

# EØS-tillegget

ISSN 1022-9310

Nr. 26

til De Europeiske Fellesskaps  
Tidende

9. årgang

23.5.2002

	<b>I</b>	<b>EØS-ORGANER</b>	
	1.	<b>EØS-rådet</b>	
	2.	<b>EØS-komiteen</b>	
	3.	<b>Parlamentarikerkomiteen for EØS</b>	
	4.	<b>Den rådgivende komité for EØS</b>	
	<b>II</b>	<b>EFTA-ORGANER</b>	
	1.	<b>EFTA-statenes faste komité</b>	
	2.	<b>EFTAs overvåkningsorgan</b>	
<b>2002/EØS/26/01</b>		Melding fra EFTAs overvåkningsorgan i henhold til artikkel 4 nr. 1 bokstav a) i rettsakten omhandlet i EØS-avtalens vedlegg XIII nr. 64a (rådsforordning (EØF) nr. 2408/92 av 23. juli 1992 om EF-luftfartsselskapers adgang til flyruter innenfor Fellesskapet) – Innføring av forpliktelse til å yte offentlig tjeneste med hensyn til ruteflyging på strekningen Höfn – Reykjavik v.v. i Island. . . . .	1
<b>2002/EØS/26/02</b>		Ruteflyging – Anbudsinnydelse offentliggjort av Island i henhold til artikkel 4 nr. 1 bokstav d) i rettsakten omhandlet i EØS-avtalens vedlegg XIII nr. 64a (rådsforordning (EØF) nr. 2408/92 av 23. juli 1992 om EF-luftfartsselskapers adgang til flyruter innenfor Fellesskapet) for ruteflyginger på strekningen Höfn – Reykjavik v.v. . . . .	3
<b>2002/EØS/26/03</b>		Kunngjøring fra EFTAs overvåkningsorgan: Retningslinjer for vertikale begrensninger. . . . .	7
	3.	<b>EFTA-domstolen</b>	
	<b>III</b>	<b>EF-ORGANER</b>	
	1.	<b>Rådet</b>	
	2.	<b>Kommisjonen</b>	
<b>2002/EØS/26/04</b>		Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning (Sak COMP/M.2790 – Siemens/First Sensor Technology) . . . . .	55
<b>2002/EØS/26/05</b>		Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning (Sak COMP/M.2809 – Cinven/Carlyle/VUP) . . . . .	56

2002/EØS/26/06	Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning (Sak COMP/M.2817 – Barilla/BPL/Kamps) . . . . .	57
2002/EØS/26/07	Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning (Sak COMP/M.2785 – Publicis/Bcom3) . . . . .	58
2002/EØS/26/08	Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning (Sak COMP/M.2807 – Casino/Laurus) . . . . .	59
2002/EØS/26/09	Vedtak om ikke å gjøre innsigelse mot en meldt foretakssammenslutning (Sak COMP/M.1855 – Singapore Airlines/Virgin Atlantic) . . . . .	60
2002/EØS/26/10	Kommisjonsmelding om forlengelse av Felleskapets rammebestemmelser for statsstøtte til forskning og utvikling . . . . .	60
2002/EØS/26/11	Kunngjøring i henhold til artikkel 5 i forordning (EØF) nr. 3975/87 av 14. desember 1987 om sak COMP/38.284/D2 (Air France/Alitalia) . . . . .	61
2002/EØS/26/12	Liste over kunngjorte dokumenter . . . . .	62
2002/EØS/26/13	Informasjonsprosedyre – tekniske forskrifter . . . . .	67

### 3. Domstolen

# EFTA-ORGANER

## EFTAS OVERVÅKNINGSORGAN

Melding fra EFTAs overvåkingsorgan i henhold til artikkel 4 nr. 1 bokstav a) 2002/EØS/26/01  
i rettsakten omhandlet i EØS-avtalens vedlegg XIII nr. 64a (rådsforordning (EØF)  
nr. 2408/92 av 23. juli 1992 om EF-luftfartsselskapers adgang til flyruter innenfor Fellesskapet)

### INNFORING AV FORPLIKTELSE TIL Å YTE OFFENTLIG TJENESTE MED HENSYN TIL RUTEFLYGING PÅ STREKNINGEN HÖFN – REYKJAVIK V.V. I ISLAND

#### 1. INNLEDNING

I henhold til artikkel 4 nr. 1 bokstav a) i rådsforordning (EØF) nr. 2408/92 av 23. juli 1992 om EF-luftfartsselskapers adgang til flyruter innenfor Fellesskapet ([http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/en\\_392R2408.html](http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/en_392R2408.html)) har Island besluttet å innføre forpliktelse til å yte offentlig tjeneste fra 1. november 2002 for ruteflyginger på følgende strekning:

- Höfn-Reykjavik v.v.

#### 2. FORPLIKTELSEN TIL Å YTE OFFENTLIG TJENESTE OMFATTER FØLGENDE:

##### 2.1 Minimum antall flyginger, setekapasitet, ruteføring og rutetider

Kravene gjelder i hele driftsperioden fra 1. november 2002 til 31. desember 2003 (14 måneder).

##### *Minimum antall flyginger*

- 7 tur/retur-flyginger hver uke.
- Minst én tur/retur-flyging på søndager, mandager, tirsdager, onsdager og fredager.

##### *Setekapasitet*

- Minst 15 seter skal tilbys for hver flyging i begge retninger.

##### *Ruteføring*

- Flygingene skal være uten mellomlanding.

##### *Rutetider*

- Avgang fra Reykjavik tidligst kl 0800. Ankomst i Reykjavik senest kl 1800.

##### 2.2 Kategori luftfartøy

Flermotors turbopropfly registrert for minst 15 passasjerer skal benyttes på de påkrevde flygingene.

Luftfartsselskapene gjøres spesielt oppmerksom på de særlige tekniske vilkår og driftsvilkår som gjelder ved lufthavnene.

**2.3 Takster**

- Maksimale grunntakster (fullt fleksible) én vei kan ikke overstige ISK 11500. Billettprisene kan endres i samsvar med endringer i konsumprisindeksen, men tidligst 1. januar 2003 og deretter høyst hver sjetten måned.
- Sosiale rabatter skal ytes i samsvar med gjeldende praksis.

**2.4 Kontinuitet**

Andelen innstilte flyginger som direkte kan tilskrives luftfartsselskapet, skal på årsbasis ikke overstige 4 % av planlagt antall flyginger.

**2.5 Samarbeidsordninger**

Ved gjennomføring av anbud, som begrenser adgangen til ruten Höfn-Reykjavik v.v. til ett selskap, gjelder disse bestemmelsene:

***Takster***

- Alle gjennomgående takster til/fra andre flyginger skal tilbys på like vilkår for alle selskaper. Unntatt er gjennomgående takster til/fra øvrige flyginger utført av anbudsselskapet, forutsatt at taksten er høyst 40 % av fullt fleksibel takst.

***Vilkår ved overgang***

- Alle vilkår som selskapet har fastlagt for overgang av passasjerer til og fra andre selskapers flyginger, herunder overgangstider og gjennomgående innsjekking av billetter og bagasje, skal være objektive og ikke-diskriminerende.

**3. Ytterligere informasjon kan fås ved henvendelse til:**

Ríkiskaup (Statens innkjøpssentral)  
Borgartúni 7  
Postboks 5100  
IS-125 Reykjavík  
ISLAND  
Telf.: (+354) 530 1400, Faks:(+354) 530 1414

**RUTEFLYGING****2002/EØS/26/02**

**Anbudsinnydelse offentliggjort av Island i henhold til artikkel 4 nr. 1 bokstav d) i rettsakten omhandlet i EØS-avtalens vedlegg XIII nr. 64a (rådsforordning (EØF) nr. 2408/92 av 23. juli 1992 om EF-luftfartsselskapers adgang til flyruter innenfor Fellesskapet) for ruteflyginger på strekningen Höfn – Reykjavik v.v.**

**1. INNLEDNING**

I henhold til artikkel 4 nr. 1 bokstav a) i rådsforordning (EØF) nr. 2408/92 av 23. juli 1992 om EF-luftfartsselskapers adgang til flyruter innenfor Fellesskapet ([http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/en\\_392R2408.html](http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/en_392R2408.html)) har Island besluttet å innføre forpliktelse til å yte offentlig tjeneste for regionale ruteflyginger på strekningen Höfn – Reykjavik v.v. fra 1. november 2002, som offentliggjort i *De Europeiske Fellesskaps Tidende* C 120, 23.5.2002 og i EØS-tillegget nr. 26, 23.5.2002.

Under forutsetning av at ikke noe luftfartsselskap innen fire uker før den planlagte ikrafttredelse av avtalen om nevnte flyrute, dvs. 1. november 2002, har underrettet Samferdselsministeriet i Island om at det har startet eller er i ferd med å starte ruteflyging på ruten Höfn-Reykjavik v.v. i samsvar med vilkårene for forpliktelse til å yte offentlig tjeneste og uten å anmode om økonomisk kompensasjon eller markedsbeskyttelse, har Island i samsvar med artikkel 4 nr. 1 bokstav d) i nevnte forordning besluttet at adgangen til denne ruten skal begrenses til bare ett luftfartsselskap, som etter gjennomført anbudsrunder skal gis rett til å betjene ruten fra 1. november 2002.

**2. HVA ANBUDSINNBYDELSEN OMFATTER**

Innydelsen gjelder ruteflyginger på strekningen Höfn - Reykjavik v.v. fra 1. november 2002 i samsvar med vilkårene for forpliktelse til å yte offentlig tjeneste offentliggjort i *De Europeiske Fellesskaps Tidende* C 120, 23.5.2002 og i EØS-tillegget nr. 26, 23.5.2002.

**3. ADGANG TIL Å GI ANBUD**

Alle luftfartsselskaper som har gyldig lisens i henhold til rådsforordning (EØF) nr. 2407/92 av 23. juli 1992 om lisenser til luftfartsselskaper ([http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/en\\_392R2407.html](http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/en_392R2407.html)), kan gi anbud.

**4. ANBUDSPROSEDYRE**

Anbudsinnydelsen skjer i henhold til artikkel 4 nr. 1 bokstav d) – i) i rådsforordning (EØF) nr 2408/92.

Vegdirektoratet (Vegagerðin) forbeholder seg retten til å avvise alle anbud. For sent innkomne anbud og anbud som ikke er i samsvar med anbudsinnydelsen, vil bli avvist.

Vegdirektoratet forbeholder seg retten til å benytte etterfølgende forhandlinger dersom samtlige anbud er ukorrekte, eller dersom bare én anbyder har inngitt anbud eller det ikke er innkommet noe anbud ved anbudsfristens utløp. Slike forhandlinger skal være i samsvar med vilkårene for forpliktelse til å yte offentlig tjeneste, og det skal ikke foretas vesentlige endringer i de opprinnelige anbudsvilkårene.

Anbudene skal inngis på islandsk eller engelsk.

Anbyderen er forpliktet til å opprettholde sitt anbud til valg av anbyder er foretatt. Anbudene vil imidlertid være gyldige i høyst 12 uker fra anbudsåpningen.

**5. TILDELING**

Tildeling vil skje til anbudet med lavest kompensasjonsbehov for perioden 1. november 2002 – 31. desember 2003.

## 6 ANBUSSDOKUMENT

Det fullstendige anbudsdokument, som inneholder kunngjøring av forpliktelse til å yte offentlig tjeneste og forskrift om gjennomføring av anbud (islandsk forskrift om anbudsprosedyren i forbindelse med forpliktelse til å yte offentlig tjeneste til gjennomføring av artikkel 4 i rådsforordning (EØF) nr. 2408/92), kan fås tilsendt ved henvendelse til:

Vegagerðin (Vegdirektoratet)  
Borgartún 5-7  
IS-105 Reykjavík  
Island  
Tlf: (+354) 522 1000  
Faks: (+354) 522 1069  
E-post: [khs@vegagerdin.is](mailto:khs@vegagerdin.is)

Prisen på anbudsdokumentet er ISK 3000.

## 7 ØKONOMISK KOMPENSASJON

Anbudene skal angi den kompensasjonen i islandske kroner (ISK) som kreves for én tur/returflyging i samsvar med kompensasjonsbehovet for betjening av ruten i 14 måneder fra planlagt oppstartsdato, dvs. 1. november 2002. Anbudene skal være basert på prisnivået på dagen for anbudsåpningen. Det skal også framlegges et driftsbudsjett for en periode på tolv måneder. Opplysningene skal framlegges i det format som er angitt i anbudsdokumentet sammen med de opplysninger som kreves i anbudsdokumentet.

### *Prisjustering*

Den nøyaktige kompensasjon som kreves for hver tur/returflyging fra 1. november 2002 vil bli utbetalt etter avtale i løpet av avtaleperioden. Kompensasjonsbeløpet for perioden 1. januar 2003 – 31. desember 2003 vil bli justert ved inngangen av perioden. Justeringene skal være i samsvar med følgende indeks:

- 1 % endring i drivstoffprisene, JET A-1 (gjennomsnittspris i desember 2002) endrer kompensasjonsbeløpet med 0,2 %
- 1 % endring i konsumprisindeksen endrer kompensasjonsbeløpet med 0,8 %

Billettprisene kan endres i samsvar med endringer i nevnte indeks, men tidligst 1. januar 2003, og deretter høyst hver sjettede måned.

Operatøren beholder alle inntekter fra virksomheten og er fullt ansvarlig for kostnadene. I samsvar med standardavtalen kan det imidlertid kreves forhandlinger om revisjon av avtalen dersom det inntreffer vesentlige og uforutsette endringer i de forutsetninger som ligger til grunn for avtalen.

## 8 TAKSTER

De inngitte anbudene skal angi takstene og vilkårene knyttet til disse. Takstene skal være i samsvar med vilkårene for forpliktelse til å yte offentlig tjeneste offentliggjort i *De Europeiske Fellesskaps Tidende C 120*, 23.5.2002 og i EØS-tillegget nr. 26, 23.5.2002.

## 9 AVTALENS VARIGHET OG ENDRING OG OPPSIGELSE AV AVTALEN

Avtalen skal gjelde fra 1. november 2002 til og med 31. desember 2003.

Det arbeid som er utført i henhold til avtalen, skal gjennomgås sammen med luftfartsselskapet i løpet av de seks første ukene etter avtaleperiodens utløp.

Avtalen kan ikke endres med mindre forandringen er i samsvar med vilkårene for forpliktelse til å yte offentlig tjeneste. Alle endringer av avtalen skal inngå i en tilleggsavtale.

Avtalen kan sies opp av luftfartsselskapet med et varsel på seks måneder.

## 10 MISLIGHOLD/HEVING AV AVTALEN

Ved vesentlig mislighold av avtalen kan den heves med øyeblikkelig virkning av den annen part.

Luftfartsselskapet skal oppfylle alle forpliktelser etter avtalen i samsvar med vilkårene for forpliktelse til å yte offentlig tjeneste offentliggjort i *De Europeiske Fellesskaps Tidende C 120*, 23.5.2002 og i EØS-tillegget nr. 26, 23.5.2002 og i anbudsdokumentet. Dersom forpliktelsene etter avtalen ikke etterkommes, kan Vegdirektoratet stanse utbetalingene i et omfang som svarer til misligholdet.

Vegdirektoratet kan heve avtalen med øyeblikkelig virkning dersom luftfartsselskapet gjør seg skyldig i vesentlig mislighold av avtalen, blir insolvent eller går konkurs.

Vegdirektoratet kan heve avtalen med øyeblikkelig virkning dersom luftfartsselskapet mister eller ikke får fornyet sin lisens.

Uavhengig av et eventuelt erstatningskrav skal kompensasjonsbeløpet reduseres på grunnlag av det samlede antall flyginger som innstilles av grunner som direkte kan tilskrives luftfartsselskapet, dersom antallet innstilte flyginger overstiger 4 % av planlagt antall flyginger.

## 11 SELSKAPSKODER

Flygingene kan ikke bære andre selskapskoder enn anbyderens og kan ikke ha felles rutenummer med andre flyginger ("code-sharing").

## 12 INNSENDING AV ANBUD

Anbudene sendes som rekommandert brev levert mot mottakskvittering, idet poststemplets dato gjelder som bevis på avsendelsen, eller leveres personlig til Vegdirektoratet, senest 27. juni 2002 innen kl. 1500. Anbudene vil bli åpnet kl 1415 1. juli 2002 i nærvær av de anbydere som anmoder om å være til stede. Anbud inngitt etter kl 1500 27. juni 2002 vil ikke bli åpnet.

Anbudene legges i en forseglet konvolutt adressert til:

Vegagerðin (Vegdirektoratet)  
Borgartún 5-7  
IS-105 Reykjavík  
Island

Konvoluttene som inneholder selve anbudene, merkes på følgende måte:

**Vegagerðin  
Áætlunarflug  
Höfn, Hornafirði  
2002-2003**

**(Anbyderens navn må være oppgitt på konvolutten)**

**13 ANBUDSINNBYDELSENS GYLDIGHET**

Det utlyste anbudet er gyldig bare dersom ikke noe EØS-luftfartsselskap<sup>(1)</sup> innen fire uker før den planlagte ikrafttredelse av avtalen underretter Samferdselsministeriet om at det vil starte ruteflyginger i samsvar med vilkårene for forpliktelse til å yte offentlig tjeneste og uten å anmode om økonomisk kompensasjon eller markedsbeskyttelse.

---

<sup>(1)</sup> Et EØS-luftfartsselskap er et luftfartsselskap i Fellesskapet eller et luftfartsselskap med gyldig lisens utstedt av en EFTA-stat som er part i EØS-avtalen, i samsvar med rettsakten omhandlet i EØS-avtalens vedlegg XIII nr. 66b (rådsforordning (EØF) nr. 2407/92 om lisenser til luftfartsselskaper).

## KUNNGJØRING FRA EFTAS OVERVÅKNINGSORGAN

2002/EØS/26/03

## Retningslinjer for vertikale begrensninger

## INNHOLD

	<i>Nr.</i>	<i>Side</i>
I. INNLEDNING .....	1-7	9
1. Formålet med retningslinjene .....	1-4	9
2. Anvendelsen av artikkel 53 på vertikale avtaler .....	5-7	10
II. VERTIKALE AVTALER SOM VANLIGVIS IKKE KOMMER INN UNDER ARTIKKEL 53 NR. 1 .....	8-20	10
1. Avtaler av mindre betydning og SMB .....	8-11	10
2. Agentavtaler .....	12-20	11
III. ANVENDELSE AV GRUPPEUNNTAKET .....	21-70	13
1. Fritaksområde opprettet ved gruppeunntaket .....	21-22	13
2. Gruppeunntakets virkeområde .....	23-45	13
3. Alvorlige begrensninger i henhold til gruppeunntaket .....	46-56	18
4. Vilkår fastsatt i gruppeunntaket .....	57-61	21
5. Ingen formodning om ulovlighet for avtaler som faller utenfor gruppeunntaket .....	62	22
6. Ingen forhåndsmelding .....	63-65	22
7. Mulighet for utskilling .....	66-67	22
8. Produktsortiment distribuert gjennom samme distribusjonssystem .....	68-69	23
9. Overgangsperiode .....	70	23
IV. TILBAKETREKKING AV GRUPPEUNNTAKET OG BESTEMMELSER OM AT GRUPPEUNNTAKET IKKE SKAL FÅ ANVENDELSE .....	71-87	23
1. Tilbaketrekking .....	71-79	23
2. Bestemmelser om at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse .....	80-87	25
V. MARKEDSAVGRENSNING OG BEREGNING AV MARKEDSANDELER .....	88-99	26
1. EFTAs overvåkningsorgans kunngjøring om avgrensning av det relevante marked .....	88	26
2. Det relevante marked for beregningen av markedsandels- grensen på 30 % i henhold gruppeunntaket .....	89-95	26
3. Det relevante marked ved individuell vurdering .....	96	28
4. Beregning av markedsandelen i henhold til gruppeunntaket .....	97-99	28
VI. HÅNDHEVINGSPOLITIKK I ENKELTSAKER .....	100-229	28
1. Analysegrunnlaget .....	103-136	29
1.1. Negative virkninger av vertikale begrensninger .....	103-114	29
1.2. Positive virkninger av vertikale begrensninger .....	115-118	31
1.3. Generelle regler for vurdering av vertikale begrensninger .....	119	33
1.4. Analysemetode .....	120-136	34
1.4.1. Faktorer som er relevante for vurderingen under artikkel 53 nr. 1 .....	121-133	35
1.4.2. Faktorer som er relevante for vurderingen under artikkel 53 nr. 3 .....	134-136	37

2.	Analyse av bestemte former for vertikale begrensninger . . . . .	137-229	37
2.1.	Merkeeksklusivitet . . . . .	138-160	37
2.2.	Enedistribusjon . . . . .	161-177	41
2.3.	Eksklusiv kundetildeling . . . . .	178-183	45
2.4.	Selektiv distribusjon . . . . .	184-198	46
2.5.	Franchiseavtaler . . . . .	199-201	49
2.6.	Eksklusiv leveringsforpliktelse . . . . .	202-214	50
2.7.	Koblingshandel . . . . .	215-224	52
2.8.	Veiledende eller maksimale videresalgspriser . . . . .	225-228	54
2.9.	Andre vertikale begrensninger . . . . .	229	54

A.

Denne kunngjøring er utferdiget i henhold til reglene i avtalen om Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS-avtalen) og avtalen mellom EFTA-statene om opprettelse av et overvåkningsorgan og en domstol (overvåknings- og domstolsavtalen).

B.

Europakommisjonen har utferdiget kunngjøringen "Retningslinjer for vertikale begrensninger"<sup>(1)</sup>. Denne ikke-bindende rettsakten omhandler de prinsipper og regler som Europakommisjonen følger ved vurdering av vertikale avtaler i henhold til EF-traktatens artikkel 81.

C.

EFTAs overvåkningsorgan anser ovennevnte rettsakt som relevant for EØS. For å opprettholde like konkurransevilkår og sikre en ensartet anvendelse av konkurransereglene i EØS i hele Det europeiske økonomiske samarbeidsområde, vedtar EFTAs overvåkningsorgan denne kunngjøring med hjemmel i artikkel 5 nr. 2 bokstav b) i overvåknings- og domstolsavtalen. Ved anvendelse av de relevante konkurranseregler for EØS i en bestemt sak, vil Overvåkningsorganet følge de prinsipper og regler som er fastsatt i denne kunngjøring.

D.

Denne kunngjøring erstatter kunngjøringen fra EFTAs overvåkningsorgan om rettsaktene nevnt i EØS-avtalens vedlegg XIV nr. 2 og 3 (kommisjonsforordning (EØF) nr. 1983/83 og (EØF) 1984/83) om anvendelsen av EØS-avtalens artikkel 53 nr. 3 på grupper av enedistribusjonsavtaler og avtaler om eksklusiv kjøpsplikt<sup>(2)</sup>.

## I. INNLEDNING

### 1. Formålet med retningslinjene

(1) Disse retningslinjene omfatter prinsipper for vurdering av vertikale avtaler i henhold til EØS-avtalens artikkel 53. Hva som anses som vertikale avtaler, er definert i artikkel 2 nr. 1 i rettsakten nevnt i EØS-avtalens vedlegg XIV nr. 2 (forordning (EØF) nr. 2790/99<sup>(3)</sup>) om anvendelsen av EØS-avtalens artikkel 53 nr. 3 på grupper av vertikale avtaler og samordnet opptreden ("gruppeunntaket for vertikale begrensninger", eller "gruppeunntaket") (se nr. 23 til 45). Disse retningslinjene berører ikke en mulig parallell anvendelse av EØS-avtalens artikkel 54 på vertikale avtaler. Retningslinjene er ordnet på følgende måte:

- avsnitt II (nr. 8 til 20) beskriver vertikale avtaler som vanligvis ikke kommer inn under artikkel 53 nr. 1,
- avsnitt III (nr. 21 til 70) inneholder kommentarer til anvendelsen av gruppeunntaket for vertikale begrensninger,
- avsnitt IV (nr. 71 til 87) beskriver prinsippene for tilbakekallelse av gruppeunntaket og bestemmelser om at det ikke skal få anvendelse,
- avsnitt V (nr. 88 til 99) omhandler markedsavgrensning og beregning av markedsandeler,
- avsnitt VI (nr. 100 til 229) beskriver det generelle rammeverket for analyse og EFTAs overvåkningsorgans håndhevingspolitikk i enkeltsaker når det gjelder vertikale avtaler.

