til markedet, da han ikke har adgang til noget distributionssystem.

Vertikale begrænsninger har derfor været et særlig vigtigt spørgsmål i EU's konkurrencepolitik.

## II. Grønbogens indhold

4. Der findes mange typer distributionssystemer og vertikale forbindelser i en moderne kompleks økonomi. Da virksomhederne i stadig stigende grad både udliciterer aktiviteter og benytter specialiserede mellemmand, f.eks. forhandlere, bliver forsyningskæden eller den logistiske kæde længere. De vertikale forbindelser kan derfor være ved at få større betydning. Af analytiske hensyn har Kommissionen dog skelnet mellem følgende fire typer distributionssystemer:

- eneforhandling, hvorved en producent forpligter sig til kun at sælge sine produkter til en bestemt forhandler i et givet område
- eksklusive købsforpligtelser, hvorved en forhandler forpligter sig til kun at købe det pågældende produkt hos en bestemt producent (forekommer især ved øl og benzin)
- franchising, hvorved en franchisetager får tildelt et bestemt område, hvor han kan udnytte franchisegiverens knowhow og intellektuelle ejendomsrettigheder og sælge produkter i standardiseret format
- selektiv distribution, hvorved distributørerne udvælges på grundlag af objektive kriterier, der er nødvendige for den effektive distribution af det pågældende produkt, og hvor disse forhandlere kun kan sælge produktet enten til de endelige forbrugere (som de normalt yder service i forbindelse med produktet) eller til andre udvalgte forhandlere, der opfylder de objektive kriterier. Dette system forekommer især ved avancerede tekniske produkter (f.eks. bestemte typer forbrugerelektronik) eller ved luksusvarer (f.eks. parfume).

5. Kommissionen har udviklet en specifik politik for disse fire distributionstyper. Den er for de første tre typer fastlagt i Kommissionens forordninger<sup>(1)</sup>, mens den for den sidste er fastlagt ved Kommissionens individuelle beslutninger og praksis.

6. Denne grøn bog omhandler alle vertikale forbindelser inden for distributionskæden med hovedvægten på ovennævnte fire distributionstyper<sup>(2)</sup>. Da (næsten) al moderne erhvervsaktivitet omfatter vertikale forbindelser, er EU's konkurrencepolitik på dette område formodentlig af interesse for et større antal virksomheder end noget andet område af konkurrencepolitikken. Grønbogen vil ikke direkte behandle spørgsmål om købekraft. Selv om der er en vis overlappning, kan spørgsmål om købekraft bedst behandles særskilt.

---

(1) Kommissionens forordning (EØF) nr. 1983/83, 1984/83 (jf. også Kommissionens meddelelse 84/c 101/02) og 4087/88. Alle forordninger og meddelelser samt andre grundlæggende retsakter er offentliggjort i "Konkurrencereglerne i De Europæiske Fællesskaber, Del 1A, Anvendelse af konkurrenceregler på virksomheder". Europa-Kommissionen 1994.

(2) Denne grøn bog omfatter ikke motorkøretøjer, der er behandlet i Kommissionens forordning 1475/95 og vertikale forbindelser inden for licenser på intellektuelle ejendomsrettigheder eller handelsagenter (der behandles i særskilte undersøgelser). Det bør også bemærkes, at artikel 85, stk. 1, generelt finder anvendelse på produktion af og handel med landbrugsprodukter. Artikel 85, stk. 1, finder dog ikke anvendelse på foranstaltninger, der er en integreret del af organiseringen af et fælles marked.

### **III. Grøn bogens formål**

7. Det er formålet med grøn bogen at foretage en grundig undersøgelse af politikken for vertikale begrænsninger. Den nuværende politik er konstant blevet udbygget for at kunne anvendes på tilfredsstillende måde på de skiftende forhold i de sidste tredive år. Det ser dog nu ud til, at en revision er nødvendig af følgende årsager:

- de tre forordninger om eksklusive købsaftaler, eneforhandlingsaftaler (herunder særordninger for øl og servicestationer) og franchiseaftaler vil udløbe, og revisionen vil bidrage til at forberede fornyelsen af forordningerne med de ændringer, der måtte være nødvendige
- lovgivningen om det indre marked er nu stort set gennemført. Derfor kan private handelshindringer (dvs. aftaler mellem virksomheder) få voksende betydning i forhold til de offentlige handelshindringer som årsag til opdelingen af det indre marked, og
- der er sket større ændringer både i den endelige distributions struktur og i tilrettelæggelsen af logistikken (hovedsagelig på grund af anvendelsen af informationsteknologi), der kan få konsekvenser for EU's politik for vertikale begrænsninger.

8. I grøn bogen redegøres der for den nuværende økonomiske og retlige situation med hensyn til vertikale begrænsninger samt resultaterne af en forundersøgelse. Hovedvægten er lagt på markedsintegrationen samt en række rent konkurrencerelaterede spørgsmål. På grundlag af dette arbejde har Kommissionen kunnet udarbejde forslag til en række løsningsforslag til fremtidens politik for vertikale forbindelser. (jf. resuméet og kapitel VIII, hvor løsningsforslagene er gennemgået).

### **IV. Opfordring til kommentarer**

9. Kommissionen forelægger denne grøn bog for Europa-Parlamentet, medlemsstaterne, Det Økonomiske og Sociale Udvalg samt Regionsudvalget. Kommissionen vil indlede en dialog med disse parter og opfordrer dem til at fremsætte deres synspunkter om grøn bogen og de løsningsforslag, den indeholder.

10. Kommissionen vil desuden offentliggøre grøn bogen og opfordre alle interesserede parter - producenter, forhandlere, forbrugerorganisationer og fagforeningsrepræsentanter - til at fremsætte bemærkninger. De opfordres specielt til at fremsætte bemærkninger til de forskellige løsningsforslag og give en begrundelse, støttet af faktuelle/kvantitative oplysninger, for deres foretrukne løsning. Desuden opfordres de til at fremsætte deres synspunkter om, hvorledes denne løsning kan gennemføres mest effektivt, og hvilke lovgivningsmæssige ændringer dette indebærer. Kommissionen kan beslutte at afholde høringer, når fristen for skriftlige bemærkninger er udløbet, hvis der er tilstrækkelig interesse, og hvis den finder, at bemærkningerne gør det berettiget.

Denne konsultationsproces med alle interesserede socioøkonomiske parter vil give Kommissionen udførlige oplysninger om alle faktiske forhold og synspunkter, således at den på dette grundlag kan fastlægge politikken form og indhold.

11. Bemærkningerne bedes sendt til den adresse, der er anført efter punkt 306.

12. Selv om Kommissionen er rede til at drøfte eventuelle ændringer i sin politik, skal det påpeges, at den nuværende politik og de gældende regler fortsat vil blive anvendt, indtil Kommissionen ændrer dem.

\* \* \* \* \*

## Kapitel I

### DISTRIBUTIONSSTRUKTUR

#### I. Indledning

13. Formålet med dette kapitel er at give et overblik over distributionssektoren og at påpege de ændringer og tendenser i distributionsstrukturen, der kan være relevante for EU's konkurrencepolitik for vertikale forbindelser<sup>(3)</sup>. Det må erkendes fra begyndelsen, at der er store forskelle i distributionsstrukturen mellem EU's medlemsstater, og at mange af de ændringer og udviklingstendenser i distributionen, der påvises i dette kapitel, er vanskelige at måle på tværs af hele EU, da de varierer mellem de forskellige medlemsstater og distributionssektorer. Ikke desto mindre er de af stor betydning, hvis man skal kunne forstå hvilke konsekvenser de vertikale begrænsninger har på konkurrencen mellem virksomhederne i EU og på etableringen af et indre marked. I dette kapitel anvendes udtrykket "distribution" i sin bredeste betydning og omfatter alle handelsaktiviteter mellem producenter og forbrugere, hvor forbrugerne kan være forædlingsvirksomheder, virksomheder i fremstillingsindustrien eller endelige forbrugere.

14. Sondringen mellem produktions-, engros- og detailsektoren bliver mere og mere udvisket. I mange tilfælde varetager producenten i dag helt eller delvis engroshandelen, medens en række detailhandlere beskæftiger sig med både engroshandel og produktion. Dette gør det særdeles vanskeligt at analysere disse sektorer uafhængigt af hinanden eller at fortolke statistiske oplysninger. Disse sektorer betragtes i stigende grad som led i en enkelt forsyningskæde fra råmaterialeleverancer og forarbejdning til distribution til den endelige forbruger. I dette kapitel anvendes udtrykkene "producent" og "leverandør" synonymt for virksomheder, der er første led i forsyningskæden for et bestemt produkt (leverandører længere nede i forsyningskæden omtales som grossister eller detailhandlere).

#### II. Distributionens betydning

15. Næsten alle produkter, og mange tjenesteydelser, kommer fra producenten til forbrugeren via en handels- og/eller distributionsproces. Distribution skal ikke kun betragtes som en sektor, men også som en proces eller funktion i økonomien. Den udøver i sig selv en værditilvækstsfunktion. I begyndelsen af 1990'erne omfattede distributionserhvervene ca. 4,5 millioner virksomheder (29,4% af det samlede antal) i EU, heraf 3,4 millioner inden for detailhandel og 1,1 millioner inden for engroshandel<sup>(4)</sup>. Denne procentsats kan variere betydeligt mellem medlemsstaterne og strækker sig fra

---

<sup>(3)</sup> Kommissionens GD XXIII har offentliggjort et udbud om en undersøgelse af "Handelens strukturer og tendenser i Det Europæiske Fællesskab", der efter planen skulle være afsluttet senest i 1996 (EFT C 228 af 2.9.1995, s. 17). Denne og andre relevante undersøgelser, der måtte foreligge senere, vil blive taget i betragtning under konsultationsprocessen efter offentliggørelsen af denne grøn bog.

<sup>(4)</sup> Se bilag indeholdende statistisk materiale i Kommissionens "Grøn bog om Handel", KOM(96)530, 20.11.1996.

ca. 20% i Danmark og Belgien til 40% og Grækenland<sup>(5)</sup>. Distributionserhvervene beskæftigede omkring 22 millioner i EU i 1994 (15,6% af den samlede beskæftigelse). I 1991 blev 12,9% af den samlede værditilvækst i EU skabt i distributionssektoren, og den varierede på nationalt plan fra 10% i Tyskland til 17% i Portugal.

16. De enkelte deltagere i forsyningskæden bliver med hensyn til deres langsigtede levedygtighed mere og mere afhængige af hele kædens evne til at konkurrere med andre kæder. Derfor vil deltagerne i en kæde måske søge at påvirke den måde, den fungerer på. Fuldstændig kontrol kan opnås ved overtagelse af kædens øvrige deltagere, dvs. vertikal integration. Da mange producenter ikke har de finansielle midler, som det kræver at sælge direkte til de endelige forbrugere, anvender de hovedsagelig grossister og/eller detailhandlere, fordi disse i højere grad er i stand til effektivt at distribuere produkterne til bestemte kunder. Når der, som det er tilfældet med de fleste distributionssystemer, ikke findes nogen vertikal integration for hele eller dele af forsyningskæden, kan forbindelserne være præget af vertikale begrænsninger, som netop er emnet for denne grøn bog.

### **III. Engroshandel**

#### **Beskrivelse**

17. Engroshandel er en vanskelig erhvervsgren at definere, og den har tilsyneladende forskellige betydninger i de forskellige medlemsstater. Dens funktion har udviklet sig i tidens løb, og der findes stadig flere forskellige typer engrosorganisationer på forskellige udviklingstrin. NACE-rev.1-fortegnelsen definerer engroshandel som enheder, hvis aktivitet udelukkende eller overvejende består i videresalg af varer i eget navn til engros- og detailhandlere, til videreforarbejdende enheder, erhvervsmæssige forbrugere, herunder håndværkere eller andre storforbrugere.

18. Grossister køber fortrinsvis hos producenter og sælger for det meste til detailhandlere, erhvervsdrivende og andre grossister. De udfører mange værditilvækstfunktioner, herunder salg og salgsfremstød, indkøb og opbygning af varesortimenter, vareomladning, oplagring, transport, finansiering, risikoovertagelse, markedsinformation og administration. I distributionskæden som helhed findes de funktioner, der er nødvendige for den økonomiske proces, enten hos selvstændige grossister eller i de forudgående og efterfølgende distributionsled, dvs. hos leverandørernes salgsselskaber eller kundernes indkøbsafdelinger. Generelt anvender producenterne eller kunderne kun grossister, når disse kan udføre en af disse værditilvækstfunktioner mere effektivt.

19. Nogle analytikere betegner engroshandel som en funktion, der slår bro over forskellene i distributionskæden med hensyn til sted, periode, mængder og priser. Generelt skal engroshandel kun undersøges på grundlag af EU's konkurrenceregler om vertikale begrænsninger, når denne "bro" ikke er åben for alle produkter (f.eks. eneforhandling) eller kun er åben på bestemte betingelser (f.eks. eksklusive købsaftaler og kunderestriktioner). Grossister er tilsyneladende også af stor betydning for adgangen til

---

<sup>(5)</sup> Definitioner og den statistiske metode for beregning af data vedrørende distribution for nationale regnskaber varierer meget. Et harmoniseret klassifikationssystem (NACE Rev.1) trådte først i kraft i 1993.

markedet, især for små og mellemstore virksomheder. Grossister, der ikke optræder som eneforhandlere, kan også spille en vigtig rolle, når det gælder om at opnå lavere priser, især inden for de sektorer, hvor detailhandlerne ikke har tilstrækkelige midler til selv at importere og eksportere i væsentligt omfang. De begrænsede oplysninger, der foreligger om grossister, tyder på, at disse virksomheder finder de udenlandske markeder vigtigere, når det gælder indkøb, end når det gælder salg, selv om de letter eksportarbejdet.

### **Tendenser**

20. Den europæiske økonomi gennemgår for øjeblikket en udviklingsproces, der har indflydelse på distributionskæden og grossistens stilling. Større koncentration og integration inden for detailhandelen har ændret grossistens stilling som den traditionelle mellemmand mellem producenter og detailhandlere. Der har været en tendens til, at engrosfunktionerne er blevet inkorporeret i detailkæden, og denne tendens vil sandsynligvis fortsætte. Udviklingen i informationsteknologien og de moderne distributionssystemer har medført, at lagerstyringen er gledet fra grossisten til detailhandleren (f.eks. giver adgang til oplysninger på salgsstedet de store detailkæder mulighed for at forudsige efterspørgslen med stor nøjagtighed og dermed at finjustere deres lagerbeholdninger og leveringstidspunkter). En anden tendens har været et fald i antallet af selvstændige nationale forhandlere, især inden for levnedsmiddel- og drikkevaresektoren, fordi producenterne har overdraget den nationale distribution til helejede datterselskaber.
21. Under visse omstændigheder forsøger grossisterne at tilbyde detailhandlerne yderligere service inden for finans- og lagerstyring, oprettelse af nye detailforretninger, udvikling af et fælles image osv. Nogle grossister har oprettet såkaldte frivillige kæder, der bl.a. foretager centrale indkøb på deltagernes vegne. Herved knyttes selvstændige juridiske personer (både grossister og detailhandlere) sammen på en måde, der giver dem mulighed for at konkurrere mere effektivt med store integrerede virksomheder ved fælles anvendelse af en enkelt moderne og effektiv forsyningskæde.
22. Nye virksomheder er kommet på markedet for distributionsydelser, såsom specialvirksomheder inden for oplagring og transport, der yder europæisk distributionsservice til store producenter. Disse logistikvirksomheder deltager ikke i den kommercielle proces på samme måde som grossisterne (dvs. at de ikke overtager ejendomsretten til de pågældende produkter). De kan overtage industriens og grossisternes logistikaktiviteter, fordi de har veludbyggede informationssystemer og afdelinger overalt i Europa. De tilhører ofte store transportvirksomheder, der er villige til at investere i disse serviceydelser, og deres avancer er betydeligt lavere end grossisternes.
23. I en situation med faldende fortjeneste inden for engroshandel og integrering mellem andre medlemmer i forsyningskæden har mange grossister omstruktureret deres virksomhed i et forsøg på at øge købekraften, stordriftsfordelene og værditilvæksten og samtidig nedbringe driftsomkostningerne. Der skal især nævnes tre vigtige strategier i denne forbindelse. Den første er den frivillige kæde, hvor grossisten søger at spille en førende rolle ved at samle en gruppe mindre kunder, der skal foretage fælles indkøb, levere fælles serviceydelser eller endog operere under en fælles betegnelse. Den anden strategi består i, at grossisterne spreder deres virksomhed til andre markeder, især detailmarkedet. Den tredje vigtige strategi går ud på, at grossisterne går bort fra vareudbringning og over til selvbetjening, således at de små detailhandlere selv tager de varer, de har brug for, betaler dem og selv sørger for transporten.

24. Inden for nogle sektorer, som f.eks. medicinalvaresektoren, har den europæiske engroshandel en stærk stilling, medens dens funktioner i andre sektorer er blevet integreret med leverandørernes eller kundernes. Nogle producenter koncentrerer sig om deres kernevirkosomhed og overlader andre funktioner, herunder distribution, til specialister med lokalt, teknisk og logistisk kendskab. Det ser ud til, at mange grossister har forøget, eller er i færd med at forøge, deres købekraft over for producenterne ved at udvikle eller udvide de selvstændige handlendes distributionsnet. Grossisternes udbygning af de serviceydelser, der er til gavn for deres detailkunder, vil også sikre dem en værditilvækst.

#### **IV. Detailhandel**

##### **Beskrivelse**

25. Detailhandelen er en dynamisk og kompleks sektor, der består af en række selskabstyper af forskellig størrelse. Dens struktur afspejler det pågældende samfunds kulturelle særpræg, og den påvirkes af den lovgivningsmæssige, samfundsmæssige, økonomiske og teknologiske udvikling. Blandt de vigtigste af disse faktorer skal nævnes befolkningsmønstret og de sociale forhold (f.eks. aldersfordeling, mobilitet, byudvikling og den private bilpark). Detailsalgsstederne har en større tæthed i Middelhavslandene (især Grækenland, Portugal og Italien) end i størstedelen af Nordeuropa, hvilket skyldes det store antal familieforetagender og andre små detailforretninger. I 1992 forhandlede 32% af de anslåede 3,8 millioner detailsalgssteder i EU hovedsagelig levnedsmidler, mens 58% opererede inden for non-food sektoren og 10% inden for bilbranchen. I Middelhavslandene, hvor enkeltmandsfirmaer udgør en høj procentdel, er antallet af lokale salgssteder næsten det samme som antallet af detailforretninger. I Nordeuropa, hvor der er større koncentration, vokser forskellen mellem antallet af virksomheder og antallet af detailsalgssteder dog hvert år, da et lille antal virksomheder overtager kontrollen med stadig større detailsalgsnet. Detailomsætningen i faste priser steg med næsten 20% i EU (bortset fra Spanien, Italien og Portugal) fra 1985 til 1991. Detailhandelen er en af de største arbejdsgivere i EU og beskæftigede i 1990 ca. 13,3 millioner, dvs. 10% af den samlede beskæftigelse.

26. Husholdningernes forbrug er den største afgørende faktor for detailhandelen. I 1990 tegnede forbruget af markedsmæssige varer og tjenesteydelser, der svarer til detailomsætningen, sig for næsten 53% af husholdningernes samlede forbrug i EU. Forbruget af markedsmæssige varer og tjenesteydelser overstiger EU-gennemsnittet i Portugal (66,1%) og Irland (64,6%). I disse lande er andelen af levnedsmidler helt oppe på 40%, mod kun 16,6% i Tyskland, 18,4% i Nederlandene og lidt over 19% i Belgien og Frankrig. En sektoranalyse af husholdningernes forbrug tyder på fortsat store forskelle i levestandard, klima, kultur og livsstil. Markederne for visse produktkategorier (f.eks. kosmetik, biler, luksusvarer) er ved at blive mere homogene. Der er fortsat regionale forskelle for produkter som levnedsmidler, beklædning og fodtøj. En EU-dækkende produktstandardisering er derfor en langsommelig proces; detailhandlerne må nødvendigvis reagere hurtigt på de lokale forbrugeres behov og livsstil.

27. Adgangsbarrierer til detailhandelen kan i visse tilfælde øge de vertikale begrænsningers konkurrencehæmmende aspekter. En rapport om beskæftigelsesudviklingen, som McKinsey Global Institute udarbejdede i 1994, indeholder en undersøgelse af beskæftigelsen i detailhandelen. Undersøgelsen viser, at jobskabelsen er beskeden i Europa i forhold til USA, og den påviser en række problemer. Med hensyn til detailsektoren

konkluderer undersøgelsen, at "begrænsningerne i produktmarkedet er de hindringer for forøgelse af beskæftigelsen, der er mest indlysende og lettest at korrigere. Begrænsninger i åbningstiden, alt for stramme zonebegrænsninger og de eksisterende detailhandlers vetoret har begrænset både etableringen af mere beskæftigelsesfremmende detailsalgsformer og kundernes indkøbsmuligheder. Disse begrænsninger har ikke beskyttet de bestående detailhandlere, som det ellers var deres formål, hvilket fremgår af den kraftige tilbagegang i selvstændige forretninger i Frankrig, Tyskland og Japan (...). Det eneste, de har gjort, er at begrænse jobskabelsen, hvilket har medført en lavere beskæftigelse, en lavere nationalindkomst og en ringere værdi for forbrugerne". Man bør se positivt på den tendens, der i løbet af de sidste par år har været i medlemsstaterne til at lempe begrænsningerne uden at bringe sociale, beskæftigelsesmæssige eller spatiale planlægningsmæssige formål i fare.

28. Detailhandelen er det endelige led i distributionskæden mellem kunden og producenten, når det gælder de fleste forbrugsvarer, men alligevel er det meget få producenter, der selv har detailforretninger. De overlader dette til specialiserede detailhandlere, enten på grund af de stordriftsfordele, det medfører, eller på grund af detailhandlernes lokal-kendskab og kapital. Detailhandel er i sin enkleste form en aktivitet, der udbyder varer og tjenesteydelser, som forbrugerne kan købe og forbruge. Detailhandlernes rolle i distributionskæden varierer alt efter produkternes og tjenesteydelsernes art samt forretningsforbindelserne med andre i kæden. Detailhandelen har ikke traditionelt fremstillet varer og tjenesteydelser, og derfor afspejler detailhandlernes aktiviteter denne rolle. Detailhandelen skaber nu i stigende grad en "værditilvækst" til produkter og tjenesteydelser og forbedrer dem ud fra et forbrugersynspunkt. Flere og flere levnedsmiddelkæder tilbyder en lang række produkter under deres egne mærker. Nogle detailsalgskæder forsøger også at gøre deres salgssteder til et mærke. I de vesteuropæiske lande sker der en stigende integration til de forudgående led, hvilket betyder, at stadig flere produkter leveres direkte fra producenterne til detailforretningerne. Denne udvikling fremmes af den kortere transporttid og den forbedrede informationsteknologi.

29. Selv om nogle producenter tilbyder produkter under samme mærke i alle europæiske lande, og detailkæderne i stigende omfang opererer på tværs af grænserne, er detailhandel ikke nogen homogen international aktivitet. På trods af at internationaliseringen får voksende betydning, er den stadig begrænset til bestemte lande og detailhandelskoncerner. Ved begyndelsen af 1990'erne blev 75% af EU's internationale detailhandel med levnedsmidler kun varetaget af tre lande, nemlig Tyskland, Frankrig og Det Forenede Kongerige. Det gælder stadig, at detailhandel er et lokalt fænomen, ikke blot på grund af dens geografisk betingede kulturelle forskelle, men også på grund af dens organisation og salgsmetoder. Mange detailhandlere med grænseoverskridende virksomhed har måttet finjustere deres tilbud efter de lokale forbrugeres smag og får fortsat leverancer på nationale og ikke fælleseuropæiske forretningsbetingelser.

### **Tendenser**

30. Detailhandelen er en sektor i rivende udvikling, hvor butikkerne opstår og forsvinder igen hurtigt, især når det gælder mindre detailhandlere. Medens uafhængige forretninger, der fik leverancer fra grossister, var normen i 1950'erne, er forretningskæder nu kommet til at spille en betydelig rolle i mange lande. I det meste af Nordeuropa tegner store detailhandlere sig for over 50% af detailsalget. Nordeuropa har generelt det mest udviklede butiksnæ net med store forretninger, der tegner sig for en betydelig del af handelen, dog nok med undtagelse af Sverige og Finland, hvor faggrupper har sikret

mange små forretningers overlevelse. Tendensen til koncentration er mere markant inden for levnedsmiddelsektoren end inden for non-food sektoren. I det meste af Nordeuropa tegner de fem største levnedsmiddelforretninger i hver medlemsstat sig for over 50% af detailhandelen med levnedsmidler. I Sydeuropa er detailhandelen mindre koncentreret og præget af mindre forretninger. Koncentrationen i distributionsleddene afspejler en tilsvarende tendens i produktionen. Dette fremgår også af væksten i detailhandlernes egne mærker og faldet i andre mærker i visse medlemsstater<sup>(6)</sup>.

31. Detailhandlerne er det led i distributionskæden, der er nærmest forbrugerne, og de udnytter i stadig stigende grad det kendskab, som denne stilling indebærer, til at udvikle aktiviteter, der i højere grad opfylder forbrugernes krav. Virksomhederne inden for denne sektor har erkendt, at forbrugernes opfattelse af organisationer og forretningstyper er af central betydning for detailhandelen, og har reageret i overensstemmelse hermed. På den ene side er der for nogle dele af detailhandelen en tendens bort fra "masseforretninger" til specialforretninger, som også er mindre. Det er formålet hermed at udnytte delmarkeder for specialprodukter, afgrænse den kundekreds, der er målgruppen, og oprette detailforretninger, der kan opfylde disse behov. På den anden side betragter mange kunder stadig masseforretningerne som de mest velegnede, når det gælder bestemte produkter. Dette fremgår af væksten og spredningen i de store levnedsmiddelbutikker (hypermarkeder og supermarkeder). Der er dog også ved at ske en specialisering inden for de store forretninger, der ofte forbindes med massesalg. Store specialforretninger er ved at komme frem inden for de fleste produkter i detailleddet (f.eks. møbler, havecentre, beklædning, skotøj, plader og legetøj), og mange stormagasiner er ved at tilpasse deres produktsortimenter, således at de bliver til store specialforretninger inden for tekstilvarer.

32. Hver type salgssted (f.eks. stormagasin, hypermarked og store specialforretninger) kan sidestilles med et produkt med en bestemt levetid. I Tyskland, Frankrig og Det Forenede Kongerige er væksten i varehusene og de traditionelle selvbetjeningsforretninger (supermarkeder og minimarkeder) ved at aftage. Specialbutikker i forstæderne og discount-forretninger, specialkæder og nærbutikker i de indre byområder er derimod i vækst. Efterhånden som bestemte traditionelle detailsalgsformer forsvinder, erstattes de af andre. De nye former er normalt mere moderne og opfylder i højere grad de lokale behov. En given forretningstype er ikke lige udbredt i alle lande. Hypermarkederne ekspanderer hurtigt i Sydeuropa (Spanien, Italien, Grækenland og Portugal), medens væksten i denne detailsalgsform er aftaget i Nordeuropa.

33. Ud over marketing som den vigtigste salgsfremmende faktor fokuserer detailforretningerne også på styring af omkostningsstrukturene. Derfor lægges der stor vægt på at maksimere købekraftsfordelene gennem stordrift og effektivitet. Stordrift er forbundet med den mængde produkter, der sælges inden for et bestemt sortiment, vækst i afsætningen via intern udvikling, overtagelse eller -samarbejde. Produktsortimentets bredde og antallet af mærkevarer påvirker også købekraften, da salget koncentrerer sig på eller spredes over varegrupperne eller mærkerne. En effektiv beslutningsproces og centraliserede eller koordinerede indkøb giver også større købekraft. Ud fra et konkurrencepolitisk synspunkt må det erkendes, at denne effektivitet kan gå tabt, når en detailhandler beskæftiger sig med parallelhandel eller foretager indkøb hos andre leverandører uden for sin normale forsyningskæde<sup>(7)</sup>. Selv om købspriserne kan være af stor

<sup>(6)</sup> Jf. også kapitel VII, der behandler spørgsmålet om salgsnedgangen inden for andre mærker.

<sup>(7)</sup> Jf. punkt 41 og 45 i dette kapitel, hvor andre mulige former for effektivitetstab behandles nærmere.

betydning, vil ingen detailhandlere udelukkende se på købsprisen uden samtidig at se på transport-, oplagrings- og administrationsomkostningerne, og på leverancernes indvirkning på forsyningskædens effektivitet. Detailsalgsstederne for levnedsmidler optimerer i særlig grad hyldepladsstyringen, som er en afgørende faktor ved indkøbsbeslutninger. Styringen af leveringen og distributionen af produkterne til forretningerne og kunderne hænger nøje sammen med købsomkostningerne, især for detailhandlere med en stor lageromsætning. Der er i Europa en klar tendens til centralisering af den fysiske distribution, hvor leverandørerne leverer til en distributionscentral i stedet for direkte til forretningerne. Dette betyder, at denne aktivitet ofte udliciteres til udenforstående specialiserede distributionsselskaber.

34. Styring af forsyningskæden får stadig større betydning for forbedring af såvel markedsføringen som kontrollen. Selv om indkøbsbetingelserne stadig skal forhandles mellem leverandørerne og detailhandlerne, foregår disse drøftelser dog i stadig stigende grad som led i et samarbejde. Koordineringen af forsyningskæden er blevet forbedret som følge af bedre information om produktbevægelserne og den styrke, som detailhandlere, der betragter deres forretninger som et varemærke, er ved at opnå. Den kombination af aktiviteter, produkter og tjenesteydelser, som detailhandlerne tilbyder, skaber en "værditilvækst" til grundproduktet samt et differentieringsmiddel i forhold til konkurrenterne. Denne tendens afspejles i detailhandlernes voksende reklamevirksomhed og udviklingen af forhandlermærker. Forhandlermærkernes rolle har ændret sig, især inden for levnedsmiddelsektoren. Disse mærker var oprindeligt et billigere alternativ til producenternes mærker og var desuden af dårligere kvalitet; men da de bærer detailhandlerens navn og kun findes i den pågældende forretning, er deres stilling blevet ændret og deres kvalitet forbedret, ligesom de i stigende grad er knyttet til lancering af nye produkter. I en række detailkæder inden for levnedsmiddelsektoren tegner forhandlermærkerne sig allerede for 30% af det hurtigt omsættelige produktsortiment.

35. Alle disse driftsmæssige forhold er blevet forbedret gennem indførelse af teknologi i detailhandelen og udvikling af den ledelsesmæssige kompetence. Oprindeligt blev teknologiinvesteringer foretaget ud fra et ønske om bedre styring af aktiverne og dermed produktivitetforbedringer. En række detailforretninger værdsætter i stigende grad informationsteknologiens muligheder for at støtte beslutninger vedrørende marketing og strategisk styring. Godkendelse af universelle standarder, der muliggør en produktidentificering, datatransmission og edb-behandling har været af central betydning for indførelsen af teknologi inden for detailhandelen. Uden aftaler om stregkodestandarder kunne der f.eks. ikke foretages investeringer i vareidentifikationsudstyr, såsom scanning. Investeringer i disse former for teknologi har skabt den informationsinfrastruktur, der danner grundlag for applikationsteknologier såsom elektroniske pengeoverførsler på salgsstedet (EFT-POS) og elektronisk dataudveksling (EDI). Disse applikationsteknologier danner informationsgrundlaget for en forbedring af detailhandlernes administration og letter den direkte kontakt mellem producenten, leverandøren og de offentlige salgsinformationssystemer. De har også givet store detailhandlere mulighed for at integrere grossistfunktionerne og udvikle alternative distributionsformer.

36. For at imødegå konkurrencen fra de store distributionsforetagender har mange små og mellemstore virksomheder søgt at beskytte deres markedsandele ved at slå sig sammen i net, der giver dem adgang til effektive logistiske strukturer og gør det muligt for dem at opnå den nødvendige kritiske masse og stordriftsfordele. Disse net af selvstændige virksomheder er fortrinsvis struktureret som andelsselskaber på forbruger- eller detailhandlerniveau, indkøbscentraler, frivillige kæder mellem en grossist og flere

detailhandlere eller som franchising. Sidstnævnte system, der er et nyere fænomen end de andre net, udvikler sig hurtigt, især inden for non-food sektoren, da producenterne bestræber sig på at påvirke deres distributionsnet. Det er mest udviklet i Frankrig, og tegnede sig dér for ca. 8% af den samlede omsætning i detailledet i 1991. Franchise-systemernes vigtigste fordele frem for de øvrige net er, at der lægges større vægt på overførsel af knowhow og markedsføring af et mere ensartet image. Ved at samle selvstændige virksomheder af forskellig størrelse under en fælles betegnelse, giver disse net de små og mellemstore virksomheder mulighed for at konkurrere mere effektivt med store distributionsvirksomheder. I Tyskland er omsætningen gennem disse net stigende og tegnede sig i 1992 for næsten 50% af levnedsmiddelsalget. Hvad omsætningen angår, kan nogle af disse net sammenlignes med store distributionsvirksomheder (de to største net af selvstændige virksomheder i Frankrig hører til blandt de ti største detailsalgskoncerner i Europa).

37. Store detailhandlere har i stigende grad udviklet strategier til opretholdelse af vækst og service på markedet. Strategierne, der også er omtalt i faglitteraturen, omfatter bl.a.:

- Forsøg på at opnå dominans på produktmarkedet. Væksten søges fremmet på det eksisterende marked for "kerneproduktet", da virksomhederne søger at øge deres andel af salget gennem etablering af nye salgssteder eller gennem samarbejde med eller overtagelse af andre virksomheder på markedet.
- Spredning af virksomhedens oprindelige aktiviteter til tilsvarende eller nye produktmarkeder.
- Vertikal integration, der kan omfatte aktiviteter som grossistfunktioner, udvikling af forhandlermærker og reklame for disse mærker.
- Geografisk spredning uden for hjemmemarkedet. Flere detailhandlere beskæftiger sig med international handel og anvender en lang række strategier for markedsadgang. De oversøiske aktiviteter tegner sig for en betydelig andel af de store detailhandlers afsætning. Deltagelsen i internationale transaktioner kan variere fra overtagelse af en kapitalandel i eksisterende selskaber til franchising og kontrol med den daglige ledelse.

Desuden indgår detailhandlere inden for levnedsmiddelsektoren alliancer på tværs af grænserne. Selv om disse alliancer tilsyneladende ikke foretager kollektive indkøb i videre udstrækning, letter de ofte udvekslingen af oplysninger om producenterne og deres priser, hvilket lægger pres på producenterne, som må begrunde prisforskelle mellem medlemsstaterne. Alle disse strategier har givet detailhandlerne mulighed for at opnå en vis indflydelse på forsyningskæden, at blive mere jævnbyrdige forhandlingspartnere for leverandørerne og i visse tilfælde at optræde som konkurrenter til disse.