(2) Disse retningslinjer får anvendelse både på varer og tjenester som kommer inn under EØS-avtalens virkeområde<sup>(4)</sup>, selv om enkelte vertikale begrensninger benyttes hovedsakelig i forbindelse med varedistribusjon. På lignende måte kan vertikale avtaler inngås for såvel varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd som ferdige varer og tjenester. Med mindre annet er fastsatt, får analysen og argumentene i teksten anvendelse på alle typer varer og tjenester og på alle omsetningsledd. Med "produkter" menes både varer og tjenester. "Leverandør" og "kjøper" benyttes for alle omsetningsledd.

<sup>(1)</sup> EFT C 291 av 13.10.2000, s. 1.

<sup>(2)</sup> EFT L 153 av 18.6.1994, s.13 og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 15 av 18.6.1994, s.12, endret ved EFT L 186 av 21.7.1994, s. 69 samt EØS-tillegget til EF-tidende nr. 22 av 21.7.1994, s.17. Se i denne forbindelse også nr. 70 under.

<sup>(3)</sup> EFT L 336 av 29.12.1999, s. 21, innlemmet i EØS-avtalen ved EØS-komiteens beslutning nr. 18/2000 av 18. desember 2000, EFT L 103 av 12.4.2001, s. 36.

<sup>(4)</sup> Det bemerkes at EØS-avtalen har et mer begrenset virkeområde enn EF-traktaten, blant annet ved det faktum at Det europeiske økonomiske samarbeidsområde ikke er en tollunion, og at EØS-avtalen får begrenset anvendelse på visse varer i henhold til artikkel 8 i EØS-avtalen.

(3) EFTAs overvåkningsorgan ønsker med disse retningslinjer å hjelpe foretak i å foreta sine egne vurderinger av vertikale avtaler i henhold til konkurransereglene i EØS. De kriterier som er nedfelt i disse retningslinjer, må anvendes på de konkrete omstendigheter som foreligger i hvert enkelt tilfelle. Dette utelukker en rent mekanisk anvendelse. Hvert tilfelle må vurderes i lys av dets egne fakta. EFTAs overvåkningsorgan vil anvende retningslinjene<sup>(5)</sup> på en rimelig og fleksibel måte.

(4) Disse retningslinjer får anvendelse med forbehold for den tolkning EFTA-domstolen, De europeiske fællesskaps domstol og Førsteinstansdomstolen måtte legge til grunn ved anvendelsen av EF-traktatens artikkel 81<sup>(6)</sup> og EØS-avtalens artikkel 53 på vertikale avtaler.

## 2. Anvendelsen av artikkel 53 på vertikale avtaler

(5) EØS-avtalens artikkel 53 får anvendelse på vertikale avtaler som kan påvirke handelen mellom statene på territoriet som omfattes av EØS-avtalen, og som hindrer, innskrenker eller vrir konkurransen (heretter kalt "vertikale begrensninger")<sup>(7)</sup>. Når det gjelder vertikale begrensninger, inneholder artikkel 53 et egnet rettslig rammeverk for en vurdering som tar i betraktning både konkurransebegrensende og konkurransefremmende virkninger: Artikkel 53 nr. 1 forbyr avtaler som merkbart begrenser eller vrir konkurransen, mens artikkel 53 nr. 3 inneholder unntak for avtaler som gir fordeler som er store nok til å oppveie de konkurransebegrensende virkningene.

(6) De fleste vertikale begrensninger forårsaker konkurransemessige problemer bare dersom det foreligger utilstrekkelig konkurranse mellom merkene (intermerkekonkurransen), f.eks. dersom leverandør eller kjøper eller begge har en viss grad av markedsrett. Dersom det foreligger utilstrekkelig konkurranse mellom merkene, er det viktig å verne både konkurransen mellom merkene og konkurransen innenfor merkene (intramerkekonkurransen).

(7) Beskyttelse av konkurransen er det viktigste målet for konkurransepolitikken i EØS, da dette fremmer forbrukernes velferd og skaper en effektiv ressursfordeling. EFTAs overvåkningsorgan vil ved anvendelsen av konkurransereglene i EØS benytte en økonomisk tilnærming som bygger på virkningene på markedet; vertikale avtaler må analyseres i lys av deres rettslige og økonomiske sammenheng. Ved restriksjoner som har til formål å begrense konkurransen, jf. gruppeunntakets artikkel 4, er EFTAs overvåkningsorgan imidlertid ikke pålagt å vurdere de faktiske virkningene på markedet. Innenfor EØS-avtalens virkeområde er markedsintegrasjon et tilleggs mål for konkurransepolitikken i EØS<sup>(8)</sup>. Foretak bør ikke tillates å gjenopprette private hindringer på territoriet som omfattes av EØS-avtalen der man har lyktes i å fjerne statlige hindringer.

## II. VERTIKALE AVTALER SOM VANLIGVIS IKKE KOMMER INN UNDER ARTIKKEL 53 NR. 1

### 1. Avtaler av mindre betydning og SMB

(8) Avtaler som ikke merkbart kan påvirke handelen på territoriet som omfattes av EØS-avtalen eller som ikke har til formål eller virkning å begrense konkurransen merkbart, kommer ikke inn under artikkel 53 nr. 1. Gruppeunntaket får anvendelse bare på avtaler som kommer inn under artikkel 53 nr. 1. Disse retningslinjer berører ikke anvendelsen av gjeldende kunngjøring eller eventuelle framtidige kunngjøringer om avtaler av mindre betydning<sup>(9)</sup>.

(9) Med forbehold for vilkårene fastsatt i nr. 11, 18 og 20 i kunngjøringen om avtaler av mindre betydning vedrørende alvorlige begrensninger og kumulative virkninger, anses vertikale avtaler inngått av foretak med en markedsandel på det relevante markedet som ikke overstiger 10 %, vanligvis for å falle utenfor virkeområdet til artikkel 53 nr. 1. Det kan ikke forutsettes at vertikale avtaler inngått av foretak med en markedsandel på over 10 %, automatisk er i strid med artikkel 53 nr. 1. Det kan forekomme at avtaler

<sup>(5)</sup> Myndighet til å behandle enkeltsaker som kommer inn under EØS-avtalens artikkel 53 og 54, er delt mellom EFTAs overvåkningsorgan og Europakommisjonen i henhold til reglene i EØS-avtalens artikkel 56. Bare én myndighet kan behandle en gitt sak.

<sup>(6)</sup> Slike avgjørelser er relevante for EFTAs overvåkningsorgans praksis i henhold til bestemmelsene i artikkel 6 i EØS-avtalen og artikkel 3 i overvåknings- og domstolsavtalen.

<sup>(7)</sup> Se blant annet De europeiske fællesskaps domstols dommer i de forente saker 56/64 og 58/64 Grundig-Consten - Europakommisjonen [1966] ECR 299; sak 56/65 Technique Minière - Maschinenbau Ulm [1966] ECR 235; Førsteinstansdomstolens dom i sak T-77/92 Parker Pen - Europakommisjonen [1994] ECR II-549.

<sup>(8)</sup> Det at EØS-avtalen har et begrenset virkeområdet i forhold til EF-traktaten, kan påvirke vurderingen av markedsintegrasjon EFTA-statene imellom og mellom EFTA-statene og Fællesskapet.

<sup>(9)</sup> Kunngjøring om avtaler av mindre betydning som ikke kommer inn under EØS-avtalens artikkel 53 nr. 1, EFT L 200 av 16.7.1998, s. 55 og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 28 av 16.7.1998, s. 13.

mellom foretak som har en markedsandel på over 10 %, ikke har en merkbar virkning på handelen mellom stater på territoriet som omfattes av EØS-avtalen, eller at slike avtaler ikke begrenser konkurransen merkbart<sup>(10)</sup>. Slike avtaler må vurderes i deres rettslige og økonomiske sammenheng. Kriteriene for vurdering av enkeltavtaler er fastsatt i nr. 100 til 229.

(10) Med hensyn til alvorlige begrensninger som definert i kunngjøringen om avtaler av mindre betydning, kan artikkel 53 nr. 1 få anvendelse på avtaler mellom foretak som ligger under grensen på 10 %, forutsatt at slike avtaler merkbart påvirker konkurransen og handelen mellom stater på territoriet som omfattes av EØS-avtalen. Det henvises i denne forbindelse til rettspraksis fra EFTA-domstolen, De europeiske fællesskaps domstol og Førsteinstansdomstolen på dette området<sup>(11)</sup>. Det henvises også til de særlige forhold som foreligger i forbindelse med lansering av et nytt produkt eller etablering på et nytt marked, og som omtales i disse retningslinjer (nr. 119 punkt 10).

(11) Med mindre det er snakk om kumulative virkninger eller alvorlige begrensninger, er EFTAs overvåkningsorgan videre av den oppfatning at avtaler mellom små og mellomstore bedrifter som definert i EFTAs overvåkningsorgans vedtak nr. 112/96/COL av 11. september 1996<sup>(12)</sup>, sjeldent vil kunne påvirke handelen mellom partene i EØS-avtalen eller begrense konkurransen merkbart i henhold til artikkel 53 nr. 1, og derfor vanligvis faller utenfor virkeområdet til artikkel 53 nr. 1. I tilfeller der slike avtaler likevel oppfyller vilkårene for anvendelse av artikkel 53 nr. 1, vil EFTAs overvåkningsorgan vanligvis ikke reise sak, da det ikke foreligger tilstrekkelig interesse for EØS, med mindre foretakene samlet eller hver for seg har en dominerende stilling på en vesentlig del av territoriet som omfattes av EØS-avtalen.

## 2. Agentavtaler

(12) Nr. 12 til 20 erstatter kunngjøringen om eneforhandleravtaler med handelsagenter av 1994<sup>(13)</sup>. Bestemmelsene må ses i sammenheng med rettsakten nevnt i nr. 300 i vedlegg VII til EØS-avtalen (rådsdirektiv 86/653/EØF om samordning av medlemsstatenes lovgivning om selvstendige handelsagenter<sup>(14)</sup>). Agentavtaler omfatter den situasjon der en juridisk eller fysisk person (agenten) gis myndighet til å forhandle og/eller inngå avtaler på vegne av en annen (hovedmannen), enten i agentens eget eller i hovedmannens navn, om:

- hovedmannens kjøp av varer eller tjenester, eller
- salg av varer eller tjenester levert av hovedmannen.

(13) Ved ekte agentavtaler vil de forpliktelser som pålegges agenten i forbindelse med forhandling og/eller inngåelse av avtaler på vegne av hovedmannen, ikke komme inn under artikkel 53 nr. 1. Den avgjørende faktor ved vurdering av om artikkel 53 nr. 1 får anvendelse eller ikke, er den økonomiske eller kommersielle risiko agenten løper i forbindelse med den virksomheten vedkommende er utpekt som agent for av hovedmannen. I denne forbindelse er det ikke relevant for vurderingen om agenten opptrer på vegne av én eller flere hovedmenn. Uekte agentavtaler kan komme inn under artikkel 53 nr. 1, og gruppeunntaket og andre deler av disse retningslinjer vil da få anvendelse.

(14) Det er to typer økonomisk eller kommersiell risiko som er avgjørende for om en konkret agentavtale faller inn under artikkel 53 nr. 1. Den første er den risiko som er direkte knyttet til de avtaler agenten inngår og/eller forhandler på vegne av hovedmannen, som finansiering av lagerbeholdning. Den andre er risiko knyttet til markedsspesifikke investeringer. Dette er investeringer som kreves særskilt for den type virksomhet som hovedmannen har utpekt agenten til å drive, f.eks. som kreves for at agenten skal kunne inngå og/eller forhandle den bestemte typen avtaler. Slike investeringer går som regel tapt dersom de ikke kan brukes i annen virksomhet eller selges med betydelig tap når den aktuelle virksomheten avsluttes.

(15) En agentavtale anses som ekte og dermed for ikke å komme inn under artikkel 53 nr. 1, dersom agenten ikke bærer noen eller bare bærer en ubetydelig risiko i forbindelse med avtalene som er inngått og/eller forhandlet på vegne av hovedmannen og i forbindelse med markedsspesifikke investeringer for det aktuelle virksomhetsområdet. I en slik situasjon er salg eller kjøp en del av hovedmannens virksomhet, selv om agenten er et eget foretak. Hovedmannen bærer dermed den tilknyttede økonomiske og

<sup>(10)</sup> Se Førsteinstansdomstolens dom i sak T-7/93 Langnese-Iglo - Europakommisjonen [1995] ECR II-1533, nr. 98.

<sup>(11)</sup> Se De europeiske fællesskaps domstols dom i sak 5/69 Völk - Vervaecke [1969] ECR 295; Case 1/71 Cadillon - Höss [1971] ECR 351 og sak C-306/96 Javico - Yves Saint Laurent [1998] ECR I-1983, nr. 16 og 17.

<sup>(12)</sup> EFT L 42 av 13.2.1997, s. 33. Tilsvarende kommisjonsrekommendasjon 96/280/EF, EFT L 107 av 30.4.1996, s. 4.

<sup>(13)</sup> EFT L 153 av 18.6.1994, s. 23 og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 15 av 18.6.1994, s. 22.

<sup>(14)</sup> EFT L 382 av 31.12.1986.

kommersielle risiko, og agenten utøver ikke noen selvstendig virksomhet i forbindelse med virksomheten hovedmannen har utpekt vedkommende til agent for. I motsatt fall anses agentavtalen som en uekte agentavtale, og kan komme inn under artikkel 53 nr. 1. Agenten bærer da risiko som nevnt, og vil bli behandlet som en uavhengig forhandler som fritt må kunne fastsette sin egen markedsstrategi for å dekke sine avtale- eller markeds-spesifikke investeringer. Risiko tilknyttet virksomheten med å yte agenttjenester i sin alminnelighet, som risikoen for at agentens inntekter kommer til å avhenge av om vedkommende lykkes som agent eller ikke, eller av vedkommendes generelle investeringer i for eksempel lokaler eller personale, er ikke relevant for denne vurderingen.

(16) Spørsmålet om risiko må vurderes konkret for hvert enkelt tilfelle, og ut fra de økonomiske realiteter framfor den juridiske formen. EFTAs overvåkningsorgan er imidlertid av den oppfatning at artikkel 53 nr. 1 vanligvis ikke vil få anvendelse på forpliktelser pålagt agenten i forbindelse med avtaler som forhandles og/eller inngås på vegne av hovedmannen, når agenten ikke har eiendomsrett til de kjøpte eller solgte avtalevarene, når vedkommende ikke selv yter avtaletjenestene samt når agenten:

- ikke bidrar til å dekke kostnadene tilknyttet levering/kjøp av avtalevarene eller -tjenestene, herunder transportkostnader. Dette hindrer ikke at vedkommende yter transporttjenesten, forutsatt at kostnadene dekkes av hovedmannen,
- ikke direkte eller indirekte er pålagt å investere i salgsfremmende tiltak, som for eksempel bidrag til hovedmannens reklamebudsjett,
- ikke for egen regning eller risiko lagerfører avtalevarene, herunder kostnader for finansiering av og tap på lagerbeholdning, og kan returnere usolgte varer kostnadsfritt til hovedmannen, med mindre agenten er ansvarlig for feil (for eksempel for ikke å treffe rimelige sikkerhetstiltak for å unngå tap av lagerbeholdning),
- ikke oppretter og/eller driver service etter salg, reparasjonsservice eller garantiservice med mindre hovedmannen dekker kostnadene i sin helhet,
- ikke gjør markeds-spesifikke investeringer i utstyr, lokaler eller opplæring av personale, som for eksempel investering i tank for lagring av bensin ved detaljsalg av bensin, eller i bestemt programvare for salg av forsikringspoliser når det er snakk om forsikringsagenter,
- ikke påtar seg ansvar overfor tredjemann for skade som voldes av det solgte produktet (produktansvar), med mindre vedkommende som agent er ansvarlig for feil i den forbindelse,
- ikke er ansvarlig for kunder som ikke overholder avtalen, med unntak av tap av agentens provisjon, med mindre agenten er ansvarlig for feil (for eksempel dersom vedkommende har unnlatt å treffe rimelige sikkerhets- eller tyveritiltak eller ikke treffer rimelige tiltak for å melde tyveri til hovedmannen eller politiet eller unnlater å formidle til hovedmannen alle nødvendige opplysninger vedkommende har om kundens økonomiske pålitelighet).

(17) Denne listen er ikke uttømmende. Dersom agenten påtar seg en eller flere av ovennevnte risikoer eller kostnader, kan artikkel 53 nr. 1 imidlertid få anvendelse som ved enhver annen vertikal avtale.

(18) Dersom en agentavtale faller utenfor virkeområdet for artikkel 53 nr. 1, vil alle forpliktelser som er pålagt agenten i forbindelse med avtalene inngått og/eller forhandlet på vegne av hovedmannen, falle utenfor virkeområdet for artikkel 53 nr. 1. Følgende forpliktelser som påhviler agenten vil vanligvis anses som en integrert del av en agentavtale, idet hver av dem omhandler hovedmannens mulighet til å fastsette omfanget av agentens virksomhet i forbindelse med avtalevarene eller -tjenestene, noe som er avgjørende dersom hovedmannen skal påta seg risikoen og dermed være i stand til å fastsette forretningsstrategien:

- begrensninger med hensyn til på hvilket område agenten kan selge de aktuelle varene eller tjenestene,
- begrensninger med hensyn til hvilke kunder agenten kan selge de aktuelle varene eller tjenestene til,
- hvilke priser og vilkår agenten skal benytte ved salg eller kjøp av de aktuelle varene eller tjenestene.

(19) I tillegg til vilkår for agentens salg eller kjøp av avtalevarerne eller -tjenestene på vegne av hovedmannen, inneholder agentavtaler ofte bestemmelser om forholdet mellom agent og hovedmann. De kan særlig inneholde en bestemmelse som hindrer hovedmannen i å utpeke andre agenter for en bestemt type transaksjon, en bestemt kunde eller et bestemt område (eksklusive agentavtaler) og/eller en bestemmelse som hindrer agenten i å opptre som agent eller distributør for foretak som er hovedmannens konkurrenter (konkurransesklausuler). Eksklusive agentavtaler berører bare konkurransen innenfor merkene, og vil vanligvis ikke gi konkurransebegrensende virkninger. Konkurransesklausuler, herunder konkurransesklausuler som gjelder etter avtalens opphør, berører konkurransen mellom merkene, og kan være i strid med artikkel 53 nr. 1 dersom de medfører utestenging fra det relevante marked der avtalevarerne eller -tjenestene selges eller kjøpes (se avsnitt VI.2.1).

(20) En agentavtale kan også falle inn under virkeområdet for artikkel 53 nr. 1 selv om hovedmannen bærer all økonomisk og kommersiell risiko, dersom den legger til rette for samordning. Dette kan for eksempel være tilfellet dersom et antall hovedmenn benytter samme agenter, mens de i fellesskap hindrer andre i å benytte dem, eller dersom de benytter agentene til å samordne markedsføringsstrategier eller utveksle følsom markedsinformasjon seg imellom.

### III. ANVENDELSE AV GRUPPEUNNTAKET

#### 1. Fritaksområde opprettet ved gruppeunntaket

(21) Gruppeunntaket innfører en legalitetsformodning vedrørende vertikale avtaler, avhengig av leverandørens eller kjøperens markedsandel. I henhold til gruppeunntakets artikkel 3 er det vanligvis leverandørens andel av det relevante marked der vedkommende selger avtalevarerne eller -tjenestene, som avgjør om gruppeunntaket får anvendelse. For at gruppeunntaket skal få anvendelse, må denne markedsandelen ikke overstige 30 %. Bare der avtalen inneholder en eksklusiv leveringsforpliktelse som definert i artikkel 1 bokstav c) i gruppeunntaket, er det kjøpers andel av det relevante marked der vedkommende kjøper avtalevarerne eller -tjenestene, som ikke kan overstige 30 % for at gruppeunntaket skal få anvendelse. Med hensyn til markedsandeler henvises det til avsnitt V (nr. 88 til 99).

(22) Fra et økonomisk synspunkt kan en vertikal avtale påvirke ikke bare markedet mellom leverandør og kjøper, men også kjøpers stilling på markedene som befinner seg på et senere ledd i omsetningskjeden. Den forenklede framgangsmåten i gruppeunntaket, som bare tar hensyn til leverandørens eller kjøperens andel (avhengig av den konkrete saken) av markedet mellom disse to partene, begrunnes i at virkningene på markedet som befinner seg på et senere ledd i omsetningskjeden, vanligvis vil være begrenset dersom markedsandelen er under 30 %. Dessuten blir anvendelsen av gruppeunntaket enklere og rettssikkerheten bedre dersom det bare er markedet mellom leverandør og kjøper som tas i betraktning, samtidig med at muligheten for å trekke tilbake unntaket (se nr. 71 til 87) forblir tilgjengelig som et middel til å løse mulige problemer på andre tilknyttede markeder.

#### 2. Gruppeunntakets virkeområde

##### (i) Definisjon av vertikale avtaler

(23) Vertikale avtaler er definert i artikkel 2 nr. 1 i gruppeunntaket som "avtaler og samordnet opptreden inngått mellom to eller flere foretak der hvert av dem, i henhold til avtalen, driver sin virksomhet innen ulike ledd i produksjons- eller distribusjonskjeden, og som gjelder vilkårene for partenes kjøp, salg eller videresalg av varer eller tjenester".

(24) Denne definisjonen inneholder tre hovedelementer:

- avtalen eller den samordnede opptreden er inngått mellom to eller flere foretak. Vertikale avtaler med endelige forbrukere som ikke driver som foretak, omfattes ikke. Mer generelt kan det slås fast at avtaler med endelige forbrukere ikke kommer inn under artikkel 53 nr. 1, da denne artikkelen får anvendelse bare på avtaler mellom foretak, beslutninger truffet av sammenslutninger av foretak og samordnet opptreden. Dette påvirker ikke en eventuell anvendelse av EØS-avtalens artikkel 54,

- avtalen eller den samordnede opptreden er inngått mellom foretak der hvert av dem, i henhold til avtalen, driver sin virksomhet innen ulike ledd i produksjons- eller distribusjonskjeden. Dette betyr for eksempel at ett foretak produserer råvarer som et annet foretak bruker som innsatsfaktor, eller at det første foretaket er produsent, det andre foretaket grossist og det tredje detaljist. Dette utelukker ikke at et foretak kan drive virksomhet i flere enn ett ledd i produksjons- eller distribusjonskjeden,
- avtalene eller den samordnede opptreden gjelder vilkårene for partenes, det vil si leverandørens og kjøperens, “kjøp, salg eller videresalg av varer eller tjenester”. Dette gjenspeiler formålet med gruppeunntaket, nemlig å omfatte avtaler om kjøp og distribusjon. Dette er avtaler som berører vilkårene for kjøp, salg eller videresalg av varene eller tjenestene levert av leverandøren og/eller som berører vilkårene for kjøperens salg av varer eller tjenester der disse varene eller tjenestene inngår. Ved anvendelsen av gruppeunntaket skal både varer og tjenester som leveres av leverandøren samt varer eller tjenester der disse inngår, anses som avtalevarer eller -tjenester. Vertikale avtaler vedrørende alle typer varer og tjenester, såvel ferdige varer og tjenester som varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd, omfattes. Det eneste unntaket finnes i motorvognbransjen, så lenge denne sektoren er dekket av et særskilt gruppeunntak som det gitt i rettsakten nevnt i nr. 4 bokstav a) i vedlegg XIV til EØS-avtalen (forordning (EF) nr. 1475/95<sup>(15)</sup>). Varer eller tjenester levert av leverandøren kan videreselges av kjøperen, eller brukes av denne som innsatsfaktorer i egen produksjon .

(25) Gruppeunntaket får også anvendelse på varer solgt og kjøpt med henblikk på utleie til tredjemann. Leie- og leasingavtaler som sådanne omfattes imidlertid ikke av gruppeunntaket, da leverandøren ikke selger noen vare eller tjeneste til kjøperen. Generelt omfatter gruppeunntaket ikke begrensninger eller forpliktelser som ikke gjelder vilkårene for kjøp, salg eller videresalg, som for eksempel en forpliktelse som hindrer partene i å drive selvstendig forskning og utvikling som partene kan ha innlemmet i en ellers vertikal avtale. I tillegg utelukker artikkel 2 nr. 2 til 5, direkte eller indirekte, enkelte vertikale avtaler fra gruppeunntaket.

(ii) *Vertikale avtaler mellom konkurrenter*

(26) Artikkel 2 nr. 4 i gruppeunntaket fastsetter at unntaket ikke får anvendelse på “vertikale avtaler inngått mellom konkurrerende foretak”. Vertikale avtaler mellom konkurrenter vil med hensyn til samordningsvirkninger bli omtalt i de kommende retningslinjer om anvendelsen av artikkel 53 på horisontalt samarbeid<sup>(16)</sup>. Disse retningslinjer vil imidlertid omhandle slike avtalers vertikale aspekter. I artikkel 1 bokstav a) i gruppeunntaket er konkurrerende foretak definert som “faktiske eller potensielle leverandører på det samme produktmarked”, uavhengig av om de er konkurrenter på det samme geografiske marked eller ikke. Konkurrerende foretak er foretak som er faktiske eller potensielle leverandører av avtalevarer eller -tjenestene eller varer og tjenester som er substituerbare med avtalevarer eller -tjenestene. En potensiell leverandør er et foretak som ikke faktisk produserer et konkurrerende produkt, men som uten avtalen ville eller hadde kunnet gjøre det som reaksjon på en liten og varig økning i de relative prisene. Dette betyr at foretaket ville være i stand til, og sannsynligvis ville, gjennomføre de nødvendige tilleggsinvesteringer og forsyne markedet innen et år. Denne vurderingen må bygge på realistiske forhold; en rent teoretisk mulighet for at vedkommende vil gå inn på markedet, er ikke tilstrekkelig<sup>(17)</sup>.

(27) Det finnes tre unntak fra den generelle bestemmelsen om at vertikale avtaler mellom konkurrenter faller utenfor gruppeunntaket. De tre er nedfelt i artikkel 2 nr. 4, og omhandler ensidige avtaler. Med ensidig avtale menes for eksempel en avtale om at en produsent blir distributør for en annen produsents produkter, mens sistnevnte produsent ikke blir distributør for førstnevntes produkter. Ensidige avtaler mellom konkurrenter omfattes av gruppeunntaket dersom (1) kjøperen har en samlet årsomsetning som ikke overstiger 100 millioner euro, eller (2) leverandøren er produsent og distributør av varer, mens

<sup>(15)</sup> EFT L 145 av 29.6.1995, s. 25.

<sup>(16)</sup> I artikkel 5 nr. 1 bokstav b) i Overvåknings- og domstolsavtalen er det fastsatt at EFTAs overvåkningsorgan, i samsvar med bestemmelsene i EØS-avtalen, og for å sikre at EØS-avtalen virker etter sin hensikt, skal sikre anvendelsen av konkurransereguleringene i EØS-avtalen. Med hensyn til ikke-bindende rettsakter vedtatt av Europakommisjonen etter at EØS-avtalen ble undertegnet, skal EFTAs overvåkningsorgan vedta tilsvarende rettsakter når dette er relevant for EØS. I påvente av at dets kunngjøringer skal vedtas, har EFTAs overvåkningsorgan til hensikt å anvende prinsippene nedfelt i de aktuelle kunngjøringene fra Kommisjonen, herunder Kommisjonens retningslinjer om anvendelsen av artikkel 81 på avtaler om horisontalt samarbeid, OJ C 3, 6.1.2001, p. 2.

<sup>(17)</sup> Kunngjøring fra EFTAs overvåkningsorgan om avgrensning av det relevante marked innen konkurranseretten i Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS), EFT L 200 av 16.7.1998, s. 48 og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 28 av 16.7.1998, s. 3, nr. 20-24 samt kommisjonsvedtak 90/410/EØF i sak nr. IV/32.009 - Elopak/Metal Box-Odin, EFT L 209 av 8.8.1990, s. 15.

kjøperen er en distributør og ikke produsent av konkurrerende varer, eller (3) leverandøren er tjenesteyter innen flere omsetningsledd mens kjøperen ikke yter konkurrerende tjenester innen det omsetningsledd der vedkommende kjøper avtaletjenestene. Det andre unntaket omfatter tilfeller av parallell distribusjon, det vil si der produsenten av bestemte varer også opptrer som distributør for varene i konkurranse med uavhengige distributører av produsentens varer. En distributør som leverer spesifikasjoner til en produsent for produksjon av bestemte varer under distributørens varemerke, skal ikke anses som en produsent av slike egne varemerker. Det tredje unntaket dekker lignende forekomster av parallell distribusjon, men i dette tilfellet for tjenester, når leverandøren også yter tjenester på samme omsetningsledd som kjøperen.

(iii) *Sammenslutninger av detaljister*

(28) I artikkel 2 nr. 2 i gruppeunntaket er det fastsatt at unntaket skal omfatte vertikale avtaler inngått av en sammenslutning av foretak som oppfyller særlige vilkår, slik at avtaler inngått av alle andre sammenslutninger dermed utelukkes fra gruppeunntaket. Vertikale avtaler inngått mellom en sammenslutning av foretak og dens medlemmer eller mellom en slik sammenslutning og dens leverandører, omfattes av gruppeunntaket bare dersom alle sammenslutningens medlemmer er varedetaljister (ikke tjenstedetaljister), og dersom intet medlem av sammenslutningen har en samlet årsomsetning på over 50 millioner euro. Detaljister er distributører som videreselger varer til endelige forbrukere. Dersom bare et begrenset antall av sammenslutningens medlemmer har en samlet årsomsetning som ikke vesentlig overstiger grensen på 50 millioner euro, vil dette vanligvis ikke endre vurderingen i henhold til artikkel 53.

(29) Innenfor en sammenslutning av foretak kan såvel horisontale som vertikale avtaler inngås. De horisontale avtalene må vurderes i samsvar med prinsippene i de kommende retningslinjer om anvendelsen av artikkel 53 på horisontalt samarbeid. Dersom denne vurderingen konkluderer med at et samarbeid mellom foretak på området for kjøp eller salg kan godtas, vil det være nødvendig å foreta en ytterligere vurdering av de vertikale avtalene som sammenslutningen har inngått med sine leverandører eller enkelte medlemmer. Sistnevnte vurdering skal foretas etter reglene i gruppeunntaket og i disse retningslinjer. For eksempel må horisontale avtaler inngått mellom sammenslutningens medlemmer eller vedtak gjort av sammenslutningen, slik som et vedtak om å kreve at medlemmene kjøper fra sammenslutningen eller et vedtak om å tildele medlemmene eksklusive geografiske områder, i første omgang vurderes som en horisontal avtale. Bare dersom denne vurderingen er positiv, er det relevant å vurdere de vertikale avtalene mellom sammenslutningen og enkeltmedlemmene eller mellom sammenslutningen og dens leverandører.

(iv) *Vertikale avtaler som inneholder bestemmelser om immaterialrettigheter*

(30) I artikkel 2 nr. 3 i gruppeunntaket er det fastsatt at unntaket skal omfatte vertikale avtaler som inneholder særlige bestemmelser om overdragelse av immaterialrettigheter til kjøperen eller dennes bruk av disse. Dermed utelukkes alle andre vertikale avtaler som inneholder bestemmelser om immaterialrettigheter, fra unntaket. Gruppeunntaket får anvendelse på vertikale avtaler som inneholder bestemmelser om immaterialrettigheter, når fem vilkår er oppfylt:

- bestemmelsene om immaterialrettigheter må være en del av en vertikal avtale, det vil si en avtale med vilkår for partenes kjøp, salg eller videresalg av varer eller tjenester,
- immaterialrettighetene skal overdras til eller benyttes av kjøperen,
- bestemmelsene om immaterialrettigheter må ikke utgjøre avtalens hovedgjenstand,
- bestemmelsene om immaterialrettigheter må være direkte knyttet til kjøperens eller dennes kunders bruk, salg eller videresalg av varer eller tjenester. Ved franchiseavtaler, der immaterialrettighetene utnyttes i markedsføringsøyemed, distribueres varene eller tjenesten av hovedfranchisetaker eller franchisetakerne,
- bestemmelsene om immaterialrettigheter må ikke, når det gjelder avtalevarer eller -tjenester, inneholde konkurransebegrensninger som har samme formål eller virkning som vertikale begrensninger som ikke er unntatt etter gruppeunntaket.

(31) Disse vilkårene sikrer at gruppeunntaket får anvendelse på vertikale avtaler der bruk, salg eller videresalg av varer eller tjenester kan foretas mer effektivt fordi immaterialrettigheter overdras til eller brukes av kjøperen. Med andre ord kan begrensninger som gjelder overdragelse eller bruk av immaterialrettigheter, omfattes av gruppeunntaket dersom avtalens hovedgjenstand er kjøp eller distribusjon av varer eller tjenester.

(32) Det første vilkåret gjør det klart at immaterialrettighetene skal inngå i en avtale om kjøp eller distribusjon av varer eller kjøp eller yting av tjenester, og ikke en avtale om tildeling av eller lisens på immaterialrettigheter for produksjon av varer, eller en ren lisensavtale. Gruppeunntaket omfatter for eksempel ikke:

- avtaler der en part forsyner en annen part med en oppskrift og gir lisens til å produsere en drikk på grunnlag av denne oppskriften,
- avtaler der en part forsyner en annen part med en form eller masterkopi og gir lisens til å produsere og distribuere kopier,
- rene lisenser på et varemerke eller en logo med henblikk på å fremme salget,
- sponsoravtaler om retten til å annonsere seg selv som offisiell sponsor for en begivenhet,
- lisens på opphavsrett som kringkastingsavtaler om retten til å ta opp og/eller kringkaste en begivenhet.

(33) Det andre vilkåret gjør det klart at gruppeunntaket ikke får anvendelse når det er kjøper som forsyner leverandøren med immaterialrettighetene, uansett om immaterialrettighetene gjelder produksjonsmåte eller distribusjonsmåte. En avtale om overføring av immaterialrettigheter til leverandøren og som inneholder mulige salgsbegrensninger pålagt leverandøren, omfattes ikke av gruppeunntaket. Dette betyr særlig at gruppeunntaket ikke får anvendelse på underleveranser som omfatter overføring av knowhow til en underleverandør<sup>(18)</sup>. Vertikale avtaler hvor kjøper kun forsyner leverandøren med spesifikasjoner som beskriver varene som skal leveres eller tjenestene som skal ytes, omfattes imidlertid av gruppeunntaket.

(34) Det tredje vilkåret slår fast at en avtale for å omfattes av gruppeunntaket ikke må ha tildeling eller lisensiering av immaterialrettigheter som hovedgjenstand. Avtalens hovedgjenstand må være kjøp eller distribusjon av varer og tjenester, og bestemmelsene om immaterialrettigheter må bidra til gjennomføringen av den vertikale avtalen.

(35) Det fjerde vilkåret krever at bestemmelsene om immaterialrettigheter letter kjøperens eller dennes kunders bruk, salg eller videresalg av de aktuelle varene eller tjenestene. Varer eller tjenester som skal brukes eller videreselges leveres vanligvis av lisensgiver, men lisensinnehaveren kan også kjøpe dem fra en tredjemann. Bestemmelsene om immaterialrettigheter vil vanligvis omhandle markedsføring av varer eller tjenester. Dette er for eksempel tilfellet ved franchiseavtaler der franchisegiver selger varer for videresalg til franchisetaker og i tillegg gir franchisetaker lisens til å benytte franchisegivers varemerke og knowhow for å markedsføre varene. Et annet tilfelle som omfattes, er det der en leverandør av et konsentrert ekstrakt gir kjøperen lisens til å fortynne og tappe ekstraktet før det selges som en drikk.

(36) Det femte vilkåret fastsetter i særdeleshet at bestemmelser om immaterialrettigheter ikke skal ha samme formål eller virkning som noen av de alvorlige begrensningene som er oppført i artikkel 4 i gruppeunntaket, eller noen begrensning som er utelukket fra gruppeunntakets virkeområde i henhold til artikkel 5 (se nr. 46 til 61).

(37) Immaterialrettigheter som kan anses for å lette gjennomføringen av vertikale avtaler i henhold til artikkel 2 nr. 3 i gruppeunntaket, omhandler vanligvis tre hovedområder: varemerker, opphavsrett og knowhow.

<sup>(18)</sup> Se Kunngjøring fra EFTAs overvåkningsorgan om underleverandøravtaler, EFT L 153 av 18.6.1994, s. 30 og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 15 av 18.6.1994, s. 29.

## Varemerker

(38) En varemerkisens til en forhandler kan være knyttet til distribusjonen av lisensgivers produkter i et bestemt område. Dersom det er en eksklusiv lisens, har avtalen karakter av en enedistribusjonsavtale.

## Opphavsrett

(39) Videreforhandlere av varer som omfattes av opphavsrett (bøker, programvare osv), kan av rettighetshaveren pålegges som vilkår for å videreselge varen, at kjøperen, som enten kan være en annen videreforhandler eller en sluttbruker, ikke krenker opphavsretten. Slike forpliktelser som pålegges videreforhandleren, er omfattet av gruppeunntaket i den utstrekning de kommer inn under artikkel 53 nr. 1.

(40) Avtaler om at fysiske kopier av programvare skal leveres til videresalg og der videreforhandler ikke får lisens på noen rettighet til programvaren, men bare har rett til å videreselge de fysiske kopiene, skal i forhold til gruppeunntaket anses som avtaler om levering av varer for videresalg. Ved denne typen distribusjon gir rettighetshaveren kun lisens til brukeren av programvaren. Den kan ha form av en såkalt "shrink wrap"-lisens, det vil si at et sett med vilkår er innlemmet i pakken med den fysiske kopien, og sluttbrukeren anses for å ha godtatt vilkårene idet vedkommende åpner pakken.

(41) Kjøpere av maskinvare som inneholder programvare beskyttet av opphavsrett, kan av rettighetshaver pålegges å ikke krenke opphavsretten ved for eksempel å lage kopier og videreselge programvaren, eller lage kopier og bruke programvaren i kombinasjon med annen maskinvare. Slike brukerrestriksjoner omfattes av gruppeunntaket i den utstrekning de kommer inn under artikkel 53 nr. 1.

## Knowhow

(42) Franchiseavtaler, med unntak av industrielle franchiseavtaler, er det mest opplagte eksemplet på at en kjøper får overført knowhow i markedsføringsøyemed. Franchiseavtaler inneholder lisenser på immaterialrettigheter knyttet til varemerker eller logoer, og knowhow med henblikk på bruk og distribusjon av varer eller tjenesteyting. I tillegg til lisensen på immaterialrettigheter, forsyner franchisegiver franchisetaker vanligvis med kommersiell eller teknisk bistand i hele avtalens løpetid, for eksempel innkjøpstjenester, opplæring, rådgiving om fast eiendom, økonomiplanlegging osv. Lisensen og bistanden er integrerte deler av den forretningsmetode franchiseavtalen omhandler.

(43) Lisenser som inngår i franchiseavtaler, er omfattet av gruppeunntaket dersom alle de fem vilkårene oppført i nr. 30 er oppfylt. Dette er vanligvis tilfellet, da de fleste franchiseavtaler, også hovedfranchiseavtaler, fastsetter at franchisegiver forsyner franchisetaker med varer og/eller tjenester, særlig tjenester som omfatter kommersiell eller teknisk bistand. Immaterialrettighetene hjelper franchisetaker med å selge produktet som franchisegiver eller en leverandør utpekt av franchisegiver leverer, eller med å benytte disse produktene og selge de resulterende varene eller tjenestene. Dersom franchiseavtalen bare eller primært omhandler lisens på immaterialrettigheter, omfattes avtalen ikke av gruppeunntaket, men vil bli behandlet på lignende måte som de franchiseavtaler som omfattes av gruppeunntaket.

(44) Følgende forpliktelser knyttet til immaterialrettigheter anses vanligvis som nødvendige for å verne franchisegivers immaterialrettigheter, og omfattes også av gruppeunntaket dersom forpliktelsene kommer inn under artikkel 53 nr. 1:

- (a) en forpliktelse for franchisetaker til ikke å engasjere seg direkte eller indirekte i noen lignende virksomhet,
- (b) en forpliktelse for franchisetaker til ikke å erverve økonomiske interesser i et konkurrerende foretak som gir vedkommende innflytelse over et slikt foretaks økonomiske adferd,
- (c) en forpliktelse for franchisetaker til ikke å røpe overfor tredjemann den knowhow som franchisegiver har overført til vedkommende, så lenge knowhowen ikke er kjent for allmennheten,

- (d) en forpliktelse for franchisetaker til å underrette franchisegiver om enhver erfaring som er gjort i forbindelse med franchiseavtalen, og gi franchisegiver og andre franchisetakere en ikke-eksklusiv lisens på den knowhow som erfaringen innebærer,
- (e) en forpliktelse for franchisetaker til å underrette franchisegiver om krenkelser av lisensierte immaterialrettigheter, å ta rettslige skritt mot dem som har krenket dem eller bistå franchisegiver ved ethvert rettslig skritt mot slike,
- (f) en forpliktelse for franchisetaker til ikke å benytte knowhowen lisensiert av franchisegiver for andre formål enn til utnyttelse av franchisen,
- (g) en forpliktelse for franchisetaker til ikke å overføre rettighetene og forpliktelsene som følger av franchiseavtalen uten franchisegivers samtykke.

(v) *Forholdet til andre gruppeunntak*

(45) I artikkel 2 nr. 5 slås det fast at gruppeunntaket ikke får anvendelse på vertikale avtaler hvis gjenstand omfattes av virkeområdet for andre gruppeunntak. Det betyr at gruppeunntaket ikke får anvendelse på vertikale avtaler som omfattes av rettsakten nevnt i nr. 5 i vedlegg XIV til EØS-avtalen om teknologioverføring (kommisjonsforordning (EF) Nr. 240/96<sup>(19)</sup>), rettsakten nevnt i nr. 4 bokstav a) i vedlegg XIV til EØS-avtalen om distribusjon av motorvogner (kommisjonsforordning (EF) nr. 1475/1995<sup>(20)</sup>) eller rettsaktene nevnt i nr. 6 og 7 i vedlegg XIV til EØS-avtalen om unntak for vertikale avtaler inngått i forbindelse med horisontale avtaler (henholdsvis forordning (EØF) nr. 417/85 (15)<sup>(21)</sup> og forordning (EØF) nr. 418/85<sup>(22)</sup>), eller noe annet framtidig regelverk av samme type som innlemmes i EØS-avtalen.

### 3. Alvorlige begrensninger i henhold til gruppeunntaket

(46) Gruppeunntakets artikkel 4 bokstav a) inneholder en liste over alvorlige begrensninger om fører til at hele den vertikale avtalen utelukkes fra gruppeunntaket. Denne listen over alvorlige begrensninger får anvendelse på vertikale avtaler som vedrører handel innenfor det territorium som omfattes av EØS-avtalen. I den grad vertikale avtaler angår eksport utenfor EØS eller import/gjeninnførsel fra områder utenfor EØS, vises det til dom i saken *Javico mot Yves Saint Laurent*<sup>(23)</sup>. Det er også usannsynlig at det gis individuelle unntak for vertikale avtaler som inneholder slike alvorlige begrensninger.

(47) Den alvorlige begrensningen fastsatt i artikkel 4 bokstav a) i gruppeunntaket omhandler fastsettelse av videresalgpriser, det vil si avtaler eller samordnet opptreden som har som direkte eller indirekte formål å fastsette en fast eller en minste videresalgpris eller et fast eller et minste salgsprisenivå som kjøper skal respektere. Ved kontraktsbestemmelser eller samordnet opptreden som fastsetter videresalgprisen direkte, er begrensningen åpenbar. Videresalgprisen kan imidlertid også forsøkes fastsatt indirekte. Et eksempel på dette er en avtale som fastsetter distribusjonsmarginen, maksimumsnivå for rabatten distributøren kan gi på et fastsatt prisnivå, ordninger som gjør leverandørrabatten eller refusjon av utgifter til salgsfremmende tiltak avhengig av om et gitt prisnivå opprettholdes, kobling av den fastsatte videresalgprisen til konkurrenters videresalgpriser, trusler, intimidasjon, advarsler, straff, forsinkelser eller tilbakeholding av leveranser eller oppsigelse av avtalen i forbindelse med overholdelse av et gitt prisnivå. Direkte eller indirekte måter å fastsette priser på kan gjøres mer effektive dersom de kombineres med tiltak for å identifisere forhandlere som benytter lavere priser, som innføring av et prisovervåkingssystem eller en forpliktelse for detaljister til å angi andre medlemmer av distribusjonssystemet som har priser som avviker fra vanlig prisnivå. På lignende måte kan direkte eller indirekte prisfastsettelse gjøres mer effektiv gjennom tiltak som kan redusere kjøpers tilbøyelighet til å senke videresalgprisen, som at leverandøren trykker en anbefalt videresalgpris på produktet, eller at leverandøren pålegger selger å anvende en "mest begunstiget kundeklausul". De samme indirekte midlene og de samme støttetiltakene kan benyttes til å få maksimumspriser eller veiledende priser til å fungere som bindende videresalgpriser. Det at leverandøren forsyner kjøper med en liste over veiledende priser eller maksimumspriser, anses imidlertid ikke i seg selv for å føre til fastsettelse av videresalgprisen.

<sup>(19)</sup> EFT L 31 av 9.2.1996, s. 2.

<sup>(20)</sup> EFT L 145 av 29.6.1995, s. 25.

<sup>(21)</sup> EFT L 53 av 22.2.1985, s. 1.

<sup>(22)</sup> EFT L 53 av 22.2.1985, s. 5.

<sup>(23)</sup> Se fotnote 11.

(48) Ved agentavtaler er det vanligvis hovedmannen som fastsetter salgsprisen, da agenten ikke blir eier av varene. Når en agentavtale kommer inn under artikkel 53 nr. 1 (se nr. 12 til 20), vil imidlertid et krav om at agenten ikke eller i begrenset grad deler sin faste eller variable provisjon med kunden, være en alvorlig begrensning i henhold til artikkel 4 bokstav a) i gruppeunntaket. Agenten skal fritt kunne senke den faktiske prisen kunden betaler uten at dette reduserer hovedmannens inntekt<sup>(24)</sup>.

(49) Den alvorlige begrensningen omtalt i artikkel 4 bokstav b) i gruppeunntaket omhandler avtaler eller samordnet opptreden som har som direkte eller indirekte formål å begrense kjøperens salg, i den grad disse begrensningene gjelder hvilket område eller hvilken kundegruppe kjøperen kan selge avtalevarene eller -tjenestene til. Denne alvorlige begrensningen gjelder oppdeling av markedet etter område eller etter kundegruppe. Dette kan være resultatet av direkte forpliktelser, som forbud mot å selge til visse kunder eller til kunder i bestemte områder, eller forpliktelsen til å henvise ordrer fra disse kundene til andre distributører. Det kan også være resultatet av indirekte tiltak iverksatt for å få distributøren til å avstå fra selge til slike kunder, som det å inndra eller redusere bonuser eller rabatter, nekte å levere, redusere eller begrense leveransene i forhold til etterspørselen innenfor det tildelte området eller den tildelte kundegruppen, trussel om oppsigelse av avtalen eller plikt til å tilbakebetale fortjeneste. Videre kan det være resultatet av at leverandøren ikke yter en garantiservice som dekker hele EØS-området, der alle distributører forpliktet til å yte garantiservice og får refundert utgiftene i forbindelse med dette av leverandøren, selv når det gjelder produkter solgt av andre distributører til deres område. Sannsynligheten for at slike tilfeller anses som en begrensning av kjøpers salg, er enda større når de benyttes i forbindelse med at leverandøren installerer et overvåkningssystem som skal kontrollere varenes faktiske bestemmelsessted, f.eks. bruk av differensierte etiketter eller serienumre. Dersom alle distributører pålegges et forbud mot å selge til visse sluttbrukere, anses dette imidlertid ikke som en alvorlig begrensning dersom det er knyttet en objektiv begrunnelse til produktet, som et generelt forbud mot salg av farlige stoffer til visse kunder, av sikkerhetsgrunner eller helsemessige årsaker. Dette innebærer at heller ikke leverandøren kan selge til disse kundene. Det at en videreforsandler pålegges å vise leverandørens merkenavn, anses heller ikke som en alvorlig begrensning.