38. Udviklingen i detailhandelen er ikke ensartet overalt i EU og påvirkes ikke blot af konkurrencemæssige kræfter inden for industrien i hver enkelt medlemsstat, men også af forskelle i de nationale vaner og i den nationale målestok for detailforretningernes størrelse, beliggenhed, lønomkostninger, åbningstider og forretningspraksis. Der er store forskelle i distributionsstrukturen mellem EU's medlemsstater, hvilket ikke blot skyldes, at industrien befinder sig på forskellige udviklingsstrin i medlemsstaterne, men også beror på kulturelle og lovgivningsmæssige forskelle. De lovgivningsmæssige forskelle kan

ganske vist fjernes i tidens løb, men de kulturelle vil formodentlig bestå og vil fortsat begrænse detailhandlernes ekspansion uden for deres nationale territorier. Ikke desto mindre vil lighederne i detailsalgformerne og ledelsesmetoderne i de forskellige lande blive større, efterhånden som detailhandelen internationaliseres i det kommende tiår. På trods af disse tendenser vil detailhandelen dog bibeholde sine særlige nationale karakteristika. I de fleste lande og på de fleste detailsalgsmarkeder er de store organisationers købekraft i stadig vækst.

39. Det er nok for tidligt at bedømme disse tendensers og ændrings fulde indvirkning på EU's konkurrencepolitik for vertikale begrænsninger, men det ser ud til, at parallelhandel og arbitrage fortsat er vigtige spørgsmål, fordi detailhandelen stadig i vid udstrækning følger nationale skel, hvor varerne leveres på nationale betingelser.

## V. Ændringer i distributionsmønstret

### Ledelse og teknologi

40. De traditionelle distributionskanaler bestående af selvstændige producenter, grossister og detailhandlere, der handler uafhængigt af hinanden og forsøger at maksimere deres egen fortjeneste i stedet for at virke til gavn for kæden som helhed, er i tilbagegang.

41. Distributionen som sådan er blevet ændret som følge af informationsteknologien. Informationssystemer har tvunget virksomhederne til at nyvurdere og tilpasse deres kommercielle forbindelser med såvel kunderne som leverandørerne og har sat dem i stand til at anvende mere strengt styrede og effektive forretningsmetoder. Fremstillingsindustriens indførelse af "just-in-time"- (JIT) principper og udvidelsen af disse principper til også at finde anvendelse i de traditionelle distributionssystemer har haft en kraftig indvirkning på hele distributionskæden. JIT er baseret på det princip, at der ikke fremstilles nogen produkter eller bestilles nogen komponenter, før der er efterspørgsel efter dem. Sammen med moderne teknologi (dvs. computere, automatisering, laserscanning osv.) har JIT gjort det lettere at skifte fra udbudsbetinget produktion (dvs. hvor produkterne fremstilles og oplagres forud for efterspørgslen) til efterspørgselsbetinget produktion (dvs. hvor forbrugernes efterspørgsel trækker produkterne til markedet, og hvor efterspørgslen også er afgørende for fremstillingen af komponenter) i forsyningskæden. Ulempen ved udbudsbetinget produktion er, at den hyppigt medfører, at lagrene bliver større eller mindre end nødvendigt. Indførelsen af JIT-metoder nedbringer lagrene og tvinger virksomhederne til at sætte ind over for ineffektivitet eller flaskehalse i forsyningskæden. JIT betyder også en ændring fra store forsendelser til mindre og hyppigere forsendelser, hvilket tvinger både leverandørerne og kunderne til at søge at samle leverancerne (således at JIT-leverancer fra en række leverandører samles i én leverance, hvilket betyder mindre og hyppigere forsendelser og dermed nedskæring i transportomkostningerne og andre omkostninger).

42. JIT-princippet er blevet yderligere forbedret ved begrebet QR (quick response logistics), der betyder, at efterspørgslen efterkommes så tæt på realtidspunktet som muligt og så tæt på den endelige forbruger som muligt. Gennemførelsen af QR er blevet lettet gennem elektronisk dataudveksling (EDI), effektiv supplerings af lagerbeholdningen (ER), strekkoder, laserscannere osv. Den seneste udvikling af disse begreber inden for detailhandelen er ECR (efficient consumer response), der skal sikre forbrugerne den bedst

mulige værdi, service og produktdifferentiering gennem et samarbejde om forbedring af forsyningskæden.

43. Indførelsen af JIT, QR og ECR-systemer i distributionen indebærer en ændring i det traditionelle uafhængighedsforhold mellem producenter, grossister og detailhandlere til et forhold præget af samarbejde, især på logistikområdet<sup>(8)</sup>. Samarbejdet mellem producenter og detailhandlere i forsyningskæden er veludbygget i USA, men stadig i sin vorden i EU på grund af en række forhindringer, såsom den traditionelle konflikt mellem producenter af mærkevarer og store forretningskæder, der foretrækker at sælge deres egne mærkevarer, samt forskelle i de nationale forretningsbetingelser. Et af de hyppigst nævnte eksempler på samarbejde mellem en producent af mærkevarer og en detailhandler er "partnerskabet" i USA mellem Procter & Gamble (P&G) og en af Nordamerikas største detailhandlere, Wal-Mart, hvorved førstnævnte modtager salgsdata direkte fra sidstnævntes kasseapparater. P&G benytter disse oplysninger til at tilpasse sin produktion efter Wal-Marts efterspørgsel. Et sådan system indebærer den fordel for såvel fabrikanten som detailhandleren, at de kan nedbringe lagrene og samtidig forbedre vareudbuddet til fordel for forbrugerne. Selv om det fuldt integrerede "partnerskab", som mellem P&G og Wal-Mart, stadig ikke er udbygget i Europa, er der nu ved at opstå integrerede logistiksystemer, der forbinder transaktionerne i hele forsyningskæden.

### Struktur

44. Der foregår i øjeblikket en betydelig omstrukturering af distributionen i EU. Ændringerne består i koncentration, reduktion i antallet af traditionelle grossister, omlægninger i detailsektoren og en tendens til diversificering og internationalisering.

Ændringerne kan opsummeres således:

- koncentration, der giver sig udslag i færre store virksomheder og nærmere vertikale forbindelser mellem producenter, grossister og detailhandlere
- udvikling af net af selvstændige forhandlere, først og fremmest som følge af tendensen til koncentration og væksten i store integrerede grupper. Generelt kan detailhandlere uden specielle distributionsfaciliteter eller mulighed for at gå uden om grossisten, ikke konkurrere med store detailgrupper, når det gælder pris og service
- en generel nedgang i antallet af selvstændige nationale forhandlere/traditionelle grossister, idet man skal være opmærksom på, at begrebet engrosvirksomhed tilsyneladende har forskellige betydninger i de forskellige medlemsstater
- en række omlægninger i detailsektoren med betydelige forskelle mellem medlemsstaterne. Det er karakteristisk, at der generelt sker en lavere stigning i antallet af

---

<sup>(8)</sup> Det er vigtigt at gøre sig klart, at logistisk integration har stor betydning som konkurrencemæssigt værktøj, især på de globale markeder. Dette illustreres tydeligt i den undersøgelse, som Europa-Kommissionen fik gennemført i 1993, "The Evolving Competitive Challenge for the European Automotive Components Industry". Undersøgelsen viser, at den europæiske komponentindustri kun når op på en tredjedel af den japanske, når det gælder produktivitet og lageromsætning. En af de vigtigste årsager til denne uheldige konkurrencemæssige situation er mangelen på "egentlige partnerskabsforhold i forsyningskæden".

hypermarkeder end tidligere, en forøgelse i antallet af franchiseaftaler og en vækst i de forskellige former for fjernsalg

- en tendens til spredning af aktiviteterne til andre serviceområder. Desuden er der en vis tendens til internationalisering, dog kun i ringe grad, således at detailhandelen fortsat i vid udstrækning er national.

45. De ændringer i ledelse og teknologi, der er beskrevet ovenfor, har betydelig indvirkning på EU's konkurrencepolitik for vertikale begrænsninger. Vertikale begrænsninger kan anvendes til at isolere nationale markeder, især når der er prisforskelle mellem medlemsstaterne. For at imødegå dette har Kommissionen støttet parallelhandel og arbitrage. Man har længe erkendt, at parallelhandel hindres gennem offentlige foranstaltninger (f.eks. forskellige valutaer, skattesystemer, tekniske bestemmelser og administrative formaliteter), private foranstaltninger (f.eks. aftaler om ikke at levere på tværs af grænserne) og sociale forhold (f.eks. kultur- og sprogforskelle samt forbrugerpræferencer<sup>(9)</sup>). Det viser sig dog nu, at moderne distributionssystemer i sig selv kan have reduceret mulighederne for parallelhandel selv i de tilfælde, hvor parallelhandel teoretisk set er mulig. Selv om prisen stadig er vigtig, er forsyningssikkerhedens og -effektivitetens relative betydning vokset. Når en grossist eller detailhandler, der deltager i en effektiv forsyningskæde, skal overveje, om han skal foretage parallelhandel, skal han ikke blot tage hensyn til de umiddelbare finansielle forhold, såsom omkostningerne ved transport, oplagring og administration samt kapitalomkostninger, men også undersøge de finansielle forhold på kort til mellemlang sigt som følge af en sådan transaktions ødelæggende virkning på forsyningskæden. F.eks. kan den umiddelbare finansielle gevinst på en parallelhandelstransaktion eller en række transaktioner forsvinde fuldstændigt, når grossisten eller detailhandleren senere skal vende tilbage til sin oprindelige forsyningskanal (f.eks. en national importør eller producent) og dermed oplever forsinkelser i opfyldningen af lagrene. Disse forsinkelser kan opstå på grund af reduktion af lagrene i overensstemmelse med JIT-principperne (dvs. at produkterne ikke længere produceres og oplagres, før der findes efterspørgsel efter dem). Anvendelse af sådanne principper og faldet i antallet af selvstændige grossister vil også kunne nedbringe lagrene i første omgang, når virksomheden bliver involveret i parallelhandel.

## VI. Benzin og øl

46. Der er sket store ændringer i distributionen af benzin og øl, selv om det er vanskeligt at generalisere. Disse ændringer gennemgås ikke i detaljer her, fordi situationen varierer fra den ene medlemsstat til den anden. I nogle medlemsstater er virkningen af liberaliseringen af statsmonopolerne ved at slå igennem (benzinmonopolerne i Spanien og Portugal), og i nogle af de nye medlemsstater er der stadig monopoler (alkoholmonopoler i Sverige, Finland og Østrig). Kommissionen vil gerne have tilsendt oplysninger om, hvorvidt det er let eller vanskeligt for producenter i en given medlemsstat at trænge ind på et nyt marked inden for disse sektorer, især ølsektoren. Det kan især være nyttigt at analysere, om eksklusive købsaftaler, der finder udstrakt anvendelse, letter eller hindrer denne proces. På trods af de manglende oplysninger på dette område, kan der alligevel fremsættes nogle generelle bemærkninger.

---

<sup>(9)</sup> Jf. også kapitel II om det indre marked.

## Benzin

47. Antallet af benzinstationer er faldende, samtidig med at deres gennemsnitsstørrelse vokser. Supermarkeder/hypermarkeder er også trængt ind på benzinmarkedet med en aggressiv prispolitik. De tegner sig nu for en forholdsvis stor andel på visse markeder (op til 33%). Der er også markedsført benzin, som ikke er nogen mærkevare, eller som sælges under selskabets eget mærke. Desuden er det lykkedes for andre virksomheder med mærkevarer at trænge ind på nationale markeder. De investeringer, der er nødvendige for at oprette en benzinstation, er steget betydeligt (stationernes størrelse, miljøbeskyttelse og flere faciliteter). Benzinstationernes salg på andre områder har fået forholdsvis større betydning med udvikling af nærbutikker, der sælger en lang række forbrugsvarer ud over biltilbehør og smøremidler<sup>(10)</sup>. I virkeligheden tegner benzinstationerne sig for en langt mindre procentdel af salget af smøremidler, fordi specialbutikker/kæder, der sælger biltilbehør, er blevet mere udbredte. Med undtagelse af supermarkederne ejes/forpagtes/ledes benzinstationerne fortsat af små virksomheder (ofte enkeltmandsforetagender), der er knyttet til de store benzinproducenter gennem eksklusive købsaftaler. Desuden finansieres stationen og udstyret ofte gennem lån fra producenterne.

## Øl

48. Bryggerstrukturen varierer betydeligt fra den ene medlemsstat til den anden, idet den strækker sig fra en atomistisk opdeling til et snævert oligopol eller endog dominans. Der er en tendens til, at lokale producenter tegner sig for størstedelen af salget i hver medlemsstat, selv om indtrængning på andre markeder også forekommer i stigende grad, f.eks. gennem direkte import, salg gennem eget datterselskab, brygning på licens, overtagelse af eller joint venture med lokale bryggerier, overtagelse af detailforretninger, salg via grossister, opførelse af nye bryggerier eller distributionsaftaler med lokale bryggerier.

49. Det kan ikke betale sig at sende standardøl over store afstande for at opretholde friske forsyninger. Der er en (i visse medlemsstater ret stærk) tendens til vækst i salget ud af huset (f.eks. via supermarkeder til forbrug andre steder) i forhold til salg på stedet (dvs. til forbrug på salgsstedet). Det er ofte små enkeltmandsforetagender, der ejer, forpagter eller leder udsalgsstederne, og de er ofte, men ikke altid, knyttet til bryggerierne gennem eksklusive købsaftaler. Desuden kan udskænkingsstederne finansieres via lån fra bryggerierne. Denne finansiering får stadig større betydning, da indretningsniveauet (værditilvækst) er steget med en deraf følgende stigning i investeringsomkostningerne. I den senere tid er der opstået specialiserede administrationsselskaber, der ejer mange detailsalgssteder. Disse selskaber forhandler med bryggerierne om ølforsyningerne.

## VII. Konklusioner og spørgsmål

50. Med informationsteknologien som katalysator er der en udvikling i gang bort fra de traditionelle udbudsbetingede distributionskanaler over til planlagte, professionelt drevne, efterspørgselsbetingede forsyningskæder, hvor leverandører, producenter, grossister og detailhandlere fungerer som et integreret system og konkurrerer med andre

---

<sup>(10)</sup> De enkelte benzinselskaber udvikler et særskilt standardiseret format for alle deres nærbutikskæder.

integrerede systemer for at opnå maksimal effektivitet og forbrugerreaktion. Det skal dog bemærkes, at "partnerskab" mellem producenter og detailhandlere i forbindelse med administrationen af forsyningskæden hidtil har været begrænset af en række forskellige forhold, herunder nationale forskelle i forretningsbetingelser og forretningspraksis.

51. Ud fra et konkurrencemæssigt synspunkt er det vigtigt at notere sig, at udviklingen bort fra det traditionelle uafhængighedsforhold over til forbindelser baseret på samarbejde kan svække de konkurrencefremmende kræfter i forsyningskæden, såsom konkurrence inden for samme mærke. Desuden er der her større mulighed for, at en af forsyningskædens medlemmer opnår dominans end i forbindelse med den traditionelle distributionskanal, med det resultat, at funktioner og omkostninger væltes over på andre virksomheder i kæden (i modsætning til den situation, hvor alle selvstændige virksomheder frit kan fastlægge og integrere deres funktioner på grundlag af forhandlinger mellem uafhængige parter). Dette er en vigtig faktor for EU's konkurrencepolitik, især når den ansvarlige for ledelsen af forsyningskæden er en stor virksomhed, og de øvrige parter er små og mellemstore virksomheder, der er økonomisk afhængige af forsyningskæden, idet det kan medføre en betydelig svækkelse af konkurrencen inden for samme mærke og/eller afskærmning af forsyningskæden over for andre producenter på det samme eller tilsvarende markeder.

52. De konsoliderede systemer har sammen med informationsteknologien lettet overgangen fra udbudsbetinget til efterspørgselsbetinget distribution inden for mange sektorer. Desuden sker der nu inden for mange sektorer en koncentration i hver ende af forsyningskæden, samtidig med at de selvstændige mellemmand forsvinder. Begge disse faktorer har i betydelig grad formindsket mulighederne for parallelhandel eller arbitrage, selv hvor der er væsentlige prisforskelle mellem medlemsstaterne. For EU's konkurrencepolitik for vertikale begrænsninger indebærer disse ændringer især, at moderne distributionssystemer kan fastcementere isoleringen af nationale markeder, da detaildistributionen stadig er nationalt orienteret. Dette kan få større virkninger for den tilsigtede markedsintegration i EU.

53. Kommissionen har ikke kunnet finde nyttige statistikker over den relative størrelse og betydning af de forskellige distributionskanaler, som producenterne anvender, nemlig eneforhandling, eksklusive køb, selektiv distribution, åben distribution og franchising. Den har heller ikke kunnet indhente nyttige oplysninger om tilbagegangen i antallet af selvstændige grossister/distributører i Europa som helhed. Kommissionen er meget interesseret i at få tilsendt de interesserede parter synspunkter (støttet af statistikker) om distributionskanalernes relative størrelse, betydning og tilgængelighed i Europa, og tilbagegangen i antallet af selvstændige grossister/forhandlere. Den vil også gerne have tilsendt bemærkninger om, hvorvidt nye distributionsformer/-systemer og de øvrige faktorer, der er nævnt i dette kapitel, kan styrke isoleringen af nationale markeder gennem vertikale begrænsninger.

\* \* \* \*

## Kapitel II

### ØKONOMISK ANALYSE AF DE VERTIKALE BEGRÆNSNINGER OG DET INDRE MARKED

#### I. Baggrund

54. Den økonomiske analyse af de vertikale begrænsninger har tidligere givet anledning til heftig debat blandt økonomer. I begyndelsen af 1980'erne var man dog blevet mindre betænkelig ved disse begrænsninger, der snarere blev betragtet som uskadelige for konkurrencen (Chicago-skolen). I vore dage er der ved at opstå større enighed; økonomerne er ved at blive mere forsigtige i deres vurdering af de vertikale begrænsninger i konkurrencepolitikken og mere tilbageholdende med at generalisere, og alle vertikale begrænsninger kan ikke i sig selv betragtes som gavnlige for konkurrencen<sup>(11)</sup>. Et element gør sig dog særlig gældende: De nuværende økonomiske teorier understreger markedsstrukturens betydning for fastlæggelsen af, hvilke virkninger de vertikale begrænsninger har på konkurrencen. Jo skarpere konkurrencen mellem mærkerne er, jo mere sandsynligt er det, at de vertikale begrænsningers konkurrencefremmende og effektivitetskabende virkninger vil opveje de konkurrencebegrænsende. Det omvendte er tilfældet, når konkurrencen mellem mærkerne er beskednen, og der er betydelige hindringer for adgangen til markederne.

55. I dette kapitel behandles nogle af konklusionerne af de seneste økonomiske teorier om vertikale begrænsninger, der kan være nyttige for fastlæggelsen af en politik<sup>(12)</sup>. Det vil også behandle forbindelserne mellem integrationen på det indre marked og vertikale begrænsninger. Selv om mange af de administrative og andre offentlige handelshindringer er blevet fjernet, er der endnu ikke etableret et egentligt indre marked inden for visse sektorer, og der er stadig væsentlige prisforskelle mellem medlemsstaterne. Dette tyder på, at der stadig er væsentlige uudnyttede økonomiske fordele forbundet med yderligere integration, og at private aftalers (f.eks. vertikale begrænsningers) betydning for fremme eller hindring af den økonomiske integration er vokset i forhold til de offentlige hindringers.

#### II. Den økonomiske fortolkning af vertikale begrænsninger

56. Efterhånden som forholdet mellem en producent og en forhandler udvikler sig fra en uafhængig engangstransaktion til nærmere, regelmæssige kontakter, kan aftaler og vertikale begrænsninger f.eks. nedbringe deres transaktionsomkostninger. Dette er især tilfældet, når distributionen nødvendiggør forbindelser på længere sigt, herunder en

---

(11) Fuldstændig konkurrence i distributionsleddet var en nøgleantagelse for Chicago-skolens konklusioner. McKinsey-undersøgelsen (op. cit.) viste, at dette ikke var tilfældet i Europa, og påviste væsentlige hindringer for adgangen til markederne.

(12) Dette er baseret på P. Rey and F. Caballero "The implications of the Economic Analysis of Vertical Restraints", kommende økonomisk papir fra European Commission, DG II, Brussels. Læseren henvises også til Dobson and Waterson "Vertical Restraints and Competition Policy", London, 1996, samt Competition Policy and Vertical Restraints, OECD, Paris 1994.

arbejdsdeling med hensyn til salg og salgsfremmende aktiviteter samt overdragelse af immaterielle aktiver, såsom goodwill og knowhow. Ingen af parterne har fuldstændigt kendskab til de andre parters aktiviteter. De har hver især forskellige interesser, og der tages ikke hensyn til, hvorledes disse indvirker på den anden parts interesser. Desuden har producenter og forhandlere selvstændige beslutningsbeføjelser over de forskellige elementer i produktions- og distributionskæden. På denne generelle baggrund kan vertikale begrænsninger bidrage til større effektivitet, ikke blot for producenterne og forhandlerne, men også for forbrugerne. En koordinering mellem producenter og forhandlere i form af vertikale begrænsninger kan gøre det lettere for virksomhederne at øge deres fortjeneste, og disse effektivitetsgevinster kan under visse omstændigheder komme forbrugerne til gode. Dette kan belyses ved følgende eksempler.

### **Vertikale begrænsninger som middel til at forbedre den økonomiske effektivitet gennem en bedre koordinering mellem producenter og forhandlere<sup>(13)</sup>**

57. Ud fra et konkurrencepolitisk synspunkt er det bedst at sondre mellem sager, hvor vertikale begrænsninger har en generel positiv virkning og sager, hvor vertikale begrænsninger har en negativ virkning. Vertikal begrænsninger har normalt en utvetydig positiv virkning, hvor de er korrekt indført for at løse koordineringsproblemer, hvorimod deres negative virkning har en tendens til at være fremherskende ved svage foregående eller efterfølgende omsætningsled.

#### **a) Vertikal priskoordinering**

58. Hvis ikke der foretages nogen koordinering, kan de vertikale strukturer medføre for høje priser, ikke blot ud fra forbrugernes, men også ud fra producenterne og forhandlerens synspunkt. Når der er tale om en vis markedsstyrke, vil producenter og forhandlere forhøje deres avancer i forhold til deres respektive omkostninger<sup>(14)</sup>. Denne fordobling af avancerne skyldes, at virksomhederne træffer prisbeslutninger uafhængigt af hinanden uden at tage hensyn til, hvilken virkning beslutningen vil få på deres respektive partnere i den vertikale struktur. Som følge heraf vil prisen sandsynligvis blive alt for høj, dvs. højere end den pris, der ville maksimere producentens og forhandlerens (forhandlerens) fælles fortjeneste. Dette problem kan til dels løses ved, at producenterne fastsætter maksimale detailpriser. Også andre typer vertikale begrænsninger kan bidrage til løsning af dette problem. F.eks. indeholder franchiseaftaler normalt en todelt tarif med et fast gebyr og en engrospris. Forpligtelser til at foretage minimumsindkøb kan også løse problemet. Disse alternative løsninger vil dog ikke nødvendigvis have samme virkning ud fra et konkurrencemæssigt synspunkt.

#### **b) Koordinering af præstation af tjenesteydelser**

59. Distributionen af varer og tjenesteydelser gør det normalt nødvendigt, at forhandlerne også præsterer andre ydelser såsom eftersalgsservice, i form af garantier eller vedligeholdelse, eller service før salget i form af oplysninger eller teknisk bistand til

---

(13) Andre effektivitetsgevinster, som vertikale begrænsninger kan medføre, tages også i betragtning ved Kommissionens politik på dette område. De er omhandlet i kapitel IV og ikke nævnt her.

(14) Markedsstyrke indebærer, at producenter og forhandlere står over for faldende efterspørgselskurver, og altså ikke den horisontale efterspørgselskurve, der findes ved fuldstændig konkurrence.

potentielle kunder. Dette skaber følgende to problemer med hensyn til den økonomiske effektivitet<sup>(15)</sup>.

i) Fordelingsproblemer. Hvis en forhandler investerer i information til potentielle kunder eller forbedrer sine anlæg, vil efterspørgslen efter hans produkt vokse til gavn for hans virksomhed. Men også den producent, der leverer de produkter, han sælger, vil drage fordel heraf, da han vil sælge mere til forhandleren. I disse tilfælde vil forhandlerens salgsarbejde ikke nå op på samme niveau, som hvis han selv kunne opnå alle fordele ved sine ekstra bestræbelser. Vertikale begrænsninger kan være medvirkende til, at den vertikale struktur giver det optimale resultat. Det vil også komme forbrugerne til gode, hvis der er aktiv konkurrence mellem mærkerne. Også i dette tilfælde kan en franchiseaftale med et franchisegebyr og en lavere engrospris sikre et bedre salgsarbejde.

ii) "Free-riding"-problemer. Når flere detailhandlere sælger det samme mærke i et givet område, vil de alle drage fordel af det salgsarbejde, som en af dem udfører. Hvis en detailhandler f.eks. investerer i kundeinformation i det pågældende område eller reklamerer for produktet, kan alle andre detailhandlere spare reklameudgifter og gratis udnytte det arbejde, som førstnævnte har udført ("free-riding"). I en sådan situation vil der være en tendens til, at alle detailhandlere investerer for lidt i disse aktiviteter. Problemet kan løses ved, at producenten tildeler dem eneforhandlingsområder. Hvis forhandleren får tildelt et eneforhandlingsområde, hvor han er eneleverandør af et givet mærke, vil transport- og transaktionsomkostningerne reducere "free-riding"-virkningerne til det mindst mulige.

### **Konkurrensekadelige vertikale begrænsninger**

60. For at kunne undersøge de vertikale begrænsningers indvirkning på konkurrencen, må der tages hensyn ikke blot til konkurrencen i distributionsledet, dvs. konkurrencen inden for samme mærke, men også konkurrencen mellem producenter eller mellem forskellige mærker. Ved indførelse af vertikale begrænsninger er det muligt at mindske konkurrencen mellem producenter, der ikke konkurrerer direkte, men gennem deres detailhandlere. I så fald kan man tale om konkurrence mellem "vertikale strukturer". Der findes mindst tre forskellige måder, hvorpå vertikale begrænsninger kan hæmme konkurrencen.

#### **a) Distributions- eller produktionskarteller**

61. Vertikale begrænsninger, såsom prisbinding eller områdeeksklusivitet, indebærer umiddelbart, at konkurrencen inden for et bestemt mærke begrænses eller endog elimineres under visse omstændigheder. Forhandlerne kan derfor være interesserede i at indgå aftaler med deres leverandører for at begrænse konkurrencen i detailledet. Dette vil især være tilfældet, når forhandlerne har en stor markedsstyrke, og adgangen til distributionsledet er vanskelig. Vertikale begrænsninger kan også anvendes til at styrke ulovlige prisaftaler mellem producenterne. F.eks. kan prisbinding gøre det lettere at indgå hemmelige aftaler, da nedskæringer i detailpriserne er lettere at afsløre. Hvis alle de virksomheder, der forhandler mange forskellige mærker i detailledet, anvender de priser,

<sup>(15)</sup> Økonomer ville også medtage andre problemer, såsom ændring af risikoforskydning eller "moral hazard"-problemer, men for at lette fremstillingen vil disse spørgsmål ikke blive behandlet her. Jf. Rey and Caballero op. cit., hvor disse spørgsmål behandles nærmere.

som producenterne har fastsat, vil kartelbrydende nedskæringer i engrospriserne ikke kunne slå igennem i detaileddet uden risiko for, at de hurtigt afsløres. Da det således er umuligt at lade disse prisnedskæringer slå igennem i detaileddet, og da der er risiko for gengældelse fra andre kartelmedlemmers side, er kartelaftaler mere stabile, når der anvendes prisbinding.

b) Vertikale begrænsninger som middel til at afskærme markederne

62. Vertikale begrænsninger kan indebære, at andre, eventuelt mere effektive, konkurrerende producenter hindres adgang til markedet. Dette kan være tilfældet, hvis de eksisterende producenter indgår eneforhandlingsaftaler med forhandlerne af et bestemt produkt i et givet område. Det er dog en forudsætning, at der findes en eller anden form for hindring af adgangen til markedet eller andre faktorer, der begrænser antallet af detailhandlere. Det er dog også muligt, når stordriftsfordele er af betydning for detailhandelen, og når indgåelse af eneforhandlingsaftaler med eksisterende detailhandlere vil gøre det vanskeligere for nye producenter at komme ind på markedet, fordi de vil være udsat for højere distributionsomkostninger end de virksomheder, der i forvejen er på markedet<sup>(16)</sup>.

63. Vertikale begrænsninger kan dog også under visse omstændigheder fremme adgangen til markedet på lang sigt. For så vidt som de vertikale begrænsninger, såsom områdeeksklusivitet, har en tendens til at forøge de vertikale strukturers fortjeneste, vil de stimulere andre potentielle forhandlere og producenters adgang til markedet, og dette vil fremme effektiviteten på lang sigt.

c) Vertikale begrænsninger som middel til at mindske konkurrencen mellem producenterne

64. På oligopolistiske markeder kan indførelse af vertikale begrænsninger inden for de vertikale strukturer begrænse konkurrencen mellem de forskellige mærker yderligere. F.eks. giver eneforhandling sommetider producenterne mulighed for at øge avancerne ved at forhøje engrospriserne. Hvis ikke der er nogen konkurrence i detaileddet, og der er hindringer for adgangen til markedet, vil detailhandlerne normalt reagere på forhøjelsen af engrospriserne ved også at forhøje priserne over for de endelige forbrugere. Bortset fra at områdeeksklusivitet, der er indført af mere end en producent, kan begrænse konkurrencen inden for et bestemt mærke, kan den også begrænse konkurrencen mellem forskellige mærker ved at formindske producenternes incitament til at underbyde hinanden. Ud over at begrænse konkurrencen inden for et bestemt mærke på oligopolistiske markeder kan de vertikale begrænsninger således begrænse konkurrencen mellem forskellige mærker<sup>(17)</sup>.

(16) Det samme kan siges om forhandlerens udelukkelse af producenterne, når førstnævnte er tilstrækkelig stærke.

(17) Jf. f.eks. Besanko and Perry "Exclusive dealing in a spatial model of retail competition", *International Journal of Industrial Organisation*, vol. 12, 1994, pp. 297-329 og Rey and Stiglitz "The role of exclusive territories in Producers' competition", *Rand Journal of Economics*, vol. 26, n° 3, Autumn 1995, pp. 431-51.

### III. Udarbejdelse af brugbare regler: Konkurrence inden for et bestemt mærke og mellem forskellige mærker

65. Af konkurrencepolitiske hensyn er det nødvendigt at omsætte konklusionerne af den økonomiske analyse til brugbare regler, der er i overensstemmelse med EU's konkurrenceregler og forholdsvis lette at gennemføre med den nødvendige retssikkerhed for virksomhederne. Et element har vist sig at være væsentligt, når man skal analysere de vertikale begrænsningers indvirkning, nemlig konkurrencen mellem forskellige mærker. En markedsstruktur, der giver mulighed for tilstrækkelig konkurrence inden for distribution og/eller produktion, vil være afgørende for de vertikale begrænsningers nettoindvirkning på konkurrencen. Dette element kan bidrage til udarbejdelse af en politik, der er i overensstemmelse med den økonomiske analyse, idet der tilstræbes ligevægt mellem en fuldstændig markedsanalyse i hvert enkelt tilfælde og omkostningerne derved.

66. Hvis der indføres vertikale begrænsninger, såsom områdeeksklusivitet eller franchising, for at undgå konsekvenserne af den gratis udnyttelse af andres ydelser (*free-riding*), kan konkurrencen mellem detailhandlere inden for samme mærke også blive begrænset. Den effektivitet, som indførelsen af disse begrænsninger vil medføre, vil øge den vertikale strukturs fortjeneste. Hvis den vertikale struktur står over for en stærk konkurrence fra andre leverandører af produkter, der kan betragtes som substitutionsprodukter, er det langt mere sandsynligt, at effektivitetsgevinsten kan komme forbrugerne til gode. Hvis den vertikale struktur har tilstrækkelig markedsstyrke, vil den være mindre motiveret til at nedsætte priserne og have en tendens til at opsuge eventuelle effektivitetsgevinster i form af ekstra fortjeneste. En relativt konkurrencebetonet markedsstruktur kan dog mindske den vertikale konkurrencebegrænsnings potentielt negative virkninger.

67. Aftaler med mange vertikale begrænsninger giver også anledning til problemer. Kombinationen af forskellige klausuler i samme kontrakt kan i høj grad vanskeliggøre den økonomiske vurdering af de vertikale begrænsningers indvirkning på konkurrencen. Den omstændighed, at der kommer flere vertikale begrænsninger til, indebærer ikke nødvendigvis en proportional forøgelse af deres indvirkning på konkurrencen. F.eks. vil indførelse af områdeeksklusivitet - for eventuelt at undgå *free-riding*-problemer - normalt begrænse konkurrencen inden for et bestemt mærke, og detailhandlerne kan i så fald være tilbøjelige til at hæve priserne. Desuden vil områdeeksklusivitet, der giver forhandlerne større markedsstyrke, forværre problemerne med dobbelte avancer. For at undgå avancefordobling og dermed et fald i afsætningen kan producenterne kombinere indførelsen af områdeeksklusivitet med en yderligere vertikal begrænsning, såsom maksimumspriser eller todelte tariffer. I dette tilfælde kunne kombinationen af to vertikale begrænsninger få positiv indvirkning på konkurrencen.

68. Indførelse af mange vertikale begrænsninger samtidig kan dog også afspejle en kombination af motiver, der kunne få negativ indvirkning på konkurrencen. Hvis en given vertikal begrænsning med henblik på at løse koordineringsproblemer indføres samtidig med en anden begrænsning, der tager sigte på at begrænse konkurrencen, f.eks. oprettelse af et kartel, vil der måske ikke være nogen udlignende virkning, og resultatet vil derfor ikke blive forbedret ud fra et konkurrencemæssigt synspunkt.

69. Ved aftaler, der omfatter mange vertikale begrænsninger, må virkningerne derfor vurderes på grundlag af de vertikale begrænsningers samlede virkning i den markeds-mæssige sammenhæng, hvori de indgår. En individuel behandling af de forskellige vertikale begrænsninger vil nok være utilstrækkelig til en korrekt vurdering af aftalen.

#### IV. Vertikale begrænsninger og det indre marked

70. Den fortsatte integrationsproces inden for det indre marked giver analysen af de vertikale begrænsninger en ekstra dimension. Baggrunden for 1992-programmet var, at den udbredte opfattelse, at det havde kostet den europæiske industri millioner i unødvendige omkostninger og uudnyttede muligheder, at der ikke eksisterede noget indre marked. Dette afspejles klart i Cecchini-rapportens titel, "The cost of Non-Europe"<sup>(18)</sup>. De bestræbelser, der har været udfoldet siden traktatens ikrafttræden i 1958, havde endnu ikke ved midten af 1980'erne medført alle de potentielle gevinster, der kunne forventes af den fuldstændige økonomiske integration mellem medlemsstaterne. Nu hvor der er taget flere skridt til at eliminere de resterende forhindringer for de frie varebevægelser og den frie udveksling af tjenesteydelser og produktionsfaktorer, er det stadig indlysende, at der må gøres yderligere bestræbelser på at nå det maksimale integrationsniveau. Denne integration er blevet endnu vigtigere, fordi et velfungerende indre marked, der giver de europæiske virksomheder mulighed for at opnå stordriftsfordele, samtidig med at de er undergivet en effektiv konkurrence, betragtes som et springbræt til bedre konkurrenceevne på stadig mere globale og konkurrencebetonede verdensmarkeder.

71. Konkurrencen er af vital betydning for at opnå de økonomiske gevinster af det indre marked. Disse gevinster vil kun kunne opnås, hvis virksomhederne konkurrerer mere med hinanden og trænger ind på hinandens markeder, og de vil opstå ved:

- statisk effektivitet, hvor konkurrencetrykket sænker prisen i medlemsstaterne med et højt prisniveau, således at den nærmer sig prisen i medlemsstater med et lavere prisniveau. Priserne kan være lavere på grund af "naturlige" omkostningsfordele eller øget konkurrencetryk
- dynamisk effektivitet, hvor det stadig voksende konkurrencetryk vil anspore virksomhederne til at opnå større effektivitet. Det, der er lettest at forklare, er måske stordriftsfordelene ved et større marked, men der vil kunne opnås mange gevinster ved blot at øge konkurrencen, specielt på markeder, der tidligere var beskyttet af barrierer eller ikke var udsat for et effektivt konkurrencemæssigt pres.

72. Det er naturligvis ikke alle markeder, der vil blive europæiske. Nogle vil fortsat være lokale (f.eks. frisører), og nogle er allerede globale (f.eks. flymotorer). Men for mange produkters vedkommende vil Europa i stadig stigende grad blive det relevante geografiske marked. Selv om der er tegn på, at priserne på visse produkter konvergerer, er der stadig plads til, at den øgede konkurrence og integration kan give flere gevinster.

73. Programmet for det indre marked var baseret på den antagelse, at afskaffelsen af ikke-toldmæssige handelshindringer ville føre til øget konkurrence, der igen ville presse priserne. Konkurrencetrykket forventedes at reducere priserne mere, end det var muligt gennem stordriftsfordele, hvilket ville indebære et fald i avancerne i økonomien som helhed og især i de sektorer, der berøres mere direkte af det indre marked. Man forventede, at konkurrencetrykket i sidste instans ville medføre priskonvergens for produkter i

---

(18) Jf. sammendraget i "The European Challenge - 1992. The Benefits of a single market". Paolo Cecchini, Wildwood House 1988.

flere forskellige medlemsstater til fordel for forbrugerne. Disse prognoser blev støttet af empiriske oplysninger om en betydelig prisspredning på en udvalgt gruppe produkter og tjenesteydelser i EU generelt. De endelige forbrugerpriser afveg betydeligt fra det ene land til det andet i 1985.

74. Der er stadig betydelige prisdifferencer, især på bestemte produkter og ikke mindst i forhandlernes nettokøbspriser på tværs af medlemsstaterne. På forbrugerelektronik kan forskellene f.eks. udgøre op til 35% på samme produkt/model fra samme producent. Til trods for de vedvarende store prisdifferencer mellem medlemsstaterne fremgår det af en undersøgelse, der for nylig blev foretaget som led i evalueringen af det indre marked, at der er en tendens til priskonvergens. Tabel 1 viser spredningen i prisindekserne på forskellige produktgrupper<sup>(19)</sup>. Indekserne er blevet beregnet inklusive og eksklusive afgifter for at udskille virkningerne af den indirekte beskatning. Resultaterne viser, at prisdifferencerne er blevet indsnævret for varer og tjenesteydelser, der reelt er blevet påvirket af det indre marked. Men for bygge- og anlægssektoren og energisektoren, hvor det indre marked kun har haft meget begrænset indflydelse, har der ikke været nogen priskonvergens. I nogle tilfælde er prisdifferencerne endog vokset. Med alle de metodiske forbehold der er nødvendige i forbindelse med sammenligninger af denne art, støtter dette tilsyneladende den opfattelse, at programmet for det indre marked har reel indvirkning i form af priskonvergens. Ikke desto mindre var der stadig tale om betydelige prisdifferencer i 1993.

---

(19) Priserne i tabellen indeholder detailpriser. Engrospriserne ville være en bedre indikator i denne forbindelse, men de forelå ikke. Detailpriserne er dog nok tilstrækkelige til at vise både eventuelle tendenser til priskonvergens og til at tjene som, ganske vist ufuldstændig, indikator for prisdifferencerne i engrosledet.

**Tabel 1**

**Koefficienter for prisudsving mellem lande på udvalgte produktgrupper**

	1980		1985		1990		1993	
	inkl. afgifter	ekskl. afgifter	inkl. afgifter	ekskl. afgifter	inkl. afgifter	ekskl. afgifter	inkl. afgifter	ekskl. afgifter
<b>EU-6</b>								
Forbrugsgoder	15,9	15,7	14,2	14,2	13,5	13,4	12,4	12,6
Tjenesteydelser	22,7	23,1	23,9	24,6	20,0	20,2	21,3	21,7
Energi	18,4	17,2	12,5	10,4	19,4	18,8	24,3	23,4
Investeringsgoder	10,5	10,5	9,7	9,7	11,6	11,6	12,5	12,5
Bygge- og anlægs-virksomhed	15,7	15,7	11,0	11,0	14,0	14,0	19,1	19,1
<b>EU-9</b>								
Forbrugsgoder	19,9	18,8	19,1	17,7	20,3	18,5	18,0	16,6
Tjenesteydelser	25,2	25,7	25,6	25,2	24,6	23,7	23,4	23,3
Energi	22,1	20,5	16,1	13,3	24,7	22,6	30,6	27,4
Investeringsgoder	13,1	13,1	12,5	12,5	12,2	12,2	12,9	12,9
Bygge- og anlægs-virksomhed	20,1	20,1	14,4	14,4	16,5	16,5	22,4	22,4
<b>EU-12</b>								
Forbrugsgoder	26,0	24,2	22,5	21,4	22,8	21,5	19,6	18,4
Tjenesteydelser	33,0	31,9	33,7	31,5	31,8	30,4	28,6	28,3
Energi	30,8	28,0	21,1	16,9	28,0	26,0	31,7	29,7
Investeringsgoder	18,0	18,0	14,0	14,0	13,1	13,1	14,5	14,5
Bygge- og anlægs-virksomhed	24,4	24,4	22,1	22,1	23,5	23,5	27,4	27,4

Kilde: DRI, E. de Ghellinck and Horack, Adler and Associates, "Study on the Emergence of Pan European Markets". Draft Final Report february 1996.

75. De muligheder for en forøgelse af konkurrencen, som de resterende prisforskelle giver, vil dog ikke forsvinde fra den ene dag til den anden, selv ikke når det drejer sig om varer eller tjenesteydelser, hvor det relevante geografiske marked kan forventes at være større end en enkelt medlemsstat. Dette skyldes:

- at der stadig findes en række lovgivningsmæssige eller administrative hindringer, der skal fjernes, og
- at der findes andre "naturlige" gener (sprog, smag, lokale vaner), der fortsat vil skabe omkostninger (og dermed barrierer) for markedsintegrationen, samt mindre naturlige gener (f.eks. forskellige og varierende valutakurser).

76. Selv i de tilfælde, hvor der ikke findes gener af denne art, vil en effektiv konkurrence på europæisk plan ofte forudsætte, at virksomhederne trænger ind på nye markeder eller øger deres salgsarbejde, også i de tilfælde, hvor en producent allerede er på markedet i en anden medlemsstat. Dette kræver ofte betydelige investeringer for at opbygge

distributionsnet og nedbryde den stærke stilling, de virksomheder, der i forvejen er på markedet, indtager.

77. Desuden forudsætter et velfungerende indre marked, at der sker væsentlige ændringer i distributionen i Europa. I denne forbindelse skal nævnes følgende to spørgsmål:

- Ifølge den forundersøgelse, der er gennemført i forbindelse med denne grønbog, kan moderne distributionsmetoder reducere de selvstændige virksomheders muligheder for at påvirke markederne væsentligt gennem arbitrage. Kommissionen vil gerne have tilsendt oplysninger om dette spørgsmål.
  
- Kommissionen er heller ikke i besiddelse af oplysninger om, hvorledes integrationsprocessen hindres af, at meget få forhandlere med EU-dækkende virksomhed har ekspanderet uden for deres "hjemmemarked" sammenlignet med antallet af producenter, der regelmæssigt afsætter betydelige mængder uden for deres "hjemmemarkeder". Når forhandlerne har udvidet deres aktiviteter til andre markeder, har de ofte overtaget eksisterende lokale forhandlere (og bibeholdt den oprindelige betegnelse, stil osv.). Desuden ser det generelt ud til, at sådanne forhandlere foretager deres indkøb lokalt, enten fordi de lokale logistikkæder er mere effektive, eller fordi producenterne insisterer på kun at levere gennem deres lokale datterselskab eller forhandler i den pågældende medlemsstat. Umiddelbart ville det være vanskeligere for producenterne at anvende forskellige priser i de forskellige medlemsstater, hvis de stod over for en række forhandlere med EU-dækkende virksomhed. Kommissionen vil gerne have tilsendt oplysninger om dette spørgsmål.

78. EU's erfaringer viser, at afskaffelsen af de ikke-toldmæssige handelshindringer ikke er tilstrækkelig til at muliggøre en fuld udbygning af parallelhandelen, arbitrage og ændringer i distributionen på tværs af Europa. For at den økonomiske integration kan gennemføres med et godt resultat, er det nødvendigt, at producenter, forhandlere og forbrugere finder det rentabelt at gå over til den nye markedssituation, og at de ikke tager skridt til at undgå eller modarbejde virkningerne af det indre marked. Afskaffelsen af handelshindringerne vil måske ikke opfylde de tilsigtede mål, hvis producenterne og/eller forhandlerne indfører praksis, der modarbejder integrationen. Desværre har de nok i mange tilfælde stærke incitamenter dertil.

79. Producenter af varer og tjenesteydelser, der indtager en stærk markedsstilling, kan drage fordel af den markedsopdeling, der eksisterede før 1992, og bruge sprogforskelle eller andre forskelle som grundlag for at anvende forskellige priser i de forskellige lande. Herved vil de kunne maksimere deres fortjeneste. På den anden side kan forhandlere med markedsstyrke i deres "hjemland" træffe foranstaltninger for at undgå markedsintegration, da dette kunne svække deres markedsstilling. Under visse omstændigheder kan prisforskellene opretholdes, efter at de ikke-toldmæssige handelshindringer er afskaffet, selv om enten producenterne eller forhandlerne opnår en mindre fortjeneste efter afskaffelsen af disse forhindringer. Dette kan ske, hvis producenternes og forhandlerens avancer tilsammen er højere under et scenario med prisforskelle end ved *arbitrage* og markedsintegration. F.eks. kan den ekstra fortjeneste, som producenten opnår gennem prisforskelle, være så stor, at han måske vil søge at indgå en aftale med sine forhandlere om at dele denne ekstra fortjeneste med dem på betingelse af, at der ikke foregår nogen parallelhandel. I disse tilfælde vil der være et incitament for begge parter til at opretholde

den tidligere situation og ikke beskæftige sig med parallelhandel. Der er således grund til at tro, at virksomheder vil forsøge at forhindre parallelhandel og arbitrage, når de kan.

### Integrationsfremmende vertikale begrænsninger

80. Efter afskaffelse af de administrative hindringer og andre barrierer for integrationen sker adgangen til markedet ikke automatisk. Etablering af nye distributionskanaler eller ændring af de eksisterende net er meget investeringskrævende. Indførelse af nye produkter eller mærker på udenlandske markeder kræver desuden investeringer i markedsundersøgelser, reklamevirksomhed og infrastruktur både fra producenterne og de lokale detailhandlers side, hvilket ofte er præget af en vis usikkerhed. I forbindelse med den økonomiske integration vil den omstændighed, at der eksisterer forskellige valutaer og udsvingsmuligheder, gøre investeringsresultatet endnu mere usikkert. Disse faktorer har et element til fælles, nemlig at den investering, der er nødvendig for introduktion af nye varer og tjenester på et "udenlandsk" marked, er produkt- og mærkespecifik. Investor vil således ikke kunne få de investerede beløb igen, hvis ikke det lykkes ham at udvikle et nyt marked. Økonomisk set betragtes de investeringer, der er nødvendige for at etablere nye distributionskanaler, som engangsomkostninger, dvs. omkostninger, som virksomhederne ikke kan inddrive, hvis projektet mislykkes, og de ønsker at trække sig ud.

81. Da investeringsbeslutningerne således er definitive og samtidig er præget af stor usikkerhed for såvel producenterne som forhandlerne, vil det betyde, at nogle beslutninger om at trænge ind på nye markeder vil blive udsat eller måske aldrig realiseret. Virksomhederne vil i praksis kun trænge ind på et nyt marked og derved realisere markedsintegrationen, hvis deres forventede fortjeneste ligger langt over de omkostninger, det indebærer, hvis disse omkostninger ikke kan inddrives igen. Indførelse af vertikale begrænsninger kan dog udvide antallet af muligheder for adgang til nye markeder. F.eks. kan eksklusivitet nedsætte risiciene for forhandlerne eller lette informationerne. Under de her omtalte omstændigheder, hvor der er tale om store investeringer og risici, kan der derfor være grund til, i hvert fald midlertidigt, at behandle vertikale begrænsninger gunstigere, hvis de letter adgangen til nye markeder eller udvider de eksisterende markedsstillinger betydeligt.

### Integrationshæmmende vertikale begrænsninger

82. Ud over at lette og fremskynde markedsintegrationen, kan vertikale begrænsninger også hindre denne proces. Det skal understreges, at et sådant negativt resultat kun er sandsynligt, når der er tale om en betydelig markedsstyrke og hindringer for adgangen til markedet - på konkurrencebetonede markeder vil vertikale begrænsninger ikke kunne hindre integrationen<sup>(20)</sup>.

83. Under visse omstændigheder kan vertikale begrænsninger dog hindre markedsintegrationen, især

---

<sup>(20)</sup> Truslen om, at en virksomhed trænger ind på markedet, kan have en gavnlig virkning, også selv om det ikke sker i praksis. Hvis truslen er troværdig og potentielt forstående, vil den være tilstrækkelig til at reducere de potentielt negative virkninger, som områdeeksklusivitet kan have for forbrugerne. Producenter og forhandlere med områdeeksklusivitet vil afholde sig fra at udnytte deres eventuelle markedsstyrke fuldt ud for at undgå, at nye virksomheder får adgang til markedet.

- når adgangen til markedet hindres gennem et vidtrækkende system af eksklusive købsaftaler eller eneforhandlingsaftaler, der begrænser forhandlerens ret til frit at markedsføre konkurrerende produkter, og
- når konkurrencen mellem forskellige mærker i forvejen er svag; i så fald kan vertikale begrænsninger bevirke, at både konkurrencen inden for et bestemt mærke og mellem forskellige mærker formindskes, og dermed hindre integrationsprocessen. Dette er især tilfældet, når der er tale om betydelige prisforskelle, der giver producenterne et incitament til fortsat at anvende forskellige priser og holde markederne adskilte. Vertikale begrænsninger kombineret med en vis markedsstyrke gør det lettere for producenterne at opretholde prisforskellene.

84. Markedsintegration kan også forhindres af forhandlere med en betydelig markedsstyrke. Hvis sådanne forhandlere enten selv kan oprette produktionsanlæg eller varetage en væsentlig del af producentens afsætning, kan de insistere på vertikale begrænsninger, der forpligter producenterne til ikke at levere til nye virksomheder på markedet. Denne mulighed for at forpligte producenterne til leveringsnægtelse er især skadelig, når den anvendes over for nytilkomne virksomheder, der måske ville oprette lavprisforretninger. Under disse omstændigheder tjener en sådan praksis til at opretholde et højt prisniveau.

## V. Konklusioner

85. I dette kapitel har vi skitseret resultaterne af den seneste økonomiske analyse af vertikale begrænsninger. Der kan heraf drages følgende konklusioner:

- i. De vertikale begrænsningers konkurrencebegrænsende virkninger vil være beskedne på konkurrencebetonede markeder. I stedet vil deres effektivitetsforbedrende virkninger og gavn for forbrugerne være dominerende. Konkurrencebegrænsende virkninger er kun sandsynlige, når konkurrencen mellem forskellige mærker er svag, og der er hindringer for adgangen til markedet.
- ii. Individuelle klausuler eller forskellige typer vertikale begrænsninger kan ikke i sig selv anses for at have en negativ eller positiv virkning på konkurrencen eller integrationen.
- iii. Kombinationen af flere vertikale begrænsninger forøger ikke nødvendigvis de konkurrencebegrænsende virkninger, men kan i virkeligheden gøre resultatet mere positivt.
- iv. Analysen bør være koncentreret om virkningen på markedet, i stedet for på aftalernes form, f.eks. spørgsmålet om, hvorvidt adgangen til markedet forhindres af et net af aftaler, eller om den vertikale aftale kombineret med markedsstyrke giver producenterne eller forhandlerne mulighed for at anvende forskellige priser i de forskellige medlemsstater.
- v. I betragtning af de risici, der er forbundet med enten at trænge ind på nye markeder eller udvide markedet væsentligt (dvs. etablering af nye handelsstrømme, der integrerer markedet), bør det overvejes, om vertikale begrænsninger kan behandles mere positivt, når der samtidig foretages betydelige materielle eller immaterielle investeringer. Denne gunstigere behandling bør være tidsbegrænset.

- vi. Produkternes art, behovet for tjenesteydelser og investeringer med henblik på en effektiv distribution, samt forbrugernes behov og viden kan være afgørende elementer, når det skal fastslås, om de vertikale begrænsninger objektivt set er effektivitetsfremmende eller konkurrencebegrænsende. Nedenstående tabel 2, der er taget fra Dobson and Waterson (op. cit.), kan betragtes som en vejledning for de vertikale begrænsningers sandsynlige virkninger, og deres eventuelle berettigelse. Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger til denne tabel og vil især gerne vide, om man finder det nyttigt at inkorporere den i Kommissionens retningslinjer.

**Tabel 2**

**Effektivitetsargumentet i forbindelse med vertikale begrænsninger ved forskellige produkt-/distributionsvilkår**

<i>Produkt/Distribution Art</i>	<i>Større sandsynlighed for at begrænsningerne er effektivitetsfremmende</i>	<i>Mindre sandsynlighed for at begrænsningerne er effektivitetsfremmende</i>
Produktsammensætning	Meget kompleks eller teknisk avanceret	Enkel eller ikke særlig teknisk avanceret
Forbrugernes omkostninger	Dyrt - stor andel af budgettet	Billigt
Forbrugernes købsvaner	Engangskøb	Regelmæssige køb
Butikstype	Ikke nærbutik	Nærbutik
Forbrugernes produkt-information	Begrænset kendskab	Detaljer/karakteristika almindelig kendt
Sammenligning mellem pris og kvalitet	Produkter, man har erfaring med eller tiltro til	Tilfældige produkter
Opfattelsen af produkt-differentiering	Uklar - svagt indarbejdet mærke	Klar - stærkt indarbejdet mærke
Stadium i produktets levetid	Nyt produkt	Indarbejdet produkt eller mættet marked
Hindringer for adgang til detailsalgsmarkedet	Beskedne	Store
Stordriftsfordele i detailledet	Ubetydelige	Væsentlige

86. Selv om de løsningsforslag, der er anført i kapital VIII, tager hensyn til disse konklusioner, skal det fastslås, at den økonomiske teori ikke kan være den faktor ved udformningen af politikken af flere årsager. For det første er en streng økonomisk teori kun en af de faktorer, der ligger til grund for politikken. I praksis skal den økonomiske teori anvendes som led i de eksisterende retsakter og retspraksis. For det andet er økonomiske teorier nødvendigvis baseret på forenkling af antagelser, som ofte er fastsat i forbindelse med stiliserede teoretiske modeller, der ikke kan tage alle virkelighedens komplicerede forhold i betragtning. En individuel analyse af hvert enkelt tilfælde er den eneste måde, hvorpå man kan vurdere de vertikale begrænsningers virkning med en vis sikkerhed. Endelig ville en fuldstændig økonomisk analyse af hvert enkelt tilfælde blive meget omkostningskrævende og ville nok ikke stå i forhold til fordelene ved at kunne

afgrænse markedssituationer og vertikale begrænsninger, som er skadelige for konkurrencen. Under disse omstændigheder skal konkurrencepolitikken måske bygge på forholdsvis enkle tommelfingerregler uden en fuldstændig økonomisk analyse af hvert enkelt tilfælde. Omkostningerne ved denne analyse, i form af usikkerhed for virksomhederne og de nødvendige ressourcer, ville ikke stå i forhold til de forventede økonomiske gevinster ved denne metode.

\* \* \* \*

## Kapitel III

### PROCEDURER OG INSTITUTIONELLE RAMMER

#### I. Artikel 85 og forordning 17/62

87. Artikel 85 har en todelt struktur, idet den indeholder et generelt forbud og en fritagelsesbestemmelse.

Artikel 85, stk. 1, indeholder et generelt forbud mod aftaler mellem virksomheder, vedtagelser inden for sammenslutninger af virksomheder og samordnet praksis, der kan påvirke handelen mellem medlemsstaterne, og som "har til formål eller til følge at hindre, begrænse eller fordreje konkurrencen inden for fællesmarkedet". Den finder anvendelse på alle produktions- og distributionsled og deres indbyrdes forbindelser, lige fra forskning og udvikling til detailhandel.

Når Kommissionen skal fastslå, at en aftale, vedtagelse eller samordnet praksis er i strid med artikel 85, stk. 1, skal den påvise, 1) at der er tale om en konkurrencebegrænsning, 2) at begrænsningen er mærkbar, og 3) at den påvirker handelen mellem medlemsstaterne.

Det vidtrækkende forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler modificeres af fritagelsesbestemmelsen i artikel 85, stk. 3, der giver Kommissionen mulighed for at fritage aftaler, der strider mod artikel 85, stk. 1, men som opfylder en række nærmere bestemte krav. Artikel 85, stk. 3, indeholder de betingelser, der skal være opfyldt, for at der kan indrømmes fritagelse. En aftale, vedtagelse eller samordnet praksis skal, for at kunne fritages, bidrage til at forbedre produktionen eller fordelingen af varerne eller fremme den tekniske eller økonomiske udvikling og samtidig give forbrugerne en rimelig andel af fordelene herved; den må heller ikke pålægge de pågældende virksomheder begrænsninger, som ikke er nødvendige for at nå disse mål, eller give virksomhederne mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende produkter.

88. I overensstemmelse med artikel 87 forelagde Kommissionen Rådet et forslag til procedureregler for anvendelsen af artikel 85 og 86. Rådet vedtog med kvalificeret flertal disse regler som forordning 17/62. I henhold til denne forordning kan en part anmode Kommissionen om at attestere, at den pågældende transaktion ikke indebærer en overtrædelse af artikel 85, stk. 1, den såkaldte "negativattest" (artikel 2). Desuden indeholder den en bestemmelse om, at aftaler, vedtagelser og samordnet praksis, der er forbudt ved traktatens artikel 85, stk. 1, og som parterne ønsker fritaget efter artikel 85, stk. 3, skal anmeldes. Begæringer om negativattest eller anmeldelser med henblik på fritagelse skal indgives i overensstemmelse med reglerne i Kommissionens forordning 3385/94.

89. Efter forordning 17/62 har Kommissionen enekompetence til at erklære artikel 85, stk. 1, uanvendelig ved at meddele fritagelse efter artikel 85, stk. 3, dog med forbehold af EF-Domstolens adgang til prøvelse (artikel 9, stk. 1).

90. Der er i forordning 17/62 gjort forsøg på at begrænse antallet af anmeldelsespligtige aftaler. Efter artikel 4, stk. 2, behøver aftaler ikke at anmeldes,

- 1) hvis der kun deltager virksomheder fra en medlemsstat, og aftalen ikke vedrører import eller eksport

- 2) hvis der kun deltager to virksomheder, og aftalen opfylder bestemte krav, der er nærmere angivet i artiklen, eller
- 3) hvis aftalen kun tjener en række ganske bestemte formål<sup>(21)</sup>. Denne bestemmelse tager sigte på at fritage parterne for deres anmeldelsespligt, idet Kommissionen dog stadig frit kan beslutte, om artikel 85, stk. 1, skal anvendes på aftalerne. Den praktiske fordel for disse virksomheder består i, at Kommissionen kan undersøge aftalerne *på eget initiativ* for at fastslå, om kravene i artikel 85, stk. 3, er opfyldt. I så fald kan den vedtage en beslutning derom med tilbagevirkende kraft til det tidspunkt, hvor aftalen blev indgået. Desuden er det i artikel 4, stk. 2, fastsat, at disse aftaler kan anmeldes, og fordelene ved at indgive anmeldelse i medfør af artikel 15, stk. 5, i forordning 17/62, er at opnå bødeimmunitet. Hvis ikke der er indgivet anmeldelse, kan Kommissionen efter artikel 4, stk. 2, opkræve bøder for aftaler, der falder ind under denne bestemmelse.

91. Med hensyn til begæringer om negativattest eller individuel fritagelse gennemfører Kommissionen en undersøgelse af de enkelte konkrete sager. Forordning 17/62 præciserer, under hvilke omstændigheder Kommissionen skal indlede en undersøgelse, hvilket kan ske på baggrund af en begæring om negativattest (artikel 2), en anmeldelse med henblik på individuel fritagelse (artikel 4), en klage eller en undersøgelse på Kommissionens eget initiativ (artikel 3) samt en undersøgelse af bestemte erhvervssektorer (artikel 12). Den specificerer desuden Kommissionens undersøgelsesbeføjelser, herunder begæring om oplysninger (artikel 11) og kontrolundersøgelser på stedet (artikel 14), samt mulighederne for at gennemføre undersøgelserne gennem medlemsstaternes myndigheder (artikel 13). Artikel 19 vedrører virksomhedernes ret til forsvar under disse procedurer (herunder beskyttelse af forretningshemmeligheder) samt tredjemands ret til at udtale sig; artikel 20 vedrører tavshedspligt.

92. Når Kommissionen har foretaget en undersøgelse, kan den beslutte at meddele negativattest eller fritagelse, hvis den finder, at de pågældende aktiviteter opfylder betin-

- 
- (21) Efter artikel 4, stk. 2, er anmeldelse af aftaler, vedtagelser og samordnet praksis frivillig, såfremt:
- "1) der heri kun deltager virksomheder fra en medlemsstat, og de pågældende aftaler, vedtagelser eller former for samordnet praksis ikke vedrører indførsel eller udførsel mellem medlemsstaterne
  - 2) der heri kun deltager to virksomheder, og de pågældende aftaler alene
    - a) begrænser den ene aftaledeltagers frihed til selv at fastsætte priser eller forretningsbetingelser ved videresalg af varer, som han erhverver hos den anden aftaledeltager, eller
    - b) pålægger erhververen eller brugeren af industriel ejendomsret - navnlig af patent, brugsmønster, mønster eller varemærkerettigheder - eller den berettigede part i aftaler om overdragelse af eller koncession på fremstillingsmetoder eller viden om brugen og anvendelsen af fabrikationstekniske fremgangsmåder, begrænsninger med hensyn til udøvelsen af disse rettigheder
  - 3) de alene vedrører:
    - a) udvikling eller ensartet anvendelse af normer eller typer
    - b) fælles forskning og udvikling
    - c) specialisering af varernes produktion, herunder de aftaler, som er nødvendige for dens gennemførelse
      - såfremt de varer, som er genstand for specialiseringen, ikke i nogen væsentlig del af det fælles marked udgør mere end 15% af omsætningen af tilsvarende varer, eller af sådanne, som på grund af varernes egenskab, pris eller anvendelse af forbrugerne må opfattes som værende af samme art, og
      - såfremt de deltagende virksomheders samlede omsætning ikke overstiger 200 millioner regningsenheder."

gelseerne derfor. På den anden side kan den også konkludere, at aktiviteterne indebærer en overtrædelse af artikel 85, stk. 1, og udarbejde en meddelelse af klagepunkter. Denne meddelelse består af en skrivelse til de virksomheder, der deltager i de aktiviteter, som Kommissionen finder i strid med artikel 85, stk. 1, og ikke kan fritages. I skrivelsen skal Kommissionen klart fremføre de væsentlige forhold, der ligger til grund for indsigelsen. Desuden skal den anføre, hvilke dokumenter den er i besiddelse af som bevis på den påståede overtrædelse. Kommissionen skal foretage en vurdering af forholdene og angive nærmere, hvilke foranstaltninger den påtænker at iværksætte, herunder bøder. Kommissionen tillader virksomhederne at inspicere alle dokumenter; dog med undtagelse af interne dokumenter, dokumenter indeholdende forretningshemmeligheder om andre virksomheder samt andre fortrolige dokumenter. Efter forordning 99/63 skal Kommissionen i meddelelsen af klagepunkter give de pågældende virksomheder eller sammenslutninger af virksomheder en svarfrist. Svaret kan bestå i skriftlige bemærkninger vedlagt de relevante dokumenter. Tredjemand skal også have lejlighed til at udtale sig inden for en given frist. I henhold til forordning 17/62 og forordning 99/63 skal Kommissionen give alle personer, der i deres skriftlige bemærkninger har fremsat begæring derom, lejlighed til at afgive mundtlig forklaring, og de personer, der skal høres, skal have tilsendt en skriftlig indkaldelse. I forordning 17/62 er det fastsat, at et rådgivende udvalg af repræsentanter for medlemsstaterne skal høres, inden der træffes beslutning om en begæring eller anmeldelse. Kommissionen kan derpå vedtage sin endelige beslutning, der offentliggøres på alle officielle EU-sprog med angivelse af ikrafttrædelsestidspunktet.

93. Inden Kommissionen meddeler negativattest eller fritagelse, skal den offentliggøre et resumé af den pågældende begæring eller anmeldelse på alle officielle EU-sprog og opfordre interesserede parter til at fremsætte deres bemærkninger (artikel 19, stk. 3). I henhold til forordning 17/62 skal et rådgivende udvalg af repræsentanter for medlemsstaterne høres, før der vedtages en beslutning om en begæring eller anmeldelse. Kommissionen skal offentliggøre sin endelige beslutning om negativattest eller fritagelse på alle officielle EU-sprog (artikel 21, stk. 1).

94. Når Kommissionen træffer beslutning om fritagelse, skal den i henhold til forordning 17/62 angive det tidspunkt, fra hvilket beslutningen skal have virkning (artikel 6, stk. 1), fritagelsens varighed og eventuelle særlige betingelser eller påbud (artikel 8, stk. 1). Der kan ikke opkræves bøder for aktiviteter, der falder ind under anmeldelsen, og som finder sted efter at anmeldelsen er indgivet, men før Kommissionen vedtager sin beslutning efter artikel 85, stk. 3 (artikel 15, stk. 5, litra a)).

95. Der kan kun træffes et begrænset antal formelle beslutninger hvert år i sager, der falder ind under artikel 85 og 86. Gennem de formelle beslutninger kan Kommissionen fastlægge sin holdning til bestemte spørgsmål og/eller bestemte sektorer og klarlægge de kriterier, der kan anvendes senere på tilsvarende aftaler. Der træffes også negative beslutninger for at tvinge virksomhederne til at overholde EU's konkurrenceregler, og især for at pålægge dem bøder.

96. I de fleste tilfælde, hvor der anmodes om negativattest eller individuel fritagelse, erklærer Kommissionen ved en administrativ skrivelse, et såkaldt "comfort letter", i) at den ikke finder nogen anledning til at gribe ind over for en aftale i henhold til artikel 85, stk. 1 (negativattest), eller ii) at aftalen ser ud til at opfylde betingelserne for fritagelse efter artikel 85, stk. 3. For vertikale sager fremsendes en sådan skrivelse i gennemsnit inden for 18 måneder efter modtagelsen af anmeldelsen. Administrative skrivelser

indebærer en betydelig autoritet, selv om de ikke giver fuldstændig retssikkerhed. De angiver blot, at Kommissionen umiddelbart er positivt indstillet til den pågældende sag.

97. En fritagelse kan fornyes (artikel 8, stk. 2). Den kan også tilbagekaldes eller ændres med tilbagevirkende kraft, hvis de forhold, der lå til grund, har ændret sig, hvis parterne har overtrådt deres forpligtelser, hvis beslutningen hviler på urigtige oplysninger eller er fremkaldt ved svig, eller hvis parterne har misbrugt fritagelsen (artikel 8, stk. 3).

## II. Gruppefritagelser vedrørende vertikale begrænsninger

### Forordning 19/65 og gruppefritagelser

98. I henhold til EF-traktatens artikel 87 udsteder Rådet på forslag af Kommissionen forordninger om anvendelse af artikel 85 og 86, herunder forordninger, der skal "fastlægge de nærmere retningslinjer for anvendelsen af bestemmelsen i artikel 85, stk. 3, under hensyntagen til nødvendigheden af dels at sikre et effektivt tilsyn, dels at forenkle den administrative kontrol mest muligt" og "i påkommende tilfælde at træffe nærmere bestemmelse om anvendelsesområdet for bestemmelserne i artikel 85 og 86 inden for de forskellige erhvervsgræne".

99. Efter at forordning 17/62 var trådt i kraft, stod Kommissionen over for et "masseproblem" med et stort antal anmeldelser, hvoraf mange vedrørte vertikale begrænsninger (næsten 30 000 anmeldte aftaler). For at lette Kommissionens arbejde med det store antal anmeldelser, vedtog Rådet med kvalificeret flertal forordning 19/65 efter et kommissionsforslag, der var fremsat med hjemmel i traktatens artikel 87. I henhold til Rådets forordning 19/65 kan Kommissionen ved forordning erklære bestemmelserne i artikel 85, stk. 1, uanvendelige på bestemte kategorier af aftaler og samordnet praksis. Det er specificeret i forordning 19/65, at sådanne forordninger kun finder anvendelse på kategorier af aftaler mellem to virksomheder, som vedrører eneforhandling og eksklusivt køb af varer med henblik på videresalg, og som indeholder begrænsninger i forbindelse med erhvervsen eller brugen af industriel ejendomsret (artikel 1, stk. 1). Forordningen skal indeholde en beskrivelse af de begrænsninger eller bestemmelser, som aftalerne ikke må indeholde, og de bestemmelser, de skal indeholde, eller andre betingelser, der skal være opfyldt (artikel 1, stk. 2). Forordninger om gruppefritagelse udstedes for en bestemt periode (artikel 2) og kan ophæves eller ændres, hvis de forhold, der ligger til grund, har ændret sig. De kan også tilbagekaldes i en bestemt sag, hvis der er tale om virkninger, som er uforenelige med betingelserne i artikel 85, stk. 3 (artikel 7). For at kunne trække en gruppefritagelse tilbage skal Kommissionen følge hele den procedure, der fører til vedtagelse af en beslutning efter artikel 85, stk. 1. Der findes ikke for øjeblikket nogen ordning svarende til den procedure, der er fastsat i artikel 15, stk. 6, i forordning 17/62, hvorved bødeimmuniteten bortfalder ved tilbagetrækning af en gruppefritagelse.

100. Ved en gruppefritagelsesforordning kan Kommissionen således fritage en gruppe tilsvarende aftaler, hvis konkurrencefremmende virkninger anses for at opveje de konkurrencebegrænsende. En aftale, der opfylder betingelserne i en sådan forordning, er automatisk fritaget fra artikel 85, stk. 1, og behøver ikke at anmeldes. Aftaler, der opfylder betingelserne i en gruppefritagelse, har samme retsstatus og indebærer samme fordele som aftaler, der er blevet fritaget individuelt.