(50) Det finnes fire unntak fra bestemmelsen om alvorlige begrensninger i artikkel 4 bokstav b) i gruppeunntaket. I henhold til det første unntaket kan en leverandør begrense sine kjøperes aktive salg til et eksklusivt område eller en eksklusiv kundegruppe som er reservert for en annen kjøper eller som leverandøren har reservert for seg selv. Et område eller en kundegruppe er eksklusiv når leverandøren samtykker i å selge sitt produkt til bare én distributør for distribusjon i et bestemt område eller til en bestemt kundegruppe, og den eksklusive distributøren er beskyttet mot aktivt salg i sitt område eller til sin kundegruppe fra leverandøren og alle leverandørens øvrige kjøpere på området som omfattes av EØS-avtalen. Leverandøren kan kombinere tildeling av et eksklusivt område og en eksklusiv kundegruppe ved for eksempel å utpeke en enedistributør for en bestemt kundegruppe i et bestemt område. Denne beskyttelsen av eksklusive områder eller kundegrupper må imidlertid tillate passivt salg til slike områder eller kundegrupper. Ved anvendelsen av artikkel 4 bokstav b) i gruppeunntaket, tolker EFTAs overvåkningsorgan begrepene "aktivt" og "passivt" salg på følgende måte:

- Med "aktivt" salg menes aktiv henvendelse til individuelle kunder innenfor en annen distributørs eksklusive område eller kundegruppe, ved for eksempel direkte post eller besøk. Aktivt salg omfatter også aktiv henvendelse til en bestemt kundegruppe eller kunder i et bestemt område som er eksklusivt tildelt en annen distributør, gjennom annonsering i media eller andre salgsfremmende tiltak spesielt rettet mot denne kundegruppen eller mot kunder i dette området. Etablering av et lager eller en distribusjonskanal i en annen distributørs eksklusive område, anses også som aktivt salg.
- Med "passivt" salg menes besvaring av uoppfordrede forespørsler fra individuelle kunder om levering av varer eller tjenester til slike kunder. Generell annonsering eller generelle salgsfremmende tiltak i media eller på Internett som når kunder i andre distributørs eksklusive områder eller kundegrupper, men som er en fornuftig måte å nå kunder utenfor disse områdene eller kundegruppene på, for eksempel kunder i ikke-eksklusive områder eller i eget område, anses som passivt salg.

(51) Enhver distributør må fritt kunne benytte Internett for å annonsere eller selge produkter. En begrensning i distributørs bruk av Internett kan komme inn under gruppeunntaket bare dersom slike salgsfremmende tiltak eller slikt salg over Internett ville føre til aktivt salg til andre distributørs

<sup>(24)</sup> Se for eksempel kommisjonsvedtak 91/562/EØF i sak nr. IV/32.737 - Eirpage, EFT L 306 av 7.11.1991, s. 22, særlig nr. 6.

eksklusive områder eller kundegrupper. Bruk av Internett anses vanligvis ikke som en type aktivt salg til slike områder eller kundegrupper, da det er en fornuftig måte å nå ut til de enkelte kunder på. Det at slik bruk kan få ringvirkninger utenfor eget område eller egen kundegruppe, skyldes teknologiske forhold, det vil si den enkle tilgangen uavhengig av geografisk plassering. Dersom en kunde besøker en distributørs nettsted og kontakter denne distributøren, og dersom denne kontakten fører til salg, herunder levering, anses dette som passivt salg. Hvilket språk som benyttes på nettstedet eller i kommunikasjonen, spiller vanligvis ingen rolle i denne forbindelse. Såfremt et nettsted ikke er spesielt rettet mot kunder primært lokalisert innenfor området eller en kundegruppe som er eksklusivt tildelt en annen distributør, for eksempel med bruk av faner eller lenker på sider som er spesielt tilgjengelige for disse eksklusivt tildelte kundene, anses nettstedet ikke som en form for aktivt salg. Uppfordrede e-postmeldinger sendt til enkeltkunder eller bestemte kundegrupper anses imidlertid som aktivt salg. De samme betraktninger gjelder for postordresalg. Uavhengig av det som er sagt ovenfor, kan leverandøren kreve at kvalitetsstandarder oppfylles ved bruk av nettstedet til videresalg av dennes varer, på samme måte som leverandøren kan kreve at kvalitetsstandarder oppfylles av en butikk eller ved annonsering og salgsfremmende tiltak generelt. Sistnevnte tilfelle kan være særlig relevant ved selektiv distribusjon. Et direkte forbud mot Internett salg eller postordresalg er bare mulig dersom det foreligger en objektiv begrunnelse for dette. Leverandøren kan ikke under noen omstendighet forbeholde seg retten til salg og/eller annonsering over Internett.

(52) Det finnes tre andre unntak fra den alvorlige begrensningen fastsatt i gruppeunntakets artikkel 4 bokstav b). Alle tre unntak åpner for å begrense både aktivt og passivt salg. Det er dermed tillatt å begrense en grossists salg til sluttbrukere, å pålegge en utpekt distributør i et selektivt distribusjonssystem begrensninger i salget på ethvert omsetningsledd til ikke-autoriserte distributører i markeder hvor et slikt distribusjonssystem benyttes, og å begrense kjøperens mulighet til å videreselge deler som leveres med henblikk på innarbeiding, til leverandørens konkurrenter. Begrepet "del" omfatter alle varer i mellomliggende omsetningsledd, og begrepet "innarbeiding" omfatter bruken av enhver innsatsfaktor til produksjon av varer.

(53) Den alvorlige begrensningen fastsatt i gruppeunntakets artikkel 4 bokstav c) gjelder tilfeller hvor medlemmer av et selektivt distribusjonssystem pålegges begrensninger med hensyn til aktivt eller passivt salg til sluttbrukere, både profesjonelle sluttbrukere og endelige forbrukere. Dette betyr at forhandlere i et selektivt distribusjonssystem som definert i artikkel 1 bokstav d) i gruppeunntaket, ikke kan pålegges begrensninger med hensyn til hvilke brukere eller innkjøpsagenter som handler på vegne av disse brukerne, de kan selge til. For eksempel skal forhandleren også i et selektivt distribusjonssystem fritt kunne annonsere og selge ved hjelp av Internett. Selektiv distribusjon kan kombineres med enedistribusjon, forutsatt at aktivt og passivt salg ikke begrenses på noen måte. Leverandøren kan derfor forplikte seg til å levere bare til én forhandler eller til et begrenset antall forhandlere i et bestemt område.

(54) Ved selektiv distribusjon kan i tillegg forhandlerens mulighet til å avgjøre plasseringen av egne forretningslokaler, begrenses. Utvalgte forhandlere kan hindres i å drive sin forretning fra ulike lokaler, eller i å åpne en ny forretning på et annet sted. Dersom forhandlerens salgssted er mobilt ("rullende butikk"), kan det defineres et område som det mobile salget ikke kan foregå utenfor.

(55) Den alvorlige begrensningen fastsatt i artikkel 4 bokstav d) gjelder begrensning av kryssleveranser mellom utpekte distributører innen et selektivt distribusjonssystem. Dette betyr at en avtale eller samordnet opptreden ikke kan ha som direkte eller indirekte formål å hindre eller begrense aktivt eller passivt salg av avtaleprodukter mellom de utvalgte distributørene. Utvalgte distributører skal ha mulighet til å kjøpe avtalevarene fra andre utpekte distributører innenfor systemet, enten i samme eller i et annet omsetningsledd. Dette betyr at selektiv distribusjon ikke kan kombineres med vertikale begrensninger som er ment å tvinge distributører til å kjøpe avtaleproduktene utelukkende fra én bestemt kilde, for eksempel eksklusiv kjøpsplikt. Det betyr også at grossister innenfor et selektivt distribusjonssystem ikke kan pålegges restriksjoner med hensyn til deres salg av produktet til utpekte detaljister.

(56) Den alvorlige begrensningen fastsatt i gruppeunntakets artikkel 4 bokstav e) gjelder avtaler som hindrer eller begrenser sluttbrukere, uavhengige reparatører og tjenesteytere i å motta reservedeler direkte fra produsenten av slike reservedeler. En avtale mellom en produsent av reservedeler og en kjøper som innarbeider disse delene i sine egne produkter (produsent av originalt utstyr), kan ikke, verken direkte eller indirekte, hindre eller begrense produsentens salg av disse reservedelene til sluttbrukere, uavhengige

reparatører eller tjenesteytere. Indirekte begrensninger kan særlig oppstå dersom leverandøren av reservedelene pålegges begrensninger med hensyn til levering av teknisk informasjon og spesialutstyr som er nødvendig for at brukere, uavhengige reparatører eller tjenesteleverandører skal kunne benytte reservedelene. Avtalen kan imidlertid legge restriksjoner på leveringen av reservedeler til reparatører eller tjenesteleverandører som produsenten av originalt utstyr har utpekt til å reparere eller yte service på produsentens egne varer. Med andre ord kan produsenten av originalt utstyr kreve at vedkommendes eget reparasjons- og servicenettverk kjøper reservedeler fra produsenten selv.

#### 4. Vilkår fastsatt i gruppeunntaket

(57) Artikkel 5 i gruppeunntaket utelukker visse forpliktelser fra å omfattes av gruppeunntaket selv om grensen for markedsandel ikke overskrides. Gruppeunntaket får imidlertid fortsatt anvendelse på den resterende delen av den vertikale avtalen dersom denne delen kan skilles fra de forpliktelser som ikke er unntatt.

(58) Den første forpliktelsen som ikke omfattes av gruppeunntaket, er omtalt i gruppeunntakets artikkel 5 bokstav a), og omfatter konkurranseklausuler. Konkurranseklausuler er klausuler som krever at kjøperen kjøper fra leverandøren, eller fra et annet foretak utpekt av leverandøren, mer enn 80 % av kjøperens samlede innkjøp av avtalevarene eller -tjenestene samt deres substitutter – beregnet på grunnlag av innkjøpene i det foregående år – (se definisjonen i gruppeunntakets artikkel 1 bokstav b)), og som dermed hindrer kjøperen i å kjøpe konkurrerende varer eller tjenester eller begrenser slike kjøp til mindre enn 20 % av det samlede salget. Dersom det ikke foreligger relevante opplysninger om kjøperens innkjøp for kalenderåret forut for avtaleinngåelsen, kan kjøperens beste overslag over sitt samlede årlige behov benyttes. Slike konkurranseklausuler omfattes ikke av gruppeunntaket dersom de er av ubegrenset varighet eller dersom de overstiger fem år. Konkurranseklausuler som stilltiende kan fornyes ut over et tidsrom på fem år, omfattes heller ikke av gruppeunntaket. Gruppeunntaket får imidlertid anvendelse på konkurranseklausuler som i tid er begrenset til fem år eller mindre, eller dersom en fornyelse utover fem år krever uttrykkelig samtykke fra begge parter og det ikke foreligger noen hindringer som forhindrer kjøperen fra å si opp konkurranseklausulen etter utløpet av de fem årene. Dersom avtalen for eksempel fastsetter en femårig konkurranseklausul og leverandøren yter kjøperen et lån, skal tilbakebetalingen av lånet ikke hindre kjøperen i faktisk å si opp konkurranseklausulen ved utløpet av femårsperioden; tilbakebetalingen må ordnes i like eller synkende avdrag, og må ikke stige over tid. Dette berører ikke muligheten for, eksempelvis i forbindelse med en ny distribusjonskanal, å utsette tilbakebetalingen i ett til to år til salget har nådd et bestemt nivå. Kjøperen må ha mulighet til å tilbakebetale restgjelden dersom et beløp fortsatt er utestående når konkurranseklausulen utløper. Dersom leverandøren forsyner kjøperen med utstyr som ikke er spesifikt for forholdet dem imellom, skal kjøperen likeledes ha mulighet til å overta utstyret til markedsverdi når konkurranseklausulen utløper.

(59) Grensen på fem år får ikke anvendelse dersom kjøperen videreselger varene eller tjenestene "fra grunn og lokaler som eies av leverandøren eller som denne leier av tredjemand som ikke er knyttet til kjøper". I slike tilfeller kan konkurranseklausulen vare like lenge som kjøperen benytter grunnen eller lokalene (artikkel 5 bokstav a) i gruppeunntaket). Årsaken til at dette unntaket er gitt, er at det vanligvis er urimelig å forvente at en leverandør tillater at konkurrerende produkter selges fra lokaler og grunn som eies av leverandøren uten dennes tillatelse. Kunstige eierskapsstrukturer opprettet for å omgå femårgrensen omfattes ikke av dette unntaket.

(60) Den andre forpliktelsen som ikke omfattes av gruppeunntaket, er fastsatt i gruppeunntakets artikkel 5 bokstav b), og omhandler konkurranseklausuler som gjelder etter avtalens opphør. Slike forpliktelser omfattes vanligvis ikke av gruppeunntaket, med mindre forpliktelsen er absolutt nødvendig for å beskytte knowhow overført fra leverandøren til kunden, er begrenset til utsalgsstedet som kjøperen har drevet sin virksomhet fra i avtaleperioden, og har en varighet som er begrenset til høyst et år. I henhold til definisjonen i artikkel 1 bokstav f) i gruppeunntaket, må knowhowen være "betydelig", det vil si at "knowhowen omfatter viten som er uunnværlig for kjøperen med henblikk på bruk, salg eller videresalg av avtalevarene eller -tjenestene".

(61) Den tredje forpliktelsen som ikke omfattes av gruppeunntaket, er fastsatt i gruppeunntakets artikkel 5 bokstav c), og omhandler salg av konkurrerende varer i et selektivt distribusjonssystem. Gruppeunntaket omfatter selektiv distribusjon kombinert med en konkurranseklausul som pålegger

forhandlerne ikke å videreselge konkurrerende merker generelt. Dersom leverandøren direkte eller indirekte hindrer sine utpekte forhandlere i å kjøpe produkter for videresalg fra bestemte konkurrerende leverandører, omfattes dette imidlertid ikke av gruppeunntaket. Formålet med å unnta denne forpliktelsen fra gruppeunntaket, er å unngå en situasjon der et antall leverandører med samme selektive distribusjonskanaler hindrer en bestemt konkurrent eller visse konkurrenter i å bruke disse kanalene til å distribuere sine produkter (utestenging av en konkurrerende leverandør, noe som anses som en type kollektiv boikott)<sup>(25)</sup>.

#### 5. Ingen formodning om ulovlighet for avtaler som faller utenfor gruppeunntaket

(62) Vertikale avtaler som faller utenfor gruppeunntaket, formodes ikke å være ulovlige, men det kan være nødvendig å foreta en individuell undersøkelse av dem. Foretak oppfordres til å foreta sine egne vurderinger uten melding. I tilfeller hvor EFTAs overvåkningsorgan foretar en individuell undersøkelse, vil Overvåkningsorganet måtte føre bevis for at den aktuelle avtalen er i strid med artikkel 53 nr. 1. Dersom det påvises at avtalen har merkbare konkurransebegrensende virkninger, kan foretakene dokumentere eventuelle effektivitetsgevinster og begrunne hvorfor et bestemt distribusjonssystem vil kunne medføre fordeler som er relevante i forhold til vilkårene for unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3.

#### 6. Ingen forhåndsmelding

(63) I henhold til artikkel 4 nr. 2 i kapittel II i protokoll 4 til overvåknings- og domstolsavtalen, sist endret ved avtale mellom EFTA-statene av 11. mai 2000<sup>(26)</sup>, kan vertikale avtaler innrømmes unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3 fra datoen da de trer i kraft, selv om melding foretas etter denne datoen. Dette betyr i praksis at det ikke kreves forhåndsmelding. Dersom en tvist oppstår, kan et foretak fremdeles melde fra til vedkommende myndighet i henhold til EØS-avtalen<sup>(27)</sup>, og EFTAs overvåkningsorgan kan i så fall unnta den vertikale avtalen med tilbakevirkende kraft fra datoen da avtalen trådte i kraft, forutsatt at alle fire vilkår i artikkel 53 nr. 3 er oppfylt. En part som sender melding trenger ikke forklare hvorfor avtalen ikke er meldt tidligere, og vil ikke nektes tilbakevirkende unntak bare fordi avtalen ikke er meldt tidligere. Enhver melding vil bli vurdert individuelt. Denne endringen av artikkel 4 nr. 2 i kapittel II i protokoll 4 til overvåknings- og domstolsavtalen bør hindre at kunstige tvister framlegges for nasjonale domstoler, og dermed styrke den sivilrettslige håndhevingen av kontrakter. Den tar også høyde for den situasjon der foretak har latt være å melde avtaler fordi de har antatt at en avtale var omfattet av gruppeunntaket.

(64) Siden datoen for melding ikke lenger er avgjørende for EFTAs overvåkningsorgan mulighet til å gi unntak, må nasjonale domstoler vurdere sannsynligheten for at artikkel 53 nr. 3 vil få anvendelse på vertikale avtaler som kommer inn under artikkel 53 nr. 1. Dersom dette er sannsynlig, bør domstolene stille saken i bero i påvente av en uttalelse fra EFTAs overvåkningsorgan. Nasjonale domstoler kan imidlertid vedta midlertidige forføyninger i påvente av at EFTAs overvåkningsorgan skal vurdere om artikkel 53 nr. 3 får anvendelse, på samme måte som de gjør når de henviser et tolknings spørsmål til EFTA-domstolen i henhold til overvåknings- og domstolsavtalens artikkel 34. Det er ikke nødvendig å stille saken i bero i tilfeller der en nasjonal domstol anmodes om å nedlegge forbud i saker der den selv har myndighet til å vurdere sannsynligheten for at artikkel 53 nr. 3 får anvendelse<sup>(28)</sup>.

(65) EFTAs overvåkningsorgan vil ikke prioritere meldinger om vertikale avtaler i sin håndhevingspolitikk, med mindre det er snakk om tvister framlagt for nasjonale domstoler eller klager. Melding i seg selv gir ikke avtaler midlertidig gyldighet. EFTAs overvåkningsorgan vil ikke ilegge bøter dersom foretak har unnlatt å melde en avtale fordi de i god tro har antatt at grensen for markedsandel fastsatt i gruppeunntaket ikke var overskredet.

#### 7. Mulighet for utskilling

(66) Gruppeunntaket gir unntak for vertikale avtaler forutsatt at de ikke inneholder eller innebærer noen alvorlig begrensning som fastsatt i artikkel 4. Dersom det foreligger en eller flere alvorlige begrensninger, faller hele den vertikale avtalen utenfor virkeområdet for gruppeunntaket. Alvorlige begrensninger kan ikke skilles fra resten av avtalen.

<sup>(25)</sup> Et eksempel på indirekte tiltak med slik konkurransebegrensende virkning finnes i kommisjonsvedtak 92/428/EØF i sak nr. IV/33.542 - Parfum Givenchy (EFT L 236 av 19.8.1992, s. 11).

<sup>(26)</sup> Avtale mellom EFTA-statene om endring av protokoll 4 til Avtalen mellom EFTA-statene om opprettelse av et overvåkningsorgan og en domstol av 11. mai 2000 (ikke offentliggjort).

<sup>(27)</sup> Se fotnote 5.

<sup>(28)</sup> Se De europeiske fellesskaps domstols dom i sak C-234/89 Delimitis - Henninger Bräu [1991] ECR I-935, nr. 52.

(67) Prinsippet om utskilling får imidlertid anvendelse på vilkårene fastsatt i gruppeunntakets artikkel 5. Fordelen av gruppeunntaket går dermed tapt bare for den del av en vertikal avtale som ikke er i samsvar med vilkårene fastsatt i artikkel 5.

#### **8. Produktsortiment distribuert gjennom samme distribusjonssystem**

(68) Dersom en leverandør benytter samme distribusjonsavtale til å distribuere flere varer/tjenester, kan enkelte av disse som følge av grensen for markedsandel omfattes av gruppeunntaket, mens andre faller utenfor. Hvis dette er tilfellet får gruppeunntaket anvendelse på de varer og tjenester der vilkårene for anvendelse er oppfylt.

(69) For de varer og tjenester som ikke er omfattet av gruppeunntaket, gjelder de vanlige konkurransereglene, det vil si at:

- gruppeunntaket ikke får anvendelse, men at det heller ikke foreligger noen formodning om ulovlighet,
- dersom det foreligger en overtredelse av artikkel 53 nr. 1 som ikke kan innvilges unntak, kan det vurderes om det finnes tiltak som egner seg til å løse konkurranseproblemet innenfor det eksisterende distribusjonssystemet,
- dersom det ikke finnes slike egnede tiltak, må den berørte leverandøren innføre andre distribusjonsordninger.

Denne situasjonen kan også oppstå når artikkel 54 får anvendelse på enkelte produkter, men ikke på andre.

#### **9. Overgangsperiode**

(70) Gruppeunntaket får anvendelse fra 1. juni 2000. I gruppeunntakets artikkel 12 er det fastsatt en overgangsperiode for vertikale avtaler som allerede var i kraft før 1. juni 2000, og som ikke oppfyller vilkårene for unntak fastsatt i gruppeunntaket, men som oppfyller vilkårene for unntak i henhold til de gruppeunntak som utløp 31. mai 2000 (rettsaktene nevnt i nr. 2 og 3 i vedlegg XIV til EØS-avtalen før endringene innlemmet ved EØS-komiteens beslutning nr. 18/2000 trådte i kraft 1. juni 2000 (kommisjonsforordning (EØF) nr. 1983/83, (EØF) nr. 1984/83 og (EØF) nr. 4087/88)). Kunngjøringen fra EFTAs overvåkningsorgan om disse utgående rettsaktene utløper også 31. mai 2000. Sistnevnte avtaler kan fortsatt dra fordel av de utgående rettsaktene inntil 31. desember 2001. Avtaler som leverandører med en markedsandel på høyst 30 % har inngått med sine selgere, som inneholder konkurranseklausuler med en varighet på mer enn fem år, omfattes av gruppeunntaket dersom konkurranseklausulene fra 1. januar 2002 ikke er gyldige i mer enn fem år til.

### **IV. TILBAKETREKKING AV GRUPPEUNNTAKET OG BESTEMMELSER OM AT GRUPPEUNNTAKET IKKE SKAL FÅ ANVENDELSE**

#### **1. Tilbaketrekking**

(71) Legalitetsformodningen nedfelt i gruppeunntaket kan trekkes tilbake dersom en vertikal avtale, vurdert enten isolert eller i forbindelse med lignende avtaler inngått av konkurrerende leverandører eller kunder, kommer inn under virkeområdet for artikkel 53 nr. 1 og ikke oppfyller alle vilkårene i artikkel 53 nr. 3. Dette kan være tilfellet når en leverandør, eller en kjøper når det gjelder avtaler om eksklusiv leveringsforpliktelse, med en markedsandel på høyst 30 %, inngår en vertikal avtale som ikke medfører noen objektive fordeler som er av en slik art at de oppveier de skadelige virkningene avtalen har på konkurransen. Denne situasjonen kan særlig oppstå når det gjelder distribusjon av varer til endelige forbrukere, som ofte står langt svakere enn profesjonelle kjøpere av produkter i mellomliggende omsetningsledd. Ved salg til endelige forbrukere kan ulempene ved en vertikal avtale være større enn ved salg og kjøp av produkter i mellomliggende omsetningsledd. Når vilkårene i artikkel 53 nr. 3 ikke er oppfylt, kan EFTAs overvåkningsorgan i saker der det er tillagt myndighet i henhold til bestemmelsene i EØS-avtalens artikkel 56, trekke tilbake gruppeunntaket i henhold til artikkel 6 og fastslå en overtredelse av artikkel 53 nr. 1.