## Bestemte gruppefritagelser vedrørende vertikale begrænsninger

101. Kommissionens gruppefritagelser dækker de fleste vertikale aftaler, dvs. eneforhandlingsaftaler (forordning 1983/93), eksklusive købsaftaler, med særlige bestemmelser om øl og benzin (forordning 1984/83), og franchiseaftaler (forordning 4087/88)<sup>(22)</sup>.

102. Alle gruppefritagelser vedrørende vertikale begrænsninger anvendes uden hensyn til markedsandele eller afsætning<sup>(23)</sup>. Forordningerne om eneforhandlingsaftaler og eksklusive købsaftaler indeholder følgende bestemmelser: en udtømmende liste over de konkurrencebegrænsende bestemmelser, der er fritaget i henhold til forordningen (den såkaldte hvide liste), en liste, som dog ikke er udtømmende, over andre bestemmelser, der normalt ikke er konkurrencebegrænsende og kan forekomme i fritagne aftaler, og en liste over de konkurrencebegrænsende bestemmelser, der anses for at være i strid med konkurrencereglerne og medfører, at de pågældende aftaler ikke kan være omfattet af gruppefritagelsen (den såkaldte sorte liste).

### 103. Indsigelsesprocedure

En række gruppefritagelser (herunder gruppefritagelsen for franchiseaftaler (vertikale aftaler)) indeholder en indsigelsesprocedure, der kan anvendes i forbindelse med begrænsninger, der ikke klart er fritaget og ikke klart er forbudt, og denne procedure tager sigte på at forbedre den effektivitet, hvormed anmeldelserne behandles. Proceduren går ud på, at en aftale anses for fritaget, hvis ikke Kommissionen modsætter sig den inden seks måneder efter modtagelsen af en fuldstændig anmeldelse<sup>(24)</sup>. Hvis Kommissionen modsætter sig en aftale, vil virkningerne af anmeldelsen være omfattet af forordning 17/62. En ufuldstændig anmeldelse kan dog medføre forsinkelser. I 1995 blev denne procedure kun anvendt to gange og i begge tilfælde i forbindelse med forordningen om franchiseaftaler. Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger om, hvorfor indsigelsesprocedurerne ikke er blevet anvendt i større udstrækning.

## III. Behandling af sager vedrørende selektive distributionsaftaler

104. Selektiv distribution forekommer, når en leverandør begrænser salget af sine produkter til forhandlere, som han har udvalgt efter bestemte kriterier. Denne distributionsmetode anvendes generelt kun inden for bestemte sektorer, hovedsagelig luksusbetonede eller højteknologiske produkter.

105. Der findes ingen gruppefritagelse for selektive distributionsaftaler. Kommissionens praksis afspejles i stedet i ca. 20 formelle beslutninger, den har truffet over en årrække, erklæringer offentliggjort i Kommissionens årlige konkurrenceberetninger samt EF-Domstolens og Førsteinstansrettens domme.

<sup>(22)</sup> Af andre skal nævnes salgs- og serviceaftaler vedrørende motorkøretøjer (forordning 1475/95) og teknologioverførelse (forordning 240/96).

<sup>(23)</sup> Nogle gruppefritagelser, herunder fritagelserne for specialiseringsaftaler og aftaler om forskning og udvikling, er begrænset af markedsandele.

<sup>(24)</sup> Jf. f.eks. forordning 4087/88 af 30. november 1988, artikel 6, stk. 1.

#### **IV. De nationale domstoles rolle**

106. Medlemsstaternes domstole har, i lighed med Kommissionen, beføjelser til at anvende artikel 85, stk. 1, artikel 85, stk. 2, og artikel 86, som har direkte virkning. Domstolene kan ikke selv meddele fritagelse for konkurrencebegrænsende praksis, der opfylder kravene i artikel 85, stk. 3, idet Kommissionen har enekompetence til at meddele fritagelse efter artikel 85, stk. 3 (artikel 9, stk. 1, i forordning 17/62).

107. Parter, der anlægger sag ved nationale domstole for overtrædelse af EU's konkurrencelovgivning, har adgang til alle procedureregler og retsmidler, der er hjemlet i national ret. De retsmidler og procedureregler, som de nationale domstole anvender ved overtrædelser af EU-retten, må ikke være strengere end for en tilsvarende overtrædelse af national lovgivning, herunder foreløbige retsmidler, påbud/forbud og, i mange medlemsstater, skadeserstatning.

108. I 1992 stadfæstede Førsteinstansretten Kommissionens ret til at afslå klager, der ikke har nogen særlig interesse for EU, og som på tilfredsstillende måde kan behandles ved de nationale domstole. I henhold til Rettens dom kan Kommissionen afslå sådanne klager, hvilket den forventer vil medføre en betydelig stigning i antallet af sager vedrørende EU's konkurrenceregler for de nationale domstole.

109. I 1993 udstedte Kommissionen en "meddelelse om samarbejdet mellem Kommissionen og de nationale domstole om anvendelse af traktatens artikel 85 og 86"<sup>(25)</sup> for at bistå de nationale domstole ved behandlingen af sådanne sager. Den indeholder en vejledning for de nationale domstoles anvendelse af EU's konkurrenceret. Den indeholder bestemmelser om, at de nationale domstole skal respektere Kommissionens fritagelsesbeslutning (punkt 25), og at de nationale domstole kan afgøre, om aftaler, vedtagelser eller samordnet praksis falder ind under gruppefritagelserne (punkt 26).

#### **V. De nationale konkurrencemyndigheders rolle**

##### **De nationale myndigheders håndhævelse af EU's konkurrenceregler**

110. Medlemsstaterne har hver især en national konkurrencemyndighed. I henhold til traktatens artikel 88 har de nationale myndigheder beføjelse til at anvende EU's konkurrenceregler. Så længe Kommissionen ikke har indledt en procedure efter artikel 85<sup>(26)</sup>, har medlemsstaternes myndigheder kompetence til at anvende artikel 85, stk. 1, i overensstemmelse med traktatens artikel 88 (artikel 9, stk. 3, i forordning 17/62). De kan dog ikke meddele fritagelse efter artikel 85, stk. 3, eller trække en gruppefritagelse tilbage. Som nævnt ovenfor har Kommissionen enekompetence til at meddele en sådan fritagelse.

---

<sup>(25)</sup> EFT C 39 af 13.2.1993, s. 5.

<sup>(26)</sup> I henhold til artikel 9, stk. 3, i forordning 17/62 har medlemsstaterne kompetence til at anvende artikel 85, stk. 1, så længe Kommissionen ikke har indledt en procedure efter artikel 2 (negativattest), artikel 3 (afslutning af overtrædelser) eller artikel 6 (vedtagelse af en beslutning efter artikel 85, stk. 3).

Gruppefritagelser finder som nævnt direkte anvendelse og kan således anvendes af de nationale myndigheder.

111. Nationale gennemførelsesbestemmelser er nødvendige, for at de nationale myndigheder kan anvende artikel 85 og 86, og for at de nationale retsmyndigheder kan finde anvendelse. Otte medlemsstater har vedtaget sådanne gennemførelsesbestemmelser<sup>(27)</sup>, de øvrige syv har ikke<sup>(28)</sup>. Retsmidlerne varierer betydeligt fra den ene medlemsstat til den anden på grund af forskelle i lovgivning og traditioner. Parternes stilling afhænger derfor af, hvilke retsmidler der findes i den medlemsstat, hvor sagen anlægges.

112. Kommissionen har for nylig offentliggjort en meddelelse om de nationale myndigheders anvendelse af artikel 85, stk. 1 (og artikel 86).<sup>(29)</sup> I lighed med meddelelsen om de nationale domstole vil denne meddelelse indeholde bestemmelser om udveksling af oplysninger og konsultationer mellem Kommissionen og de nationale myndigheder, når sidstnævnte anvender disse artikler eller den nationale konkurrenceret i grænseoverskridende sager.

### **De nationale myndigheders parallelle anvendelse af den nationale konkurrence-lovgivning**

113. Siden Rom-traktaten trådte i kraft i 1958 har de enkelte medlemsstater indført en eller anden form for konkurrencelovgivning eller ændret allerede eksisterende love med hensyn til konkurrencebegrænsninger og misbrug af dominerende stillinger. Kapitel VI omhandler medlemsstaternes lovgivning om vertikale begrænsninger.

114. De nationale konkurrenceregler finder normalt anvendelse i situationer, hvor vertikal praksis primært har virkninger på markeder inden for en enkelt medlemsstat.

115. De nationale konkurrencemyndigheder har beføjelse til at håndhæve den nationale konkurrencelovgivning og har generelt kompetence til at foretage undersøgelser, træffe beslutninger og iværksætte sanktioner. Konkurrencemyndighedernes administrative beslutninger skal i visse tilfælde prøves af en national domstol. De nationale myndigheders undersøgelsesbeføjelser er generelt mere omfattende end Kommissionens på følgende to vigtige punkter: mange af dem kan foretage undersøgelser hos privatpersoner og pålægge dem sanktioner for manglende samarbejdsvilje, herunder fængsling for ikke at have efterkommet en retskendelse, og de har politibeføjelser, herunder mulighed for at få afsagt en ransagningskendelse, som de kan anvende i forbindelse med kontrolundersøgelser på stedet.

116. Medlemsstaternes lovgivning må ikke anvendes i strid med EU-retten. Selv om Kommissionen har truffet beslutning om, at artikel 85, stk. 1, ikke finder anvendelse, kan den nationale myndighed frit fastslå, at den nationale konkurrencelovgivning er blevet overtrådt. Hvis Kommissionen meddeler fritagelse efter artikel 85, stk. 3, kan den nationale myndighed derimod ikke træffe en anden afgørelse, hverken efter EU-retten eller den nationale lovgivning.

(27) Østrig, Tyskland, Frankrig, Italien, Spanien, Belgien, Grækenland og Portugal.

(28) Danmark, Finland, Irland, Luxembourg, Nederlandene, Sverige og Det Forenede Kongerige.

(29) EFT C 262, 10.09.1996.

## Kapitel IV

### DE NUGÆLDENDE REGLER FOR VERTIKALE KONKURRENCEBEGRÆNSNINGER

#### I. Generelle betingelser for anvendelsen af artikel 85

117. Som det vil være fremgået af det ovenstående, rejser distributionsaftaler særlige problemer på grund af den dobbeltvirkning, der normalt præger dem. På den ene side er sådanne aftaler et godt middel til at hjælpe en virksomhed med at komme ind på et nyt marked og afsætte sine produkter effektivt. På den anden side kan de dog også bruges til at hindre andre i at få adgang til et marked og cementere en opdeling af fællesmarkedet. Denne dobbelthed har givet anledning til livlig debat, bl.a. med hensyn til, hvornår vertikale aftalerrestriktioner må antages at kunne falde ind under artikel 85.

118. I en af sine første domme på området understregede EF-Domstolen, at artikel 85 omhandler såvel horisontale som vertikale aftaler, og med hensyn til de sidstnævnte har den bl.a. udtalt, at:

*"Det er muligt, at konkurrencen mellem producenter i almindelighed ytrer sig på mere iøjnefaldende måde end konkurrencen mellem forhandlere af produkter af samme mærke, men det betyder ikke, at en aftale, der begrænser konkurrencen mellem disse forhandlere, ikke skulle rammes af forbuddet i artikel 85, stk. 1, fordi den muligvis øger konkurrencen mellem producenterne"*<sup>(30)</sup>.

For at forstå denne synsvinkel er det nødvendigt at anskue EF-traktatens konkurrenceregler i deres globale kontekst. Hvis man fortolker EU's konkurrenceregler ud fra de grundlæggende principper i EF-traktatens artikel 2 og artikel 3, litra f), er det klart, at konkurrencereglerne ikke alene tager sigte på at fremme et effektivt økonomisk system, men også er et middel til at fremme integrationen mellem de nationale økonomier med henblik på etablering af et enhedsmarked. Dette indebærer generelt, at vurderingen af konkurrencen mellem produkter af samme mærke får en selvstændig funktion. Da målet er at fremme integrationen af markederne, må ethvert distributionssystem, der fører til absolut områdebeskyttelse, desuden normalt anses at være i strid med et af traktatens grundlæggende mål og dermed også uforeneligt med EU's konkurrenceregler. Som det vil fremgå nærmere af det følgende, spiller det sidstnævnte aspekt en vigtig rolle i Kommissionens konkurrencepolitik, der altid har gået ud på at gribe ind over for aftaler, der kan lægge hindringer i vejen for parallelhandel og passivt salg uden for det område, en forhandler har fået tildelt.

119. I dette kapitel vil vi bl.a. se nærmere på indholdet af gruppefritagelsesforordninger inden for distribution og de principper, der gælder for selektive distributionsaftaler. Eftersom der er tale om et meget kompliceret område, er det i denne sammenhæng ikke

---

<sup>(30)</sup> Dom af 13. juli 1966, *Grundig og Consten mod Kommissionen*, forenede sager 56/64 og 58/64, Sml. 1965-68, s. 245.

muligt at foretage en indgående analyse af de enkelttilfælde, hvor bestemmelserne i artikel 85, stk. 3, er blevet anvendt på aftaler, som ikke falder ind under gruppefritagelsesforordningerne. Formålet har heller ikke været at give en udtømmende beskrivelse af den praksis, Kommissionen følger med hensyn til de krav, der generelt stilles til anvendelse af artikel 85, stk. 1. Hvad der anføres i det følgende herom, har blot til formål at give et generelt indblik i Kommissionens praksis.

## II. De forskellige typer distributionsaftaler

120. Kommissionen skelner i sin administrative praksis mellem *fire hovedtyper af vertikale aftaler*, nemlig eneforhandlingsaftaler, eksklusive købsaftaler, selektive distributionsaftaler og franchiseaftaler.

### **Eneforhandlingsaftaler**

121. Forordning nr. 1983/83 omhandler eneforhandlingsaftaler, som er meget udbredte i praksis. I henhold til forordningens artikel 1 finder den bl.a. anvendelse på "aftaler, hvori kun deltager to virksomheder, og hvorved den ene kontrahent over for den anden forpligter sig til udelukkende at levere bestemte varer til denne med henblik på videresalg i hele Fællesskabet eller i en begrænset del af dette". I praksis omfatter forordning nr. 1983/83 alle bilaterale eneforhandlingsaftaler, der drejer sig om færdigvarer og har grænseoverskridende virkninger. Aftaler, hvori leverandøren udpeger mere end en forhandler på aftaleområdet, falder derimod ikke ind under forordningen, men må undersøges individuelt. Heller ikke aftaler angående tjenesteydelser falder ind under forordningen. Desuden finder forordningen kun anvendelse på de aftaler, der indgås med henblik på videresalg<sup>(31)</sup>. For de aftaler, der ikke falder ind under forordningen, har Kommissionen i sin beslutningspraksis generelt anlagt en ret bred fortolkning af artikel 85, stk. 3.

122. Som det fremgår af forordningens femte, sjette og syvende betragtning, fører de eneforhandlingsaftaler, der opfylder alle betingelserne i forordning nr. 1983/83, generelt til en "forbedring af distributionen", fordi producenten "ikke behøver at opretholde en hel række forretningsforbindelser med et større antal handlende, og ved kun at have forbindelse med én handlende lettere kan overvinde afsætningsvanskeligheder, som han på grund af sproglige, retlige og andre forskelle møder i den internationale handel". Desuden fremmer disse aftaler "varens afsætning og fører til en intensiv bearbejdning af markedet, en regelmæssig forsyning og samtidig en rationalisering af varedistributionen; [...] sådanne aftaler stimulerer også konkurrencen mellem forskellige producenters varer", og de er ofte det mest effektive og undertiden det eneste middel til, at små og mellemstore virksomheder kan komme ind på markedet. Endelig giver disse aftaler også brugerne mulighed for "hurtigere og lettere at købe varer, især sådanne, som er fremstillet i andre lande".

---

<sup>(31)</sup> I Kommissionens praksis omfatter begrebet videresalg også de tilfælde, hvor forhandleren emballerer, aftapper eller omhælder de leverede varer. Såfremt forhandleren udfører andre ydelser for at forbedre varernes kvalitet, opbevaring, udseende eller smag, er det desuden størrelsen af den derved tilførte merværdi, der er afgørende for, om den pågældende aftale drejer sig om videresalg af de leverede varer.

123. Sådanne fordele er ikke nogen automatisk følge af eneforhandlingsaftaler - gensidige eller ikke-gensidige - mellem konkurrerende virksomheder. Derfor finder forordningen ikke anvendelse på disse aftaler, der normalt må vurderes individuelt. Den eneste undtagelse fra denne regel drejer sig om ikke-gensidige aftaler, når enten begge parter eller en af dem har en omsætning, der ikke overstiger 100 mio. ECU. Bortset fra denne undtagelse skal eneforhandlingsaftaler mellem konkurrenter vurderes for sig, hvilket på visse nærmere betingelser kan føre til individuel fritagelse<sup>(32)</sup>.

### **Eksklusive købsaftaler**

124. Forordning nr. 1984/83 omhandler kun *eksklusive købsaftaler* mellem to virksomheder med henblik på videresalg. Der er tale om aftaler, hvor forhandleren forpligter sig til ikke at købe aftalevarerne hos andre leverandører end aftalepartneren (eller en af denne udpeget tredjemand). Leverandøren kan levere til andre forhandlere i samme salgsområde og samme distributionsled, og forhandleren er ikke underlagt nogen territoriale salgsbegrænsninger. Derimod er den grundlæggende eksklusive købsforpligtelse ofte ledsaget af et supplerende konkurrenceforbud gående ud på, at forhandleren ikke må fremstille eller sælge varer, der konkurrerer med aftalevarerne. I tredje betragtning i forordning nr. 1984/83 hedder det, at "eksklusive købsaftaler af den i denne forordning beskrevne art kan være omfattet af forbuddet i traktatens artikel 85, stk. 1 [...]; dette gælder specielt, når de er led i en række ensartede aftaler, der i fællesskab er egnede til at påvirke handelen mellem medlemsstater". For sådanne aftaler bevirker, at forhandleren bindes til en enkelt leverandør, og kan i visse tilfælde lægge betydelige hindringer i vejen for andres adgang til markedet. Den konkurrenceretlige relevans af sådanne restriktioner beror især på deres virkninger for konkurrencen mellem forskellige mærker.

125. Ikke desto mindre giver de eksklusive købsaftaler, der opfylder betingelserne i forordning nr. 1984/83, en række økonomiske fordele, der berettiger dem til en positiv vurdering ud fra artikel 85, stk. 3. Som det fremgår af forordningens femte, sjette og syvende betragtning, kan eksklusive købsaftaler bidrage til at forbedre produktionen og distributionen af varerne, fordi de giver aftaleparterne mulighed for at foretage en mere nøjagtig og mere langsigtet planlægning af produktionen og salget af deres varer, begrænse risikoen for markedssvingninger og nedbringe produktions-, lager- og salgskostningerne. Sådanne aftaler giver ofte små og mellemstore virksomheder deres eneste mulighed for at komme ind på et marked og dermed skabe øget konkurrence. Disse aftaler kan desuden lette markedsføringen og resultere i en mere intensiv bearbejdning af markedet, fordi leverandøren normalt også bidrager til at forbedre salgsnettet. Også brugerne kan have gavn af sådanne aftaler i det omfang, hvor de sikrer en regelmæssig og lettere forsyning med de pågældende varer. Denne positive vurdering er imidlertid betinget af, at de pågældende aftaler ikke lægger nævneværdige hindringer i vejen for andres adgang til markedet. I en sag af forholdsvis ny dato<sup>(33)</sup> måtte Kommissionen trække

---

<sup>(32)</sup> Se f.eks. beslutningen i *Moosehead/Whitbread*, EFT nr. L 100 af 20.4.1990, s. 32. I *Carlsberg/Interbrew*-sagen (jf. 24. konkurrenceberetning, s. 419) var Kommissionens godkendelse af aftalen betinget af, at forhandleren ikke frit måtte kunne træffe beslutning om priser, reklamekampagner og varens placering.

<sup>(33)</sup> Beslutning af 23.12.1992, *Langnese-Iglo GmbH*, EFT nr. L 183 af 26.7.1993, s. 19.

gruppefritagelsen tilbage, bl.a. fordi de pågældende aftaler udelukkede konkurrenterne fra markedet.

Ligesom det er tilfældet med eneforhandlingsaftaler, er de ovennævnte fordele ikke nogen automatisk følge af eksklusive købsaftaler - gensidige eller ikke-gensidige - indgået mellem konkurrerende virksomheder. Forordningen finder kun anvendelse på ikke-gensidige aftaler, når begge parter eller en af dem har en omsætning på ikke over 100 mio. ECU. Alle andre aftaler mellem konkurrenter skal vurderes individuelt.

### **Eksklusive købsaftaler om ølleverancer og tankstationer**

126. Ud over de ovenstående generelle bemærkninger om eksklusive købsaftaler bør der peges på visse særlige forhold, der gør sig gældende for ølleverancer og tankstationer. I ølleveranceaftaler og tankstationsaftaler er der normalt tale om, at leverandøren giver videreforhandleren særlige økonomiske eller finansielle fordele, overlader ham en grund eller lokaler til beværtningen eller tankstationen, stiller tekniske anlæg eller andet udstyr til rådighed eller foretager andre investeringer, der kommer forhandleren til gode (13. betragtning). "De økonomiske og finansielle fordele, leverandøren yder forhandleren, gør det væsentlig lettere for denne at indrette eller modernisere sin beværtning eller tankstation samt drive dem; [...] eksklusive købsforpligtelser og konkurrenceforbud motiverer denne til med alle til rådighed stående midler at bestræbe sig på at sælge de af aftalen omfattede varer"; [...] disse aftaler fører til et langsigtet samarbejde mellem aftalparterne, som gør det muligt for dem at forbedre og sikre kvaliteten af de af aftalen omfattede varer og af de kundeserviceydelser, som videreforhandleren skal præstere; [...] de danner grundlag for en langsigtet planlægning og dermed en mindre omkostningskrævende tilrettelæggelse af produktion og distribution; [...] under presset fra konkurrencen af forskellige mærker tilskyndes parterne til stadighed til at afpasse antal og karakter af restauranter og tankstationer til kundernes ønsker" (15. betragtning). For at kunne opnå disse objektive fordele må forhandleren kun sælge øllet eller brændstoffet på de steder, der er nævnt i aftalen, hvilket er en begrænsning, der ikke normalt findes i eksklusive købsaftaler. For at sikre forhandlerens kommercielle frihed og andre leverandørers mulighed for at få adgang til detailhandelen fastsættes det i forordningen, at aftalerne skal være af begrænset varighed, og det skal være nøje defineret, hvilke varer der er omfattet af den pågældende aftale. Det bemærkes, at ølleveranceaftaler indgået af små bryggerier ikke falder ind under forbuddet i artikel 85, stk. 1<sup>(34)</sup>.

### **Selektive distributionsaftaler**

127. Selektive distributionsaftaler er normalt gensidigt forpligtende, idet producenten forpligter sig til kun at levere til de forhandlere, der opfylder visse faglige eller tekniske betingelser, og de autoriserede forhandlere forpligter sig til ikke at sælge eller købe aftalevarer hos grossister og detailhandlere uden for det officielle forhandlernet. Det er normalt produktets art, der er afgørende for valget af et selektivt distributionssystem.

<sup>(34)</sup> Punkt 40 i Kommissionens meddelelse angående forordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) nr. 1984/83 af 22. juni 1983, EFT nr. C 121 af 13.5.1992.

128. På grundlag af Kommissionens administrative praksis og Domstolens retspraksis kan der sondres mellem tre typer selektive distributionsaftaler, alt efter hvilke kriterier der gælder for antagelse af forhandlere<sup>(35)</sup>.

- i) Den første kategori drejer sig om de net, der udelukkende er baseret på *kvalitative* kriterier. Udvælgelsen af forhandlere sker på basis af objektive kriterier for de faglige kvalifikationer, forhandleren eller dennes salgspersonale skal være i besiddelse af, samt de tekniske og funktionelle betingelser, hvert godkendt salgssted skal opfylde. Rent juridisk har Kommissionen lige siden de første beslutninger, den traf på dette område, fulgt en pragmatisk fremgangsmåde, idet den har lagt til grund, at forbuddet i artikel 85, stk. 1, principielt ikke gælder for sådanne distributionssystemer, når den måde, hvorpå forhandlerne antages, opfylder følgende tre krav<sup>(36)</sup>. For det første må de objektive kvalitative kriterier stemme overens med de pågældende produkters karakter (*nødvendighedsprincippet*)<sup>(37)</sup>. For det andet må der ikke stilles urimelige krav i forhold til det tilstræbte formål, som er at opretholde et specialiseret salgssted, der kan sikre den bedst mulige forhandling af aftalevarerne (*proportionalitetsprincippet*). For det tredje må udvælgelseskriterierne anvendes ensartet over for alle potentielle forhandlere og på et ikke-diskriminerende grundlag (*ingen forskelsbehandling*).

(35) Eftersom der ikke findes nogen gruppefritagelsesforordning for selektiv distribution, er bemærkningerne angående denne distributionsform i dette kapitel baseret på EF-Domstolens og Førsteinstansrettens retspraksis samt Kommissionens beslutningspraksis. De vigtigste domme fra EF-Domstolen og Førsteinstansretten er: dom af 25.10.1977, sag 26/76, *Metro I*, Sml. 1977, s. 1875; dom af 11.12.1980, sag 31/80, *Oréal*, Sml. 1980, s. 3775; dom af 10.7.1980, sag 99/79, *Lancôme*, Sml. 1980, s. 2511; dom af 16.6.1981, sag 126/80, *Salonia*, Sml. 1981, s. 1574; dom af 11.10.1983, sag 210/81, *Demo-Studio Schmidt*, Sml. 1983, s. 3045; dom af 25.10.1983, sag 107/82, *AEG/Telefunken*, Sml. 1983, s. 3151; dom af 3.7.1985, sag 243/83, *Binon*, Sml. 1985, s. 2034; dom af 17.9.1985, sag 25 og 26/84, *Ford Werke II*, Sml. 1985, s. 2725; dom af 10.12.1985, sag 31/85, *ETA mod DK Investment*, Sml. 1985, s. 3933; dom af 22.10.1986, sag 75/84, *Metro II*, Sml. 1986, s. 3076; dom af 27.2.1992, sag T-19/91, *Vichy*. Med hensyn til Kommissionens administrative praksis henvises til beslutningerne i *Kodak*, EFT nr. L 147 af 7.7.1970, s. 24; *Omega*, EFT nr. L 242 af 5.11.1970, s. 22; *Bayerische Motoren Werke*, EFT nr. L 29 af 3.2.1975, s. 1; *SABA I*, EFT nr. L 29 af 3.2.1976, s. 19; *Junghans*, EFT nr. L 30 af 2.2.1977, s. 10; *Krupps*, EFT nr. L 120 af 13.5.1980, s. 26; *Hasselblad*, EFT nr. L 161 af 12.6.1982, s. 18; *AEG/Telefunken*, EFT nr. L 117 af 30.4.1982, s. 15; *Ford Werke*, EFT nr. L 327 af 24.11.1983, s. 31; *Murat*, EFT nr. L 348 af 10.12.1983, s. 15; *SABA II*, EFT nr. L 376 af 31.12.1983, s. 41; *IBM Personal Computer*, EFT nr. L 118 af 5.4.1984, s. 24; *Grohe*, EFT nr. L 19 af 23.1.1985, s. 17; *Ideal Standard*, EFT nr. L 20 af 24.1.1985, s. 38; *Grundig*, EFT nr. L 233 af 30.8.1985, s. 1; *Ivoclar*, EFT nr. L 369 af 31.12.1985, s. 1; *Villeroy & Boch*, EFT nr. L 376 af 31.12.1985, s. 15; *Vichy*, EFT nr. L 75 af 21.3.1991, s. 57; *Yves Saint Laurent Parfums*, EFT nr. L 12 af 18.1.1992, s. 24 og *Givenchy*, EFT nr. L 236 af 19.8.1992, s. 11.

(36) Denne generelle konklusion må modificeres noget i visse særlige tilfælde, hvor det berørte marked ville blive stå stift og struktureret bl.a. på grund af den kumulative effekt af et stort antal selektive distributionsnet, at det konkurrenceelement, der normalt findes i sådanne systemer, ikke længere er tilstrækkeligt til at opretholde en effektiv konkurrence. I sådanne tilfælde vil systemet kunne falde ind under artikel 85, stk. 1, og må i så fald vurderes ud fra artikel 85, stk. 3.

(37) I den forbindelse har Kommissionen hidtil generelt stillet sig positivt over for distributionsnet inden for teknisk meget avancerede produkter, visse specielle produkter (f.eks. dagblade og tidsskrifter) og visse luksusprodukter.

- ii) Samme pragmatiske fremgangsmåde anvendes ikke på de net, der kun er åbne for de forhandlere, som ud over at opfylde bestemte kvalitative kriterier også er rede til at påtage sig yderligere forpligtelser i *et salgsfremmende øjemed*. Sådanne aftaler falder ind under forbuddet i artikel 85, stk. 1. Men eftersom disse yderligere forpligtelser åbner mulighed for at koncentrere distributionen om de salgssteder, der har den største omsætning, og samtidig fremmer en mere rationel fordeling af omkostningerne i forbindelse med distributionen af varerne og bistanden til de autoriserede salgssteder, kan de som regel fritages efter artikel 85, stk. 3.
- iii) De net, hvor producenten begrænser antallet af forhandlere ud fra rent *kvantitative* kriterier (f.eks. på basis af købet potentialet i en region), falder i princippet ind under artikel 85, stk. 1. Kommissionen anser det i øjeblikket kun for muligt at indrømme fritagelse i helt ekstraordinære tilfælde<sup>(38)</sup>.

### Franchiseaftaler

129. Forordning nr. 4087/88 omhandler aftaler, hvor en virksomhed, franchisegiveren, giver en anden, franchisetageren, ret til mod et direkte eller indirekte finansielt vederlag at udnytte en franchise med henblik på salg af nærmere bestemte varer og/eller tjenesteydelser. Ved begrebet franchise forstås her en helhed af industrielle eller intellektuelle ejendomsrettigheder (varemærker, varenavne, butiksskilte, brugsmønstre, mønstre, ophavsret, knowhow eller patenter), som benyttes ved salg af varer eller levering af tjenesteydelser til den endelige bruger. Et franchisenet kendetegnes ved tre væsentlige elementer, nemlig for det første brug af et fælles navn eller butiksskilt og et ensartet udseende af forretningslokalerne, for det andet at franchisegiveren videregiver knowhow til franchisetageren, og for det tredje at franchisegiveren løbende yder franchisetageren kommerciel eller teknisk bistand.

130. Forordning nr. 4087/88 bygger på princippet om, at "bestemmelser, der er nødvendige for at beskytte nettets fælles identitet og omdømme eller for at hindre, at den knowhow, som franchisegiveren stiller til rådighed og den bistand, han yder, kommer konkurrenter til gode" (11. betragtning) ikke falder ind under artikel 85, stk. 1. I artikel 3, stk. 2, opregnes specielt en række aftalebestemmelser, der ikke falder ind under dette forbud. Der er bl.a. tale om pligten til at følge oplæringskurser tilrettelagt af franchisegiveren, til at benytte de af franchisetageren udviklede forretningsmetoder, til at overholde de af franchisegiveren opstillede normer for forretningens udseende og indretning, til at give franchisegiveren adgang til at føre den nødvendige kontrol med overholdelsen af disse normer, til ikke at flytte det i aftalen fastlagte forretningssted uden franchisegiverens samtykke, til ikke at overdrage de rettigheder og forpligtelser, der følger af aftalen, til andre uden franchisegiverens samtykke, til ikke at videregive den af franchisegiveren meddelte knowhow, heller ikke efter aftalens udløb, forudsat at denne knowhow ikke er blevet almindeligt kendt, til at underrette franchisegiveren og meddele denne en ikke-eksklusiv licens på forbedringer opnået under udnyttelsen af hans knowhow, til ikke at udnytte franchisegiverens knowhow til andre formål end de med franchisen forbundne og til at underrette franchisegiveren om krænkelse af de industrielle

---

<sup>(38)</sup> Se f.eks. forordning nr. 4075/95 om bilforhandlingsaftaler.

og intellektuelle ejendomsrettigheder, der er givet licens på, og om fornødent anlægge sag i tilfælde af sådanne krænkelse.

131. Franchiseaftale kan dog også indeholde konkurrencebegrænsende bestemmelser, f.eks. bestemmelser gående ud på at tildele franchisetagerne eneforhandlingsområder eller bestemmelser om, at franchisetagerne ikke må sælge eller benytte konkurrerende produkter. Sådanne begrænsninger er i princippet omfattet af artikel 85, stk. 1, men kan på visse betingelser fritages. I forbindelse med forordning nr. 4087/88 vurderes de negative virkninger af sådanne konkurrencebegrænsninger i lyset af de positive virkninger, de også kan give. Således anerkendes det, at de kan forbedre distributionen, "fordi de giver franchisegiverne mulighed for at skabe et ensartet net, som kun kræver begrænsede investeringer, og som kan hjælpe nye konkurrenter til at etablere sig på markedet, særlig små og mellemstore virksomheder, hvorved konkurrencen mellem mærker øges; de giver også selvstændige forretningsdrivende mulighed for at oprette forretninger hurtigere og med større chance for succes, end hvis de skulle gøre det uden franchisegiverens erfaringer og bistand; de får således mulighed for at konkurrere mere effektivt med store distributionsvirksomheder" (7. betragtning). For forbrugerne giver franchisesystemer desuden alle fordelene ved et sammenhængende og ensartet distributionsnet (der giver garanti for en konstant produktkvalitet), samtidig med, at der er tale om selvstændige forretningsdrivende, der har en personlig interesse i deres forretning (8. betragtning).

132. Forordning nr. 4087/88 finder ikke anvendelse hverken på de franchiseaftaler, hvori deltager mere end to virksomheder, eller på franchiseaftaler inden for industri og engroshandel eller aftaler mellem konkurrerende virksomheder<sup>(39)</sup>.

### **III. Vurdering af de vigtigste vertikale konkurrencebegrænsninger**

133. I det følgende ser vi for hver aftaletype nærmere på de forskellige former for vertikale begrænsninger, som opdeles i følgende grupper: a) områdebeskyttelse, b) købsforpligtelser pålagt forhandleren, herunder kombinationssalg, c) salgsforpligtelser pålagt forhandleren, herunder bestemmelser om hans prispolitik, d) konkurrenceforbud pålagt forhandleren og e) kundemæssige begrænsninger.

#### **Territoriale begrænsninger (områdebeskyttelse)**

##### ***Eneforhandlingsaftaler***

134. Hvilken grad af områdebeskyttelse, der følger med en eneforhandling, varierer fra det ene tilfælde til det andet, alt efter hvor *restriktive* bestemmelserne herom er. Kommissionen og EF-Domstolen har altid fulgt den praksis, at de foretager en sontring, alt efter om de pågældende aftalebemmelser tilsigter eller resulterer i en absolut eller kun en relativ områdebeskyttelse af forhandleren.

---

<sup>(39)</sup> Derimod omfatter forordning nr. 4087/88 de såkaldte *hovedfranchiseaftaler*, hvor en franchisegiver mod et finansielt vederlag giver en hovedfranchisetager ret til at udnytte en franchise med henblik på at indgå franchiseaftaler med andre (franchisetagere).