(72) Når EFTAs overvåkningsorgan foretar en tilbaketrekking, er det Overvåkningsorganet som må føre bevis for at avtalen kommer inn under virkeområdet for artikkel 53 nr. 1, og at avtalen ikke oppfyller alle fire vilkår nedfelt i artikkel 53 nr. 3.

(73) Manglende oppfyllelse av vilkårene for unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3 kan særlig foreligge når tilgangen til det relevante marked eller konkurransen der begrenses vesentlig av at konkurrerende leverandører eller kjøpere har inngått parallelle nett av vertikale avtaler av samme art (kumulativ virkning). Parallelle nett av vertikale avtaler skal anses for å være av lignende art dersom de inneholder begrensninger som har lignende virkninger på markedet. Dette vil vanligvis være tilfellet når konkurrerende leverandørers eller kjøperes vertikale begrensninger kommer inn under en av de fire gruppene beskrevet i nr. 104 til 114. En slik situasjon kan for eksempel oppstå når enkelte leverandører i et gitt marked praktiserer en rent kvalitativ selektiv distribusjon, mens andre leverandører praktiserer kvantitativ selektiv distribusjon. I slike tilfeller skal det ved vurderingen tas hensyn til hvert enkelt avtalenetts konkurransebegrensende virkninger. Eventuelt kan tilbaketrekkingen bare omfatte restriksjoner som leder til en kvantitativ begrensning av antallet autoriserte distributører. Andre tilfeller der det kan treffes vedtak om tilbaketrekking, er situasjoner der kjøperen for eksempel i forbindelse med eksklusiv leveringsforpliktelse eller enedistribusjon, har betydelig markedsrett i det relevante marked som befinner seg på et senere ledd i omsetningskjeden, der vedkommende videreselger varene eller yter tjenestene.

(74) Ansvar for en konkurransebegrensende kumulativ virkning kan bare tillegges de foretak som bidrar merkbart til den. Avtaler som inngås av foretak som ikke bidrar merkbart til den kumulative virkningen, faller utenfor forbudet i artikkel 53 nr. 1<sup>(29)</sup>, og vil derfor ikke være gjenstand for tilbaketrekking. Vurderingen av et slikt bidrag skal foretas i samsvar med kriteriene fastsatt i nr. 137 til 229.

(75) Et vedtak om tilbaketrekking kan bare ha en "ex nunc"-virkning, hvilket betyr at unntaket for de berørte avtalene først blir påvirket fra det tidspunkt da tilbaketrekkingen trer i kraft.

(76) I henhold til gruppeunntaket artikkel 7 kan vedkommende myndighet i en EFTA-stat trekke tilbake fordelene knyttet til gruppeunntaket for vertikale avtaler som har konkurransebegrensende virkning på territoriet til den berørte EFTA-stat, eller deler av det, som har alle kjennetegn på et særskilt geografisk marked. Dersom en EFTA-stat ikke har vedtatt lovgivning som gir den nasjonale konkurransemyndighet hjemmel til å anvende konkurransereglene i EØS eller i det minste til å trekke tilbake fordelene knyttet til gruppeunntaket, kan EFTA-staten anmode EFTAs overvåkningsorgan om å innlede en prosedyre for dette formål.

(77) I samsvar med bestemmelsene i EØS-avtalens artikkel 56 om fordeling av saker mellom Europakommisjonen og EFTAs overvåkningsorgan, skal disse to myndigheter alene dele myndigheten til å trekke tilbake fordelene knyttet til gruppeunntaket for vertikale avtaler som begrenser konkurransen på et relevant geografisk marked som er større enn territoriet til én enkelt EØS-stat. I tilfeller der territoriet til én enkelt EØS-stat, eller en del av det, utgjør det relevante geografiske markedet, skal vedkommende overvåkningsorgan og den berørte EØS-stat begge ha myndighet til å trekke tilbake gruppeunntaket. Slike saker egner seg ofte for desentralisert håndheving av de nasjonale konkurransemyndigheter. EFTAs overvåkningsorgan forbeholder seg imidlertid retten til innenfor EFTA-pilaren å avgjøre visse saker som er av særlig interesse for EØS-avtalen, slik som saker som reiser nye rettslige spørsmål.

(78) Nasjonale vedtak om tilbaketrekking må gjøres etter framgangsmåtene fastsatt i nasjonal lovgivning, og vil bare ha virkning på territoriet til den berørte EØS-stat. Slike nasjonale vedtak må ikke hindre en ensartet anvendelse av konkurransereglene i EØS eller den fulle virkning av tiltak truffet til gjennomføringen av disse reglene<sup>(30)</sup>. I samsvar med dette prinsipp skal de nasjonale konkurransemyndigheter foreta sin vurdering i henhold til artikkel 53 i lys av de relevante kriterier fastsatt av EFTA-domstolen, De europeiske fællesskaps domstol og Førsteinstansdomstolen, og i lys av Europakommisjonens og EFTAs overvåkningsorgans kunngjøringer og tidligere vedtak.

(79) EFTAs overvåkningsorgan er av den oppfatning at de samarbeidsprosedyrer som er beskrevet i dets kunngjøring om samarbeid mellom nasjonale konkurransemyndigheter og EFTAs overvåkningsorgan<sup>(31)</sup>, bør benyttes for å redusere faren for motstridende vedtak og parallell saksbehandling.

<sup>(29)</sup> Dom i Delimitis-saken.

<sup>(30)</sup> De europeiske fællesskaps domstols dom i sak 14/68 Walt Wilhelm med flere - Bundeskartellamt [1969] ECR 1, nr. 4, og dommen i Delimitis-saken.

<sup>(31)</sup> EFT C 307 av 12.12.2000, s. 6 og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 1 av 12.12.2000, s. 5, nr. 49 til 53.

## 2. Bestemmelser om at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse

(80) Gruppeunntakets artikkel 8 gir det kompetente overvåkningsorgan myndighet til å utelukke parallelle nett av lignende vertikale begrensninger fra gruppeunntaket, dersom disse omfatter mer enn 50 % av et relevant marked. Et slikt tiltak er ikke rettet mot det enkelte foretak, men angår alle foretak med avtaler som er definert i rettsakten som fastsetter at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse.

(81) Mens en tilbaketrekking av fordelen av gruppeunntaket i henhold til artikkel 6 innebærer at det gjøres et vedtak om at et enkelt foretak har overtrådt artikkel 53, innebærer en rettsakt i henhold til artikkel 8 bare at fordelen av gruppeunntaket ikke omfatter de berørte begrensningene og markedene, og at artikkel 53 nr. 1 og nr. 3 får full anvendelse. Når det er vedtatt en rettsakt om at gruppeunntaket ikke kan anvendes på visse vertikale begrensninger i et bestemt marked, vil anvendelsen av artikkel 53 på individuelle avtaler styres av kriteriene fastsatt ved EFTA-domstolens, De europeiske fellesskaps domstols og Førsteinstansdomstolens rettspraksis på området, og ved EFTAs overvåkningsorgans og Europakommisjonens kunngjøringer og tidligere vedtak. Der det er hensiktsmessig, vil EFTAs overvåkningsorgan gjøre et vedtak i en enkeltsak som kan være retningsgivende for alle foretak som driver virksomhet på det relevante marked.

(82) Ved beregningen av markedsdekningen på 50 % skal det tas hensyn til hvert enkelt nett av vertikale avtaler som inneholder begrensninger eller kombinasjoner av begrensninger, med lignende virkninger på markedet. Lignende virkninger oppstår vanligvis når hindringer kommer inn under en av de fire gruppene nevnt i nr. 104-114.

(83) Artikkel 8 medfører ikke en forpliktelse for det kompetente overvåkningsorgan til å treffe tiltak der markedsdekningen på 50 % overskrides. Det vil normalt være hensiktsmessig å erklære at gruppeunntaket ikke får anvendelse når det er sannsynlig at tilgangen til det relevante marked eller konkurransen der begrenses merkbart. Dette kan særlig være tilfellet når parallelle selektive distribusjonsnett som dekker mer enn 50 % av et marked, benytter utvelgelseskriterier som ikke kreves ut fra de aktuelle varenes art, eller som medfører forskjellsbehandling av visse distribusjonsformer som egner seg for salg av slike varer.

(84) Det kompetente overvåkningsorgan skal, når det vurderer om artikkel 8 bør anvendes, vurdere om individuell tilbaketrekking vil være et mer egnet tiltak. Dette kan særlig avhenge av hvor mange konkurrerende foretak som bidrar til en kumulativ virkning på markedet, eller hvor mange geografiske markedet innenfor EØS som berøres.

(85) Virkeområdet for enhver rettsakt som vedtas i henhold til artikkel 8, skal defineres klart. Dette betyr for det første at det kompetente overvåkningsorgan må definere det (de) relevante produktmarked(er) og geografiske marked(er), og for det annet at det må fastslå klart hvilken type vertikal begrensning som gruppeunntaket ikke lenger får anvendelse på. Med hensyn til det sistnevnte, kan det kompetente overvåkningsorgan tilpasse virkeområdet for rettsakten om at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse, til de konkurransemessige problemer den skal løse. Selv om for eksempel alle parallelle nett av avtaler om merkeeksklusivitet skal vurderes med tanke på å fastsette markedsdekningen på 50 %, kan det kompetente overvåkningsorgan likevel begrense rettsakten om at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse, til å gjelde bare konkurranseklausuler utover en viss varighet. Dermed kan avtaler av kortere varighet eller av mindre begrensende art forbli upåvirket fordi slike begrensninger i mindre grad bidrar til å hindre markedstilgangen. På lignende måte, når selektiv distribusjon praktiseres på et bestemt marked i kombinasjon med tilleggsbegrensninger som konkurranseklausuler eller mengdeforpliktelser for kjøperen, kan det fastsettes at rettsakten om at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse skal gjelde bare slike tilleggsbegrensninger. Der det er hensiktsmessig kan det kompetente overvåkningsorgan også gi veiledning ved å spesifisere hvilken markedsandel som i den aktuelle markeds konteksten skal anses som utilstrekkelig til at et enkelt foretak bidrar vesentlig til den kumulative virkningen.

(86) Overgangsperioden på minst seks måneder som det kompetente overvåkningsorgan skal fastsette i henhold til artikkel 8 nr. 2, bør gjøre det mulig for de berørte foretakene å tilpasse sine avtaler slik at de tar hensyn til rettsakten om at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse.

(87) En rettsakt om at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse, vil ikke påvirke unntaket for de berørte avtaler i tidsrommet før den trer i kraft.

## V. MARKEDSAVGRENSNING OG BEREGNING AV MARKEDSANDELER

### 1. EFTAs overvåkningsorgans kunngjøring om avgrensning av det relevante marked

(88) EFTAs overvåkningsorgans kunngjøring om avgrensning av det relevante marked innen konkurranseretten i Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS)<sup>(32)</sup> inneholder retningslinjer om hvilke regler, kriterier og bevis EFTAs overvåkningsorgan benytter når det skal ta stilling til markedsavgrensningen. I disse retningslinjene vil det ikke bli redegjort ytterligere for denne kunngjøringen, som danner grunnlaget for behandling av spørsmål om markedsavgrensning i sin alminnelighet. Disse retningslinjer omtaler bare særlige problemstillinger som oppstår i forbindelse med vertikale begrensninger, og som ikke er omtalt i den generelle kunngjøringen om markedsavgrensning.

### 2. Det relevante marked for beregningen av markedsandelsgrensen på 30 % i henhold til gruppeunntaket

(89) I henhold til artikkel 3 i gruppeunntaket, er det vanligvis leverandørens markedsandel som er avgjørende for om gruppeunntaket får anvendelse eller ikke. For vertikale avtaler inngått mellom en sammenslutning av detaljister og enkeltmedlemmer, er det sammenslutningen som er leverandøren, og som dermed må ta hensyn til sin markedsandel som leverandør. Det er bare ved eksklusiv leveringsforpliktelse som definert i artikkel 1 bokstav c) i gruppeunntaket, at kjøpers markedsandel, og bare den, er avgjørende for om gruppeunntaket får anvendelse eller ikke.

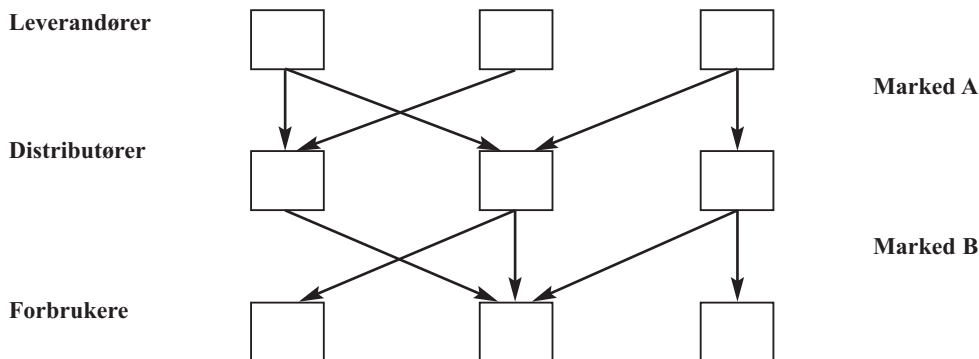
(90) For å kunne beregne markedsandelen, er det nødvendig å avgrense det relevante marked. For dette formål må det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet avgrenses. Det relevante produktmarkedet omfatter alle varer og/eller tjenester som etter kjøperens oppfatning er innbyrdes substituerbare ut fra deres egenskaper, pris og bruksområde. Det relevante geografiske markedet omfatter et område der de berørte foretak tilbyr og etterspør varer eller tjenester, der konkurransevilkårene er tilstrekkelig ensartet, og som kan holdes adskilt fra tilgrensende områder særlig fordi konkurransevilkårene der er merkbart forskjellige.

(91) Ved anvendelsen av gruppeunntaket anses en leverandørs markedsandel som vedkommendes andel av det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet der vedkommende selger varer til sine kjøpere<sup>(33)</sup>. I eksemplet i nr. 92 er dette marked A. Produktmarkedet avhenger først og fremst av substitusjonsmulighetene sett fra kjøpers ståsted. Når det leverte produktet brukes som innsatsfaktor for å produsere andre produkter og generelt ikke kan gjenkjennes i det ferdige produktet, avgrenses produktmarkedet vanligvis ut fra de direkte kjøpernes preferanser. Kjøpernes kunder vil vanligvis ikke ha noen sterk preferanse med hensyn til hvilke innsatsfaktorer kjøperen benytter. Som regel berører de vertikale begrensningene avtalt mellom leverandøren og kjøperen av innsatsvaren bare salg og kjøp av denne i det mellomliggende omsetningsleddet, og ikke salg av det ferdige produktet. Ved distribusjon av ferdige varer, vil den direkte kjøperens oppfatning av hva som er substituerbare varer vanligvis påvirkes eller avgjøres av de endelige forbrukernes preferanser. En distributør kan ikke som videreforhandler overse de endelige forbrukernes preferanser når vedkommende kjøper de ferdige varene. Dessuten omfatter vertikale begrensninger på distribusjonsnivå ikke bare leverandørens salg av produkter til kjøper, men også videresalg av produktene. Da det som regel er konkurranse mellom ulike distribusjonsformer, defineres markedsandeler vanligvis ikke på grunnlag av den distribusjonsformen som benyttes. Dersom leverandører vanligvis selger et utvalg av produkter, kan hele produktutvalget utgjøre produktmarkedet når det er utvalget og ikke enkeltproduktene kjøperne anser som innbyrdes substituerbare. Siden kundene på marked A er profesjonelle kjøpere, er det geografiske markedet vanligvis større enn markedet der produktet videreselges til de endelige forbrukere. Ofte vil dette føre til avgrensning av nasjonale markeder eller større geografiske markeder.

<sup>(32)</sup> EFT L 200 av 16.7.1998, s. 48 og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 28 av 16.7.1998, s. 3.

<sup>(33)</sup> For eksempel det nederlandske markedet for nye reservedekk til lastebiler og busser i Michelin-saken (De europeiske fellesskaps domstols dom i sak 322/81 *Nederlandsche Banden-Industrie Michelin - Europakommisjonen* [1983] ECR 3461), de ulike kjøttmerkene i den danske slakterisaken: kommisjonsvedtak 2000/42/EF i sak nr. IV/M.1313 - *Danish Crown/Vestjyske Slagterier*, EFT L 20 av 25.1.2000, s. 1.

(92) Ved eksklusiv leveringsforpliktelse utgjør kjøpers markedsandel vedkommendes andel av alle innkjøp på det relevante innkjøpsmarked<sup>(34)</sup>. I eksemplet under er dette også marked A.



(93) Når en vertikal avtale berører tre parter som hver driver på forskjellig omsetningsledd, må deres markedsandeler være under grensen på 30 % i hvert ledd for at avtalen skal komme inn under gruppeunntaket. Dersom for eksempel en avtale mellom en produsent, en grossist (eller en sammenslutning av detaljister) og en detaljist, inneholder en konkurranseklausul, må verken produsentens eller grossistens (eller sammenslutningens) markedsandel overstige 30 % for å komme inn under gruppeunntaket.

(94) Dersom en leverandør produserer både originalutstyr og reparasjons- eller reservedeler for dette utstyret, vil leverandøren ofte være den eneste leverandøren eller hovedleverandøren på ettermarkedet for reparasjons- eller reservedelene. Dette kan også være tilfellet dersom leverandøren lar underleverandører produsere reparasjons- eller reservedelene. Det relevante marked for anvendelse av gruppeunntaket kan være markedet for originalt utstyr, herunder reservedeler, eller et eget marked for originalt utstyr og et eget ettermarked, avhengig av sakens omstendigheter, som virkningen av de aktuelle begrensningene, utstyrets levetid og reparasjons- eller utskiftingskostnadens størrelse<sup>(35)</sup>.

(95) Dersom den vertikale avtalen i tillegg til å omhandle levering av avtalevarene også inneholder bestemmelser om immaterialrettigheter – som for eksempel en bestemmelse om bruk av leverandørens varemerke – som et bidrag til kjøperens markedsføring av avtalevarene, er det leverandørens andel av markedet der vedkommende selger avtalevarene som er avgjørende for om gruppeunntaket får anvendelse eller ikke. Når en franchisegiver ikke leverer varene som skal selges, men yter en samling tjenester som kombinert med bestemmelser om immaterialrettigheter utgjør den franchisebaserte forretningsmetoden, må franchisegiver ta hensyn til sin markedsandel som leverandør av en forretningsmetode. For dette formål må franchisegiver beregne sin andel av markedet der forretningsmetoden benyttes, som er det marked der franchisetakerne benytter forretningsmetoden for å levere varer eller tjenester til sluttbrukere. Franchisegiver må basere sin markedsandel på verdien av varene eller tjenestene som vedkommendes franchisetakere leverer til dette markedet. På et slikt marked kan konkurrenter være leverandører av andre franchisebaserte forretningsmetoder, men også leverandører av innbyrdes substituerbare varer eller tjenester som ikke er franchisebaserte. Dersom det for eksempel, uten å foregripe markedsavgrensningen på et slikt marked, fantes et marked for hurtigmattjenester, ville en franchisegiver på et slikt marked måtte beregne sin markedsandel ut fra vedkommendes franchisetakeres relevante salgstall på dette markedet. Dersom franchisegiver i tillegg til forretningsmetoden også leverer visse innsatsvarer som kjøtt og krydder, må vedkommende i tillegg beregne sin andel av markedet der disse varene selges.

<sup>(34)</sup> For et eksempel på innkjøpsmarkeder, se kommisjonsvedtak 1999/674/EF i sak nr. IV/M.1221 - Rewe/Meinl, EFT L 274 av 23.10.1999, s. 1.

<sup>(35)</sup> Se for eksempel Pelikan/Kyocera i Europakommisjonens 25. rapport om konkurransepolitikk, nr. 87, og kommisjonsvedtak 91/595/EØF i sak nr. IV/M.12 - Varta/Bosch, EFT L 320 av 22.11.1991, s. 26, kommisjonsvedtak i sak nr. IV/M.1094 - Caterpillar/Perkins Engines, EFT C 94 av 28.3.1998, s. 23, og kommisjonsvedtak i sak nr. IV/M.768 - Lucas/Varity, EFT C 266 av 13.9.1996, s. 6. Se også Eastman Kodak Co - Image Technical Services, Inc og et al, Supreme Court of the United States, nr. 90 1029. Se også nr. 56 i Kunngjøring fra EFTAs overvåkningsorgan om avgrensningen av det relevante marked innen konkurranseretten i Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS).

### 3. Det relevante marked ved individuell vurdering

(96) Ved individuell vurdering av vertikale avtaler som ikke omfattes av gruppeunntaket, kan det være nødvendig å undersøke andre markeder enn det relevante marked som er avgrenset i forbindelse med anvendelsen av gruppeunntaket. En vertikal avtale kan ha virkning ikke bare på markedet mellom leverandør og kjøper, men også på markeder som befinner seg på et senere ledd i omsetningskjeden. Ved individuell vurdering av en vertikal avtale, må de relevante markeder på hvert omsetningsledd som påvirkes av begrensninger i avtalen, undersøkes:

- (i) Med hensyn til “varer eller tjenester i mellomliggende omsetningsledd” som kjøper innlemmer i egne varer eller tjenester, har vertikale begrensninger vanligvis virkning bare på markedet mellom leverandør og kjøper. En konkurranseklausul som er pålagt kjøper, kan for eksempel hindre andre leverandører tilgang til markedet, men vil ikke føre til redusert konkurranse i de enkelte butikker på senere ledd i omsetningskjeden. Ved eksklusiv leveringsforpliktelse er kjøperens stilling på markedet i det etterfølgende omsetningsledd imidlertid også relevant, fordi kjøperens utestengende atferd kan ha merkbare negative virkninger bare dersom vedkommende har markedsrett i det etterfølgende omsetningsleddet.
- (ii) Med hensyn til “ferdige produkter” er det mindre sannsynlig at en analyse begrenset til markedet mellom leverandør og kjøper er tilstrekkelig, da vertikale begrensninger kan ha negative virkninger i form av redusert konkurranse innenfor og/eller mellom merkene på markedet for videresalg, det vil si kjøperens etterfølgende omsetningsledd. Ene-distribusjon kan for eksempel ikke bare ha en utestengende virkning på markedet mellom leverandør og kjøper, men kan framfor alt føre til mindre konkurranse mellom merkene i distributørens videresalgsområder. Markedet for videresalg er særlig viktig dersom kjøperen er en detaljist som selger til endelige forbrukere. En konkurranseklausul avtalt mellom en produsent og en grossist kan hindre andre produsenter i å levere til denne grossisten, men der er usannsynlig at dette vil føre til mindre konkurranse i de enkelte utsalgsteder på grossistnivå. Dersom samme avtale inngås med en detaljist, kan dette imidlertid føre til at konkurransen mellom merkene på markedet for videresalg reduseres ytterligere i de enkelte butikkene.
- (iii) Ved individuell vurdering av et “ettermarked”, kan det relevante markedet være markedet for originalt utstyr eller ettermarkedet for dette utstyret, avhengig av de konkrete omstendigheter. Uansett vil situasjonen på et atskilt ettermarked vurderes under hensyntagen til situasjonen på markedet for originalt utstyr. En mindre framstående stilling på markedet for originalt utstyr vil vanligvis redusere faren for konkurransebegrensende virkninger på ettermarkedet .

### 4. Beregning av markedsandelen i henhold til gruppeunntaket

(97) Beregningen av markedsandel må i prinsippet foretas på grunnlag av verdibaserte data. Dersom det ikke foreligger verdibaserte data, kan det benyttes begrunnede overslag. Slike overslag kan bygge på andre pålitelige markedsopplysninger, som mengdebaserte data (se gruppeunntakets artikkel 9 nr. 1 ).

(98) Egenproduksjon, det vil si produksjon av innsatsvarer til eget bruk, kan være et svært viktig element i en konkurranseanalyse, da slik produksjon kan begrense andre markedsaktøres konkurransemessige handlefrihet eller styrke vedkommende foretakets markedsstilling. Egen produksjon vil imidlertid ikke tas i betraktning ved markedsavgrensningen eller ved beregningen av markedsandelen for varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd.