135. I forordning nr. 1983/83 omtales to konkrete situationer, hvor der er tale om *absolut områdebeskyttelse*. Den første situation foreligger, når "forbrugerne i aftaleområdet kun kan købe aftalevarerne hos eneforhandleren, og der heller ikke uden for aftaleområdet findes alternative leveringsmuligheder" (artikel 3, litra c)). Den anden situation defineres i artikel 3, litra d), hvor der tales om den situation, hvor en af parterne lægger hindringer i vejen for parallelimport på aftaleområdet. Et klassisk eksempel herpå er de tilfælde, hvor der gøres industrielle ejendomsrettigheder gældende for at lægge hindringer i vejen for import af "de af aftalen omfattede varer som er behørigt mærket og bragt i handelen" (artikel 3, litra d), nr. 1). Kommissionen har i sin beslutningspraksis belyst visse særlige former for restriktioner, der lægger hindringer i vejen for parallelhandel, specielt restriktioner angående gyldigheden af producentens garanti<sup>(40)</sup> eller "væsentlige ydelser" i forbindelse med levering af varen<sup>(41)</sup>.

Der kan også være tale om visse former for produkt- eller prisdifferentiering, alt efter på hvilket geografisk marked varerne skal sælges<sup>(42)</sup>. Sådanne territoriale begrænsninger falder normalt ind under artikel 85, stk. 1, og kan almindeligvis ikke fritages individuelt efter artikel 85, stk. 3. På samme måde skrider Kommissionen også konsekvent ind over for eneforhandlingsaftaler, der indeholder *begrænsninger i adgangen til at reeksportere varen til andre EU-lande*<sup>(43)</sup>. For eksempel vil det således være i strid med bestemmelserne i artikel 85 at gøre ydelsen af en rabat betinget af, at aftaleprodukterne ikke reeksporteres til andre EU-lande<sup>(44)</sup>. Kommissionen har heller ikke fundet, at bestemmelserne i artikel 85, stk. 3, kunne bringes i anvendelse på foranstaltninger, der havde til formål at sikre eneforhandleren en yderligere beskyttelse via en *prisdifferentiering* til skade for paralleleksportører<sup>(45)</sup>. Tilsvarende finder Kommissionen også, at salgsvilkår gående ud

---

(40) Se navnlig Kommissionens beslutning i *Zanussi* (EFT nr. L 322 af 16.11.1978) samt sagerne *Matsushita Electrical Trading Company* (12. konkurrenceberetning, 1982, nr. 77), *Ford Garantie Deutschland* (13. konkurrenceberetning, 1983, nr. 104-106), *Fiat* (14. konkurrenceberetning, 1984, nr. 70) samt generelle betragtninger i *16. konkurrenceberetning*, 1986, nr. 56.

(41) Se herom nr. 45 i *19. konkurrenceberetning*, angående sagen *AKZO Coatings*.

(42) Som eksempel herpå kan nævnes Kommissionens beslutning af 22.6.1993, *Zera/Montedison* (EFT nr. L 272 af 4.11.1993, s. 28).

(43) Der findes en meget righoldig retspraksis på dette område. Blandt sager af nyere dato kan i særdeleshed henvises til Kommissionens beslutning i *Sandoz* (EFT nr. L 222/1987, s. 28) som på alle punkter blev stadfæstet af EF-Domstolen (sag C-277/87, Sml. 1990, s. 45); Kommissionens beslutning om at pålægge bøde i *Tipp-Ex* (beslutning af 10.8.1987, EFT nr. L 222/1987, s. 1), som blev stadfæstet af EF-Domstolen, 1987 (sag C-279/87, Sml. 1990, s. 261); to beslutninger om bødepålæg i 1991 i sagerne *Viho/Toshiba* (beslutning af 5.6.1991, EFT nr. L 287 af 17.10.1991, s. 39) og *Gosme/Martel* (beslutning af 15.5.1991, EFT nr. L 185 af 11.7.1991, s. 23); bødepålæg i 1992 i sagerne *Netwitt/Dunlop/Slazenger International* (beslutning af 18.3.1992, EFT nr. L 131 af 16.5.1992), *Viho/Parker Pen* (beslutning af 15.7.1992, EFT nr. L 233, s. 27) og *Ford Agricultural* (beslutning af 15.12.1992, EFT nr. L 20, s. 1).

(44) Se Kommissionens beslutning i *Pittsburgh Corning Europe/Formica Belgium/ Hertel* (EFT nr. L 72 af 5.12.1972, s. 35) og *Sperry New Holland* (EFT nr. L 376 af 31.12.1985, s. 26).

(45) Se bl.a. Kommissionens beslutning af 22.12.1977, *Distillers* (EFT nr. L 50 af 22.2.1978, s. 16), som EF-Domstolen stadfæstede i sin dom *Distillers Company Ltd. mod Kommissionen* (sag 30/78, Sml. 1980, s. 2229), hvor det imidlertid blev udelukket at anvende artikel 85, stk. 3, fordi aftalen

på, at køberne skal betale *den pris, der gælder i varens bestemmelsesland*, og ikke den, der gælder i sælgers land, kan være i strid med artikel 85<sup>(46)</sup>.

136. *Relativ områdebeskyttelse* kendetegnes derimod ved, at uanset hvilken form for beskyttelse der er tale om, er der fortsat mulighed for, at brugerne kan få leveret aftaleprodukter hos andre end eneforhandleren, og mellemhandlere kan parallelimportere disse varer på aftaleområdet. Eneforhandleren anses at have relativ områdebeskyttelse, hvis forhandlingsaftalen udelukkende fastsætter:

- at leverandøren kun må levere bestemte varer til eneforhandleren (forordning nr. 1983/83, artikel 1) og "inden for aftaleområdet ikke må levere aftalevarer til forbrugerne" (forordning nr. 1983/83, artikel 2, stk. 1)
- at forhandleren ikke må "reklamere for aftalevarerne, etablere en filial eller have andet lager til salg af disse varer uden for aftaleområdet" (forordning nr. 1983/83, artikel 2, stk. 2, litra c)).

137. I dette tilfælde kan leverandøren kun forbyde sine forhandlere at føre en aktiv salgspolitik uden for deres område. Det indebærer, at forhandleren er udsat for *indirekte* konkurrence fra andre eneforhandlere, eftersom disse frit kan levere til brugere eller mellemhandlere uden for deres eget område, i det omfang, hvor initiativet kommer fra kunden (*passivt salg*). En sådan relativ områdebeskyttelse er omfattet af gruppefritagelsen efter forordning nr. 1983/83.

#### ***Eksklusive købsaftaler***

138. Forordning nr. 1984/83 indrømmer kun tidsbegrænset fritagelse for eksklusive købsforpligtelser *uden tildeling af et salgsområde*. Specielt fastsættes det i artikel 2, stk. 1, at "der ikke kan pålægges videreforhandleren andre konkurrencebegrænsninger end pligt til ikke selv at forhandle aftalevarerne eller varer, som konkurrerer med aftalevarerne i videreforhandlerens hovedafsætningsområde og i samme handelsled som denne". Det betyder, at i det omfang, hvor den pågældende aftale falder ind under artikel 85, stk. 1, må leverandøren fortsat frit kunne levere til andre handlende inden for forhandlerens hovedsalgsområde og også selv kunne operere i dette område i et andet salgsled. For at kunne falde ind under gruppefritagelsen må den eksklusive købsaftale ikke pålægge forhandleren nogen territoriale begrænsninger i hans salgsbestræbelser. Forhandleren kan således frit *aktivt* opsøge kunder uden for sit hovedsalgsområde.

139. I artikel 16 fastsættes det, at hvis leverandøren tildeler forhandleren et eneforhandlingsområde, skal aftalen vurderes ud fra bestemmelserne i forordning nr. 1983/83, og forordning nr. 1984/83 finder ikke længere anvendelse.

---

ikke var anmeldt efter forordning nr. 17/62. Se også omtalen af *Johnny Walker Red Label*-sagen, 17. konkurrenceberetning (1987), nr. 65.

<sup>(46)</sup> Se beslutningen i *Kodak* (EFT nr. L 147 af 7.7.1970, s. 24).

## *Aftaler om olleverancer og tankstationer*

Selv om forhandlerne ikke må være pålagt nogen territoriale begrænsninger i deres salg, skal aftalen klart fastsætte, hvilke salgssteder den finder anvendelse på. Forhandleren kan dog frit udøve konkurrerende aktiviteter på andre salgssteder.

## *Selektive distributionsaftaler*

140. Hvor optagelsen i et selektivt distributionsnet er baseret på *kvantitative* kriterier, indebærer distributionssystemet, at hver enkelt autoriseret forhandler nyder en *områdebeskyttelse svarende til den, tildelingen af et eneforhandlingsområde giver*. Som nævnt ovenfor falder et sådant system ind under forbuddet i artikel 85, stk. 1, og vil normalt ikke opfylde betingelserne for fritagelse efter artikel 85, stk. 3.

141. Desuden må leverandøren ikke pålægge sine autoriserede forhandlere pligt til kun at levere aftalevarer til endelige forbrugere bosiddende i et bestemt område inden for fællesmarkedet. Han må heller ikke pålægge dem forpligtelser, der kan føre til markedsafskærmning. Specielt skal leverandøren give sine autoriserede forhandlere mulighed for at foretage deres indkøb hos et hvilket som helst medlem af distributionsnettet (eneagenter, grossister og/eller autoriserede detailforhandlere) inden for fællesmarkedet. De autoriserede forhandlere må desuden frit kunne sælge aftalevarerne til ethvert andet medlem af nettet etableret i et hvilket som helst EU-land. Med andre ord kræver Kommissionen for at kunne meddele negativttest eller fritagelse, at en selektiv distributionsaftale ikke må lægge hindringer i vejen for *krydsleverancer mellem autoriserede forhandlere såvel i samme medlemsstat som i forskellige EU-lande*<sup>(47)</sup>.

## *Franchiseaftaler*

142. Et franchisenet, der indebærer områdebegrænsninger, falder normalt ind under artikel 85, stk. 1, og vil kun kunne fritages efter forordning nr. 4087/88 *på betingelse af, at disse restriktioner ikke fører til nogen absolut områdebeskyttelse*.

143. Forordningen åbner i særdeleshed mulighed for, at franchisegiveren tildeler franchisetageren et *eneforhandlingsområde*, og indrømmer fritagelse for en række forpligtelser, der har til formål at begrænse franchisegiverens aktiviteter på franchisetagerens område og franchisetagerens aktiviteter uden for dennes område<sup>(48)</sup>.

---

<sup>(47)</sup> I det omfang, hvor der kan blive tale om en påvirkning af samhandelen mellem medlemsstater, kræver Kommissionen desuden, at der skal kunne foregå krydssalg mellem autoriserede medlemmer af distributionsnettet etableret inden for EU og medlemmer i lande, der har etableret et frihandelsområde, og andre tredjelande.

<sup>(48)</sup> Der er bl.a. tale om "forpligtelse for franchisegiveren til på et nærmere angivet område af fællesmarkedet, aftaleområdet, ikke

- at give tredjeparter ret til helt eller delvis at udnytte franchisen
- selv at udnytte franchisen eller selv levere de varer eller tjenesteydelser, der er genstand for franchisen, ved hjælp af et lignende system
- selv at levere sine varer til tredjeparter"

(artikel 2, litra a)). Desuden kan franchisetageren pålægges pligt til "kun at udnytte franchisen på det i aftalen angivne forretningssted" (artikel 2, litra c)). Endvidere kan franchisetageren være pålagt pligt til "at afstå fra uden for aftaleområdet at opsøge kunder

144. Såfremt aftaleparterne derimod lægger direkte eller indirekte<sup>(49)</sup> hindringer i vejen for salg til endelige brugere på grund af disses bopæl eller udnytter forskellige specifikationer for produkterne i de forskellige medlemsstater til at afskærme markederne, finder forordningen ikke længere anvendelse. Ud fra samme ønske om at forhindre markedsafskærmning fastsættes det desuden i forordning nr. 4087/88, at aftalerne *ikke må lægge hindringer i vejen for krydsleverancer* såvel mellem franchisenettets medlemmer som mellem dem og medlemmerne af andre parallelle net, som den samme franchisegiver måtte have etableret<sup>(50)</sup>.

## Købsforpligtelser

### *Eneforhandlingsaftaler*

145. Forordning nr. 1983/83 indrømmer fritagelse for *eksklusive købsforpligtelser*, dvs. "pligten til udelukkende at købe aftalevarerne hos den anden aftalepart med henblik på videresalg" (artikel 2, stk. 2, litra b)), i det omfang, hvor denne forpligtelse "kun gælder i aftaleperioden" (8. betragtning).

146. Aftalebestemmelser om kombinationssalg anses ikke at være uforenelige med artikel 85, stk. 3.

147. Desuden indeholder artikel 2, stk. 3, litra a), i forordning nr. 1983/83 en vejledende opregning af andre købsforpligtelser, som eneforhandleren kan få pålagt. Der er bl.a. tale om bestemmelser, der pålægger forhandleren pligt til at aftage bestemte *mindstemængder* og/eller aftage et *fuldstændigt sortiment* af aftalevarer. I princippet anses disse forpligtelser ikke at falde ind under artikel 85, stk. 1. De må imidlertid "ikke udformes eller anvendes på en sådan måde, at de antager karakter af forbudte konkurrencebegrænsninger"<sup>(51)</sup>. Således kan for eksempel krav om mindstemængder i praksis have samme virkninger som et konkurrenceforbud, og det kan i så fald blive nødvendigt at undersøge, om aftalen i den økonomiske kontekst, hvori den indgår, vil kunne lægge alvorlige hindringer i vejen for konkurrerende leverandørers adgang til markedet. I så fald opfylder aftalen ikke længere betingelserne for at blive fritaget, heller ikke på individuelt grundlag.

---

til de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af franchisen" (artikel 2, litra d)). For hovedfranchisetagere indrømmer artikel 2, litra b), fritagelse for "forpligtelsen til ikke at indgå franchiseaftaler med franchisetagere uden for sit aftaleområde".

<sup>(49)</sup> Hvad indirekte restriktioner angår henvises til forordningens artikel 4, litra b), hvori det fastsættes, at når franchisegiveren pålægger franchisetageren at yde *garanti* for franchisegiverens varer, kan denne forpligtelse være omfattet af gruppefritagelsen på betingelse af, at den også gælder for varer leveret af andre medlemmer af franchisenettet eller af andre forhandlere, som yder en tilsvarende garanti.

<sup>(50)</sup> Artikel 4, litra a). Som eksempel på parallel distribution kan nævnes det tilfælde, hvor en producent har såvel et franchisenet som et net bestående af autoriserede forhandlere. I den forbindelse henvises til Kommissionens beslutning i *Charles Jourdan* (EFT nr. L 35 af 7.2.1989, s. 11).

<sup>(51)</sup> Se bl.a. meddelelsen angående forordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) nr. 1984/83 af 22. juni 1983 (EFT nr. C 101 af 13.4.1984, s. 2), nr. 19.

### *Eksklusive købsaftaler*

148. Den *eksklusive købsforpligtelse* er det centrale element i de aftaler, som gruppefritagelsesforordning nr. 1984/83 tager sigte på. I henhold til forordningens artikel 1 finder den kun anvendelse på de aftaler, hvor forhandleren går med til at købe alle de aftalevarer, han har brug for, hos den anden part<sup>(52)</sup>. I visse tilfælde kan det være nødvendigt at indrømme individuel fritagelse for aftaler om delvise købsforpligtelser, hvilket normalt også sker, hvis aftalen ikke indeholder andre bestemmelser i strid med artikel 85, stk. 1. Derimod finder forordningen også anvendelse på aftaler, der indeholder en såkaldt "engelsk klausul", dvs. bestemmelser, der giver forhandleren mulighed for at købe de pågældende varer hos andre leverandører, når de kan tilbyde mere favorable priser og vilkår end aftaleparten<sup>(53)</sup>. Forhandleren frigøres også for sin eksklusive købsforpligtelse, hvis aftaleparten ikke er i stand til at levere.

149. Gruppefritagelsen gælder ikke, hvis der foreligger bestemmelser om *kombinationssalg*, dvs. når "den eksklusive købsforpligtelse vedrører flere varer, som efter deres natur eller ifølge handelssædvane ikke har forbindelse med hinanden" (artikel 3, litra c)). Det betyder, at for at kunne falde ind under gruppefritagelsen skal de pågældende aftaler indgås for "en vare eller et varesortiment" (11. betragtning), som specificeres "med mærke eller særlig benævnelse"<sup>(54)</sup>. For at aftalevarer kan anses at indgå i samme sortiment, må der desuden bestå en forbindelse mellem dem, der kan skyldes tekniske (f.eks. tilbehør, reservedele), kommercielle (f.eks. varer til samme formål) eller sædvanebestemte (varer, der normalt sælges sammen) årsager. Af Kommissionens beslutningspraksis følger, at i det omfang hvor aftalen mærkbart påvirker konkurrencen i samhandelen mellem medlemsstater, vil bestemmelser om kombinationssalg normalt ikke kunne fritages individuelt.

150. Hvad angår varigheden af denne forpligtelse fastsættes det i forordningens artikel 3, litra d), at fritagelsen ikke gælder, når "aftalen er indgået for et ubestemt tidsrum eller for mere end fem år". Denne bestemmelse har Kommissionen nøje overholdt i sin beslutningspraksis angående eksklusive købsaftaler indgået for en længerevarende periode eller på ubestemt tid.

151. Desuden indeholder forordning nr. 1984/83 en vejledende opregning af andre købsforpligtelser, der i princippet ikke er i strid med artikel 85, stk. 1. Der er især tale om bestemmelser, der pålægger forhandleren pligt til at aftage *mindstemængder* og/eller *fuldstændige sortimenter*. Vurderingen af dem inden for rammerne af forordning

---

<sup>(52)</sup> Nr. 35 i meddelelsen angående forordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) nr. 1984/83. Gælder købsforpligtelsen kun for en del af de aftalevarer, forhandleren har brug for, falder aftalen med andre ord ikke ind under gruppefritagelsen, men skal vurderes individuelt.

<sup>(53)</sup> Se punkt 35 i meddelelsen angående forordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) nr. 1984/83. Beslutningen i *BP Kemi-DDSF* (EFT nr. L 286 af 14.11.1979, s. 32), hvor Kommissionen fandt en sådan aftalebestemmelse konkurrencebegrænsende, må fortolkes i lyset af de særlige omstændigheder i den konkrete sag og kan derfor ikke siges at være i strid med det generelle princip, der opstilles i meddelelsen.

<sup>(54)</sup> Nr. 36 i meddelelsen angående forordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) nr. 1984/83 af 22. juni 1983 (EFT nr. C 101 af 13.4.1984, s. 2).

nr. 1984/83 adskiller sig ikke væsentligt fra den vurdering, der anlægges af eneforhandlingsaftaler.

### ***Ølleveranceaftaler og tankstationsaftaler***

Med hensyn til ølleverancer er den eneste eksklusive købsforpligtelse, som forhandleren kan få pålagt, forpligtelsen til udelukkende at købe bestemte øl eller bestemte øl og visse andre drikkevarer omfattet af aftalen hos leverandøren. Forhandleren kan dog frit sælge andre øl end dem, han får leveret i henhold til aftalen, men må dog kun sælge dem på flasker, i dåser eller lignende. Han må også frit kunne købe andre varer end de af aftalen omhandlede drikkevarer hos andre. Den eneste eksklusive købsforpligtelse, der må pålægges tankstationer, drejer sig om forpligtelsen til udelukkende at købe bestemte oliebaserede brændstoffer til biler eller sådanne brændstoffer samt andre i aftalen nærmere specificerede brændstoffer hos leverandøren. Leverandøren kan også pålægge ham pligt til at købe hans smøremidler til brug i tankstationen, når han har hjulpet forhandleren med at finansiere olieskiftanlæg eller smøreanlæg for biler. Ingen anden købsforpligtelse kan pålægges forhandleren.

### ***Selektive distributionsaftaler***

152. For at være forenelige med artikel 85, stk. 1, eller for at kunne fritages efter artikel 85, stk. 3, må selektive distributionsaftaler ikke indeholde nogen *eksklusive købsforpligtelser*. I så fald ville der blive lagt hindringer i vejen for krydsleverancer mellem nettets medlemmer, og det ville føre til markedsafskærmning.

153. Derimod accepterer Kommissionen, at leverandøren pålægger sine autoriserede forhandlere pligt til *direkte* at købe *en bestemt mindstemængde* af aftalevarerne hos ham, dog på den betingelse, at betalingen herfor holdes på et rimeligt niveau, for at undgå, at leverandøren gennem en sådan forpligtelse opnår samme resultat, som han ville opnå ved en eksklusiv købsforpligtelse. Med denne modifikation falder selektive distributionsaftaler med en sådan forpligtelse ind under artikel 85, stk. 1, men vil kunne fritages efter artikel 85, stk. 3.

154. En forpligtelse for forhandleren til at købe og lagerføre *et repræsentativt sortiment af aftalevarer* kan alt efter omstændighederne enten være forenelig med artikel 85, stk. 1 (bl.a. når der ikke også findes andre forpligtelser aftalt i salgsfremmende øjemed), eller fritages.

### ***Franchiseaftaler***

155. Franchiseaftaler må ikke pålægge franchisetageren eksklusive købsforpligtelser. I den forbindelse pointeres det i artikel 4, litra a), i forordning nr. 4087/88, at gruppefritagelsen finder anvendelse på betingelse af, at "franchisetageren frit kan indkøbe de varer, der er genstand for franchisen, hos andre franchisetagere; såfremt disse varer også distribueres gennem et andet net af autoriserede forhandlere, skal franchisetageren frit kunne købe varerne hos disse".

156. Derimod anses bestemmelser om, at franchisetageren skal aftage *mindstemængder*, *planlægge sine ordrer forinden* og lagerføre *et mindstesortiment* af varer, ikke at være konkurrencebegrænsende i det omfang, de ikke er mere vidtgående, end hvad der er nødvendigt for at sikre nettets fælles identitet og omdømme (artikel 3, stk. 1, litra f)).

## Salgsforpligtelser

### *Eneforhandlingsaftaler og eksklusive købsaftaler*

157. Aftaler, der påtvinger forhandleren bestemte salgspriser, er i strid med artikel 85, stk. 1, og vil i henhold til den nugældende retspraksis normalt ikke kunne fritages (se 8. betragtning i forordning nr. 1983/83 og 1984/83). I den forbindelse er det ligegyldigt, om der er tale om en fast pris eller om en minimums- eller maksimumspris. Det følger desuden af Kommissionens beslutningspraksis, at enhver begrænsning af forhandlerens handlefrihed med hensyn til rabatter eller reklamer vurderes på samme måde. Den eneste almindeligt accepterede form for prisregulering drejer sig om de situationer, hvor leverandøren giver forhandleren lister med *vejledende priser*, som ikke falder ind under artikel 85, stk. 1, i det omfang, hvor de ikke er ledsaget af instrukser eller bindende foranstaltninger.

158. Artikel 85, stk. 1, finder også anvendelse på aftaler, hvor eneforhandleren forpligter sig til at anvende *forskellige priser* over for forskellige kategorier af kunder (f.eks. parallelimportører eller kunder etableret uden for forhandlerens område).

159. Denne type aftaler pålægger normalt også forhandleren flere *forpligtelser, der er fastsat i salgsfremmende øjemed*. F.eks. kan eneforhandleren have pligt til at nå op på en bestemt omsætning, reklamere for varerne, opretholde et salgsnet, føre et vist lager, varetage kunde- og garantiservice, beskæftige et teknisk velkvalificeret personale og udelukkende sælge aftalevarerne under de mærker og med den præsentation, der foreskrives af leverandøren. Sådanne forpligtelser falder principielt ikke ind under artikel 85, stk. 1<sup>(55)</sup>.

### *Ølleveranceaftaler og tankstationsaftaler*

Der må ikke være pålagt forhandleren nogen forpligtelser med hensyn til prisfastsættelse eller konkrete salgsbestræbelser. Selv om forhandleren udelukkende må sælge aftalevarerne på det i aftalen fastsatte salgssted, har han ret til at udøve salgsfremmende aktiviteter uden nogen territorial eller anden begrænsning.

### *Selektive distributionsaftaler*

160. Leverandøren må ikke på nogen måde søge at få sine forhandlere til at overholde et bestemt detailpriseniveau, hvad enten der er tale om faste priser, minimumspriser eller maksimumspriser. På samme måde er det normalt udelukket, at Kommissionen kan indrømme fritagelse for aftalebestemmelser, der begrænser den autoriserede forhandlers frihed til at bestemme størrelsen af de rabatter, han yder sine kunder. Desuden må leverandøren ikke nægte at meddele autorisation til forhandlere, der opfylder kvalifikationskravene, men som mistænkes for at føre en lavprispolitik.

---

<sup>(55)</sup> Se artikel 2, stk. 3, i forordning nr. 1983/83. Forudsætningen er imidlertid, at de ovennævnte forpligtelser ikke "udformes eller anvendes på en sådan måde, at de antager karakter af forbudte konkurrencebegrænsninger" (nr. 19 i meddelelsen angående forordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) nr. 1984/83 af 22. juni 1983, EFT nr. C 101 af 13.4.1984, s. 2).

161. Kommissionen accepterer dog, at leverandøren meddeler sine autoriserede forhandlere *vejledende priser*, på betingelse af, at de ikke er ledsaget af bindende instrukser eller andre foranstaltninger, der tvinger eller tilskynder forhandlerne til ikke at fravige disse vejledende priser. På betingelse heraf anses vejledende priser ikke at være konkurrencebegrænsende.

162. Som allerede nævnt anses *salgsfremmende forpligtelser*, der pålægger en autoriseret forhandler pligt til at nå op på en bestemt omsætning, sikre en vis årlig lageromsætning og/eller samarbejde med leverandøren om de af denne iværksatte salgsfremmende foranstaltninger, normalt at opfylde betingelserne i artikel 85, stk. 3.

### **Franchiseaftaler**

163. Forordning nr. 4087/88 fastsætter, at gruppefritagelsen ikke finder anvendelse, når "franchisetagerens frihed til at fastsætte priser begrænses"<sup>(56)</sup>. Dette gælder, uanset på hvilken måde der pålægges salgspriser (faste priser, minimumspriser eller maksimumspriser). Derimod kan franchisegiveren frit "anbefale franchisetagerne priser ... i det omfang, det ikke fører til en samordnet praksis i den faktiske anvendelse af disse priser" (13. betragtning) mellem franchisegiveren og franchisetagerne eller mellem franchisetagerne. I den forbindelse bemærkes, at Kommissionen i en individuel sag har krævet, at en bestemmelse, der forbød franchisetageren at anvende priser, som kunne skade aftalevarernes mærkeimage, blev ophævet. Denne forpligtelse blev derefter erstattet af angivelse af en vejledende maksimumspris, som franchisetageren kunne tage hensyn til under sine salgsfremmende bestræbelser<sup>(57)</sup>.

164. Ifølge forordning nr. 4087/88 falder forpligtelser pålagt franchisetagerne angående deres *salgsbestræbelser* normalt ind under artikel 85, stk. 1, hvis de ikke er mere vidtgående, end hvad der er nødvendigt for at værne om nettets fælles identitet og omdømme. Artikel 3, litra c), nævner udtrykkeligt bestemmelser, hvor franchisetageren forpligter sig til at opnå en bestemt mindsteomsætning, udbyde et bestemt mindstevaresortiment samt varetage kunde- og garantiservice.

165. Heller ikke en række forpligtelser, der er specifikke for franchisenet, og som begrænser franchisetagernes forretningsaktiviteter med det formål at *beskytte den overdragne knowhow*, falder ind under forbuddet i artikel 85, stk. 1. Derimod finder gruppefritagelsen ikke længere anvendelse, når franchisegiveren pålægger franchisetageren forbud mod at anfægte de industrielle og intellektuelle ejendomsrettigheder, der er genstand for franchisen (artikel 5, litra f)).

---

<sup>(56)</sup> 13. betragtning, se også artikel 5, litra e).

<sup>(57)</sup> Beslutning i *Pronuptia*, EFT nr. L 13 af 15.1.1987, s. 39. Med hensyn til faste og vejledende priser henvises også til beslutningerne i *Yves Rocher* (EFT nr. L 8 af 10.1.1987, s. 49), *Computerland* (EFT nr. L 222 af 10.2.1987, s. 12) og *Service Master* (EFT nr. L 332 af 3.12.1988, s. 38).

## Konkurrenceforbud

### *Eneforhandlingsaftaler*

166. Gruppefritagelsen omfatter de aftaler, hvor forhandleren forpligter sig til "ikke at fremstille eller forhandle varer, som konkurrerer med aftalevarerne" (artikel 2, stk. 2, litra a)). En sådan forpligtelse må imidlertid kun være gældende i det tidsrum, aftalen gælder<sup>(58)</sup>. Desuden er Kommissionen altid opmærksom på risikoen for, at sådanne aftaler via konkurrenceforbud kan lægge betydelige hindringer i vejen for andres adgang til markedet i den økonomiske kontekst, hvori de indgår.

### *Eksklusive købsaftaler*

167. Artikel 2, stk. 1, i forordning nr. 1984/83 fastsætter, at "der ikke kan pålægges leverandøren andre konkurrencebegrænsninger end pligt til ikke selv at fremstille eller forhandle aftalevarerne eller varer, som konkurrerer hermed" ud over den eksklusive købsforpligtelse. Gruppefritagelsen gælder kun for denne restriktion i det omfang, hvor aftalens varighed ikke overstiger fem år (artikel 3, litra d)), hvilket skyldes ønsket om at "sikre andre virksomheder adgang til de forskellige led i distributionen" (11. betragtning). Ifølge Kommissionens faste beslutningspraksis indebærer et konkurrenceforbud i en eksklusiv købsaftale, der er indgået for en længere varighed eller på ubestemt tid, normalt, at der ikke kan indrømmes individuel fritagelse<sup>(59)</sup>.

### **Ølleveranceaftaler og tankstationsaftaler**

For ølleveranceaftalers vedkommende kan forhandleren have pligt til ikke at forhandle øl og andre drikkevarer for andre virksomheder af samme type som dem, der leveres i henhold til aftalen. I det omfang, hvor der kun er tale om bestemte øl (og visse andre drikkevarer), må aftalen ikke være indgået for en varighed på over ti (fem) år. For tankstationsaftalers vedkommende kan forhandleren have pligt til ikke at sælge brændstoffer leveret af andre virksomheder. Aftalen må ikke være indgået for mere end ti år. Både med hensyn til øl og motorbrændstoffer kan aftalen dog være indgået for hele den periode, hvor forhandleren rent faktisk driver salgsstedet, hvis det ejes af leverandøren. For ølleveranceaftalers vedkommende har forhandleren - dog kun når udskænkingsstedet ejes af leverandøren - ret til at købe de andre drikkevarer end øl, der leveres i henhold til aftalen, hos andre virksomheder, når de kan tilbyde ham mere gunstige vilkår end leverandøren, eller når disse andre drikkevarer end øl er af et andet mærke end dem, leverandøren leverer.

### *Selektive distributionsaftaler*

168. For at være forenelige med artikel 85 må selektive distributionsaftaler ikke indeholde nogen konkurrenceklausuler.

---

<sup>(58)</sup> Nr. 18 i meddelelsen angående forordning (EØF) nr. 983/83 og (EØF) nr. 1984/83 af 22. juni 1993 (EFT nr. C 101 af 13.4.1984, s. 2).

<sup>(59)</sup> Beslutning i *Schöller* af 23.12.1992, EFT nr. L 183 af 26.7.1993.

## **Franchiseaftaler**

169. Franchisetageren kan pålægges to former for konkurrenceforbud, den ene angående salg af *konkurrerende varer* til franchisevarerne og den anden angående *konkurrerende forretningsaktiviteter*.

170. Hvad det første konkurrenceforbud angår, sondres der i forordningen mellem varer omfattet af franchisen og reservedele og/eller tilbehør hertil. Bestemmelserne i artikel 2, litra e), indrømmer fritagelse for "forpligtelsen for franchisetageren til ikke at fremstille, sælge eller som led i leveringen af tjenesteydelser at benytte varer, der konkurrerer med dem, der er omfattet af franchisen", men denne fritagelse gælder ikke sådanne bestemmelser angående reservedele og tilbehør fremstillet af franchisegiverens konkurrenter. Desuden sondrer forordningen mellem varer omfattet af franchisen og andre varer. For sidstnævnte varers vedkommende kan franchisegiveren pålægge franchisetageren pligt til "udelukkende at sælge eller i forbindelse med tjenesteydelser at benytte varer, der opfylder objektive minimumskvalitetskrav, som franchisegiveren fastsætter" (artikel 3, stk. 1, litra a)), med det formål at sikre nettets fælles identitet og omdømme. Han kan desuden begrænse franchisetagerens valgmuligheder til kun at omfatte de varer, der fremstilles af franchisegiveren eller de af denne udpegede tredjeparter, "hvor det på grund af arten af de varer, der er genstand for franchisen, er uigennemførligt at anvende objektive kvalitetsnormer" (artikel 3, stk. 1, litra b)).

171. Hvad det andet konkurrenceforbud angår, fastsættes det i artikel 3, litra c), at franchisetagerens pligt til "ikke direkte eller indirekte at begynde en tilsvarende virksomhed på et område, hvor dette ville påføre et medlem af franchisenettet, herunder franchisegiveren, konkurrence", ikke er til hinder for gruppefritagelse i det omfang, hvor en sådan forpligtelse er nødvendig for at beskytte franchisegiverens industrielle og intellektuelle ejendomsrettigheder eller værne om nettets fælles identitet. En sådan forpligtelse må imidlertid ikke gælde i mere end et år efter aftalens udløb.

## **Kundemæssige begrænsninger**

### **Eneforhandlingsaftaler**

172. Ifølge 8. betragtning i forordning nr. 1983/83 kan aftalebestemmelser, "som begrænser eneforhandlernes frihed til ... selv at vælge sine kunder, ikke fritages efter denne forordning". Med hensyn til de restriktioner, der er baseret på territoriale kriterier (købers bopæl), må forhandleren, som allerede nævnt ovenfor, frit kunne efterkomme ordrer fra købere uden for forhandlerens område, der afgives på disses eget initiativ (passivt salg). Med hensyn til kundemæssige restriktioner baseret på andre former for kriterier finder forordning nr. 1983/83 anvendelse i de tilfælde, hvor forhandleren pålægges pligt til kun at sælge til autoriserede forhandlere, som indgår i et selektivt distributionsnet udelukkende baseret på objektive, kvalitative kriterier<sup>(60)</sup>. Bortset fra denne

<sup>(60)</sup> Nr. 20 i meddelelsen angående forordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) nr. 1984/83 af 22. juni 1983 (EFT nr. C 101 af 13.4.1984, s. 2).

generelle undtagelse kan kundemæssige begrænsninger kun fritages individuelt og kun i ganske særlige situationer<sup>(61)</sup>.

### ***Eksklusive købsaftaler***

173. Hvad der blev anført ovenfor med hensyn til eneforhandlingsaftaler, gælder med de fornødne tilpasninger også med hensyn til eksklusive købsaftaler, herunder også for aftaler om ølleverancer og tankstationer. Men eftersom denne form for aftaler normalt ikke indgås med henblik på forsyning af selektive distributionsnet, har den ovenfor beskrevne undtagelse med hensyn til forpligtelser til kun at sælge til autoriserede detailforhandlere praktisk taget ingen betydning her.

### ***Selektive distributionsaftaler***

174. Som allerede nævnt, kan et selektivt distributionssystem kun fungere, hvis de autoriserede forhandlere går med til kun at sælge aftalevarer til endelige forbrugere eller andre medlemmer af leverandørens distributionsnet. Men aftaler, der indeholder bestemmelser, som begrænser den autoriserede forhandlers kundekreds på basis af territoriale kriterier (f.eks. kundens bopæl), eller uden at det er baseret på objektive, kvalitative kriterier<sup>(62)</sup>, falder imidlertid ind under artikel 85, stk. 1.

### ***Franchiseaftaler***

175. Hensynet til franchisenettets kohærens gør det berettiget, at forhandleren pålægges pligt til kun at sælge franchisevarerne til endelige brugere (dog uden nogen begrænsninger med hensyn til disses bopæl), andre franchisetagere og forhandlere tilhørende andre af franchisegiverens distributionsnet (f.eks. et parallelt selektivt distributionsnet). Sådanne bestemmelser falder ikke ind under forbuddet i artikel 85, stk. 1, når de ikke er mere vidtgående, end hvad der er nødvendigt for at værne om franchisegiverens knowhow og om nettets fælles identitet og omdømme (artikel 3, litra e), i forordning nr. 4087/88). Enhver yderligere kundemæssig begrænsning falder ind under artikel 85, stk. 1, og er ikke omfattet af gruppefritagelsen (13. betragtning).

## **IV. Inddragelse af gruppefritagelsen**

176. De tre gruppefritagelsesforordninger, der blev gennemgået ovenfor, indeholder også nærmere bestemmelser om, under hvilke omstændigheder Kommissionen kan tilbagetrække gruppefritagelsen for aftaler, der rent formelt stemmer overens med disse forordninger.

---

<sup>(61)</sup> Således har Kommissionen i en sag fundet, at et forbud mod, at grossister leverede til endelige brugere, var foreneligt med artikel 85, eftersom denne begrænsning stemte overens med de krav, den nationale lovgivning stillede til adskillelse mellem grossist- og detailhandlerfunktionerne (beslutning i *SABA I*, EFT nr. L 28 af 3.2.1976, s. 19). I en anden sag godkendte Kommissionen, at forhandlere, som fik leveret varer afgiftsfrit, udelukkende videresolgte de pågældende varer til afgiftsfritagne købere (beslutning i *The Distillers Company Ltd./Avitailleurs*, EFT nr. L 233 af 4.9.1980, s. 43).

<sup>(62)</sup> Se beslutning i *Grohe*, EFT nr. L 19 af 23.1.1985, s. 17, og i *Ideal Standard*, EFT nr. L 20 af 24.1.1985, s. 38.

177. I artikel 6 i forordning nr. 1983/83 fastsættes det således, at gruppefritagelsen kan trækkes tilbage, når "a) aftalevarerne inden for aftaleområdet ikke er udsat for effektiv konkurrence fra varer, som på grund af deres egenskaber, prisniveau og anvendelsesformål af forbrugerne anses for at være af samme art, b) det i urimelig grad vanskeliggøres for andre leverandører i aftaleområdet at afsætte deres varer i de forskellige distributionsled, c) formidlerne eller forbrugerne på grund af andre forhold end de i artikel 3, litra c) og d), anførte ikke kan skaffe sig aftalevarerne fra andre forhandlere uden for aftaleområdet på de betingelser, som disse forhandlere normalt anvender på deres marked, d) eneforhandleren 1) i aftaletidsrummet uden saglig grund undlader at levere til kategorier af købere, som ikke har mulighed for på rimelige vilkår at skaffe sig aftalevarerne andetsteds eller over for disse anvender diskriminerende priser eller salgsbetingelser eller 2) sælger varerne til uforholdsmæssig høje priser". Artikel 14 i forordning nr. 1984/83 indeholder bestemmelser af samme art. Der er dels tale om de samme bestemmelser som dem, der er nævnt ovenfor under punkt a) og b), og dels bestemmelser om, at Kommissionen kan inddrage gruppefritagelsen, når leverandøren uden saglig grund "i) undlader at levere aftalevarerne til kategorier af viderefornhandlere, som ikke har mulighed for på rimelige vilkår at skaffe sig disse varer hos andre leverandører eller over for disse viderefornhandlere anvender diskriminerende priser eller salgsbetingelser, ii) over for en viderefornhandler, der er bundet af en eksklusiv købsforpligtelse, anvender priser eller salgsbetingelser, der er mindre fordelagtige end dem, der anvendes over for andre viderefornhandlere i samme distributionsled". Endelig kan gruppefritagelsen i henhold til artikel 8 i forordning nr. 4087/88 inddrages, når adgangen til det relevante marked begrænses "ved den kumulative virkning af parallelle net af tilsvarende aftaler", eller når aftalevarerne ikke er udsat for nogen effektiv konkurrence på en væsentlig del af fællesmarkedet. Desuden kan Kommissionen tilbagetrække gruppefritagelsen, når "de endelige brugere på grund af deres bopæl forhindres i direkte eller via melleghandlere at skaffe sig de pågældende varer", eller når forskellige produktspecifikationer udnyttes til at skabe markedsafskærmning. Det samme gælder i øvrigt, hvis franchisetagerne indgår en samordnet praksis med hensyn til salgspriser, eller hvis franchisegiveren misbruger sin ret til at inspicere franchisetagerens lokaler og transportmidler eller nægter at give franchisetageren lov til at flytte forretningslokaler.

\* \* \* \*

## Kapitel V

### FORDELENE VED DET NUVÆRENDE SYSTEM

178. Dette kapitel beskriver fordelene ved det nuværende system. Ulemperne and kritikken vil blive beskrevet i kapitel VII (Forundersøgelsens resultater).

179. Der er to overordnede mål for EU's konkurrencepolitik, nemlig at fremme integrationen af medlemsstaternes økonomier i et stort indre marked og at fremme og beskytte en effektiv konkurrence overalt i Fællesskabet. I mange tilfælde kan aftaler mellem virksomheder fremme disse mål, når de forbedrer effektiviteten i distributionen og ikke virker til skade for markedsintegrationen. Når sådanne aftaler falder ind under forbuddet i artikel 85, stk. 1, kan de ofte enten opfylde betingelser for individuel fritagelse eller falde ind under en gruppefritagelse efter artikel 85, stk. 3.

#### I. Materielle spørgsmål

##### 180. Beskyttelse af konkurrencen og udbredelse af konkurrencefremmende aftaler

For at kunne anses for at være i strid med artikel 85, stk. 1, må en aftale, vedtagelse eller samordnet praksis "mærkbart" påvirke samhandelen mellem medlemsstater. EF-Domstolen har statueret, at spørgsmålet om mærkbarhed må vurderes ud fra aftalens økonomiske og juridiske kontekst og de eventuelle kumulative virkninger som følge af eksistensen af andre tilsvarende aftaler.

Mærkbarhedskriteriet tager sigte på at udelukke aftaler uden større økonomisk betydning fra at falde ind under artikel 85, stk. 1. I bagatelmeddelelsen blev det imidlertid meget omhyggeligt anført, at den ikke finder anvendelse i de tilfælde, hvor "konkurrencen inden for det relevante marked begrænses af den kumulative virkning af parallelle net af lignende aftaler indgået af flere producenter eller forhandlere".

Det overordnede hensyn, der bør lægges til grund for vurderingen af aftaler, der kan være konkurrencebegrænsende, må altid være, at de ikke må gå ud over konkurrencestrukturen på markederne. I sine beslutninger har Kommissionen altid været rede til at tage hensyn til økonomiske faktorer såsom effektivitet og forbrugernes velfærd. Den bestræber sig på at beskytte konkurrencen i alle led i produktions-/distributionskæden og både konkurrencen mellem forskellige mærker og inden for samme mærke. Kommissionen foretager sin vurdering heraf efter artikel 85, stk. 3, hvori det fastsættes, at en aftale, der fører til udelukkelse af konkurrencen, ikke kan fritages.

Økonomiske analyser spiller altid en vigtig rolle i den måde, hvorpå Fællesskabets konkurrenceregler anvendes på vertikale konkurrencebegrænsninger. Det fremgår da også klart af mange af de afgørelser, der i den seneste tid er truffet af EF-Domstolen og Førsteinstansretten, der har lagt vægt på den kumulative virkning af parallelle net<sup>(63)</sup>. Førsteinstansretten udtalte i *Langnese-dommen*<sup>(64)</sup>:

---

<sup>(63)</sup> *Delimitis mod Henninger Brau AG*, Sml. 1991, s. I-935, og *Langnese-Iglo GmbH mod Kommissionen*, T-7/93 (8.6.1995).

<sup>(64)</sup> Dom af 8.6.1995, *Langnese*, sag T-7/93.

*"I henhold til retspraksis skal det undersøges, om vurderingen af alle lignende aftaler, der findes på det relevante marked og de øvrige økonomiske og retlige omstændigheder omkring de pågældende aftaler, fører til, at aftalerne tilsammen bevirker, at nye inden- og udenlandske konkurrenter hindres adgang til markedet. Såfremt undersøgelsen viser, at dette ikke er tilfældet, vil de enkelte aftaler, som aftalekomplekset består af, ikke kunne antages at begrænse konkurrencen som omhandlet i traktatens artikel 85, stk. 1. Fører undersøgelsen derimod til, at markedet er vanskeligt tilgængeligt, må det dernæst vurderes, i hvilket omfang de omtvistede aftaler bidrager til den kumulative virkning, idet det kun er de aftaler, der i væsentligt omfang bidrager til en eventuel afskærmning af markedet, der er forbudt.*

#### 181. Markedsintegration

I det nuværende system kan eneforhandlingsaftaler, der indeholder forbud mod passivt salg uden for forhandlerens område, ikke fritages. Dette stemmer overens med den tilsigtede markedsintegrering og sikrer, at parterne i en forhandlingsaftale fortsat frit kan imødekomme andre handlende, der foretager parallelhandel, hvilket kan bidrage til at eliminere for store prisforskelle mellem medlemsstaterne.

#### 182. Forbrugernes fordele

I henhold til artikel 85, stk. 3, skal en konkurrencebegrænsende praksis give brugerne en rimelig andel af fordelene herved, hvis den skal kunne fritages. I gruppefritagelsesforordningerne tages der specielt hensyn til de fordele, forbrugerne må antages at kunne opnå ved de forskellige fritagne aktiviteter. Eneforhandlingsaftaler sikrer generelt forbrugerne en rimelig andel af fordelene herved, fordi forbedringen i varedistributionen direkte kommer dem til gode, og deres økonomiske og forsyningsmæssige situation forbedres, navnlig ved at de hurtigere og lettere kan købe varer, især sådanne, som er fremstillet i andre lande. I individuelle sager er det dog klart, at fordelene for forbrugerne skal kunne påvises konkret, før en fritagelse kan indrømmes.

Det nuværende system beskytter også dem, der mener at have lidt skade som følge af en konkurrencebegrænsende aftale. EF-Domstolen har udtalt, at "eftersom forbuddene i artikel 85, stk. 1, og artikel 86 ifølge selve deres karakter kan have direkte virkninger i forholdet mellem enkeltpersoner, giver disse bestemmelser de pågældende direkte rettigheder, som de nationale domstole må værne om"<sup>(65)</sup>. Den direkte virkning af artikel 85, stk. 1, indebærer, at enkeltpersoner kan anlægge sag for en national domstol. De kan også rejse spørgsmål i relation til artikel 85, stk. 1, i en sag, der anlægges for en national domstol, men vedrører en anden tvist, f.eks. en aftaleretlig eller franchiseretlig tvist. De kan også indgive klage til Kommissionen<sup>(66)</sup>.

<sup>(65)</sup> *BRT mod Sabam*, Sml. 1974, s. 51, nr. 16.

<sup>(66)</sup> I *Automec mod Kommissionen*, Sml. 1992, s. II-2223, bekræftede Domstolen imidlertid, at Kommissionen kan afvise en klage under henvisning til, at den ikke har tilstrækkelig interesse for Fællesskabet, forudsat at der findes tilstrækkelige retsmidler på nationalt plan.

183. Andre mål (fremme/beskyttelse af små og mellemstore virksomheder)

Kommissionens bagatelmeddelelse (C 368 af 23.12.1994, s. 20) tager sigte på at give små og mellemstore virksomheder retssikkerhed, uden at de behøver at anmelde deres aftaler. Også mange af bestemmelserne i gruppefritagelserne tager sigte på små og mellemstore virksomheder. F.eks. finder gruppefritagelsen i forordning nr. 1983/83 ikke anvendelse på eneforhandlingsaftaler mellem konkurrenter, medmindre "en af dem har en samlet årlig omsætning på højst 100 mio. ECU".

184. Fri fastlæggelse af distributionssystemers art og indhold

Aftaleparterne kan frit vælge, om de ønsker at anmode om individuel fritagelse eller udforme deres aftaler således, at de opfylder kravene i gruppefritagelser. Ønsker de ikke at følge de kriterier, der opstilles i gruppefritagelserne, kan de udforme deres aftaler, som de selv vil, og eventuelt stadig opfylde betingelserne for individuel fritagelse.

## II. Procedurespørgsmål

185. Forordning nr. 17/62 (artikel 4, stk. 1) fastlægger procedurerne for anmeldelse af aftaler, for hvilke parterne ønsker negativttest eller fritagelse efter artikel 85, stk. 3. I selve forordningen begrænses antallet af aftaler, der er underlagt anmeldelsespligt, i artikel 4, stk. 2, der indeholder en afgrænsning af, hvilke former for transaktioner der er underlagt anmeldelsespligt. Efter vedtagelsen af forordning nr. 17/62 blev Kommissionen imidlertid stillet over for en strøm af anmeldelser, hvoraf mange drejede sig om vertikale konkurrencebegrænsninger (tæt ved 30 000 anmeldelser). Kommissionen søgte at løse problemet på to måder. For det første har den på adskillige områder vedtaget gruppefritagelsesforordninger, der indrømmer fritagelse for kategorier af ensartede aftaler, hvis konkurrencefremmende virkninger antages at opveje deres konkurrencebegrænsende virkninger. For det andet har den afgjort mange af de resterende sager ved en individuel beslutning eller et "comfort letter". Denne fremgangsmåde har fungeret godt, således at stakken af anmeldte aftaler, der ikke er blevet færdigbehandlet, er blevet kraftigt reduceret.

186. I et stort antal individuelle sager er formelle beslutninger ikke den bedste måde at afgøre sagen på. Procedurereglerne i artikel 17 og Kommissionens begrænsede ressourcer giver ikke Kommissionen mulighed for at træffe et stort antal beslutninger<sup>(67)</sup>. I sine beslutninger formulerer Kommissionen sin overordnede politik, fastlægger procedurer, skrider ind over for alvorlige overtrædelser af reglerne (f.eks. hindringer for parallelhandel) og straffer ophavsmændene (med bøder). Gruppefritagelser<sup>(68)</sup> og "comfort letters" er de "instrumenter", Kommissionen benytter sig af i lang størsteparten af sagerne.

187. Kommissionen kan altid inddrage en gruppefritagelse, hvilket giver den stor fleksibilitet. For at kunne inddrage en gruppefritagelse må Kommissionen følge hele den procedure, der munder ud i vedtagelsen af en beslutning efter artikel 85, stk. 1. Det sker kun ganske sjældent i praksis.

---

<sup>(67)</sup> For øjeblikket vedtager Kommissionen gennemsnitligt 20 beslutninger om året, men modtager 250 anmeldelser.

<sup>(68)</sup> Bl.a. med indsigelsesbestemmelser.

### 188. Anmeldelsessystemets effektivitet

Anmeldelsessystemet giver Kommissionen en stadig strøm af informationer om transaktioner, herunder også vertikale aftaler. En stor del af Kommissionens beslutninger træffes efter en anmeldelse. Det viser, at mange af de aftalebestemmelser, der fortjener særlig opmærksomhed, er kommet til Kommissionens kendskab via en anmeldelse. De giver også Kommissionen et grundlag for at afgøre, hvilket behov der er for gruppefritagelser.

I sin behandling til individuelle anmeldelser har Kommissionen stor nytte af den ordning, der giver alle interesserede mulighed for at fremsætte deres bemærkninger efter offentliggørelse af en meddelelse i EF-Tidende.

Fritagelsessystemet er fleksibelt, eftersom enhver fritagelse indrømmes for en begrænset periode. Forlængelsesprocessen giver Kommissionen mulighed for at tage konkurrencestrukturen på det pågældende marked op til fornyet overvejelse. En individuel fritagelse kan tilbagekaldes af Kommissionen, hvis der sker ændringer i situationen, eller der fremkommer nye oplysninger.

### 189. Hurtige og effektive procedurer

Selv om det kun er muligt at vedtage formelle beslutninger i et begrænset antal sager, råder Kommissionen over forskellige midler til at sikre, at procedurerne er hurtige og effektive.

- forordning nr. 17 (artikel 4, stk. 2) begrænser antallet af sager, der skal anmeldes
- der findes gruppefritagelsesforordninger for størsteparten af vertikale aftaler, ofte med indsigelsesprocedure
- Kommissionen benytter sig i vid udstrækning af "comfort letters" for at kunne behandle det store antal anmeldelser, den modtager.

### 190. Retssikkerhed

Beslutning om individuel fritagelse giver fuld retssikkerhed overalt i Fællesskabet. Gruppefritagelserne giver også fuld retssikkerhed for de aftaler, der helt klart falder inden for deres anvendelsesområder. Negativattester giver i princippet retssikkerhed, men en national myndighed eller en national domstol kan drage den konklusion, at en aftale, som er meddelt negativattest, ikke desto mindre er i strid med national lovgivning, selv om det i praksis kun sker meget sjældent. Den mulighed findes ikke for fritagelser.

Den indsigelsesprocedure, der findes i nogle gruppefritagelsesforordninger, åbner mulighed for størst mulig retssikkerhed med mindst mulig administration og på kortest mulig tid.

Selv om "comfort letters" ikke yder fuld retssikkerhed, har de dog betydelig autoritet. Virksomhederne kan føle sig rimeligt trygge ved comfort letters. For det første er de udtryk for Kommissionens umiddelbare positive holdning og manglende interesse i at forfølge sagen yderligere, i det mindste i en overskuelig fremtid. Kommissionen vil ikke tilbagekalde et comfort letter eller træffe anden beslutning, medmindre der sker væsentlige ændringer i de tilgrundliggende omstændigheder. Den vil kun gøre det under samme omstændigheder, som når den tilbagekalder en formel fritagelse<sup>(69)</sup>.

<sup>(69)</sup> I henhold til artikel 8 i forordning nr. 17/62 kan Kommissionen tilbagekalde en fritagelse indrømmet ved en beslutning, når

For det andet er et "comfort letter" udtryk for et uformelt tilsagn fra Kommissionens side om, at den vil vedtage en formel beslutning, såfremt det bliver nødvendigt.

For det tredje kan et comfort letter afholde udenforstående fra at anfægte en aftale, selv om dette dog er sket i flere tilfælde, når der er fremkommet nye oplysninger. F.eks. har Førsteinstansretten fastslået, at når Kommissionens foreløbige analyse af markedsvilkårene, som lå til grund for fremsendelsen af et comfort letter, har ændret sig væsentligt, efter at der er dukket nye konkurrenter op, og der er opstået hindringer for adgangen til markedet, som Kommissionen ikke havde været bekendt med på tidspunktet for fremsendelsen af dette comfort letter, bør Kommissionen indlede en ny procedure i sagen<sup>(70)</sup>.

Endelig har ingen national domstol eller national myndighed nogensinde truffet en anden afgørelse, selv om de ikke er bundet af et comfort letter. Disse comfort letters har stor betydning i praksis, fordi de angiver Kommissionens vurdering af aftalen. Hvis en national domstol stilles over for spørgsmålet om lovligheden af en aftale, for hvilken der foreligger et comfort letter fra Kommissionen med angivelse af, at den normalt vil kunne fritages, kan domstolen "tage hensyn til et sådant comfort letter som et faktisk element"<sup>(71)</sup>.

Den retssikkerhed, et comfort letter yder, bliver endnu større, hvis der er offentliggjort en meddelelse efter artikel 19, stk. 3, i forordning nr. 17, der ikke har resulteret i negative bemærkninger fra tredjeparter.

#### 191. Kohærens

Det nuværende system fremmer en kohærent og ensartet anvendelse af artikel 85 på vertikale konkurrencebegrænsninger i hele Fællesskabet. Forordning nr. 17 har tillagt Kommissionen en funktion som central konkurrencemyndighed, idet forordningen giver den enekompetence til at erklære artikel 85, stk. 1, uanvendelig ved at indrømme fritagelse efter artikel 85, stk. 3, og beslutninger herom er udelukkende underlagt Førsteinstansrettens og EF-Domstolens kontrol. Når der er indrømmet fritagelse, er denne fritagelse bindende overalt i Fællesskabet, og nationale domstole og konkurrencemyndigheder kan ikke derefter træffe afgørelse om, at aftalen er strid med EU's konkurrenceret. På den måde sikres det, at de beslutninger, der er forbundet med komplicerede økonomiske analyser og afvejning af konkurrencepolitiske hensyn mod andre politiske hensyn af betydning for EU, og som kan have vidtrækkende konsekvenser overalt i Fællesskabet, træffes af en kompetent myndighed på EU-plan.

- 
- "a) de faktiske forhold har ændret sig på et for beslutningen væsentligt punkt
  - b) deltagerne handler i strid med et til beslutningen knyttet påbud
  - c) beslutningen hviler på urigtige oplysninger eller er fremkaldt ved svig
  - d) deltagerne misbruger den ved beslutningen opnåede fritagelse fra bestemmelserne i traktatens artikel 85, stk. 1."

<sup>(70)</sup> Dom af 8.6.1995, *Langnese-Iglo GmbH mod Kommissionen*, T-7/93, nr. 38-40.

<sup>(71)</sup> Meddelelse om samarbejdet mellem nationale domstole og Kommissionen ved anvendelsen af traktatens artikel 85 og 86, 93/C 39/05 af 13.2.1993, nr. 25a.

192. Central beslutningsmyndighed/decentralisering

Med det nuværende system findes der én central myndighed, der kan meddele fritagelser efter artikel 85, stk. 3. Nationale myndigheder og domstole kan for deres vedkommende spille en vigtig rolle, idet de ved behandling af klager og ulovlige konkurrencebegrænsninger kan fastslå, om en af gruppefritagelserne finder anvendelse.

\* \* \* \*

## Kapitel VI

### SAMMENLIGNING MELLEM EU-RETEN OG DE LOVE I MEDLEMSSTATERNE OG VISSE TREDJELANDE, DER FINDER ANVENDELSE PÅ VERTIKALE BEGRÆNSNINGER

193. I dette kapitel sammenlignes EU's lovgivning og politik med medlemsstaternes og visse tredjelandes materielle ret og procesret, som den finder anvendelse på vertikale begrænsninger<sup>(72)</sup>. Sammenligningen viser, at medlemsstaterne og de pågældende tredjelande generelt lægger større vægt på en økonomisk markedsanalyse end Kommissionen, når det skal afgøres, om en vertikal begrænsning er i strid med reglerne. Da ingen af disse retssystemer har et markedsintegrerende formål, indeholder de i modsætning til EU-systemet desuden ingen bestemmelser til beskyttelse af parallelimport.

#### I. MATERIEL RET

##### Medlemsstater med bestemmelser, der svarer til artikel 85

194. Retsreglerne i 9 medlemsstater (Belgien, Frankrig, Grækenland, Irland, Italien, Luxembourg, Portugal, Spanien og Sverige) følger EF's tilgang til spørgsmålet med nationale bestemmelser, der ligner artikel 85 med dens todelte struktur i form af et generelt forbud og en fritagelsesbestemmelse. De følger EU-rettens inddeling af de vertikale begrænsninger, herunder såvel områdemæssige og ikke-områdemæssige begrænsninger, og anvender tilsvarende kriterier ved en undersøgelse af, om der foreligger en overtrædelse (f.eks. parternes markedsposition, afskærmningseffekten, påvirkningen af konkurrencen inden for mærkerne og mellem mærkerne (i det følgende benævnt henholdsvis intrabrand- og interbrand-konkurrence)). EU-rettens indflydelse fremgår ofte

---

<sup>(72)</sup> Dette kapitel bygger på oplysninger fra tre kilder:

Den første ("Survey of the Member State Nationale Laws Governing Vertical Distribution Agreements") blev udarbejdet af GD IV i 1995 og offentliggjort af Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer i 1996. Den indeholder grundlæggende oplysninger om de nationale systemer vedrørende vertikale distributionsaftaler.

Den anden ("Proceedings of the European Competition Forum") omhandler det seminar, som GD IV organiserede i foråret 1995, hvor bl.a. repræsentanter for de enkelte medlemsstaters nationale myndigheder deltog. Seminaret bestod af tre paneler: eksklusiv distribution, selektiv distribution og leverandørers økonomiske afhængighed af store distributionsgrupper. Proceedings offentliggjort i 1996 i Fællesskab af John Wiley and Sons Ltd og kontoret for de europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer. Et resumé heraf blev offentliggjort af Lorraine Laudati i GD IV's Newsletter nr. 5, bind I, i sommeren 1995.

Den tredje ("Surveys of the Member States' Powers to Investigate and Sanction Violations of National Competition Laws"), der blev udarbejdet i 1994 og offentliggjort af Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer i 1996, er blevet brugt i forbindelse med visse procedurespørgsmål ved anmeldelse. Selv om alle oplysninger om medlemsstater og tredjelande i dette kapitel er blevet undersøgt grundigt med henblik på at sikre at de er præcise, gengiver dette kapitel Kommissionens holdning og ikke nødvendigvis medlemsstaternes eller de pågældende tredjelandes.

klart af de sager, som de nationale domstole eller myndigheder allerede har afgjort på grundlag af disse bestemmelser. Vertikale prisbindinger er som sådanne forbudt i Frankrig og Spanien, mens vejledende udsalgspriser er tilladte. I Italien er vertikale prisbindinger ikke ulovlige som sådanne, men de analyseres i de enkelte tilfælde hver for sig. Der er 3 medlemsstater med bestemmelser svarende til artikel 85 (Irland, Spanien og Sverige), der har indført nationale gruppefritagelsesordninger, som mere eller mindre svarer til EU's. Kun to af disse medlemsstater (Spanien og Sverige) har indført en de minimis-bestemmelse. Frankrig og Italien har oplyst, at de ikke har en sådan bestemmelse, fordi de foretrækker at foretage en fuldstændig analyse af parternes marked og markedspostion.

195. Flere medlemsstater med bestemmelser svarende til artikel 85 har oplyst, at de anvender den nationale lovgivning om konkurrencebegrænsende aftaler anderledes end Kommissionen anvender artikel 85. Således foretager f.eks. de italienske myndigheder en analyse på grundlag af en rimelighedsregel (rule of reason) med henblik på både at konstatere, om der foreligger en konkurrencebegrænsning, og om der bør meddeles fritagelse. I den forbindelse tager myndighederne udgangspunkt i en økonomisk analyse, primært af aftalens økonomiske virkning på det pågældende marked. I denne analyse indgår aspekter som adgangen til markedet, parternes markedspostion, aftalens varighed og den kumulative virkning af distributionssystemerne. De italienske myndigheder har fremsendt følgende bemærkninger:

Det er på ingen måde indlysende, hvad der må betragtes som en konkurrencebegrænsning i henhold til EF-traktatens artikel 85 og de tilsvarende nationale bestemmelser.

Hvis man anlægger en traditionel og legalistisk synsvinkel kan artikel 85 fortolkes derhen, at den forbyder *nogle bestemmelser* i vertikale aftaler. Det bliver dog mere og mere udbredt at fortolke artikel 85, stk. 1, således, at vertikale aftaler udelukkende forbydes for så vidt, som de har en økonomisk virkning, der begrænser konkurrencen på markedet. Således har EF-Domstolen i mange domme fastslået, at en vertikal aftales restriktive karakter, jf. artikel 85, stk. 1, kun kan vurderes under inddragelse af de økonomiske og juridiske forhold, der gør sig gældende for aftalen. Det anføres hyppigt, at der ved en økonomisk vurdering af en vertikal aftales potentielle konkurrencebegrænsende karakter ikke kun må foretages en vurdering af aftalens formelle aspekter.

196. I Frankrig foretages vurderingen af, om en distributionsaftale er lovlige, på baggrund af aftalens bestemmelser og den måde, hvorpå disse bestemmelser anvendes under de økonomiske forhold, der gør sig gældende for distributionssystemet. Denne metode anvendes uanset, om eksklusivitetsbestemmelsen indgår i en enkelt aftale eller i et net af aftaler.

De franske myndigheder mener, at deres fortolkning afviger fra Kommissionens, fordi enesalgsaftaler og eksklusive købsaftaler efter fransk praksis ikke i sig selv begrænser konkurrencen. De franske myndigheder ser derfor positivt på distributionssystemer, idet de mener, at disse bidrager til at øge den økonomiske effektivitet og generelt opfylder bestemmelserne i artikel 85, stk. 1, eller tilsvarende nationale bestemmelser, medmindre der samtidig forekommer bestemmelser, som kan skade konkurrencen. Når myndighederne træffer afgørelse om, hvorvidt konkurrencen begrænses, sker det på grundlag af en økonomisk analyse, hvori der tages hensyn til, at denne type salg hyppigt øger

konkurrencen. I forbindelse med et net af aftaler er det afskærmningseffekterne og den kumulative effekt, der udgør de vigtigste kriterier for vurderingen af, om konkurrencen begrænses. Hvis der er tale om en vis vedvarende konkurrence, er der efter de franske myndigheders opfattelse ikke tale om en begrænsning, hvorimod Kommissionen i sin tilgang gør vedvarende konkurrence til en forudsætning for at meddele fritagelse.

197. Hvis de franske konkurrencemyndigheder efter den indledende undersøgelse konkluderer, at konkurrencen begrænses markant, undersøger de, om en fritagelse er rimelig. I så henseende foretager den en strengere undersøgelse end Kommissionen. Myndighederne anfører således, at

den seneste meningsudveksling blandt medlemsstaternes kompetente myndigheder, især under det europæiske konkurrenceseminar i Bruxelles sidste forår, har vist, at flere lande med en lovgivning svarende til artikel 85 anser vertikale aftaler for i visse tilfælde at have en positiv virkning på konkurrencen.

Det er udelukkende vertikale aftaler, hvis mål eller virkning potentielt set er konkurrencehæmmende, som er forbudt i henhold til konkurrenceloven af 1986, medmindre de medfører en tilstrækkelig økonomisk fordel. Det samme gælder for misbrug af en dominerende stilling.

#### **Medlemsstater med bestemmelser, der ikke svarer til artikel 85**

198. Lovgivningen om konkurrencebegrænsninger i de resterende seks medlemsstater (Østrig, Danmark, Finland, Tyskland, Nederlandene og Det Forenede Kongerige) ligner ikke EU-retten. Der er normalt tale om en overtrædelse, hvis der konstateres en eller anden form for misbrug:

- i Østrig
- i Danmark, hvis der kan udøves en dominerende indflydelse
- i Finland, hvis aftalen påvirker prisdannelsen, nedsætter effektiviteten, hindrer eller komplicerer tredjemands muligheder for at drive handel eller er i strid med bindende internationale aftaler på en måde, der er uforenelig med en sund og effektiv konkurrence
- i Tyskland, hvis begrænsningerne har en negativ virkning på konkurrencen (i forbindelse med eksklusive distributionsaftaler, eksklusive købsaftaler og selektive distributionssystemer) eller går ud over de rettigheder, der er overdraget (i forbindelse med licensaftaler)
- i Nederlandene, hvis begrænsningerne strider mod almenhedens interesser
- i Det Forenede Kongerige, hvis begrænsningerne er i strid med offentlighedens interesse.

199. Medlemsstaternes definition af overtrædelser varierer betydeligt, men alle har bestemmelser, hvorefter prisbindinger som sådanne er forbudt. Østrig er det eneste land

i denne gruppe, der har gruppefritagelsesbestemmelser, der kan sammenlignes med EU's bestemmelser.

200. Alle disse lande med undtagelse af Finland er i øjeblikket i færd med at ændre den nationale konkurrenceret, hvorved den måske bringes mere på linje med EU-retten.

201. De tyske myndigheder mener, at en konkurrencebegrænsende opbygning af distributionen ikke generelt er til hinder for en effektiv konkurrence, men kan være det, når den kombineres med en vis markedsstyrke. I henhold til tysk lovgivning er eneforhandlingsaftaler og eksklusive købsaftaler i princippet tilladte, men underlagt konkurrencemyndighedernes tilsyn, således at misbrug kan forhindres.

202. I Det Forenede Kongerige falder eneforhandlingsaftaler og eksklusive købsaftaler ikke ind under loven om aftaler, men ind under en lov, der giver myndighederne mulighed for fra sag til sag at undersøge, om en virksomhed eller en gruppe af virksomheder opnår en markedsandel på over 25% ved hjælp af et net af vertikale aftaler. Der foretages så en analyse efter rimelighedsreglen, hvor den virkning, som vertikale begrænsninger har på konkurrencen i produktions- og detailledet, afvejes over for fordelene ved øget effektivitet. I forbindelse med denne analyse er de to følgende strukturelle forudsætninger af afgørende betydning:

- unormale forhold på de forudgående eller efterfølgende markeder, der kan give de enkelte virksomheder eller gruppe af virksomheder en betydelig markedsstyrke på kort eller mellemlang sigt
- udbredt anvendelse af vertikale begrænsninger på et givet produktmarked, hvorved en stor andel af den samlede afsætning på dette marked påvirkes, uden at der har været tale om en markant tilgang til markedet.

De britiske konkurrencemyndigheder anser effektivitetstilvæksten for at være mindst udpræget, når der er tale om enkle eller ikke-tekniske og billige produkter, der købes igen og igen samt sælges let tilgængelige steder, når forbrugeroplysningen er let tilgængelig, mærket kendt, produktet modnet, når det er vanskeligt at komme ind i detailledet, og når der kan opnås betydelige stordriftsfordele i detailledet. Prisbindinger er ulovlige, men kan tillades, hvis konkurrencedomstolen konstaterer, at det alt i alt vil være en ulempe for offentligheden, hvis der ikke er fastsat en mindstepris. Der er i den senere tid gennemført adskillige dybtgående undersøgelser af vertikale begrænsninger inden for øl-, benzin-, sodavands-, bil- og issektoren.

### **Tredjelande (USA og Canada)**

- USA

203. Målet med den amerikanske konkurrencelovgivning er at forbedre forbrugerens forhold. Det er ikke et mål at fremme en markedsintegration. Vertikale begrænsninger falder primært ind under Section 1 i Sherman Act<sup>(73)</sup>, hvori det fastsættes, at aftaler,

---

<sup>(73)</sup> Under bestemte omstændigheder finder Section 2 i Sherman Act og Section 3 i Clayton Act anvendelse på vertikale begrænsninger.

virksomhedssammenslutninger i form af trusts eller i anden form og indbyrdes aftalt adfærd, der begrænser samhandelen mellem forbundsstater eller med andre lande, er ulovlige.