(99) Ved parallell distribusjon av ferdige varer, for eksempel når en produsent av ferdige varer også opptre som distributør på markedet, må markedsavgrensningen og beregningen av markedsandelen imidlertid også omfatte varene som selges av produsenten og konkurrerende produsenter via deres integrerte distributører og agenter (se gruppeunntakets artikkel 9 nr. 2 bokstav b ). Med “integrerte distributører” menes tilknyttede foretak som definert i artikkel 11 i gruppeunntaket.

## VI. HÅNDHEVINGSPOLITIKK I ENKELTSAKER

(100) Vertikale begrensninger er vanligvis mindre skadelige enn horisontale begrensninger. Hovedgrunnen til å behandle en vertikal begrensning mer lempelig enn en horisontal begrensning, bygger på det faktum at det ved en horisontal begrensning kan være snakk om en avtale inngått mellom konkurrenter som

produserer identiske eller innbyrdes substituerbare varer eller tjenester. I slike horisontale forhold kan konkurrentene tjene på at et foretak utnytter sin markedsrett (ved å sette opp prisene). Dette kan gjøre at konkurrenter oppmuntrer hverandre til konkurransebegrensende atferd. I vertikale forhold er ett foretaks produkt innsatsfaktor for et annet foretak. Dette betyr at foretak som befinner seg enten på et tidligere eller et senere ledd i omsetningskjeden og som utøver sin markedsrett, vanligvis vil skade etterspørselen etter et annet foretaks produkt. Dermed vil de foretak som deltar i avtalen, vanligvis ha god grunn til å forhindre at andre foretak utøver markedsrett.

(101) Denne selvbegrensende virkningen bør imidlertid ikke overvurderes. Et foretak som ikke har markedsrett, kan forsøke å øke overskuddet bare gjennom å optimere sine produksjons- og distribusjonsprosesser, med eller uten hjelp av vertikale begrensninger. Dersom det har markedsrett, kan det imidlertid også prøve å øke overskuddet på bekostning av sine direkte konkurrenter ved å øke deres utgifter, og på bekostning av sine kunder og i siste instans også forbrukerne ved å forsøke å tilegne seg noe av deres overskudd. Dette kan skje når foretak på et tidligere ledd og foretak på et senere ledd i omsetningskjeden deler det ekstra overskuddet, eller når et av dem benytter vertikale begrensninger for å tilegne seg hele det ekstra overskuddet.

(102) EFTAs overvåkningsorgan vil ved vurderingen av de enkeltsaker der det har myndighet, benytte en økonomisk tilnærming for anvendelsen av artikkel 53 på vertikale begrensninger. Dette vil begrense virkeområdet for artikkel 53 til foretak som har en viss grad av markedsrett, der konkurransen mellom merkene kan være utilstrekkelig. I slike tilfeller er det viktig å verne konkurransen mellom og innenfor merkene for å sikre effektivitetsgevinster og fordeler for forbrukerne.

## **1. Analysegrunnlaget**

### ***1.1. Negative virkninger av vertikale begrensninger***

(103) De negative virkninger på markedet som kan følge av vertikale begrensninger, og som EØS-avtalens konkurranseregler tar sikte på å forhindre, er:

- (i) utestenging av andre leverandører eller andre kjøpere ved at det skapes etableringshindringer,
- (ii) redusert konkurranse mellom merkene, mellom foretak på et marked, herunder tiltak som legger til rette for samordning mellom leverandører eller kjøpere. Med samordning menes både uttrykkelig og stilltiende samordning (bevisst parallell atferd),
- (iii) reduksjon av konkurransen innenfor merkene, mellom distributører av samme merke,
- (iv) dannelsen av hindringer for markedsintegrasjon, herunder først og fremst begrensninger i forbrukernes frihet til å kjøpe varer og tjenester i den EØS-stat de måtte ønske.

(104) Slike negative virkninger kan oppstå som følge av ulike vertikale begrensninger. Avtaler med ulik form kan ha den samme faktiske virkning på konkurransen. Ved en analyse av disse mulige negative virkningene, er det hensiktsmessig å dele vertikale begrensninger inn i fire grupper: merkeeksklusivitet, begrenset distribusjon, fastsettelse av videresalgspriser og oppdeling av markedet. De vertikale begrensningene innenfor hver gruppe har stort sett de samme negative virkninger på konkurransen.

(105) Inndelingen i fire grupper bygger på noe som kan beskrives som grunnelementene i vertikale begrensninger. Nr. 103 til 136 inneholder en analyse av de fire ulike gruppene. I nr. 137 til 229 analyseres vertikale begrensninger slik de benyttes i praksis, da mange vertikale avtaler inneholder mer enn ett av disse elementene.

#### **Merkeeksklusivitet**

(106) Gruppen "merkeeksklusivitet" ("single branding") omfatter avtaler som har som hovedelement at kjøperen ledes til å samle sine bestillinger av en bestemt produkttype hos én leverandør. Dette elementet finnes blant annet i konkurranseklausuler og mengdeforpliktelser som er pålagt kjøper, der kjøper i henhold til en forpliktelse avtalt med leverandøren, eller som følge av incentiver nedfelt i avtalen, dekker

sine behov for et bestemt produkt og dets substitutter utelukkende eller hovedsakelig fra én leverandør. Det samme elementet forekommer ved koblingshandel, der kjøperen av et produkt forpliktes eller ledes til å kjøpe et annet produkt som betingelse for å kunne kjøpe det første produktet. Det første produktet kalles det "hovedproduktet", og det andre kalles det "koblede" produktet.

(107) Dette kan føre til fire hovedtyper av negative virkninger på konkurransen: (1) andre leverandører på det relevante marked avskjæres fra å selge til disse kundene, noe som kan føre til utestenging fra markedet eller, ved koblingshandel, til utestenging fra markedet for det koblede produktet; (2) markedsandelene gjøres mer fastlåste, noe som kan legge til rette for samordning når slike klausuler benyttes av flere leverandører; (3) med hensyn til distribusjonen av ferdige varer, vil de aktuelle detaljistene selge bare ett merke, og konkurransen mellom merkene i deres butikker vil falle bort; og (4) ved koblingshandel vil kjøper risikere å betale en høyere pris for det koblede produktet enn ellers. Alle disse virkningene kan føre til en svekket konkurranse mellom merkene.

(108) Denne reduksjonen av konkurransen mellom merkene kan minskes dersom det i utgangspunktet er sterk konkurranse mellom leverandører om å oppnå kontrakter om merkeeksklusivitet, men jo lenger konkurranseklausulens varighet er, desto mer sannsynlig er det at denne virkningen ikke vil være sterk nok til å veie opp for reduksjonen av konkurransen mellom merkene.

#### Begrenset distribusjon

(109) Til gruppen "begrenset distribusjon" hører avtaler som har som hovedelement at produsenten selger bare til én kjøper eller til et begrenset antall kjøpere. Formålet kan være å begrense antallet kjøpere i et bestemt område eller en bestemt kundegruppe, eller å velge en særlig type kjøpere. Dette elementet finner vi blant annet ved:

- enedistribusjon og eksklusiv kundetildeling, der leverandøren begrenser sitt salg til bare én kjøper for et bestemt område eller for en bestemt kundegruppe,
- eksklusiv leveringsforpliktelse og mengdeforpliktelser pålagt leverandøren, der leverandøren som følge av en forpliktelse avtalt mellom leverandør og kunde, eller som følge av incentiver nedfelt i avtalen, selger utelukkende eller hovedsakelig til én kunde,
- selektiv distribusjon, der vilkårene pålagt eller avtalt med de utvalgte forhandlerne vanligvis begrenser antall forhandlere,
- begrensninger i ettermarkedet, som innskrenker deleleverandørens salgsmuligheter.

(110) Dette fører til tre hovedtyper av negative virkninger på konkurransen: (1) enkelte kjøpere på det relevante marked kan ikke lenger kjøpe fra en bestemt leverandør, noe som særlig ved enedistribusjon kan føre til utestenging fra innkjøpsmarkedet, (2) når de fleste eller alle konkurrerende leverandører begrenser antallet detaljister, kan dette legge til rette for samordning, enten på distributør- eller leverandørnivå; (3) når færre distributører tilbyr produktet, vil konkurransen innenfor merkene reduseres. Ved store eksklusive områder eller eksklusiv tildeling av store kundegrupper kan virkningen være at konkurransen innenfor merkene forsvinner helt. Denne reduksjonen av konkurransen innenfor merkene kan i sin tur svekke konkurransen mellom merkene.

#### Fastsettelse av videresalgspris

(111) Under overskriften "fastsettelse av videresalgspris" hører avtaler som har som hovedelement at kjøperen pålegges eller ledes til å videreselge til en bestemt pris, eller til ikke å selge over eller under en bestemt pris. Denne gruppen omfatter minstepriser, faste priser, maksimumspriser og veiledende videresalgspriser. Selv om maksimale og veiledende videresalgspriser ikke anses som alvorlige begrensninger, kan de likevel føre til at konkurransen svekkes.

(112) Fastsettelse av videresalgspris har i hovedsak to negative virkninger på konkurransen: (1) reduksjon av priskonkurransen innenfor merkene, og (2) økt prisgjennomsiktighet. Ved faste eller minste videresalgspriser kan distributørene ikke lenger konkurrere på pris innenfor det aktuelle merket, noe som

fører til at priskonkurransen innenfor merket forsvinner helt. En maksimumspris eller en veiledende pris kan fungere som et fikseringspunkt for videreføring, og føre til at de benytter dette prisnivået på en mer eller mindre ensartet måte. Økt gjennomsiktighet med hensyn til priser og ansvar for prisendringer gjør horisontal samordning lettere mellom produsenter eller distributører, i det minste på konsentrerte markeder. Siden en reduksjon av konkurransen innenfor merkene fører til mindre press nedover på prisen for bestemte varer, kan den også indirekte føre til en reduksjon av konkurransen mellom merkene.

#### Oppdeling av markedet

(113) Til gruppen "oppdeling av markedet" hører avtaler som har som hovedelement at kjøperens adgang til å kjøpe eller videreselge et bestemt produkt begrenses. Denne typen begrensninger finner vi ved eksklusiv kjøpsplikt, der kjøperen som følge av en forpliktelse avtalt med leverandøren, eller som følge av incentiver nedfelt i avtalen, kjøper et bestemt produkt, for eksempel øl av merket X, fra den utpekte leverandøren, men står fritt til å kjøpe og selge konkurrerende produkter, for eksempel konkurrerende ølmerker. Gruppen omfatter også områdemessige videresalgspålegg, tildeling av et hovedområde, begrensninger med hensyn til distributørens geografiske beliggenhet og restriksjoner med hensyn til videresalg til kunder.

(114) Den viktigste negative virkningen på konkurransen er en reduksjon av konkurransen innenfor merkene som kan gjøre det lettere for leverandøren å dele opp markedet og dermed forhindre markedsintegrasjon. Dette kan legge til rette for prisdiskriminering. Når alle eller de fleste av de konkurrerende leverandørene begrenser innkjøps- eller videresalgsmulighetene for sine kjøpere, kan dette legge til rette for samordning, enten på distributør- eller på leverandørnivå.

#### **1.2. Positive virkninger av vertikale begrensninger**

(115) Det er viktig å erkjenne at vertikale begrensninger ofte har positive virkninger, særlig ved å fremme konkurranse på andre områder enn pris, og ved å bedre kvaliteten på tjenester. Et foretak som ikke har markedsrett, kan bare forsøke å øke overskuddet ved å optimere sine produksjons- og distribusjonsprosesser. I en rekke situasjoner kan vertikale begrensninger bidra til dette, da et rent leverandør-/kunde-forhold på "armlengdes" avstand der bare priser og mengder for en bestemt transaksjon bestemmes, kan gi et investerings- og salgsnivå som ikke er optimalt.

(116) Disse retningslinjer er ment å gi en rimelig oversikt over ulike forhold som kan berettiggjøre vertikale begrensninger, men pretenderer ikke å være fullstendige eller uttømmende. Følgende situasjoner kan begrunne anvendelsen av visse vertikale begrensninger:

- (1) "For å løse et problem med gratispassasjerer", der én distributør drar nytte av en annen distributørs salgspromoverende tiltak. Denne problemtypen er vanligst på grossist- og detaljnivå. Enedistribusjon eller lignende begrensninger kan bidra til å unngå et slikt problem. Problemet med "gratispassasjerer" kan også forekomme mellom leverandører, for eksempel når en leverandør investerer i salgspromoverende tiltak i kjøpers lokaler, som oftest på detaljnivå, som også kan tiltrekke kunder til leverandørens konkurrenter. Begrensninger i form av konkurranseklausuler kan bidra til en løsning av problemet i en slik situasjon. Det må imidlertid være snakk om et reelt problem. I forholdet mellom kjøpere kan problemet forekomme bare med hensyn til tjenester før salg, og ikke med hensyn til tjenester etter salg. Produktet må vanligvis være relativt nytt eller teknisk avansert, da kunden ellers vil være svært bevisst på hva vedkommende ønsker å kjøpe, på grunnlag av tidligere innkjøp. Produktet må også være av rimelig høy verdi, da det ellers ikke vil være attraktivt for en kunde å innhente opplysninger i én butikk for deretter å kjøpe produktet i en annen. Til slutt må det ikke være praktisk mulig for leverandøren å pålegge alle kjøpere servicekrav med hensyn til tjenester som ytes før salg.

Mellom leverandører er problemet også begrenset til bestemte situasjoner, det vil si tilfeller der markedsføring foregår i kjøpers lokaler og er generell, ikke merkespesifikk.

- (2) "For å åpne eller etablere seg på nye markeder." Når en produsent ønsker å etablere seg på et nytt geografisk marked, for eksempel ved å eksportere til et annet land for første gang, kan dette innebære særlige "førstegangsinvesteringer" for distributøren for å etablere merket på markedet. For å overtale en lokal distributør til å påta seg disse investeringene, kan det være nødvendig å tilby distributøren

områdemessig beskyttelse, slik at vedkommende kan dekke inn investeringene ved midlertidig å kreve en høyere pris. Distributører etablert på andre markeder er dermed i et avgrenset tidsrom forhindret fra å selge på det nye markedet. Dette er en særlig variant av problemet med "gratispassasjerer" beskrevet under nr. 1.

- (3) "Problemer med gratispassasjerer med hensyn til forhandleres omdømme." I enkelte sektorer er visse detaljister kjent for bare å føre "kvalitets"-produkter. Under slike forhold kan det å selge gjennom disse detaljistene være avgjørende for lanseringen av et nytt produkt. Dersom produsenten ikke innledningsvis kan begrense seg til å selge bare til disse butikkene, risikerer vedkommende at de ikke vil føre produktet, og produktlanseringen kan mislykkes. Dette betyr at det kan være grunn til å tillate en begrensning slik som enedistribusjon eller selektiv distribusjon i et avgrenset tidsrom. Denne perioden må være langt nok til at det sikrer lanseringen av det nye produktet, men ikke så langt at det hindrer større spredning av produktet. Slike fordeler forekommer oftere i forbindelse med varer som kan bedømmes bare på grunnlag av erfaring, eller avanserte varer som utgjør et relativt stort kjøp for den endelige forbruker.
- (4) Problemet "motvilje mot enkelte investeringer". Enkelte ganger må leverandør eller kjøper foreta kundespesifikke investeringer, i for eksempel spesialutstyr eller opplæring. Et eksempel er en produsent av deler som må bygge nye maskiner og nytt verktøy for å dekke det særlige behovet til en av sine kunder. Investoren vil kanskje ikke foreta de nødvendige investeringer før det er inngått særlige leveringsavtaler.

Som i de andre eksemplene på problemer med "gratispassasjerer", er det imidlertid en rekke vilkår som må være oppfylt før det foreligger en reell fare for at investeringene ikke vil bli foretatt. For det første må investeringen være relasjonsspesifikk. En investering fra leverandørens side anses som relasjonsspesifikk når den etter kontraktens opphør ikke kan benyttes av leverandøren til å forsyne andre kunder, og kan selges bare med et betydelig tap. En investering fra kjøpers side anses som relasjonsspesifikk når den etter kontraktens opphør ikke kan benyttes av kjøperen til å kjøpe og/eller bruke produkter som leveres av andre leverandører, og kan selges bare med et betydelig tap. En investering er derfor relasjonsspesifikk for eksempel når den kan benyttes bare til å produsere en merkespesifikk del eller lagerføre et bestemt merke, og dermed ikke kan utnyttes med fortjeneste til å produsere eller videreselge alternative produkter. For det annet må det dreie seg om en langsiktig investering som ikke kan tjenes inn på kort sikt. Og for det tredje må investeringen være asymmetrisk, det vil si at en av avtalepartene investerer mer enn den andre. Når disse vilkårene er oppfylt, foreligger det som regel god grunn til å innføre en vertikal begrensning den tiden det tar å avskrive investeringen. Egnede vertikale begrensninger vil være konkurranseklausuler eller mengdeforpliktelser når investeringen foretas av leverandør, og enedistribusjon, eksklusiv kundetildeling eller eksklusiv leveringsforpliktelse når investeringen foretas av kjøper.

- (5) Problemet "motvilje mot enkelte investeringer som kan oppstå ved overføring av betydelig knowhow". Når knowhow først er overført, kan den ikke trekkes tilbake, og leverandøren av knowhowen kan ha ønske om at den ikke benyttes til fordel for eller av dennes konkurrenter. Så lenge knowhowen ikke var umiddelbart tilgjengelig for kjøper, og så lenge den er betydelig og uunnværlig for oppfyllelsen av avtalen, kan slik overføring gjøre det berettiget med en begrensning i form av en konkurranseklausul. Dette vil vanligvis falle utenfor artikkel 53 nr. 1.
- (6) "Stordriftsfordeler i distribusjon". For å oppnå stordriftsfordeler og dermed få en lavere detaljpris for produktet sitt, kan produsenten ønske å konsentrere videresalget av produktet rundt et begrenset antall distributører. For å få til dette kan produsenten benytte enedistribusjon, mengdeforpliktelse i form av krav til minstekjøp, selektiv distribusjon med samme type krav eller eksklusiv kjøpsplikt.
- (7) "Ufullkommenhet i kapitalmarkedet". Det hender at vanlige långiverne (banker, egenkapitalmarkeder) stiller utilstrekkelig kapital til rådighet dersom de har ufullstendige opplysninger om låntakers solvens eller det foreligger utilstrekkelig sikkerhet for lånet. Kjøper eller leverandør kan inneha bedre opplysninger, eller gjennom en eksklusivavtale være i stand til å skaffe ekstra sikkerhet for investeringen. Dersom en leverandør yter lån til kjøper, kan dette berettige at kjøperen blir pålagt en konkurranseklausul eller en mengdeforpliktelse. Dersom kjøper yter lån til leverandør, kan det være grunn til å pålegge leverandøren eksklusiv leveringsforpliktelse eller en mengdeforpliktelse.

- (8) "Ensartethet og standardisering av kvaliteten". En vertikal begrensning kan også gjøre det mulig for en produsent å øke sitt salg ved å pålegge distributørene å sørge for en viss ensartethet og standardisering av kvaliteten, slik at merket får et godt omdømme og produktet dermed blir mer attraktivt for de endelige forbrukerne. Slike vertikale begrensninger kan være selektiv distribusjon og franchiseavtaler.

(117) De åtte tilfellene beskrevet i nr. 116 gjør det tydelig at vertikale avtaler under visse forhold kan bidra til økt effektivitet og utvikling av nye markeder, og at dette vil kunne oppveie mulige negative virkninger. Generelt er dette særlig tilfellet for tidsavgrensede vertikale begrensninger som gjør det lettere å lansere nye avanserte produkter eller beskytte relasjonsspesifikke investeringer. Enkelte ganger er det nødvendig å opprettholde en vertikal begrensning så lenge leverandøren selger produktet sitt til kjøperen (se særlig tilfellene beskrevet i nr. 116 punkt 1, 5, 6 og 8).

(118) Det er stor grad av substituerbarhet mellom de ulike vertikale begrensningene. Dette betyr at det samme ineffektivitetsproblemet kan løses ved hjelp av ulike vertikale begrensninger. For eksempel kan stordriftsfordeler i distribusjon oppnås ved bruk av enedistribusjon, selektiv distribusjon, mengdeforpliktelse eller eksklusiv kjøpsplikt. Dette er viktig, da de ulike vertikale begrensningene kan ha forskjellige negative virkninger på konkurransen. Dette spiller en rolle når det på bakgrunn av artikkel 53 nr. 3 skal avgjøres om en begrensning er nødvendig eller ikke.

### ***1.3. Generelle regler for vurdering av vertikale begrensninger***

(119) Det kan formuleres enkelte generelle regler for vurdering av vertikale begrensninger ut fra et konkurransepolitisk synspunkt:

- (1) For de fleste vertikale begrensninger kan konkurranseproblemer oppstå bare dersom det foreligger utilstrekkelig konkurranse mellom merkene, det vil si dersom det foreligger en viss grad av markedsrett på leverandør- eller kjøpersiden eller på begge sider. Med "markedsrett" menes muligheten til å heve prisen over det konkurransemessige nivået og, i det minste på kort sikt, å oppnå et unaturlig høyt overskudd. Foretak kan ha markedsrett uten å ha en dominerende markedsstilling, som er grensen for at artikkel 54 skal få anvendelse. Dersom mange foretak konkurrerer på et marked som ikke er konsentrert, kan det antas at vertikale begrensninger som ikke er alvorlige, ikke vil ha merkbare negative virkninger. Et marked anses ikke som konsentrert når HHI-indeksen, det vil si kvadratsummen av de individuelle markedsandelene til alle foretak på det relevante markedet, er under 1 000.
- (2) Vertikale begrensninger som reduserer konkurransen mellom merkene, er vanligvis mer skadelige enn vertikale begrensninger som reduserer konkurransen innenfor merkene. For eksempel er det mer sannsynlig at konkurranseklausuler har en større netto negativ virkning enn enedistribusjon. Konkurranseklausuler kan ha en utestengende virkning og dermed hindre at andre merker når markedet. Enedistribusjon begrenser konkurransen innenfor merkene, men hindrer ikke varer i å nå den endelige forbruker.
- (3) Vertikale begrensninger fra gruppen "begrenset distribusjon" kan begrense forbrukernes valgmuligheter vesentlig dersom det ikke foreligger tilstrekkelig konkurranse mellom merkene. De er særlig skadelige dersom mer effektive distributører eller distributører som benytter en annen distribusjonsform, stenges ute fra markedet. Dette kan gi mindre grad av nyskaping i distribusjonen, og avskjære forbrukere fra disse distributørenes særlige tjenester eller kombinasjoner av pris og tjenester.
- (4) Eneforhandleravtaler er vanligvis mer skadelige for konkurransen enn ikke-eksklusive avtaler. En eneforhandleravtale innebærer enten ved den uttrykkelige ordlyden i avtalen eller ved sin virkning i praksis, at en part dekker alle eller praktisk talt alle sine behov ved kjøp fra den annen part. En konkurranseklausul innebærer for eksempel at kjøperen bare kjøper ett merke. En mengdeforpliktelse gir derimot kjøperen en viss frihet til å kjøpe konkurrerende varer. Ved mengdeforpliktelser kan graden av utestenging dermed være mindre.
- (5) Vertikale begrensninger avtalt for varer og tjenester uten eget merkenavn vanligvis mindre skadelige enn begrensninger som påvirker distribusjonen av varer og tjenester med eget merkenavn. Et merkenavn vil ofte øke produktdifferensieringen og gjøre produktet mindre substituerbart, noe som fører til at etterspørselselastisiteten reduseres og muligheten til å heve prisen øker. Sondringen

mellom varer og tjenester med og varer og tjenester uten eget merkenavn, vil ofte falle sammen med sontringen mellom varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd og ferdige varer og tjenester. Varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd selges til foretak til bruk som innsatsfaktorer i produksjonen av andre varer eller tjenester, og kan vanligvis ikke gjenkjennes i de ferdige varene eller tjenestene. Kjøpere av varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd er vanligvis velinformerte kunder som er i stand til å vurdere kvaliteten og som dermed er mindre avhengige av merke og image. Ferdige produkter selges direkte eller indirekte til endelige forbrukere som ofte stoler mer på merke og image. Siden distributører (detaljister, grossister) må etterkomme de endelige forbrukernes etterspørsel, kan det skape større problemer for konkurransen når distributører hindres i å selge ett merke eller et antall merker, enn når kjøpere av produkter i mellomliggende omsetningsledd hindres i å kjøpe konkurrerende produkter fra enkelte forsyningskilder. Foretak som kjøper varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd, har vanligvis spesialavdelinger eller rådgivere som overvåker utviklingen på forsyningsmarkedet. Fordi det er snakk om større leveranser, er søkekostnadene vanligvis ikke uoverkommelige. Reduksjon av konkurransen innenfor merkene har derfor mindre betydning for mellomliggende omsetningsledd.

- (6) Vanligvis vil en kombinasjon av vertikale begrensninger forsterke de negative virkningene. Visse kombinasjoner av vertikale begrensninger er imidlertid bedre for konkurransen enn dersom de benyttes hver for seg. En enedistributør kan for eksempel fristes til å sette opp produktprisen fordi konkurransen innenfor merkene er redusert. Bruk av mengdeforpliktelser eller fastsettelse av en maksimal videresalgpris kan begrense faren for slike prisøkninger.
- (7) Mulige negative virkninger av vertikale begrensninger forsterkes når flere leverandører og deres kjøpere organiserer handelen sin på lignende måte. Disse såkalte kumulative virkningene kan være et problem i mange sektorer.
- (8) Jo tettere en vertikal begrensning er knyttet til overføring av knowhow, desto større grunn er det til å forvente effektivitetsgevinster, og desto mer nødvendig kan den vertikale begrensningen være for å beskytte den overførte knowhowen eller de påløpte investeringskostnadene.
- (9) Jo tettere en vertikal begrensning er knyttet til relasjonsspesifikke investeringer, desto større berettigelse kan enkelte vertikale begrensninger ha. Hvor lenge en vertikal begrensning er berettiget, vil avhenge av hvor lang tid som trengs for å avskrive investeringen.
- (10) For et nytt produkt eller når et eksisterende produkt selges for første gang på et annet geografisk marked, kan det være vanskelig for foretaket å avgrense markedet, eller dets markedsandel kan være svært stor. Dette bør imidlertid ikke anses som et stort problem, da vertikale begrensninger knyttet til åpning av nye produktmarkeder eller nye geografiske markeder vanligvis ikke skader konkurransen. Denne regelen gjelder uavhengig av foretakets markedsandel, i to år etter at produktet ble lansert på markedet. Den gjelder alle vertikale begrensninger som ikke betraktes som alvorlige, og – i forbindelse med nye geografiske markeder – også begrensninger som avskjærer leverandørens direkte kjøpere på andre markeder fra aktivt eller passivt salg til mellomforhandlere på det nye markedet. Ved reell testing av et produkt i et begrenset område eller på en begrenset kundegruppe, kan distributører utpekt til å selge det nye produktet på testmarkedet nektes aktivt salg utenfor testmarkedet i inntil 1 år uten å omfattes av artikkel 53 nr. 1.

#### **1.4. Analysemetode**

- (120) En vurdering av en vertikal begrensning utføres vanligvis i fire trinn:
  - (1) Først må de berørte foretak avgrense det relevante marked slik at man kan anslå leverandørens eller kjøperens markedsandel, avhengig av hvilken vertikal begrensning det dreier seg om (se nr. 88 til 99, særlig nr. 89 til 95).
  - (2) Dersom den aktuelle markedsandelen ikke overskrider grensen på 30 %, omfattes den vertikale avtalen av gruppeunntaket, med forbehold for alvorlige begrensninger og vilkårene fastsatt i gruppeunntaket.
  - (3) Dersom den aktuelle markedsandelen overstiger grensen på 30 %, må det vurderes om den vertikale avtalen kommer inn under artikkel 53 nr. 1.

- (4) Dersom den vertikale avtalen kommer inn under artikkel 53 nr. 1, må det vurderes om den oppfyller vilkårene for unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3.

*1.4.1. Faktorer som er relevante for vurderingen under artikkel 53 nr. 1*

(121) Ved vurdering av tilfeller der markedsandelen overstiger 30 %, vil EFTAs overvåkningsorgan foreta en fullstendig konkurranseanalyse. Følgende faktorer er de mest avgjørende for å fastslå om en vertikal avtale innebærer en merkbar begrensning av konkurransen i henhold til artikkel 53 nr. 1:

- (a) leverandørens markedsstilling,
- (b) konkurrentenes markedsstilling,
- (c) kjøpers markedsstilling,
- (d) etableringshindringer,
- (e) markedets modningsgrad,
- (f) omsetningsleddet,
- (g) produktets art,
- (h) andre faktorer.

(122) Hver enkelt faktors betydning kan variere fra sak til sak, og er avhengig av alle de øvrige faktorene. Dersom en leverandør for eksempel har en høy markedsandel, er dette vanligvis et tegn på markedsrett, men dersom etableringshindringene er små, behøver ikke dette være tilfellet. Det er derfor ikke mulig å sette opp klare regler for de enkelte faktorenes betydning. Imidlertid kan følgende fastslås:

**Leverandørens markedsstilling**

(123) Leverandørens markedsstilling avgjøres først og fremst av vedkommendes andel av det relevante produktmarked og geografiske marked. Jo større markedsandel, desto større markedsrett er det sannsynlig at leverandøren har. Videre styrkes leverandørens markedsstilling dersom vedkommende har visse kostnadsfortrinn i forhold til konkurrentene. Slike konkurransefortrinn kan bestå i at leverandøren var først på markedet (og har best lokaler, osv), innehar viktige patenter, benytter overlegen teknologi, er fører av det ledende merket eller har et bedre vareutvalg.

**Konkurrentenes markedsstilling**

(124) De samme faktorene, det vil si markedsandel og mulige konkurransefortrinn, brukes for å beskrive konkurrentenes markedsstilling. Jo sterkere og jo flere de etablerte konkurrentene er, desto mindre fare er det for at vedkommende leverandør eller kjøper vil makte å stenge aktører ute fra markedet på egenhånd, og jo mindre er faren for at konkurransen mellom merkene reduseres. En markedsstruktur der det er få konkurrenter og der disses markedsstilling (størrelse, kostnader, F&U-potensiale osv.) er relativt lik, kan imidlertid øke faren for samordning. Svingninger eller hurtige endringer i markedsandeler er vanligvis et tegn på sterk konkurranse.

**Kjøpers markedsstilling**

(125) Graden av kjøpermakt avhenger av kjøpers markedsstilling. Det fremste tegnet på kjøpermakt er vedkommendes andel av innkjøpmarkedet. Denne andelen gjenspeiler betydningen av kjøperens etterspørsel hos vedkommendes mulige leverandører. Andre indikatorer omfatter kjøpers markedsstilling på vedkommendes videresalgsmarked, herunder kjennetegn som bred geografisk spredning av kjøperens butikker, kjøpers/distributørs egne merker og kjøpers/distributørs omdømme blant de endelige forbrukerne. Kjøpermakt har ikke samme betydning for sannsynligheten for konkurransebegrensende virkninger ved alle vertikale begrensninger. Kjøpermakt kan særlig øke de negative virkningene av begrensninger fra gruppene begrenset distribusjon og oppdeling av markedet, som eksklusiv leveringsforpliktelse, enedistribusjon og kvantitativ selektiv distribusjon.

### Etableringshindringer

(126) Etableringshindringer måles etter i hvor stor grad de etablerte foretakene kan øke prisen over det konkurransemessige nivået, vanligvis over minste samlede gjennomsnittskostnad, og oppnå en unaturlig høy fortjeneste uten at nye konkurrenter tiltrekkes markedet. Uten etableringshindringer ville enkel og rask etablering eliminere en slik fortjeneste. Dersom det er sannsynlig at en effektiv etablering, som ville hindre eller redusere den unaturlig høye fortjenesten, vil finne sted innen et eller to år, anses etableringshindringene som små.

(127) Etableringshindringer kan skyldes en lang rekke forhold som stor- eller samdriftsfordeler, statlig regulering, særlig der staten etablerer eksklusive rettigheter, statsstøtte, tolltariffer, immaterialrettigheter, kontroll over ressurser som det er knapphet på, for eksempel på grunn av naturlige begrensninger<sup>(36)</sup>, essensielle fasiliteter, fordelene av å være først på markedet og forbrukeres merkeloyalitet skapt ved massiv reklame. Vertikale begrensninger og vertikal integrering kan også virke som etableringshindringer ved at de gjør det vanskeligere å tiltre markedet og ved å stenge potensielle konkurrenter ute fra markedet. Etableringshindringer kan forekomme bare på leverandør- eller kjøpernivå, eller på begge nivåer.

(128) Spørsmålet om enkelte av disse faktorene bør anses som etableringshindringer, avhenger av om de er knyttet til irreversible kostnader (sunk costs) eller ikke. Irreversible kostnader er kostnader som kreves for å etablere seg eller være aktiv på et marked, men som går tapt når virksomheten trekker seg tilbake fra markedet. Reklamekostnader for å oppnå kundelojalitet er vanligvis irreversible kostnader, med mindre et foretak som trekker seg ut enten kan selge merkenavnet sitt, eller bruke det andre steder uten tap. Jo større de irreversible kostnadene er, i desto større grad må potensielle etablerere vurdere risikoen forbundet med etablering på markedet, og jo større troverdighet kan etablerte foretak legge bak en trussel om at de vil møte den nye konkurransen, da irreversible kostnader gjør det kostbart for etablerte foretak å forlate markedet. Dersom for eksempel distributører er knyttet til en produsent gjennom en konkurranseklausul, vil den utestengende virkningen bli kraftigere dersom det innebærer betydelige irreversible kostnader for en potensiell konkurrent å etablere et eget distribusjonsnett.

(129) Etablering innebærer vanligvis større eller mindre irreversible kostnader. Faktisk konkurranse vil derfor vanligvis være mer effektiv, og veie tyngre i vurderingen av en sak enn potensiell konkurranse.

### Markedets modningsgrad

(130) Et modent marked er et marked som har eksistert en tid, der teknologien som benyttes er velkjent og utbredt og ikke endrer seg stort, der det ikke forekommer noen vesentlig utvikling av nye merker og der etterspørselen er relativt stabil eller avtagende. Det er mer sannsynlig at negative virkninger oppstår på et slikt marked, enn på et mer dynamisk marked.

### Omsetningsleddet

(131) Med hensyn til omsetningsleddet skjelnes det mellom varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd og ferdige varer og tjenester. Som antydte tidligere er det mindre sannsynlig at negative virkninger oppstår i forbindelse med varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd.

### Produktets art

(132) Produktets art spiller en rolle særlig for ferdige produkter ved vurderingen både av sannsynlig negative og sannsynlig positive virkninger. Ved vurdering av sannsynlig negative virkninger er det av betydning om produktene på markedet er mer eller mindre homogene eller heterogene, om produktet er kostbart og legger beslag på en stor del av forbrukerens budsjett, eller lite kostbart, og om produktet er et engangskjøp eller kjøpes gjentatte ganger. Dersom produktet er mer heterogent, mindre kostbart og nærmest et engangskjøp, er det mer sannsynlig at vertikale begrensninger har negative virkninger enn dersom det motsatte er tilfellet.

<sup>(36)</sup> Se kommisjonsvedtak 97/26/EF (sak nr. IV/M.619 - Gencor/Lonrho), (EFT L 11 av 14.1.1997, s. 30).

## Andre faktorer

(133) Det kan være nødvendig å ta andre faktorer i betraktning ved vurdering av enkelte begrensninger. Blant disse faktorene kan vi finne kumulativ virkning, dvs. i hvilken grad lignende avtaler dekker markedet, avtalenes varighet, om avtalen er "påtvunget" (at i hovedsak én part er underlagt begrensninger eller pålagt forpliktelser) eller "avtalt" (begge parter aksepterer begrensninger eller forpliktelser), lovgivningsrammer og atferd som kan tyde på eller legge til rette for samordning, slik som prislederskap, forhåndsannonsering av prisendringer og diskusjoner om hva som er "riktig pris", rigide priser som reaksjon på overkapasitet, prisdiskriminering og tidligere samordning.

### *1.4.2. Faktorer som er relevante for vurderingen under artikkel 53 nr. 3*

(134) Det finnes fire kumulative vilkår for anvendelsen av artikkel 53 nr. 3:

- den vertikale avtalen må bidra til en bedre produksjon eller fordeling, eller til å fremme den tekniske eller økonomiske utvikling,
- den vertikale avtalen må sikre forbrukerne en rimelig andel av disse fordelene,
- den vertikale avtalen må ikke pålegge berørte foretak vertikale begrensninger som ikke er absolutt nødvendige å oppnå disse fordelene,
- den vertikale avtalen må ikke gi disse foretakene mulighet til å utelukke konkurranse for en vesentlig del av de varer det gjelder.

(135) Det siste kriteriet om utelukkelse av konkurransen for en vesentlig del av de aktuelle produktene, er knyttet til spørsmålet om dominerende stilling. Dersom et foretak har en dominerende stilling eller får en dominerende stilling som følge av den vertikale avtalen, kan en vertikal begrensning som har merkbare konkurransebegrensende virkninger, i prinsippet ikke unntas. Den vertikale avtalen kan imidlertid falle utenfor artikkel 53 nr. 1 dersom det foreligger en objektiv begrunnelse for den, for eksempel dersom den er nødvendig for å verne relasjonsspesifikke investeringer eller for overføring av betydelig knowhow som er avgjørende for at levering eller kjøp av visse varer eller tjenester skal finne sted.

(136) Dersom leverandør og kjøper ikke har en dominerende stilling, blir de andre tre kriteriene viktige. Det første, som omhandler forbedret produksjon eller fordeling og fremme av den tekniske eller økonomiske utvikling, gjelder den typen effektivitetsgevinster som er beskrevet i nr. 115 til 118. Disse effektivitetsgevinstene må dokumenteres, og de må gi en netto positiv virkning. Spekulative påstander om problemer med "gratispassasjerer" og generelle utsagn om kostnadsbesparelser godtas ikke. Kostnadsbesparelser som følger av ren utøvelse av markedsrett eller av konkurransebegrensende atferd, kan ikke aksepteres. For det annet, må økonomiske fordeler komme ikke bare partene i avtalen, men også forbrukerne til gode. Vanligvis vil overføring av fordeler til forbrukerne avhenge av hvor sterk konkurransen på det relevante marked er. Press fra konkurrenter vil normalt føre til at kostnadsbesparelser kommer forbrukerne til gode i form av lavere priser, eller at foretakene oppmuntres til å markedsføre nye produkter så hurtig som mulig. Dersom det opprettholdes en tilstrekkelig konkurranse på markedet som effektivt begrenser avtalepartenes handlefrihet, vil konkurransen vanligvis sikre forbrukerne en rimelig andel av de økonomiske fordelene. Det tredje kriteriet er viktig for å sikre at den begrensning som er minst skadelig for konkurransen, velges for å oppnå visse positive virkninger.

## **2. Analyse av bestemte former for vertikale begrensninger**

(137) Vertikale avtaler kan inneholde en kombinasjon av to eller flere av bestanddelene i de vertikale begrensningene beskrevet i nr. 103 til 114. De vanligste vertikale begrensninger og kombinasjoner av disse er analysert nedenfor, etter den analysemetoden som det er redegjort for i nr. 120 til 136.

### **2.1. Merkeeksklusivitet**

(138) En konkurranseklausul bygger på at kjøperen forpliktes eller ledes til å dekke praktisk talt hele sitt behov på et bestemt marked gjennom kjøp fra én leverandør. Det betyr ikke at kjøperen bare kan kjøpe direkte fra denne leverandøren, men at kjøperen ikke kan kjøpe, videreselge eller inkorporere konkurrerende varer eller tjenester. Mulige konkurransebegrensende virkninger er utestenging av

konkurrerende og potensielle leverandører fra markedet, større muligheter for samordning mellom leverandører ved kumulativ bruk og, dersom kjøper er en detaljist som selger til endelige forbrukere, redusert konkurranse mellom merkene i den enkelte butikk. Alle disse tre konkurransebegrensningene har direkte følger for konkurransen mellom merkene.

(139) Merkeeksklusivitet er unntatt i henhold til gruppeunntaket når leverandørens markedsandel ikke overstiger 30 % og forutsatt at konkurranseklausulen er begrenset til fem år. For markedsandeler over denne grensen eller varighet over fem år, gjelder følgende retningslinjer for vurderingen av enkeltsaker.

(140) "Leverandørens markedsstilling" er en særlig viktig faktor ved vurdering av konkurranseklausulens eventuelle skadelige virkninger på konkurransen. Vanligvis er det leverandøren som pålegger en slik forpliktelse, og leverandøren har som oftest lignende avtaler med andre kjøpere.

(141) Ikke bare leverandørens markedsstilling er viktig, men også konkurranseklausulens omfang og varighet. Jo større den bundne markedsandelen er, det vil si den del av leverandørens samlede markedsandel som er solgt under en forpliktelse om merkeeksklusivitet, desto større grad av utestenging kan man forvente. På samme måte vil graden av utestenging forventes å bli større jo lenger konkurranseklausulen gjelder. Konkurranseklausuler med en varighet på mindre enn et år som inngås av foretak uten dominerende markedsstilling, anses vanligvis ikke for å ha merkbare konkurransebegrensende virkninger eller gi netto negative virkninger. Konkurranseklausuler med en varighet fra ett til fem år som inngås av foretak uten dominerende markedsstilling, krever vanligvis en grundig vurdering av de negative og positive virkningene på konkurransen. For de fleste typer investeringer anses konkurranseklausuler med en varighet på over fem år, som unødvendige for å sikre påståtte effektivitetsgevinster, eller de gir effektivitetsgevinster som er utilstrekkelige til å oppveie den utestengende virkningen de har. Foretak med en dominerende markedsstilling kan pålegge sine kjøpere konkurranseklausuler bare dersom de objektivt kan rettferdiggjøre slik atferd innenfor rammen av artikkel 54.

(142) "Konkurrentenes markedsstilling" er viktig ved vurderingen av en leverandørs markedsrett. Så lenge konkurrentene er tilstrekkelig mange og sterke, kan det ikke forventes å forekomme merkbare konkurransebegrensende virkninger. Det er sannsynlig at konkurrerende leverandører vil utestenges bare dersom de er betraktelig mindre enn leverandøren som anvender konkurranseklausulen. Utestenging av konkurrenter er ikke svært sannsynlig dersom de har tilnærmet lik markedsstilling og kan tilby tilnærmet like attraktive produkter. I et slikt tilfelle kan utestenging likevel forekomme for potensielle etablerere dersom et antall betydelige leverandører inngår avtaler som inneholder konkurranseklausuler med et betydelig antall kjøpere på det relevante marked (kumulativ virkning). I denne situasjonen kan avtaler som inneholder konkurranseklausuler legge til rette for samordning mellom konkurrerende leverandører. Dersom disse leverandørene hver for seg omfattes av gruppeunntaket, kan det være nødvendig å trekke tilbake unntaket for å hindre en slik negativ kumulativ virkning. En bunden markedsandel på mindre enn 5 % anses vanligvis ikke for å bidra merkbart til kumulativ utestenging.

(143) I tilfeller der den største leverandørens markedsandel er under 30 % og de fem største leverandørens markedsandel (konsentrasjonsrate 5) er under 50 %, er det usannsynlig at det foreligger en individuell eller kumulativ konkurransebegrensende virkning. Dersom en potensiell etablerer ikke kan treng inn på markedet på lønnsom måte, skyldes dette sannsynligvis andre ting enn konkurranseklausuler, som for eksempel forbrukernes preferanser. Det er usannsynlig at det oppstår et konkurranseproblem når for eksempel 50 foretak der ingen har en betydelig markedsandel, er i skarp konkurranse på et bestemt marked.

(144) "Etableringshindringer" er viktige når det skal fastslås om det forekommer faktisk utestenging eller ikke. Utestenging er vanligvis ikke noe egentlig problem i situasjoner der det er relativt enkelt for konkurrerende leverandører å skaffe nye kjøpere eller finne alternative kjøpere til produktet. Imidlertid finnes det ofte etableringshindringer i såvel produksjonsleddet som i distribusjonsleddet.

(145) "Markedsrett på kjøpersiden" er relevant da mektige kjøpere ofte ikke vil tillate å bli avskåret fra levering av konkurrerende varer eller tjenester. Utestenging som ikke bygger på effektivitet og som har skadelige virkninger for endelige forbrukere, forekommer derfor mest sannsynlig når kjøperne er spredt. Avtaler som inneholder konkurranseklausuler og som inngås med store kjøpere, kan imidlertid ha en sterk utestengende virkning.

(146) Til slutt er "omsetningsleddet" relevant med hensyn til utestenging. Utestenging er mindre sannsynlig når det er snakk om produkter i mellomliggende omsetningsledd. Dersom leverandøren av et produkt i et mellomliggende omsetningsledd ikke har en dominerende markedsstilling, har konkurrerende leverandører fremdeles en stor del av den "ledige" etterspørselen. I tilfeller der ingen har en dominerende markedsstilling, kan det imidlertid oppstå en alvorlig utestengende virkning for faktiske eller potensielle konkurrenter der det foreligger en kumulativ virkning. En alvorlig kumulativ virkning er usannsynlig så lenge mindre enn 50 % av markedet er bundet. Dersom leverandøren har en dominerende markedsstilling, kan enhver forpliktelse til å kjøpe produktene bare eller hovedsakelig fra denne leverandøren, lett føre til en alvorlig utestengende virkning på markedet. Jo mer dominerende markedsstilling leverandøren har, desto større fare er det for utestenging av andre konkurrenter.

(147) Dersom avtalen gjelder levering av et ferdig produkt på grossistnivå, er spørsmålet om et konkurransemessig problem vil oppstå der leverandøren ikke har en dominerende stilling, i stor grad avhengig av typen grossistvirksomhet og etableringshindringene på grossistleddet. Det er ingen reell fare for utestenging dersom konkurrerende produsenter med letthet kan etablere en egen grossistvirksomhet. Om etableringshindringene er store eller små, avhenger delvis av typen grossistvirksomhet, det vil si om grossistene kan drive effektivt med utelukkende det produkt avtalen omfatter (for eksempel iskrem), eller om det er mer effektivt å forhandle et helt produktsortiment (for eksempel frysede næringsmidler). I sistnevnte tilfelle er det ikke effektivt for en produsent som selger bare ett produkt, å etablere sin egen grossistvirksomhet. Konkurransbegrensende virkninger vil da kunne oppstå selv om virksomheten ikke har en dominerende markedsstilling. I tillegg kan det oppstå problemer med kumulativ virkning dersom flere leverandører binder flesteparten av de tilgjengelige grossistene.

(148) For ferdige produkter er utestenging mer sannsynlig på detaljnivå, fordi det foreligger betydelige etableringshindringer for de fleste produsenter ved oppstart av detaljsalgssteder bare for egne produkter. I tillegg er det på detaljnivå at konkurranseklausuler kan føre til redusert konkurranse mellom merkene i butikk. Derfor kan det for ferdige produkter på detaljnivå oppstå betydelige konkurransebegrensende virkninger, idet alle andre relevante faktorer tas i betraktning, dersom en leverandør uten dominerende markedsstilling binder 30 % eller mer av det relevante marked. For et foretak med dominerende markedsstilling, vil selv en beskjedne bundet markedsandel kunne resultere i betydelige konkurransebegrensende virkninger. Jo mer dominerende markedsstilling foretaket har, desto større fare er det for at andre konkurrenter utestenges.

(149) På detaljnivå kan det også oppstå kumulativ utestenging. Dersom alle foretak har markedsandeler på under 30 %, vil slik kumulativ utestenging sannsynligvis ikke oppstå dersom den samlede bundne markedsandelen er på under 40 %, og gruppeunntaket vil dermed trolig ikke trekkes tilbake. Denne prosentandelen kan være høyere når det tas hensyn til andre faktorer som antall konkurrenter, etableringshindringer osv. Dersom ikke alle foretak har markedsandeler under grensen fastsatt i gruppeunntaket, men ingen av dem har en dominerende markedsstilling, vil kumulativ utestenging sannsynligvis ikke oppstå dersom den samlede bundne markedsandelen er på under 30 %.