204. I 1977 stiplede Højesteret i *GTE-Sylvania-sagen*<sup>(74)</sup>, at ikke-prisrelaterede vertikale begrænsninger skal underkastes en analyse efter rimelighedsreglen, og anerkendte, at sådanne begrænsninger kan fremme interbrand-konkurrencen ved at give producenterne mulighed for at opnå visse effektivitetsforøgelser ved distributionen af deres produkter. Når der er tale om producenter uden markedsstyrke, anses distributionsaftaler med vertikale begrænsninger, der ikke er prisrelaterede, normalt som værende lovlige, da de sikrer forbrugeren en effektiv forsyning og et stabilt udbud af varer og tjenesteydelser, og for at øge konkurrencen ved at øge producenternes muligheder for at konkurrere om kunderne inden for en given sektor. Desuden anses risikoen for, at sådanne begrænsninger er konkurrencehæmmende, generelt for at være lav, da producenten er interesseret i at udvikle en effektiv distribution for at maksimere salget til forbrugerne. Det er derfor af største interesse at fremme intrabrand-konkurrencen, dvs. konkurrencen mellem distributører af samme mærker, med henblik på at holde priserne lave.

205. En analyse på grundlag af rimelighedsreglen omfatter en afgrænsning af det relevante marked, en fastlæggelse af den sagsøgte virksomheds markedsstyrke og en lang række andre faktorer, der anvendes til at undersøge, om begrænsningerne påvirker konkurrencen på interbrand-markedet i uheldig grad, samt om begrundelsen for, at målet skulle være legitimt og ikke kunne opnås uden begrænsningen er holdbar. Det er sagsøgte, der har bevisbyrden og skal modbevise sagsøgers påstande, men i sidste ende skal sagsøgeren overbevise domstolen om, at begrænsningen alt i alt har en konkurrencebegrænsende virkning. Det skal samtidig overvejes, om der findes mindre konkurrencebegrænsende alternativer til den pågældende begrænsning, ved hjælp af hvilke det legitime mål kan nås.

206. De amerikanske domstole tenderer til at være mere tilbageholdende med hensyn til interbrand-begrænsningers konkurrencehæmmende virkninger og kan kræve en grundig markedsanalyse, herunder en undersøgelse af afskærmningens omfang og købers samt sælgers økonomiske begrundelse herfor<sup>(75)</sup>. Det omfang, hvori konkurrerende producenter forhindres i at få adgang til salgssteder for deres produkter, eller hvori forhandlere hindres i at anvende alternative leverandører, er en afgørende faktor ved vurderingen af sådanne begrænsninger.

207. I USA findes der ingen de minimis-regel. Prisbindinger er som sådanne ulovlige i henhold til amerikansk ret. Vejledende udsalgspriser er imidlertid lovlige.

#### Canada

208. Eneforhandlingsaftaler og bindende aftaler, som formodentlig vil have en udelukkelseseffekt på markedet, fordi de indgår af en større leverandør af et produkt eller er meget udbredt på markedet og således formodentlig resulterer i, at konkurrencen

<sup>(74)</sup> Continental TV mod GTE Sylvania, 433 U.S. 36 (1977).

<sup>(75)</sup> Barry Wright Corp. mod ITT Grinnelle Corp., 724 F.2d 227, 236-37 (1st Cir. 1983).

begrænses betydeligt, kan forbydes af konkurrencedomstolen. En "markedsbegrænsning" defineres som en forpligtelse, som leverandøren pålægger kunden, og hvorefter kunden kun må afsætte det pågældende produkt på et bestemt marked. Hvis en sådan begrænsning må formodes at begrænse konkurrencen betydeligt i forbindelse med det pågældende produkt, som det er tilfældet, hvis en større leverandør af et produkt kræver noget sådant eller hvis det er almindeligt udbredt for det pågældende produkt, kan domstolen forbyde denne begrænsning. Endelig kan domstolen pålægge en leverandør at sælge til en bestemt kunde, hvis forretningsaktiviteter påvirkes i væsentlig grad som følge af, at han ikke kan opnå leverancer i tilstrækkeligt omfang, såfremt kunden er villig til og i stand til at opfylde de almindelige forretningsbetingelser. En begrænsning af interbrand-konkurrencen anses for mere alvorlige end begrænsninger af intrabrand-konkurrencen. Der findes ingen de minimis-regel, men myndighederne prioriterer tilfælde, hvor den økonomiske virkning er lille, lavt.

## **II. ANMELDESESPROCEDURE**

### **Medlemsstater med bestemmelser, der svarer til artikel 85**

209. I seks af de medlemsstater, der har bestemmelser svarende til artikel 85 (Belgien, Grækenland, Irland, Portugal, Spanien og Sverige), skal konkurrencebegrænsende aftaler anmeldes i samme tilfælde som fastsat i EU-bestemmelserne, dvs. når der anmodes om fritagelse og/eller negativattest. Det er imidlertid kun i to af disse seks lande, nemlig Belgien og Sverige, at anmelderen efter anmeldelsen som i EU-retten er beskyttet af regler om bødeimmunitet. Bødeimmunitet findes ikke i græsk og portugisisk ret, mens irsk ret slet ikke indeholder bestemmelser om pålæggelse af bøder.

210. I Frankrig og Italien kræves konkurrencebegrænsende aftaler ikke anmeldt. I Italien findes et frivilligt anmeldelsessystem, mens der i Frankrig slet ikke findes noget anmeldelsessystem for konkurrencebegrænsende aftaler. Her erfarer myndighederne om overtrædelser ad andre kanaler.

I henhold til de franske myndigheder er fransk ret baseret på det modsatte princip, nemlig på princippet om, at aftaler eller samarbejde mellem virksomheder af vertikal karakter ikke er forbudt på forhånd. Derfor findes der i Frankrig ikke et obligatorisk anmeldelsessystem. Et sådant system forekommer ikke nødvendigt, da Frankrig anser vertikale aftaler for at være lovlige på forhånd.

### **Medlemsstater med bestemmelser, der ikke svarer til artikel 85**

211. Finland har et anmeldelsessystem, der svarer til EU's, men det giver ikke bødeimmunitet.

I Tyskland er vertikale begrænsninger i al almindelig underkastet misbrugskontrol og skal ikke anmeldes. Der skal dog foretages anmeldelse, hvis begrænsningerne indskrænker friheden til at fastsætte priser og forretningsbetingelser. Sådanne begrænsninger er principielt forbudte, men der kan indrømmes fritagelse herfor.

I Østrig, Danmark, Nederlandene og Det Forenede Kongerige skal konkurrencebegrænsende aftaler anmeldes, uanset om der er mulighed for eller ansøgt om fritagelse

eller negativttest. Anmeldelserne skal indeholde de oplysninger, der er nødvendige, for at myndighederne kan afgøre, om der foreligger misbrug.

I Luxembourg findes der ikke noget anmeldelsessystem for konkurrencebegrænsende aftaler.

### **Tredjelande**

212. Hverken USA eller Canada har et anmeldelsessystem for konkurrencebegrænsende aftaler.

### **III. ANTAL SAGER**

213. Hvert år anlægger medlemsstater fra begge grupper i et begrænset antal tilfælde sag som følge af en overtrædelse af lovgivningen om vertikale begrænsninger. For en række medlemsstaters vedkommende foreligger der imidlertid ingen oplysninger, og de oplysninger, der foreligger, kan måske ikke sammenlignes, fordi de nationale systemer eller medlemsstaternes registreringspraksis er forskellig. Det antal sager, der årligt anlægges, kan variere fra 0 i nogle medlemsstater (Belgien og Østrig) til ca. 25 (Tyskland).

214. I USA blev de vertikale begrænsninger direkte ignoreret af forbundsmyndighederne i 1980'erne. Nogle af delstaternes kontrolmyndigheder retsforfulgte dog visse prisbindingsaftaler. I de senere år har både forbundsmyndigheder og delstatsmyndigheder, ofte i fællesskab retsforfulgt prisbindingsaftaler. Med hensyn til andre typer vertikale begrænsninger er der imidlertid ikke sket meget. Inden for de senere år har der af politiske grunde været taget en række sager op inden for sundhedssektoren, hvor der primært har været tale om lokale markeder, og hvor der er større sandsynlighed for at markedsstyrken er stor.

215. I Canada synes lovgivningen om vertikale begrænsninger kun at blive håndhævet i stærkt begrænset omfang.

### **IV. KONKLUSIONER**

216. Behandlingen af vertikale aftaler varierer betydeligt i de medlemsstater og tredjelande, der drøftes her. På en række vigtige punkter ligner systemerne dog hinanden, ikke mindst ved at de adskiller sig fra EU-systemet. For det første er det et fælles krav, at der først skal foretages en økonomisk analyse med henblik på at afgøre, om der foreligger en overtrædelse. Det gælder i hvert fald for nogle medlemsstater med systemer, der er baseret på EU-systemet (først og fremmest Frankrig og Italien), nogle medlemsstater med systemer, som adskiller sig fra EU-systemet (frem for alt Tyskland og Det Forenede Kongerige) og tredjelande (både USA og Canada).

217. For det andet anvendes der i en række medlemsstater samt i USA og Canada slet ikke et anmeldelsessystem i forbindelse med konkurrencebegrænsende aftaler. Dette skyldes at de pågældende lande mener, at kontrolressourcerne kan anvendes på en bedre måde, f.eks. ved at undersøge klager, der omfatter vertikale begrænsninger. Det forhold,

at der ikke findes noget anmeldelsessystem, stemmer også overens med princippet om, at vertikale aftaler er lovlige på forhånd.

218. For det tredje retsforfølges der inden for disse systemer udelukkende et lille antal sager vedrørende vertikale begrænsninger, hvilket igen stemmer overens med princippet om, at disse begrænsninger er lovlige på forhånd.

\* \* \* \*

### FORUNDERSØGELSENS RESULTATER

#### I. FORMÅL OG METODE

219. Som en del af udarbejdelsen af grønbogen blev der gennemført en forundersøgelse i form af interviews. Der blev i den forbindelse optaget kontakt med en lang række producenter, grossister, detailhandlere, importører, eksportører og organisationer på både EU-plan og nationalt plan. Samtidig blev forskellige forskningsinstitutter og enkeltpersoner med specialviden om markedsførings- og afsætningsteknikker inden for forskellige erhvervssektorer inddraget. De fleste undersøgelser vedrørte forbrugsgoder, dvs. både levnedsmidler og nonfoodprodukter. Listen over samtaler var ikke helt repræsentativ, idet Benelux-landene og naboregioner hertil i Nordfrankrig, Vesttyskland og den sydlige del af Det Forenede Kongerige af logistiske årsager var overrepræsenteret.

220. Langt de fleste reagerede positivt på Kommissionens henvendelse. I perioden mellem juni og august 1994 blev der afholdt en lang række møder. Nogle af møderne med erhvervsorganisationer viste sig at blive rigtige rundbordssamtaler med deltagelse af en lang række ledere og andre repræsentanter fra mange forskellige erhvervssektorer. Selv om Kommissionen har forsøgt at skabe balance mellem de forskellige grupper og parter for at få så meget bredde som mulig i holdningerne, kan resultaterne af disse samtaler naturligvis ikke betragtes som repræsentative i statistisk henseende. Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger til resultaterne af disse samtaler, især hvis den geografiske eller sektorielle dækning ikke synes repræsentativ.

221. Mange af de spørgsmål, som de interviewede tog op, var industri- eller sektorspecifikke. Andre spørgsmål blev drøftet på stort set alle møder, f.eks. styrkeforholdet mellem producenter og detailhandlere eller problemer i forbindelse med parallelhandel. Møderne var uformelle og der blev ikke taget referat. De fleste interviewede var derfor villige til at sige tingene lige ud, at afsløre følsomme oplysninger og at underbygge deres holdninger med anekdoter, der var baseret på deres erfaring og endda indeholdt fortrolige oplysninger. På de følgende sider gives et resumé af de vigtigste resultater, der dog ikke indeholder virksomhedsspecifikke oplysninger.

#### II. ÆNDRINGER I SAMFUNDET OG FORBRUGERNES EFTERSPØRGSEL

222. Dynamikken i forbrugervanerne har ændret sig markant som følge af den større polarisering i indkomstforholdene, og som følge af at befolkningen bliver stadig ældre. Det mættede marked har udløst nye og mere komplekse efterspørgselsstrukturer hos de enkelte forbrugere. De demografiske ændringer har påvirket indkøbsmønstret, hvilket har resulteret i en øget koncentration både med hensyn til ejerskab og salgssteder. Med hensyn til letomsættelige forbrugsgoder køber forbrugerne ind mindre hyppigt, og de foretrækker at foretage alle indkøb på én gang og på et sted. Den øgede differentiering i forbrugerefterspørgslen siges at være en af de væsentligste årsager til, at de nye specialiserede discount-forretninger har fået så stor succes. Således udvider f.eks. møbelproducenterne deres sortiment til at omfatte boligindretning med tilhørende udstyr.

Trykkerisektoren er blevet nævnt som et typisk eksempel på en sektor, hvor der kan iagttages vækst og specialisering i produktsortimentet.

### **III. TEKNOLOGISKE ÆNDRINGER**

223. Brugen af informationsteknologi og især elektronisk scanning på salgsstedet, der i stadig større udstrækning anvendes til lagerstyring, har sat kraftigt skub i just-in-time-systemet og ændret informationsbalancen. På grund af disse nye teknologier og kundekortene kan detailhandleren nu fastlægge markedsføringsstrategier uden at være afhængige af producentens oplysninger. Med informationsstyring kan selv et stort produktudbud, som det findes i lavprisvarehuse, leveres just-in-time, således at lageromkostningerne reduceres og produktiviteten forbedres ved automatisk genbestilling af varer. Det siges generelt, at omkostningsreduktion ved hjælp af informationsteknologi generelt set kun er mulig i begrænset omfang. Da fortjenestemargenen på afsætningsområdet imidlertid er meget lille, kan enhver reduktion i omkostningerne få en mærkbar virkning på rentabiliteten.

224. Postordre- og fjernsalgsselskaber anvender i stadig større udstrækning audio- og videotekst, CDI, CD-rom og interaktivt tv ved salg af varer. Teleshopping siges at have potentiale til at blive et særdeles vigtigt redskab i afsætningen af detailvarer. Nogle af de interviewede var meget optimistiske med hensyn til de løbende forsøgsprojekter vedrørende salg via interaktivt tv, uden at de dog kunne oplyse, hvem af de store detailhandelskæder, producenter, tv- og mediaselskaber, der primært drog nytte af informationsteknologien. Der blev givet udtryk for en vis bekymring for, at enten producenter eller detailhandlere kunne få monopol på informationsteknologiske redskaber. Udviklingen af interaktivt tv blev ikke betragtet som en stor fare for de veletablerede postordreselskaber, da førstnævnte primært var rettet mod de højere markedssegmenter, mens sidstnævnte hovedsagelig dækkede lavprisvarer.

225. I den senere tid er der ligeledes sket en udvikling i den virksomhedsinterne transport og den logistiske infrastruktur. Ved at anvende egne transportfaciliteter kan store distributører rationalisere deres leverancer og interne forsyninger og dermed reducere omkostningerne. Denne nye udvikling har også medført betydelige ændringer i den måde, hvorpå produkter markedsføres. Således pakkes f.eks. produkterne hyppigt i sidste øjeblik, således at specielle reklametiltag hurtigt kan inkorporeres i emballagen.

### **IV. DISTRIBUTIONSSTRUKTUREN**

226. Mange af de interviewede beskrev distributionen i 60'erne og 70'erne som fragmenteret og uorganiseret og fuldstændig afhængig af producenterne samt ofte kombineret med prisbindinger og/eller leveringsboykot. Distributionsfunktionen har imidlertid efterhånden revet sig løs fra produktionssektoren og er nu en selvstændig erhvervsgræn. Distributører indsamler og råder over oplysninger om, hvordan og hvor hvilke produkter sælges, og kan rådgive leverandørerne om forbrugerefterspørgslen.

227. Tidligere har distributionen, især distributionen af levnedsmidler, været mængdeorienteret. Indførelsen af informationsteknologi og just-in-time-distribution vil gradvis skabe nye logistiske funktioner som f.eks. ordregruppering. En række mindre selskaber har allerede specialiseret sig i vareudlevering, især af drikkevarer og frosne levnedsmidler.

228. Inden for detailhandelen har der fundet en fragmentering af butikformen sted, samtidig med at antallet af butikstyper er vokset. Ud over de traditionelle detailhandelsforretninger, normalt i form af supermarkeder, opstår der nye discountforretninger, klubforretninger og cash and carry-markeder. Forretningerne kan inddrages i grupper som følger: de "klassiske", små detailhandelsforretninger, varehuse (i byer), discountforretninger, specialvarehuse samt andre distributionsformer som direkte markedsføring (postordre, ekspeditionsselskaber inden for telemarketing, trykkerier og forlag, teleshopping og små specialagenturer). Således er f.eks. telemarketingselskaber allerede veletablerede inden for salg af computere, bøger og plader. Banksektoren er et vækstområde. Hvorvidt de teknikker, der anvendes ved direkte markedsføring, kan anvendes med succes, er tilsyneladende afhængig af produktet. Mens for eksempel 75% af de bilforsikringer, der sælges i Nederlandene, sælges via telefonen, kræver pensionsordninger stadig personlige samtaler.

229. Ekspeditionsselskaber behandler og gennemfører den reelle ekspedition af en ordre på producentens vegne. De køber ikke varerne, de fører ikke lager og de fastsætter ikke priser gældende for den endelige forbruger. Postordreselskaber ekspederer normalt ordrene internt. Specialagenturer tilbyder små virksomheder disse tjenesteydelser. Denne nye erhvervssektor giver mulighed for, at selskaber kan få foretaget et prøvesalg af nye produkter på en meget billigere måde end ved at distribuere produkterne til detailledet. Dette er af afgørende betydning, da ca. to tredjedele af alle nye produkter, der kommer på markedet, introduceres uden held.

230. Inden for nogle sektorer eksisterer den klassiske sondring mellem producenter, agenter, grossister og detailhandlere ikke længere. Store detailhandelsvirksomheder får i dag varerne leveret direkte fra producenterne. I nogle medlemsstater købes mere end 60% af den solgte vin i supermarkeder.

231. Inden for nogle erhvervssektorer, som lægemiddelsektoren, har der endnu ikke fundet nogen mærkbar vertikal integration sted. Inden for andre sektorer, som f.eks. drikkevarer, har producenterne fremmet den vertikale integration og overtaget nationale eneimportører.

232. Der var generel enighed om, at informationsteknologien havde medført, at varerne var blevet trukket ned gennem forsyningskæden af detailhandlerne og ikke skubbet ned af producenterne. Der var ligeledes generel enighed om, at der nu var opstået en koncentration i begge ender af forsyningskæden, og at mange mellemlid/ grossister var forsvundet, hvilket kan have gjort det vanskeligere for producenter at komme ind på markedet. Der aftegnede sig ingen generel holdning til spørgsmålet om, hvorvidt udkoblingen af engrosledet havde medført et fald i antallet af eksklusive aftaler. Nogle af de interviewede gjorde opmærksom på, at koncentrationen i detailledet havde tvunget producenterne til at finde nye salgssteder, f.eks. servicestationer.

## **V. FORHOLDET MELLEM PRODUCENTER OG DETAILHANDLERE**

233. Selv om magtbalancen tydeligvis har forskudt sig i retning af detailhandlerne inden for de senere år, afhænger svaret på spørgsmålet om, hvorvidt det er producenten eller detailhandleren, der kan fastsætte vilkårene i deres gensidige forhold, i meget stor udstrækning af den position, som et specifikt mærke indtager i det pågældende markedssegment. Producenterne er mere og mere afhængige af distributørerne og

detailhandelen, når de skal have produkter ud til forbrugerne. Da der er begrænset hyldeplads til nye produkter, opstår der konflikter mellem det stadig stigende antal nylancerede produkter og detailhandlerens ønske om profittoptimering. Dette har medført, at detailhandlere kræver hyldepenge eller rabatorninger, der sommetider går ud over producenternes omkostningsbesparelser. I lyset af denne hårde konkurrence om hyldeplads risikerer produkter, der ikke har en præferencestilling, at blive slettet fra listen og erstattet af store detailhandlers egne mærker. Som følge heraf har leverandørerne af sådanne præferencevarer i første og anden position i mange tilfælde fået styrket deres position i mange markedssegmenter. Det bliver vanskeligere og vanskeligere for andre leverandører at få adgang til markedet.

234. Nogle af de interviewede mente, at der på længere sigt kun er tre typer selskaber, der har chance for at overleve: store producenter med et bredt produktsortiment, der investerer i F&U og bringer nye førende produkter på markedet, "handelsmærke-producenter" (dvs. producenter, der fremstiller varer, som detaileddet sælger under eget navn) og nicheoperatører. Samtidig bliver producenter i tredje og fjerde position (dvs. producenter, hvis mærker står lige efter præferencemærkerne) i stadig større omfang klemt mellem de førende mærker og store detailhandlers billige egne mærker, og ofte vil de ikke have andet valg end at blive underleverandører og producere varer under en detailhandlers mærke.

235. I henhold til en række uafhængige markedsanalytikere er der **grænser for i hvilket omfang detailhandlere kan udvikle deres egne mærker**. Mens producenterne kan koncentrere forskning og udvikling samt deres reklameomkostninger på produktudviklingen og -differentieringen på det specielle marked, hvor de agerer, må detailhandlerne sikre, at der findes et bredt produktudbud via deres net. Som følge heraf kan de kun opnå et begrænset salg pr. produkt. De fleste detailhandlere er imidlertid for små til at investere i mærkeprodukter, da forsknings- og udviklingsomkostningerne er for høje, og da markedsføringsomkostningerne for hver enkelt produkt skal amortiseres over et bredt geografisk distributionsnet.

## **VI. DET INDRE MARKED - PARALLELHANDEL**

236. Mange af de interviewede anførte, at EU's rammebestemmelser ikke i tilstrækkeligt omfang har kunnet fremme markedsintegrationen i form af pristilpasninger. Der findes stadig talrige og komplekse hindringer for parallelhandel. Nogle af de interviewede følte, at virksomhederne som følge af konkurrencepolitikken kom til at betale prisen for en integration af EU-markedet. Det blev anført, at selskaberne skulle have lov til at forlange den pris, markedet kunne bære. Nogle mente tillige, at sondringen mellem aktivt og passivt salg var forældet, især efter at informationsteknologien var indført på markedet.

Der findes stadig meget markante prisforskelle inden for EU, sågar for samme produkt fra samme virksomhed. Disse forskelle skyldes transportomkostninger, regelrelaterede begrænsninger og relationerne mellem producenter og distributører i de forskellige medlemsstater. Inden for visse områder har distributørerne megen magt (Frankrig, Tyskland), mens det står mere splittet i andre (Grækenland, Syditalien). Prisforskellene er betydelige på levnedsmiddelområdet, men også store på andre områder. Det fremgik ret klart af interviewene, at mange detailhandlere ikke udnyttede mulighederne i prisforskelle mellem medlemsstaterne, fordi de frygtede at ødelægge forholdet til

producenterne på lang sigt eller eventuelt at blive ramt af gengældelsesaktioner som f.eks. boykot eller prisdiskriminering. Grænseoverskridende indkøbsgrupper synes ikke på nuværende tidspunkt at have nogen større virkning.

### **Logistik og andre "naturlige" begrænsninger**

237. For nogle markeders vedkommende er transportomkostningerne ganske enkelt så høje, at der ikke opstår en omfattende parallelhandel og således heller ikke en livligere varetrafik på tværs af grænserne. Det er desuden usandsynligt at de store forskelle på, hvad forbrugerne foretrækker og har smag for på nationalt og lokalt plan, hurtigt vil udviskes. Da forbrugerne har forskellige holdninger og efterspørger forskellige kvaliteter, er produktdifferentieringen stor og distributionsteknikkerne meget forskellige.

Disse prisforskelle skyldes delvis, at producenterne har særskilte produktionsfaciliteter hver med deres specifikke omkostningsstruktur. For så vidt at producenterne i stadig større omfang køber ind på europæisk plan, nærmer omkostningsstrukturen i de enkelte datterselskaber sig hinanden. Dette vil så igen bidrage til at reducere prisforskellene. Prisen på nogle af de produkter, der let har kunnet handles mellem medlemsstaterne, er blevet udlignet som følge af øget konkurrence.

Mens man på EU-plan kan tale om et fælles producentmarked, er markedet for forbrugsgoder i detaljeddelt i høj grad opdelt langs de nationale grænser. Der kan konstateres betydelige afvigelser i kundeadfærden.

### **Regelrelaterede begrænsninger**

238. Forskellige nationale krav isolerer stadig markederne i forhold til hinanden og forhindrer parallelhandel. Således er f.eks. mærkningskravene ofte meget forskellige, hvilket ofte skyldes primært miljøbestemmelser. Dertil kommer forskellige emballerings- og kodekskrav. Der blev også gjort opmærksom på, at nationale adfærdskodekser om f.eks. reklame og markedsføring fik stadig større betydning.

Varemærker anvendes sommetider til at opdele markederne nationalt. Samtidig siges det at være vanskeligt, at registrere et varemærke i hele Europa, da der findes forskellige præferentielle rettigheder i forskellige nationale registre, og da kulturelle forskelle ligeledes spiller ind. Varemærker har dog stor værdi, når man skal bekæmpe efterligninger og forhindre unfair konkurrence.

239. For direct marketing-selskaber, og postordreselskaber er der stadig store handels-hindringer. Postmonopoler giver pålidelighedsproblemer i mange lande. Dertil kommer andre problemer, som copyright-spørgsmål, uklare skattebestemmelser, valutakurser og gebyrer for pengeoverførsler. Det er vanskeligt at reklamere på tværs af grænserne, og forbrugsvarerne skal tilpasses vigtige lokale ønsker. Efterspørgslen er stærkt nationalt orienteret. Et produkt kan sælges i et land af andre grunde end i et andet.

Inden for nogle erhvervssektorer, som f.eks. lægemiddelsektoren, er det tilsyneladende vanskeligt at få samme varemærke godkendt i forskellige medlemsstater, og det på trods af, at mange selskaber tilstræber at anvende varemærker på verdensplan.

## Private begrænsninger

240. Mange producenter er ikke overbevist om, at effektivitetstilvæksten ved blot at have en enkelt produktudformning og -præsentation for alle medlemsstater vil opveje de tab, der opstår ved at muligheden for at differentiere priser på de nationale markeder reduceres som følge af parallelhandel. Derfor lægger mange producenter i henhold til detailhandlere om muligt hindringer i vejen for parallelhandel. De varemængder, der hidrører fra paralleleksport, har altid været for små til at udgøre en pålidelig forsyningskilde.

241. I mange af interviewene beskyldte repræsentanterne for distributionssektoren producenterne for at forsøge at opsplitte markedet inden for EU primært ved at misbruge intellektuelle ejendomsrettigheder og etablere selektive distributionssystemer. Det blev således f.eks. anført, at producenterne og eneforhandlerne inden for forbrugselektronikområdet ikke anvendte princippet om "europæiske garanti". Det er relativt let at foretage parallelindkøb af forbrugerelektronik, hvis varerne er beregnet til at blive solgt under forhandlerens varemærke, hvorimod leverancerne bliver afvist, hvis en detailhandler, der ikke er medlem af et selektivt forhandlingssystem, ønsker at sælge dem under producentens varemærke. Det blev samtidig anført, at kunderådgivning/eftersalgsservice i det selektive forhandlingssystem udelukkende kan begrundes i forbindelse med de mere sofistikerede topprodukter på forbrugerelektronikmarkedet.

I mange tilfælde sendes grænseoverskridende købsforespørgsler videre til producentens respektive nationale datterselskaber. Størstedelen af de interviewede fra detailhandlet anførte, at de ikke var interesseret i parallelhandel, idet de var bange for at ødelægge deres forhold til producenterne på lang sigt. Det var blevet betydeligt vanskeligere, om ikke umuligt, at foretage parallelhandel uden producentens viden. Computerkontrollerede distributionsnet med on-line forbindelser til producenterne gjorde opsporingen meget lettere og distributionen mere gennemsigtig.

242. Nogle store detailhandlere foretager indkøb på verdensplan og kan afvise forsøg på en opdeling af markedet uden at løbe risiko for at miste rabatter eller skabe usikkerhed med hensyn til den fortsatte levering. Nogle af de interviewede satte implicit spørgsmålstegn ved sondringen mellem aktivt og passivt salg. Da de fleste forbrugere som følge af manglende eftersalgsservice og problemer med at retsforfølge udenlandske detailhandlere endnu ikke turde foretage indkøb på tværs af grænserne, blev det forhold, at passivt salg var tilladt, anset for at være et paradenummer, når områdeeksklusiviteten stadig var fremherskende. I nogle sektorer opfordrer sælgerne tilsyneladende direkte de enkelte kunder til ikke at købe ind på den anden side af grænsen.

Producenterne kan desuden anvende kodenumre til at spore kilderne til parallelhandel. Der blev fortalt om tilfælde, hvor leverandører var blevet tvunget til at yde kompensation til nationale eneforhandlere, der havde lidt skade ved parallelhandelen.

243. I nogle tilfælde opretholder store multinationale levnedsmiddelkoncerner en afskærmning af de nationale markeder. En producent kan have forskellige priser på sine produkter i forskellige lande alt afhængig af, om f.eks. et givet mærke er førende i det pågældende land eller kun kommer ind på andenpladsen. Prisforskellene fastholdes ved at tvinge detailhandlere til at købe hos producentens lokale datterselskab på lokale vilkår. Dette forhold betragter mange distributører tilsyneladende som et problem.

## **VII. MARKEDSUDVIDELSE OG GLOBALISERING**

244. Den geografiske ekspansion afhænger i vid udstrækning tilsyneladende af de grænseomkostningsfordele, som distributørerne kan opnå. Der har været eksempler på at virksomheder uden held har forsøgt at komme ind på f.eks. det nordamerikanske marked, mens de selv samme virksomheder har haft held til at etablere sig i andre dele af Europa, Latinamerika eller Sydøstasien.

245. Det blev fremhævet, at de store detailhandelsvirksomheder fandt det særdeles vanskeligt at trænge ind på nye markeder ved at åbne nye salgssteder under eget handelsnavn. Der synes på de enkelte nationale markeder at findes en ret så stærk forbrugerloyalitet over for nationale detailkæder. Samtidig kan den nationale lovgivning om detailhandel ofte være en hindring for nytillkomne.

246. Salgsnettet synes primært at blive udvidet ud over de nationale grænser ved opkøb af lokale detailforretninger. Koncentrationen på forhandlingsniveauet har tvunget mange små specialiserede detailhandlere ud af markedet. Denne tendens var især tydelig i 80'erne. Der er imidlertid stadig plads til nye markedsdeltagere, især inden for fjernsalg (postordre, salg via tv). Desuden er der på bestemte markeder (f.eks. markedet for smykker) plads til distribution i både lille og stor målestok.

247. Med hensyn til distributørernes indkøb fra andre kilder blev det anført, at der indkøbes mere og mere fra områder uden for EU, primært indkøb fra Fjernøsten, da kvaliteten og leveringssikkerheden er forbedret. Som følge af EU's importkvoter, specielt på tekstilområdet kan sådanne leveringskilder imidlertid ikke anvendes i fuldt omfang.

## **VIII. JURIDISKE SPØRGSMÅL**

### **Generelle rammebestemmelser**

248. Alle interviewede var enige om, at regeringsindgreb, herunder konkurrencemyndighedernes tilsyn, skulle begrænses til et minimum. Nogle af de interviewede var bange for, at der ville finde en spredning af kompetencerne sted, hvilket ville medføre, at de forskellige nationale konkurrencemyndigheder ville foretage en kontrol parallelt med Kommissionens kontrol. Andre af de interviewede ønskede imidlertid, at lovgivningen skulle håndhæves mere stringent, og frem for alt at Kommissionen i flere tilfælde ville annullere fordelene ved gruppefritagelse under bestemte omstændigheder.

Nogle af de interviewede anså gruppefritagelser for at være et passende svar på den retsikkerhed, der skyldtes, at der ikke fordres generelle bestemmelser om anvendelsen af principperne i artikel 85. Nogle frygtede, at en annullering af gruppefritagelsesforordningerne kunne skabe nye områder med retsikkerhed.

249. En række interviewede kritiserede Kommissionen for at lægge så stor vægt på en analyse af bestemmelser, og anførte, at det var virkningen på markedet, der skulle stå i forgrunden ved en konkurrenceanalyse. Det blev foreslået, at alle vertikale aftaler med alle deri forekommende bestemmelser skulle betragtes som gyldige. Kommissionen skulle kun gribe ind, hvis der efter en vis periode kunne spores betydelige konkurrencebegrænsende virkninger. Det blev anført, at det kun var meget få distributionssystemer, der var konkurrencebegrænsende, og at størstedelen var helt legitime, da distributionsaftaler normalt hjælper til med at regulere forholdene og normalt ikke giver anledning til

konkurrencemæssige betænkeligheder. Den metode, der byggede på de i USA anvendte guidelines, forekom anvendelig, selv om nogle af de interviewede anførte, at der manglede retssikkerhed.

250. Mange af de interviewede kritiserede de nuværende gruppefritagelsesforordninger for ikke at være fleksible. Anmeldelserne var yderst belastende for selskaberne og krævede en masse interne ressourcer. Det var specielt små og mellemstore virksomheder uden egen juridisk afdeling, der somme tider havde problemer med at fortolke gruppefritagelsesordningerne. Kommissionen blev opfordret til at udarbejde nye ordninger på en mere forståelig måde eller at offentliggøre en liste over ensartede fortolkninger med angivelse af EF-Domstolens retspraksis.

251. Gruppefritagelsesforordningerne antages generelt at have en spændetrøjeeffekt. Inden for nogle erhvervssektorer hersker der en opfattelse af, at Kommissionen opfatter gruppefritagelsesforordningerne som retningslinjer for fritagelse i henhold til artikel 85, stk. 3, og ikke vurderer anmodningerne om individuel fritagelse udelukkende ud fra de givne omstændigheder. Mens der kun i begrænset omfang blev givet udtryk for bekymringer med hensyn til overensstemmelsen med gruppefritagelsesforordningerne, blev der mere generelt givet udtryk for bekymringer i forbindelse med de omkostninger og den tid, der medgik til udarbejdelsen af anmodninger om fritagelse, og det forhold, at det var umuligt hurtigt at opnå fritagelse, hvis en aftale ikke i fuldt omfang faldt ind under en gruppefritagelsesforordning. "Comfort letters" anses ikke for at være en tilfredsstillende løsning for erhvervslivet. Hvis gruppefritagelser var nødvendige af hensyn til den administrative effektivitet og retssikkerheden, skulle der foretages en begrænsning af anvendelsesområdet og en fastlæggelse af klare kriterier for påvisning af forbrugerfordele.

252. Næsten alle jurister blandt de interviewede gjorde sig til talsmænd for at anvende princippet om, at bestemmelser, der faldt uden for gruppefritagelsesforordningernes anvendelsesområde, skulle isoleres. Det blev anset som uacceptabelt, at hele aftalen kunne blive udelukket fra at drage fordel af gruppefritagelsen som følge af, at der forekom en bestemmelse, som ikke var omfattet af. Det blev foreslået, at nye gruppefritagelsesforordninger skulle omfatte halvfabrikata, og at forordningerne 1983/83 og 1984/84 skulle ændres, således at de kom til at omfatte konkurrenters distribution af produkter, idet det i mange tilfælde udelukkende er muligt at begrænse markedet via konkurrerende producenters nationale datterselskaber. Det kunne i den forbindelse være nyttigt at indføre markedsandelstærskler.

#### Indkøbsgrupper/detailhandelssammenslutninger

253. Det vigtigste af de spørgsmål, som de små og mellemstore virksomheder stillede var, hvorledes man skulle sikre, at de kunne overleve på lang sigt. I så henseende forlangte de samme vilkår som deres hovedkonkurrenter, de store integrerede detailhandelskæder. Især muligheden for at udnytte bestemte franchisekoncepter, hvor sammenslutningen fungerede som franchisegivere over for sammenslutningens medlemmer, blev anset for at være af afgørende betydning. De opfordrede Kommissionen til som konkurrencemyndighed at sikre en stor bredde i distributionsformerne. Den eneste måde hvorpå man kunne give små og mellemstore virksomheder yderligere styrke, var ved at skabe nogle rammebestemmelser, der kunne muliggøre en sammenslutning af uafhængige detailhandlere.

254. Man erkendte i den forbindelse, at mange af de forpligtelser, der var forbundet med et sådant samarbejde (de enkelte medlemmers købsforpligtelse m.v.) måske var omfattet af artikel 85, stk. 1. Man gjorde sig imidlertid til talsmand for en på økonomiske forhold baseret generel vurdering, der givetvis ville falde ud til fordel for disse former for samarbejde. En sådan mekanisme baseret på artikel 85, stk. 3, ville i sin ideelle form som gruppefritagelsesforordning skabe grundlaget for sådanne sammenslutningers retssikkerhed.

255. En konkurrencepolitik til fordel for sådanne detailhandelssammenslutninger skulle efter sigende have stor potentiel betydning for, at små detailhandlere kan overleve i Sydeuropa (Italien, Portugal, Grækenland), hvor koncentrationsprocessen i detailledet ikke er så udbredt. Det nuværende regelsæt indeholder efter sigende betydelige uoverensstemmelser. Mens visse forpligtelser er fuldt ud acceptable i vertikale forbindelser, er tilsvarende bestemmelser, som sammenslutninger pålægger deres medlemmer, forbudt på grund af deres horisontale karakter. Selv om konkurrencebegrænsningerne i det ene tilfælde er vertikale og i det andet horisontale, synes begge samarbejdsformer at tjene samme formål.

256. Det forhold, at detailhandelssammenslutningerne ikke kan have en fælles prisstrategi, anser de for den væsentligste ulempe i forhold til deres hovedkonkurrenter, de integrerede detailhandelskæder. Mens store detailhandelsvirksomheder kan omdele brochurer og andet reklamemateriale med faste priser, kan detailhandels-sammenslutningerne udelukkende anføre ikke-bindende vejledende priser. Forholdet synes imidlertid at være meget forskellige i de enkelte medlemsstater. Nogle af de interviewede, især fra levnedsmiddelsektoren, mente, at priskomponenten havde meget større betydning for deres aktiviteter end andre aspekter i deres strategiske planlægning. Således var det f.eks. af afgørende betydning, at en fastsat pris kunne håndhæves på markedet.

257. Et andet problem for detailhandelssammenslutninger er, at de i forhandlingerne med producenterne ikke kan udstede salgsgarantier, hvilket konkurrencemæssigt stiller dem dårlige i forhold til de integrerede detailhandelsvirksomheder. Det var imidlertid mindre klart, om der var behov for ensartede vilkår i så henseende, det vil sige, om sammenslutningerne skulle kunne pålægge deres medlemmer at aftage faste varemængder. Nogle af de interviewede antydede sågar, at mange medlemmer ville modsætte sig sådanne kontraktbestemmelser.

### **Prisbegrænsninger**

258. Prisbindinger er ganske vist formelt forbudt, men ifølge mange af de interviewede vil ikke-bindende vejledende udsalgspriser fortsat tjene det relevante formål. Det blev anført, at prisbinding burde være tilladt inden for innovative højteknologiske produkter, indtil produktet var veletableret og velkendt. Det forekom rimeligt at anvende f.eks. en femårs frist eller opnåelsen af en bestemt markedsandel som tærskelværdi. I modsat fald ville forhandlerne ikke foretage salgsforberedende investeringer, og markedsføring af nye produkter ville være langsommere.

259. Nogle af de interviewede anførte som eksempel USA, hvor ikke blot prisbindinger, men også diskriminerende prisfastsættelse som sådan er ulovlig - gældende for alle selskaber og ikke blot de dominerende. Nogle gik endda så langt, at de argumenterede for at indføre en bestemmelse svarende til Robinsom-Patman Act i USA, hvorefter de priser, som producenterne forlangte, skulle gælde for alle kunder. Andre satte lighedstegn mellem

den europæiske holdning over for en absolut geografisk områdebeskyttelse og den afvisende holdning, som de amerikanske myndigheder havde over for diskriminerende prisfastsættelse. Der blev ligeledes stillet krav om, at producenter og detailhandlere skulle offentliggøre prislister, hvor rabatter skulle knyttes direkte sammen med effektivitet og forretningsintern markedsføring.

### Eneforhandlingsaftaler/eksklusive købsaftaler

260. Ud over ovennævnte mere generelle bemærkninger blev der ikke fremsat mange kommentarer til Kommissionens politik vedrørende eneforhandlingsaftaler og eksklusive købsaftaler (forordning 1983/83 og 1983/84). Nogle af de interviewede anså det for betænkeligt, at de nuværende gruppefritagelsesordninger var baseret på et engrossalgssystem, der ikke længere eksisterede. Eksklusivitetsbestemmelser skulle ikke længere være et spørgsmål, som Kommissionen skulle vie så megen opmærksomhed. Andre foreslog, at de dermed forbundne meddelelser skulle ajourføres regelmæssigt.

### Selektiv distribution

261. Selektiv distribution siges almindeligvis udelukkende at være af betydning i forbindelse med et begrænset antal produkter, primært kosmetik, beklædning, spiritus og champagne samt lægemidler. I mange tilfælde havde producenterne ganske vist udvidet kriterierne for deres selektive distributionsnet til også at omfatte international kendte varehuse, men ikke andre varehuse, hvor salgspersonalet skulle være lige så kvalificeret.

262. Der var imidlertid stor bredde og variation i de holdninger, der kom til udtryk vedrørende dette spørgsmål. De interviewede fra de relevante erhvervssektorer var generelt set tilfredse med de kriterier, der var fastsat ved retspraksis ("parfumesager"). Disse kriterier ville være med til at garantere produktets image, eftersalgsservice og teknisk service. Nogle af de interviewede ønskede disse kriterier inkorporeret i en særlig gruppefritagelsesforordning vedrørende selektiv distribution.

263. Repræsentanter for discount- og postordreforretninger kritiserede frihjulsargumentet, der tit blev fremsført for at begrunde selektiv distribution i forbindelse med produkter, der kun krævede lidt eller slet ingen kontakt mellem køber og sælger efter salget (f.eks. cykler). Der kræves nu desuden mindre teknisk viden ved installation og drift af mange af de produkter, der sælges via selektive distributionsnet. Som følge heraf skal de pågældende distributører ofte yde blot lidt eller slet ingen service i forbindelse med salget. Endelig anførte discount- og postordreforretningerne, at de var i stand til at yde en service svarende til den, der blev tilbudt via selektive distributionsnet.

264. Store distributører, der er udelukket fra det selektive distributionssystem, søger i bestemte tilfælde at få leverancer fra hovedafdelingen under visse omstændigheder af retlig vej. De nationale domstole har ofte gennemtvunget muligheden for, at disse produkter kan erhverves lovligt på det parallelle marked samt distribueres på almindelig vis. Når en detailhandler ved hjælp af en domstolsafgørelse har fået adgang til et produkt, der tidligere var reserveret en anden distributionskanal, har producenten i nogle tilfælde imidlertid indstillet produktionen af det pågældende produkt og erstattet det med et tilsvarende, som ikke er omfattet af domstolens afgørelse. Selektiv distribution ses ikke som et problem, når markedet reelt er konkurrencepræget. De fleste interviewede gav ikke udtryk for større bekymringer i forbindelse med det nuværende system, så længe der anvendes objektive kriterier ved udvælgelsen af distributørerne og ikke diskrimineres

mellem forskellige kategorier heraf. Det var imidlertid korrekt, at disse betingelser ikke altid var opfyldt.

265. Nogle af de interviewede kritiserede imidlertid de selektive distributionssystemer for at være en måde, hvorpå priserne kunne holdes kunstigt høje. I henhold til repræsentanter for forbrugerorganisationer var producenternes argument om, at de gennem selektiv distribution sikrede kunderne et bedre valg og en bedre service, i mange tilfælde udelukkende et påskud til at kontrollere varestrømmen og lukke nye konkurrenter ude fra markedet. Slutresultatet ville være et mindre udvalg for forbrugerne. Som problemområder blev her især fremhævet parfume, biler, elektriske artikler og mikrobølgeovne.

### **Franchising**

266. For 10 år siden var franchisenettene "rene", da de udelukkende bestod af franchisetagere. De "blandede" systemer, der vokser frem, omfatter både integrerede datterselskaber og franchisetagere. Ofte udvikler rene integrerede systemer sig til blandede systemer, når der sker en udvidelse ud over hjemmebasen som følge af de risici, der er forbundet med at gå ind på nye markeder. Disse blandede systemer skulle være meget effektive, idet de giver mulighed for en ekspansion i mere fleksible former, især i andre medlemsstater. I nogle blandede systemer som f.eks. supermarkeder afhænger muligheden for at konkurrere interbrand i alt overvejende grad af, om der forefindes en centraliseret informationsteknologi. Det har imidlertid vist sig, at når der blev anvendt et centraliseret computersystem (bestilling/lagerførelse/levering ved hjælp af tidstro stregkodeinformationer), kunne franchisetagerne ikke længere frit vælge, hvad de ønskede at købe, og hvilken pris de ønskede at forlange. I nogle tilfælde skulle franchisetagerne have fået en repræsentantlignende status, hvor varerne forblev franchisegiverens ejendom.

267. Generelt set er franchising en dynamisk sektor, hvor nye innovative former konstant kommer på markedet. De interviewede fremhævede, at denne innovative udvikling ikke måtte kvæles ved overregulering. De eksisterende gruppefritagelsesforordninger har tilsyneladende ikke hindret denne udvikling særlig meget, men den skulle i nogle tilfælde have skabt retsuisikkerhed.

## **IX. ØL OG BENZIN**

268. Både producenterne og distributørerne var generelt set tilfredse med den måde, hvorpå gruppefritagelsesforordningerne for øl og benzin fungerede. De fremhævede, at vertikale begrænsninger havde givet en effektivitetstilvækst inden for disse sektorer. For øls vedkommende blev det anført, at aftaler med lokale bryggerier ofte var den mest effektive måde, hvorpå man kunne komme ind på markedet i en anden medlemsstat og distribuere samt konkurrere effektivt. Alle parter understregede kraftigt, at der i lyset af de mange kontrakter, der var indgået inden for denne sektor (hundredetusindvis), var et absolut behov for retssikkerhed og kontinuitet uden større ændringer. Med hensyn til detaljerne i forordningen fremgik det af bemærkningerne, at producenter og distributører havde forskellig opfattelse af bestemte aspekter.

269. Følgende fremgik af disse kommentarer:

- Artikel 85, stk. 1, var formuleret for bredt.

- Forordninger og retningslinjer burde være enklere og mere fleksible med en mindre "spændetrøjeeffekt".
- Aftaler for længere perioder burde være tilladt.
- Detailhandlere krævede bedre beskyttelse mod producenter og mod en vilkårlig afslutning af leasings- og leveringsaftaler. Det forhold, at producenter påtvang detailhandlere alt for ambitiøse salgsmål, blev kritiseret.
- Kommissionen havde meddelt alle producenter i én medlemsstat, at de ikke var omfattet af forordningen, hvilket efter deres mening skyldtes en teknisk formalitet. De havde imidlertid modtaget et "comfort letter", som de fortolkede derhen, at disse aftaler var berettiget til en fritagelse efter artikel 85, stk. 3. Dette "comfort letter" var imidlertid ikke blevet anerkendt af domstolene og havde ført til retsusikkerhed.

\* \* \* \*

## Kapitel VIII

### LØSNINGSFORSLAG

#### I. INDLEDNING

270. I dette kapitel fremlægges en række løsningsforslag på grundlag af analysen i grønbogen.

271. Det er Kommissionens primære ønske at fremme og bevare integrerede og konkurrencedygtige markeder i EU og gennemføre en effektiv og virksom konkurrencepolitik med henblik på at tjene forbrugernes interesser og konkurrenceevnen i erhvervslivet, især i små og mellemstore virksomheder.

272. Skulle nogen ønske at fremsætte bemærkninger, skal de ikke føle sig begrænset af de løsningsforslag, der fremsættes nedenfor i afsnit II. Disse løsningsforslag kan kombineres på forskellige måder, og der kan stilles andre forslag.

273. Det bør hele tiden erindres, at artikel 86 fortsat finder anvendelse, og at Kommissionen ikke overvejer løsninger, der går ud over artikel 85's grænser, som EF-Domstolen og Førsteinstansretten har trukket dem i retspraksis. Traktatændringer er ikke en mulighed.

274. I afsnit III anføres en række spørgsmål, som Kommissionen *specielt gerne vil have tilsendt bemærkninger om*.

#### II. BESKRIVELSE

##### Generelle bemærkninger og spørgsmål

275. Følgende bemærkninger og spørgsmål er relevante for alle eller flere af løsningsforslagene.

276. Prisbinding i detailhandelen og hindring af parallelhandel vil også i fremtiden blive kategoriseret som alvorlige overtrædelser af konkurrencereglerne. Det foreslås, at de *sådanne* behandles som værende i strid med artikel 85, stk. 1, for så vidt at aftalen, alle former for samordnet praksis eller vedtagelsen kan påvirke handelen mellem medlemsstater. Normalt skal disse ikke kunne fritages i henhold til artikel 85, stk. 3.

277. De forskellige løsningsforslag gælder udelukkende for vertikale distributionsaftaler og ikke horisontale aftaler mellem konkurrenter. Ikke desto mindre er der i de nuværende gruppefritagelsesforordninger fastsat en undtagelse for ensidige aftaler mellem konkurrenter, hvor den ene part har en omsætning på under 100 mio. ECU. Denne undtagelse foreslås bibeholdt. Kommissionen *vil gerne have tilsendt bemærkninger* til rimeligheden af denne talstørrelse.

278. Det er et spørgsmål, om der skal indføres en procedure af samme karakter som den, der findes i franchiseforordningen (4087/88), hvorefter fritagelsen gælder, såfremt Kommissionen ikke gør indsigelse (i det følgende benævnt indsigelsesproceduren). Kommissionen *vil gerne have tilsendt bemærkninger om*, hvordan dette spørgsmål kan

løses, og hvordan proceduren kan forbedres. Kommissionen har ikke ressourcer til at undersøge et stort antal sager efter en indsigelsesprocedure. Kommissionen er sig bevidst, at anmeldelser - selv under en indsigelsesprocedure - kan være dyre for virksomhederne. Som følge heraf er indsigelsesprocedurer ikke en rimelig løsning i forbindelse med et stort antal anmeldelser.

279. Selv om hovedvægten i grønbogen ligger på vertikale begrænsninger inden for distribution, blev andre vertikale forbindelser i forsyningskæden også foreslået behandlet (f.eks. i forbindelse med halvfabrikata, der er ikke er beregnet til videresalg). Disse vertikale forbindelser, der ikke er distributionsrelevante, rejser ofte andre spørgsmål end forbindelser inden for distributionsleddet. Kommissionen vil gerne have tilsendt *bemærkninger* til konkurrencepolitiske aspekter af vertikale aftaler, der ikke vedrører distribution, især om,

- hvorvidt de allerede er dækket effektivt af meddelelsen om underleveranceaftaler<sup>(76)</sup>
- om sådanne aftaler, der falder ind under artikel 85, stk. 1, forekommer sjældent nok til, at Kommissionen kan behandle dem individuelt, og
- hvorvidt - og i givet fald i hvilket omfang - de efterfølgende løsningsforslag kan anvendes effektivt på sådanne aftaler.

280. Kommissionen er ved at revidere meddelelsen vedrørende aftaler af ringe betydning, som artikel 85, stk. 1, normalt ikke finder anvendelse på. Denne meddelelse betegnes normalt *de minimis*-meddelelsen. Som arbejdshypotese gælder, at artikel 85, stk. 1, ikke finder anvendelse på vertikale begrænsninger mellem aftaleparter, hvis andel af det relevante marked udgør mindre end 10%, medmindre der er tale om prisbinding i detailhandelen og absolut territorial beskyttelse, hvor der vil ikke kunne fastsættes tærskler for markedsandelen.

#### **LØSNINGSFORSLAG I - Videreførelse af det nuværende system**

281. Løsningsforslag I består af en videreførelse af det nuværende system (inklusive de særlige ordninger for øl og benzin).

#### **LØSNINGSFORSLAG II - Mere omfattende gruppefritagelser**

282. De nuværende gruppefritagelser beskyldes ind imellem for ikke at være omfattende nok. I løsningsforslag II videreføres det nuværende system, dog med nogle ændringer i gruppefritagelsesforordningernes bestemmelser. Der vil ikke blive foretaget nogen markante proceduremæssige ændringer. Gruppefritagelserne vil finde anvendelse mere bredt end hidtil, idet deres dækning vil blive udvidet til at omfatte nedenfor beskrevne bestemmelser, hvormed retssikkerheden øges. Dermed ville færre individuelle sager skulle anmeldes. Nogle af disse ændringer kan Kommissionen foretage med de beføjelser,

---

<sup>(76)</sup> Kommissionens meddelelse af 18. december 1978 om bedømmelse af underleveranceaftaler i forhold til artikel 85, stk. 1, i traktaten om oprettelse af Det Europæiske Økonomiske Fællesskab, EFT nr. C 1 af 3.1.1979.

den har fået tillagt i henhold til Rådets forordning 19/65, andre vil kræve en ændring af Rådets forordning. Nogle af disse ændringsforslag anføres nedenfor og *Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger* om, hvorvidt disse synes rimelige, og om, hvorvidt eventuelt andre ændringer skal foretages.

283. Med henblik på at øge fleksibiliteten generelt kunne der træffes forskellige foranstaltninger, således:

- at gruppefritagelserne ikke blot ville dække de udtrykkeligt anførte klausuler, men også tilsvarende eller mindre restriktive klausuler
- at tilstedeværelsen af ulovlige klausuler ikke ville betyde, at fritagelsen bortfaldt for resten af aftalens vedkommende
- at gruppefritagelsen kunne gælde for aftaler, hvori der indgår mere end to aftaleparter
- at der kunne vedtages en gruppefritagelsesordning eller en meddelelse fra Kommissionen om selektiv distribution.

284. Med henblik på at øge fleksibiliteten kunne der træffes forskellige specifikke foranstaltninger, således:

- at gruppefritagelsesforordningerne for eneforhandlingsaftaler og eksklusive købsaftaler ville komme til at omfatte tjenesteydelser eller give distributøren mulighed for at omdanne eller forarbejde kontraktvarerne. Distributørerne kunne få tilladelse til at skabe en markant værditilvækst ved at ændre varens økonomiske identitet uden at miste fordelene ved gruppefritagelsen
- at gruppefritagelsen for eksklusive købsaftaler kunne komme til at omfatte såvel delvis levering som eksklusiv levering
- at gruppefritagelsen for franchiseaftaler kunne komme til at omfatte en maksimumsgrænse for prisbinding i detailhandelen som en undtagelse til det generelle princip om, at prisbinding i detailhandelen ikke vil blive fritaget
- at gruppefritagelserne kunne komme til at omfatte foreninger af uafhængige detailhandlere, såfremt der er tale om små og mellemstore uafhængige detailhandlere,<sup>(77)</sup> og foreningens markedsandel forbliver under en nærmere fastsat tærskel.
- at der kunne fastsættes en voldgiftsprocedure gældende for sager, hvor distributører bliver nægtet adgang til et selektivt distributionsnet.

285. I henhold til dette løsningsforslag vil de særlige bestemmelser i forordning 1984/83 for øl og benzin fortsat være i kraft, dog med visse ændringer med henblik på at øge fleksibiliteten i anvendelsen af forordningen. En mulighed kunne være ikke at

---

<sup>(77)</sup> Jfr. Kommissionens rekommandation dateret 3. april 1996 vedrørende definitionen af små og mellemstore virksomheder, EFT L 107, 30.04.1996.

kræve de enkelte mærker anført som fastsat i den nuværende forordning, men at lade de "bundne" øl betegnes ved den pågældende ølsort. Dette giver bryggeriet mulighed for at tilføre eller erstatte mærker af en bestemt ølsort, som forpagteren allerede er forpligtet til at købe, uden at der som fastsat i forordningen skal indgås en supplerende aftale om denne ændring med forpagteren. Med hensyn til benzin kunne man overveje, hvilke muligheder der er for at anvende andre distributionsformer end eksklusive købsaftaler i forbindelse med varer, der sælges i forretninger, der udgør en del af servicestationens forretningsaktiviteter. Samtidig kunne man overveje, om det er rimeligt at fastholde kravet om, at leverandøren skal stilles et anlæg til smøring af motorkøretøjer til rådighed eller finansiere et sådant anlæg for at kunne opnå en fritagelse i forbindelse med eksklusive leveringsaftaler vedrørende smøremidler.

### **LØSNINGSFORSLAG III - Mere målrettede gruppefritagelser**

286. Dette løsningsforslag understreger, at EU's konkurrencepolitik har integrationen af markederne som overordnet mål. Områdebeskyttelse og vertikale begrænsninger betragtes i den forbindelse som en faktor, der yder et betydeligt bidrag til at fastholde store prisforskelle de enkelte medlemsstater imellem. Det er givet, at koncentrationen øges på mange markeder i produktions- og distributionsleddet, mens vertikale begrænsninger kan afskærme markederne og øge hindringerne for adgangen hertil. Den værditilvækst, som distributionen tegner sig for, er et vigtigt element i sig selv. Intrabrand-konkurrencen kan bidrage væsentligt til at fremme konkurrencen på markeder, hvor interbrand-konkurrencen ikke er særlig udpræget.

287. I de nuværende gruppefritagelsesforordninger er der ikke fastsat grænseværdier for markedsandele. Forordningerne kunne ændres, så de udelukkende finder anvendelse, hvis huer af parterne har en markedsandel på under f.eks. 40% af det relevante marked i aftaleområdet. Der ville ikke finde en gruppefritagelse sted over denne tærskelværdi, i hvert fald så vidt angår følgende begrænsninger:

- beskyttelse mod aktivt salg fra uden for området
- beskyttelse af eneforhandling (forbud mod salg af konkurrenters varer og tjenesteydelser).

288. I forbindelse med dette løsningsforslag vil Kommissionen gerne have tilsendt bemærkninger om, hvorvidt det er rimeligt at vedtage en gruppefritagelsesforordning om selektive distributionsaftaler i det omfang, de falder ind under artikel 85, stk. 1. En sådan forordning skal i givet fald kun finde anvendelse, hvis producenten eller distributøren ikke har en markedsandel på over f.eks. 40% af det relevante marked eller en markedsandel på noget mindre i et oligopolistisk marked.

289. De forslag, der fremsættes under løsningsforslag II, kunne finde anvendelse på aftaler under markedsandelstærsklen.

290. Hvis der hersker tvivl om den korrekte definition af et marked og beregningen af markedsandele, kan parterne føle sig foranlediget til at anmelde aftaler til Kommissionen for at opnå retssikkerhed. Der vil også blive foretaget anmeldelser af aftaler i tilfælde, hvor parternes markedsandel overstiger tærskelværdien.

291. Kommissionen vil meget gerne have tilsendt skøn over antallet og karakteren af de tilfælde, der formodes anmeldt, samt bemærkninger om, hvorvidt dette problem kunne løses ved hjælp af retningslinjer, der beskriver de omstændigheder, hvorunder Kommissionen vil meddele fritagelse i henhold til artikel 85, stk. 3. Som én af de mulige årsager til at meddele fritagelse kunne man tælle forudsætningen om, at der ikke må finde en mærkbar prisdiskriminering sted til ulempe for kunderne.

292. I henhold til denne grundregel vil en eksklusiv købsaftale for øl ikke opnå fritagelse, hvis bryggeriet har en markedsandel på over f.eks. 40% af et givet nationalt ølsalgsmarked. Et sektorspecifikt alternativ kunne imidlertid være at begrænse omfanget af den eksklusive aftale enten til en bestemt procentsats af den samlede omsætning af øl på et bestemt udsækningssted (f.eks. 3/4 bundet og 1/4 frit) eller til bestemte beholdere (f.eks. fadøl bundet og øl på flasker og dåser frit). Et andet alternativ kunne være at begrænse de eksklusive aftaler til udelukkende at omfatte øl. I forbindelse med tankstationer kunne det overvejes at reducere aftalens maksimale løbetid som fastsat ved fritagelsen, hvis leverandøren har en markedsandel på over en vis procentsats, f.eks. 40%.

#### LØSNINGSFORSLAG IV - Gruppefritagelser med angivelse af de økonomiske omstændigheder under hvilke artikel 85, stk. 1, finder anvendelse

293. Den underliggende idé i dette løsningsforslag er, at den økonomiske analyse af vertikale begrænsninger skal foretages ved hjælp af juridiske instrumenter, der kan give virksomhederne en høj grad af retssikkerhed. De økonomiske kriterier, der skal danne grundlag for en vurdering af, under hvilke markedsforhold artikel 85, stk. 1, skulle finde anvendelse, kunne fastlægges i første omgang i en kommissionsmeddelelse og senere på baggrund af de erfaringer, man gør sig med meddelelsen i en negativttestforordning.

294. Dette løsningsforslag vil åbne mulighed for en mere fleksibel behandling af vertikale aftaler mellem parter, der ikke har nogen stor markedsstyrke. Således kunne gruppefritagelsers påståede begrænsende virkning reduceres samtidig med, at der bliver lagt mindre vægt på forskellige distributionsformers retlige form.

295. Når parterne har en markedsandel på under f.eks. 20% i aftaleområdet, må aftalerne formodes at være i overensstemmelse med artikel 85, stk. 1, ("*negativttestformodningen*"). Med andre ord vil artikel 85, stk. 1, normalt ikke finde anvendelse på vertikale begrænsninger under disse omstændigheder. Denne formodning ville dække alle vertikale begrænsninger med undtagelse af begrænsninger vedrørende mindstepriser ved videresalg, ændring af parallelhandel eller passivt salg samt begrænsninger, der indgår i distributionsaftaler mellem konkurrenter.

296. Denne negativttestformodning kan Kommissionen afvise på grundlag af en markedsanalyse, hvori der tages højde for faktorer som:

- markedsstrukturen (f.eks. oligopol)
- hindring af adgangen
- integrationsgraden på det indre marked - vurderet på grundlag af indikatorer som f.eks. de prisforskelle, der findes mellem medlemstaterne imellem, og den udstrækning,

hvori produkter fra andre medlemsstater har kunnet trænge ind på de enkelte medlemsstaters markeder, eller

- den kumulative virkninger af parallelle distributionsnet.

297. Aftaler, der i henhold til denne markedsanalyse falder ind under artikel 85, stk. 1, kunne blive omfattet af en gruppefritagelse, hvis de opfylder de forudsætninger, der er anført under variant I og variant II nedenfor. Negativttestformodningen kunne indføres i form af en kommissionsmeddelelse og - efter at der er gjort erfaringer hermed - i en negativttestforordning, hvilket ville kræve, at Rådet vedtog en ny gennemførelsesforordning i henhold til traktatens artikel 87.

298. Følgende to muligheder kan forekomme i de tilfælde, hvor markedsandelen overstiger f.eks. 20%, og de tilfælde, hvor den er under 20%, men hvor tilfældene falder ind under artikel 85, stk. 1:

#### Variant I

299. Alle tilfælde over 20% kunne falde ind under den gruppefritagelse, der beskrives i løsningsforslag II (mere omfattende gruppefritagelse).

#### Variant II

300. Alle tilfælde over 20% kunne falde ind under gruppefritagelsen som beskrevet i løsningsforslag III (dvs. at gruppefritagelsen ikke finder anvendelse på bestemte begrænsninger, hvis markedsandelen overstiger 40%).

#### Øl og benzin

301. Den ovenfor beskrevne formodning om, at artikel 85, stk. 1, ikke finder anvendelse, vil kun gælde for eksklusive øl- og benzinleveringsaftaler i det omfang, hvor den kumulative virkning af parallelle distributionsnet ikke har en markant afskærmningseffekt.

### **III. FORSLAG TIL PUNKTER, DER BØR BEHANDLES I BEMÆRKNINGERNE**

302. Der kan frit fremsættes bemærkninger til et hvilket som helst spørgsmål i forbindelse med vertikale begrænsninger, og de skal ikke nødvendigvis begrænses til ovennævnte løsningsforslag. Det vil imidlertid være *nyttigt* for Kommissionen, hvis der blev fremsat bemærkninger til såvel indholdsmæssige spørgsmål som procedure-spørgsmål og retsinstrumenter. Opdelt på de to områder kan bemærkningerne eventuelt struktureres som følger:

#### **303. Indholdsmæssige spørgsmål**

Effektivitet - Spørgsmålet om, hvor løsningsforslaget sonderer mellem konkurrencefremmende og konkurrencebegrænsende virkninger, bør overvejes i lyset af de dermed forbundne "omkostninger". Således kan omkostningerne f.eks. være høje, hvis praktisk talt

alle konkurrencehæmmende virkninger lokaliseres ved hjælp af en stringent politik, der imidlertid er urimelig streng.

Markedsintegration - Politikken bør fremme markedsintegrationen.

Innovation og driftsherrefrihed - Politikken bør være tilstrækkelig fleksibel til, at producenter og distributører kan indføre nye og velegnede distributionsformer (ofte foranlediget af behovet for at introducere nye teknologier). Den bør ikke medføre urimelige lovbestemte omkostninger for distributionssektoren.

Forbrugere samt små og mellemstore virksomheder- Politikken bør give forbrugerne mulighed for at sikre sig en rimelig andel af fordelene og være i overensstemmelse med andre politiske mål, især ønsket om at fremme små og mellemstore virksomheder, der bør animeres til at udvide deres aktiviteter i forhold til de mere magtfulde deltagere i produktions- og distributionsprocessen.

Markedsstyrke - Der skal i politikken måske foretages en sondring mellem virksomheder alt efter deres markedsstyrke. Udtrykket markedsstyrke dækker i denne forbindelse over en indflydelse på priser og produktion, der ganske vist er mindre end den, dominerende virksomheder udøver (artikel 86), men tilstrækkelig til at artikel 85, stk. 1, finder anvendelse på aftaler mellem sådanne virksomheder som følge af deres mærkbare påvirkning af konkurrencen. En af de måder, hvorpå man kan undgå individuelle analyser (som er umulige at gennemføre i et stort antal tilfælde), er ved som målestok at fastsætte en tærskelværdi udtrykt i forhold til markedsandelen. Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger om, hvilken virkning indførelsen af en markedsandelstærskel vil få enten som

- en betingelse for en fritagelse i en gruppefritagelse (dvs., at gruppefritagelsen ikke meddeles, hvis markedsandelen overstiger en vis tærskelværdi)
- en betingelse for en indsigelsesprocedure i en gruppefritagelsesforordning (dvs., at parterne må anmode om fritagelse i en indsigelsesprocedure, hvis markedsandelen overstiger en bestemt tærskelværdi)
- en retningsgivende værdi i en gruppefritagelsesforordning, der angiver et niveau, hvorunder Kommissionen normalt ikke tilbagekalder gruppefritagelsen
- en angivelse af det niveau, hvorunder vertikale aftaler normalt antages at være forenelige med artikel 85, stk. 1, og over hvilket de er underlagt bestemmelserne i gruppefritagelsesforordningen.

I bemærkningerne til anvendelsen af tærskelværdier for markedsandele bør de nedenfor nævnte procedurespørgsmål underkastes en særlig behandling, specielt med hensyn til virkningen heraf på retssikkerheden og muligheden for at løse problemet med den meget store masse af tilfælde. Hvis der angives tal for markedsandelen i et løsningsforslag, bør der ligeledes fremsættes bemærkninger til rimeligheden af dette tal.

### 304. Procedurespørgsmål og retsinstrumenter

Retssikkerhed - Politikken skal skabe retssikkerhed.

Masseproblem - Politikken skal sikre en hurtig og effektiv håndhævelse uden at give anledning til et stort antal individuelle anmeldelser, det såkaldte masseproblem.

Nærhedsprincippet - Politikken bør skabe balance mellem one-stop-shopping og/eller decentralisering, altså henvisning til nationale myndigheder og domstole.

Procedurer - Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger om, hvorvidt en given politik kan gennemføres inden for rammerne af de nuværende procedurer, eller om der skal foretages ændringer, især med hensyn til

- comfort letters
- indsigelsesprocedurer
- tilbagekaldelse af fritagelser efter gruppefritagelsesforordninger<sup>(78)</sup>.

Kommissionen vil gerne have tilsendt bemærkninger om, hvorvidt et løsningsforslag nødvendiggør ændringer i de gældende regler og forordninger, især om et løsningsforslag kan gennemføres ved relativt let gennemførlige ændringer i gældende praksis, f.eks. i form af en de minimis-meddelelse, eller ændringer i den administrative praksis, der forklares i en regelmæssig ajourført kommissionsmeddelelse om administrative retningslinjer, hvori Kommissionens politik og især de økonomiske omstændigheder, hvorunder artikel 85, stk. 1, finder anvendelse, beskrives. Løsningsforslaget skal dog stadig skabe en tilstrækkelig retssikkerhed. På den anden side vil visse løsningsforslag kræve en ændring af de tre relevante gruppefritagelsesforordning (1983/83, 1984/83 og 4087/88).

305. Kommissionen er sig bevidst, at den i sin politik vedrørende vertikale begrænsninger ikke på én gang kan virkeliggøre alle indholdsmæssige mål i det ønskede omfang og samtidig tage alle de proceduremæssige hensyn. Kommissionens politik skal derfor skabe den bedst mulige samlede balance og i den forbindelse tage højde for konkurrencepolitikens mål inden for traktatens rammer.

<sup>(78)</sup> NB: Ved tilbagekaldelse af fritagelser i henhold til de nuværende gruppefritagelsesforordninger skal procedurerne i forordning 17/62 følges, hvilket ikke kan lade sig gøre, hvis der er tale om et meget stort antal tilfælde.

306. **Bemærkninger bedes indsendt senest den 31.07.1997**

**Pr. post til:**

Grønbogen om vertikale begrænsninger  
Generaldirektoratet for Konkurrence  
Europa-Kommissionen (C 150)

Rue de la Loi/Wetstraat 200  
B-1049 Bruxelles  
Belgien

**eller pr. elektronisk post til:**

**X.400 adresse:**

S- vertical-restraints; O=DG4; P=CED; A=RTT; C=BE

**Internet-adresse:**

vertical-restraints @ dg4.cec.be

307. **Ekstra eksemplarer**

Denne grøn bog kan også rekvireres på alle officielle fællesskabssprog på World Wide Web, Europa server: <http://europa.eu.int/en/comm/dg04/dg4home.htm>

\* \* \* \*

ISSN 0254-1459

KOM(96) 721 endelig udg.

# DOKUMENTER

DA

08

---

Katalognummer : CB-CO-96-742-DA-C

ISBN 92-78-15074-6

---

Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer

L-2985 Luxembourg