(150) Dersom kjøperen driver sin virksomhet fra lokaler og eiendom som eies av leverandøren eller som denne leaser fra en tredje part som ikke er knyttet til kjøper, vil muligheten til å iverksette effektive tiltak mot mulig utestenging være begrenset. EFTAs overvåkningsorgan vil da sannsynligvis ikke gripe inn dersom et foretak ikke har en dominerende markedsstilling.

(151) I enkelte sektorer kan det være vanskelig å selge mer enn ett merke fra ett enkelt sted. Et utestengingsproblem vil da lettere kunne unngås ved å begrense avtalenes faktiske varighet.

(152) En såkalt "engelsk klausul", der kjøperen pålegges å rapportere om eventuelle bedre tilbud og tillates å akseptere et slikt tilbud bare dersom leverandørens tilbud er dårligere, kan forventes å ha samme virkning som en konkurranseklausul, særlig dersom kjøper må oppgi hvem som har gitt et bedre tilbud. Den kan i tillegg, ved å gjøre markedet mer gjennomsiktig, legge til rette for samordning leverandører imellom. En engelsk klausul kan også fungere som en mengdeforpliktelse. En mengdeforpliktelse pålagt kjøper er en mildere form for konkurranseklausul, der forpliktelser som leverandør og kjøper har avtalt, eller incentiver nedfelt i avtalen, gjør at kjøper i stor grad konsentrerer sine innkjøp rundt én leverandør. En mengdeforpliktelse kan for eksempel ha form av et krav om minstekjøp eller ikke-lineær prisfastsettelse som mengderabatter, lojalitetsrabatter eller en todelt pris (fast gebyr pluss en enhetspris).

En mengdeforpliktelse pålagt kjøper vil ha en utestengende virkning på lignende måte som en konkurranseklausul, men svakere. Vurderingen av alle disse ulike typene vil avhenge av deres virkning på markedet. Dessuten forhindrer artikkel 54 at dominerende foretak benytter engelske klausuler eller lojalitetsrabatter.

(153) Der det påvises merkbare konkurransebegrensende virkninger, reises spørsmålet om et mulig unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3 såfram leverandøren ikke har en dominerende markedsstilling. For konkurranseklausuler kan effektivitetsgevinstene beskrevet i nr. 116 punkt 1 (problemer med "gratispassasjerer" leverandørene imellom), punkt 4 og 5 (motvilje mot investeringer) og punkt 7 (ufullkommenhet i kapitalmarkedet) være særlig relevante.

(154) Ved en effektivitetsgevinst som beskrevet i nr. 116 punkt 1, 4 og 7, vil en mengdeforpliktelse pålagt kjøper kunne være et mindre begrensende alternativ. En konkurranseklausul kan være den eneste måten å oppnå en effektivitetsgevinst som beskrevet i nr. 116 punkt 5 på (motvilje mot investeringer i forbindelse med overføring av knowhow).

(155) For relasjonsspesifikke investeringer fra leverandørens side (se nr. 116 punkt 4), vil en konkurranseklausul eller en avtale om mengdeforpliktelse for tidsrommet det tar å avskrive investeringen, vanligvis oppfylle vilkårene i artikkel 53 nr. 3. Ved store relasjonsspesifikke investeringer kan en konkurranseklausul med en varighet på over fem år være berettiget. En relasjonsspesifikk investering kan for eksempel være at leverandøren installerer eller tilpasser utstyr som etterpå kan benyttes bare til å produsere deler for en bestemt kjøper. Generelle eller markedsspesifikke investeringer i (ekstra) kapasitet anses vanligvis ikke som relasjonsspesifikke investeringer. Dersom en leverandør imidlertid etablerer ny kapasitet spesielt beregnet på en bestemt kjøpers drift, for eksempel dersom et foretak som produserer hermetikkbokser oppretter et nytt anlegg for å produsere bokser i eller i nærheten av en næringsmiddelproducents konserveringsanlegg, vil det nye anlegget være økonomisk levedyktig bare når det produserer for denne bestemte kunden, og investeringen vil anses som relasjonsspesifikk.

(156) Når leverandøren yter kjøperen lån eller utstyret kjøper med utstyr som ikke er relasjonsspesifikt, er ikke dette i seg selv tilstrekkelig til å berettige et unntak for en konkurransebegrensning som har en utestengende virkning på markedet. Tilfeller av ufullkommenhet i kapitalmarkedet hvor det er mer effektivt for leverandøren av et produkt enn for en bank å yte lån, vil bare sjelden gjøre seg gjeldende (se effektivitetsgevinst 7 i nr. 116). Selv dersom leverandøren av produktet skulle være en mer effektiv kapitalinnskyter, vil et lån kunne berettige en konkurranseklausul bare dersom kjøper ikke forhindres i å si opp konkurranseklausulen og tilbakebetale den utestående delen av lånet når som helst og uten å bli ilagt straffegebyr. Dette betyr at tilbakebetalingen av lånet bør ordnes i like eller avtakende avdrag som ikke økes over tid, og at kjøper bør ha mulighet til å overta utstyret leverandøren har stilt til rådighet, til markedsverdi. Dette påvirker ikke muligheten til for eksempel i forbindelse med et nytt utsalgssted å utsette tilbakebetalingen med ett eller to år til selget har nådd et visst nivå.

(157) Overføring av betydelig knowhow (nr. 116 punkt 5) berettiger vanligvis en konkurranseklausul for hele leveringsavtalens varighet, som for eksempel i forbindelse med franchiseavtaler.

(158) Dersom ingen aktør har en dominerende markedsstilling, kan en kombinasjon av konkurranseklausul og enedistribusjon også berettige at konkurranseklausulen har samme varighet som avtalen. I sistnevnte tilfelle vil konkurranseklausulen trolig øke enedistributørens salgsinnsats på vedkommendes område (se nr. 161 til 177).

(159) Eksempel på en konkurranseklausul:

Markedslederen på et nasjonalt marked for et impulsbasert konsumgode, med en markedsandel på 40 %, selger flesteparten av sine produkter (90 %) gjennom bundne detaljister (bundet markedsandel på 36 %). Avtalene pålegger detaljistene å kjøpe bare fra markedslederen i minst fire år. Markedslederen er særlig sterkt representert i tett befolkede områder, som hovedstaden. Foretakets konkurrenter, som teller ti og der enkelte bare er lokalt representert, har alle vesentlig mindre markedsandeler. Den største konkurrenten har 12 % av markedet. Disse ti konkurrentene forsyner sammen ytterligere 10 % av markedet gjennom bundne utsalgssteder. Det er en sterk grad av merke- og produkt differensiering i markedet. Markedslederen har de sterkeste merkene, og er den eneste med jevnlig nasjonale reklamekampanjer. Markedslederen forsyner sine detaljister med egne lagringsskap for produktet sitt.

Virkningen på markedet er at 46 % (36 % + 10 %) av markedet er stengt for potensielle etablerere og eksisterende konkurrenter som ikke har bundne utsalgssteder. Potensielle etablerere møter ytterligere vanskeligheter i de tettere befolkede områdene, der graden av utestenging er enda høyere, selv om det nettopp er her de ville foretrekke å gå inn i markedet. I tillegg fører en manglende konkurranse mellom merkene i butikk på grunn av den sterke merke- og produkt differensieringen og de høye søkekostnadene i forhold til produktprisen, til et ytterligere velferdstap for forbrukerne. De potensielle effektivitetsgevinstene som følge av eksklusivitetsklausulen pålagt utalgene og som markedslederen hevder følger av reduserte transportkostnader og et mulig problem relatert til motvilje mot investering i lagringsskap, er begrenset, og oppveier ikke de negative virkningene på konkurransen. Effektivitetsgevinstene er begrenset fordi transportkostnadene er knyttet til mengden og ikke til eksklusiviteten, og fordi lagringsskapene ikke innebærer spesiell knowhow og ikke er merkespesifikke. Det er derfor ikke sannsynlig at vilkårene for unntak er oppfylt.

(160) Eksempel på mengdeforpliktelse:

En produsent X med en markedsandel på 40 %, selger 80 % av sine produkter gjennom avtaler som pålegger videreforhandleren å dekke minst 75 % av sitt behov for den typen produkter gjennom kjøp fra X. Til gjengjeld tilbyr X finansiering og utstyr til gunstige priser. Avtalen har en varighet på fem år, og lånet skal tilbakebetales i like avdrag. Etter de første to årene har kjøpere imidlertid mulighet til å si opp avtalen med seks måneders varsel, dersom de tilbakebetaler det utestående lånebeløpet og overtar utstyret til markedsverdi. Når femårsperioden er over, blir utstyret kjøpers eiendom. De fleste av de i alt tolv konkurrerende produsentene er små, den største har en markedsandel på 20 %, og de inngår lignende avtaler av ulik varighet. Produsentene med en markedsandel på under 10 % har ofte kontrakter av lengre varighet og med mindre gunstige oppsigelsesklausuler. I henhold til avtalene til produsent X, kan 25 % av behovet dekkes av konkurrenter. I de siste tre årene har to nye produsenter etablert seg på markedet, og oppnådd en samlet markedsandel på rundt 8 %, delvis ved å ta over lånene til et antall videreforhandlere mot å inngå avtaler med disse.

Produsent X' bundne markedsandel er 24 % ( $0,75 \times 0,80 \times 40$  %). De øvrige produsentenes bundne markedsandel er på ca. 25 %. Dermed er i alt ca. 49 % av markedet lukket for potensielle etablerere og for eksisterende konkurrenter uten bundne utsalgssteder, i minst de første to årene av avtalenes varighet. Markedet viser at videreforhandlere ofte har vanskeligheter med å få lån i banker, og generelt er for små til å få tilført kapital på andre måter som for eksempel ved aksjeemisjon. I tillegg kan produsent X påvise at han ved å konsentrere sine salg til et begrenset antall videreforhandlere, kan planlegge salgene bedre og begrense transportkostnadene. I lys av den ubundne delen på 25 % i produsent X' avtaler, den faktiske muligheten til å si opp avtalen før den utløper, den nylige etableringen av nye produsenter og at ca. halvparten av videreforhandlerne ikke er bundet, er det sannsynlig at produsent X' mengdeforpliktelse på 75 %, oppfylder vilkårene for unntak.

## 2.2. Enedistribusjon

(161) I en avtale om enedistribusjon godtar leverandøren å selge sine produkter til bare én distributør for videresalg i et bestemt område. Samtidig begrenses vanligvis distributørens muligheter for aktivt salg i andre eksklusivt tildelte områder. De mulige konkurransebegrensende virkningene er hovedsakelig redusert konkurranse innenfor merkene samt oppdeling av markedet, som særlig kan fremme prisdiskriminering. Dersom de fleste eller alle leverandører anvender enedistribusjon, kan dette legge til rette for samordning, både på leverandør- og distributørnivå.

(162) Enedistribusjon er unntatt i henhold til gruppeunntaket dersom leverandørens markedsandel ikke overstiger 30 %, også i kombinasjon med andre ikke-alvorlige vertikale begrensninger som konkurranseklausuler begrenset til fem år, mengdeforpliktelse eller eksklusiv kjøpsplikt. En kombinasjon av enedistribusjon og selektiv distribusjon er bare unntatt i henhold til gruppeunntaket dersom aktivt salg i andre områder ikke er begrenset. Over markedsandelsgrensen på 30 % gjelder retningslinjene nedenfor for vurdering av enedistribusjon i de enkelte tilfeller.

(163) Leverandørens og konkurrentenes markedsstilling er av avgjørende betydning, da redusert konkurranse innenfor merkene bare er problematisk dersom konkurransen mellom merkene er begrenset. Jo sterkere leverandørens markedsstilling er, desto mer alvorlig er en reduksjon av konkurranse innenfor merkene. Over markedsandelsgrensen på 30 % kan det være fare for en betydelig begrensning av konkurransen innenfor merkene. For å kunne unntas, må begrensningen av konkurransen innenfor merkene veies opp av faktiske effektivitetsgevinster.

(164) Konkurrentenes markedsstilling kan ha betydning på to måter. Sterke konkurrenter betyr vanligvis at en redusert konkurranse innenfor merkene veies opp av tilstrekkelig konkurranse mellom merkene. Dersom konkurrentene er relativt få og har relativt lik markedsstilling med hensyn til markedsandel, kapasitet og distribusjonsnett, er det imidlertid fare for samordning. Denne faren kan øke ved tap av konkurranse innenfor merkene, særlig når flere leverandører anvender lignende distribusjonssystemer. Eneforhandling av flere merker, det vil si når ulike leverandører utpeker samme enedistributør i et bestemt område, kan øke faren for samordning ytterligere. Dersom en forhandler gis enerett til å distribuere to eller flere viktige konkurrerende produkter i samme område, er det sannsynlig at konkurransen mellom disse merkene reduseres betydelig. Jo større den samlede markedsandelen for merkene denne forhandleren selger er, desto større er faren for samordning, og jo mer reduseres konkurransen mellom merkene. Slike tilfeller av kumulativ virkning kan gi grunn til å trekke tilbake fordelen av gruppeunntaket når leverandørenes markedsandeler ligger under grensen fastsatt i gruppeunntaket.

(165) "Etableringshindringer" som kan forhindre at leverandører skaffer seg nye eller finner alternative distributører, er mindre viktige ved vurderingen av mulige konkurransebegrensende virkninger ved enedistribusjon. Andre leverandører vil ikke bli utestengt så lenge enedistribusjon ikke kombineres med merkeeksklusivitet.

(166) Utestenging av andre distributører utgjør ikke noe problem dersom leverandøren som driver enedistribusjonssystemet, utpeker et stort antall distributører i samme marked, og disse enedistributørene ikke hindres i å selge til andre distributører som ikke er utpekt. Utestenging av andre distributører kan imidlertid bli et problem dersom det foreligger kjøpermakt og kjøper har markedsrett i det etterfølgende ledd i omsetningskjeden, noe som særlig kan forekomme hvis det er tale om svært store områder der enedistributøren blir den eneste kjøperen for et helt marked. Et eksempel vil være der en supermarkedkjede blir den eneste distributøren av et ledende merke på et nasjonalt detaljmarked for dagligvarer. Utestenging av andre distributører kan forverres ytterligere hvis det inngås avtaler om eneforhandling av flere merker. Et slikt tilfelle, som omfattes av gruppeunntaket dersom hver leverandørs markedsandel er under 30 %, kan gi grunn til å trekke tilbake fordelen av gruppeunntaket.

(167) "Kjøpermakt" kan også øke faren for samordning på kjøpersiden, dersom store kjøpere, eventuelt etablert i ulike områder, pålegger en eller flere leverandører enedistribusjon.

(168) "Markedets modningsgrad" er viktig, da tap av konkurranse innenfor merkene og prisdiskriminering kan være et alvorlig problem i et modent marked, mens det er mindre relevant i et marked med økende etterspørsel, skiftende teknologi og skiftende markedsposisjoner.

(169) "Omsetningsleddet" er viktig, da de mulige negative virkningene kan være forskjellig på grossist- og detaljnivå. Enedistribusjon benyttes hovedsakelig ved distribusjon av ferdige varer og tjenester. Tap av konkurranse innenfor merkene er særlig sannsynlig på detaljnivå, i kombinasjon med store områder, da endelige forbrukere kan bli stilt overfor en situasjon hvor de har små muligheter til å velge mellom en distributør med høy pris/høyt servicenivå og en distributør med lav pris/lavt servicenivå når det gjelder et viktig merke.

(170) En produsent som velger en grossist som enedistributør, vil vanligvis gjøre dette for et større område, som for eksempel en hel EØS-stat. Så lenge grossisten kan selge produktene uten begrensninger til detaljister i det etterfølgende ledd i omsetningskjeden, er det ikke sannsynlig at merkbare konkurransebegrensende virkninger vil oppstå dersom produsenten ikke har en dominerende markedsstilling. Et mulig tap av konkurranse innenfor merkene på grossistnivå kan lett bli oppveiet av effektivitetsgevinster knyttet til logistikk, salgsfremmende tiltak osv., særlig dersom produsenten er etablert i et annet land. Utestenging av andre grossister i samme område er usannsynlig, da en leverandør med en markedsandel på over 30 % vanligvis har en tilstrekkelig forhandlingsstyrke til ikke å velge en mindre effektiv grossist. Faren for skadelige virkninger på konkurransen mellom merkene som følge av eneforhandling av flere merker, er imidlertid større på grossistnivå enn på detaljnivå.

(171) Kombinasjonen av enedistribusjon med merkeeksklusivitet kan føre til problemer med utestenging av andre leverandører fra markedet, særlig dersom det finnes et tett nett av enedistributører i små områder, eller ved kumulativ virkning. Dette kan gjøre det nødvendig å anvende prinsippene beskrevet ovenfor vedrørende merkeeksklusivitet. Dersom den ikke fører til merkbar utestenging, kan kombinasjonen av enedistribusjon og merkeeksklusivitet være gunstig for konkurransen, ved at enedistributøren oppfordres til å konsentrere sin innsats nettopp rundt det bestemte merket. Dersom utestenging ikke foreligger, vil derfor kombinasjonen av enedistribusjon og konkurranseklausuler kunne unntas for hele avtalens varighet, særlig på grossistnivå.

(172) Kombinasjonen av enedistribusjon og eksklusiv kjøpsplikt øker farene for skadelige virkninger på konkurransen i form av redusert konkurranse innenfor merkene og oppdeling av markedet, noe som særlig kan fremme prisdiskriminering. Enedistribusjon begrenser allerede kundenes mulighet til arbitrasje, da ordningen begrenser antall distributører og vanligvis også gir distributørene mindre frihet til å drive aktivt salg. Eksklusiv kjøpsplikt, der enedistributørene er pålagt å gjøre sine innkjøp av et bestemt merke direkte hos produsenten, fjerner i tillegg enedistributørens mulighet for arbitrasje, da disse hindres i å kjøpe fra andre distributører i systemet. Dette øker leverandørens muligheter til å begrense konkurransen innenfor merkene, og samtidig anvende ulike salgsvilkår. Kombinasjonen av enedistribusjon og eksklusiv kjøpsplikt vil derfor trolig ikke kunne unntas for leverandører med en markedsandel på over 30 %, med mindre det foreligger klare og vesentlige effektivitetsgevinster som fører til lavere priser for alle endelige forbrukere. Mangel på slike effektivitetsgevinster kan også føre til at gruppeunntaket trekkes tilbake dersom leverandørens markedsandel er under 30 %.

(173) "Produktets art" er ikke svært relevant ved vurdering av om enedistribusjon fører til konkurransebegrensende virkninger. Det er imidlertid relevant ved vurdering av mulige effektivitetsgevinster, det vil si etter at en merkbar konkurransebegrensende virkning er påvist.

(174) Enedistribusjon kan gi effektivitetsgevinster der investeringer fra distributørens side er nødvendige for å verne eller bygge opp merkenavnet. Dette gjelder i sterkere grad for nye produkter, avanserte produkter, produkter med egenskaper som vanskelig kan vurderes før forbruk (såkalte erfaringsprodukter), og produkter med egenskaper som vanskelig kan vurderes selv etter forbruk (såkalte tillitsprodukter). I tillegg kan enedistribusjon gi innsparinger i logistikkostnadene som følge av stordriftsfordeler ved transport og distribusjon.

(175) Eksempel på enedistribusjon på grossistnivå:

A er markedsleder på markedet for et varig forbruksgode. A selger sitt produkt gjennom eneforhandlere (grossister). Disse grossistenes områder tilsvarende hele EØS-staten for mindre EØS-stater, og en region i større EØS-stater. Eneforhandlerne håndterer salg til alle detaljister i sine områder. De selger ikke til endelige forbrukere. Grossistene har ansvar for salgsfremmende tiltak i sine markeder. Dette omfatter sponning av lokale arrangementer, men også demonstrasjon og markedsføring av nye produkter overfor detaljistene i det aktuelle området. Teknologi- og produktutvikling skjer relativt raskt på dette markedet, og service før salg til detaljister og endelige forbrukere er viktig. Grossistene er ikke pålagt å dekke hele sitt behov for leverandør As merke fra produsenten selv, og arbitrasje mellom grossister og detaljister er mulig fordi transportkostnadene er relativt lave sammenlignet med produktets verdi. Grossistene er ikke underlagt konkurranseklausuler. Detaljistene selger i tillegg et antall merker fra konkurrerende leverandører, og det foreligger ingen avtaler om enedistribusjon eller selektiv distribusjon på detaljnivå. A har en andel på ca. 50 % av markedet for salg til grossister i EØS. Markedsandelene på de ulike nasjonale detaljmarkedene varierer mellom 40 % og 60 %. A har mellom seks og ti konkurrenter på hvert nasjonale marked. B, C og D er de største konkurrentene, og er også etablert på hvert nasjonalt marked med markedsandeler på mellom 20 % og 5 %. De øvrige produsentene er nasjonale produsenter med mindre markedsandeler. B, C og D har lignende distribusjonsnett, mens de lokale produsentene for det meste selger sine produkter direkte til detaljist.

På grossistmarkedet beskrevet ovenfor, er det liten fare for redusert konkurranse innenfor merkene eller for prisdiskriminering. Arbitrasje forhindres ikke, og fraværet av konkurranse innenfor merkene er ikke særlig relevant på grossistnivå. På detaljnivå hindres verken konkurransen innenfor eller konkurransen mellom merkene. Videre påvirkes konkurransen mellom merkene ikke nevneverdig av eneforhandleravtaler på grossistnivå. Dette gjør det sannsynlig at vilkårene for unntak er oppfylt, dersom det måtte foreligge konkurransebegrensende virkninger.

(176) Eksempel på eneforhandling av flere merker i et oligopolistisk marked:

På et nasjonalt marked for ferdige produkter finnes det fire markedsledere, som hver har en markedsandel på ca. 20 %. Disse fire markedslederne selger sine produkter gjennom enedistributører på detaljnivå. Detaljister gis et eksklusivt område som tilsvarende byen der de er etablert, eller en del av byen for større byer. I de fleste områdene hender det at de fire markedslederne utpeker samme eneforhandler (eneforhandling av flere merker), som ofte er sentralt plassert og til en viss grad spesialisert på produktet. De resterende 20 % av det nasjonale markedet dekkes av flere små, lokale produsenter, der den største har en markedsandel på 5 % av det nasjonale markedet. Disse lokale produsentene selger sine produkter stort

sett gjennom andre detaljister, særlig fordi de fire største leverandørenes eneforhandlere er lite interessert i å selge mindre kjente og billigere merker. Det er stor grad av merke- og produkt differensiering i markedet. De fire markedslederne gjennomfører store nasjonale reklamekampanjer, og sørger for at merkene de fører har et godt image, mens de mindre produsentene ikke reklamerer for sine produkter på nasjonalt plan. Markedet er relativt modent, med stabil etterspørsel og ingen vesentlig produkt- eller teknologiutvikling. Produktet er forholdsvis enkelt.

I et slikt oligopolistisk marked er det fare for samordning mellom de fire markedslederne. Denne faren økes gjennom ordningen med eneforhandling av flere merker. Konkurransen innenfor merkene begrenses av ordningen med eksklusive områder. Konkurransen mellom de fire ledende merkene blir begrenset på detaljnivå, da én detaljist fastsetter prisen på alle fire merker i hvert område. Ordningen med eneforhandling av flere merker innebærer at detaljisten dersom én produsent senker prisen for sitt produkt, ikke vil være interessert i å overføre denne prisreduksjonen til den endelige forbruker, da dette ville redusere detaljistens salg og fortjeneste av de øvrige merkene. Produsentene har derfor en begrenset interesse i å konkurrere på pris seg imellom. Priskonkurranse mellom merkene eksisterer hovedsakelig mellom de svakere merkene til de mindre produsentene. De potensielle effektivitetsgevinstene for (felles) eneforhandlere er begrensede, da produktet er relativt enkelt, videresalget ikke krever særlige investeringer eller spesiell opplæring, og reklametiltak stort sett gjennomføres på produsentnivå.

Selv om hver av markedslederne har en markedsandel som ligger under grensen, kan det hende at unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3 ikke er berettiget, og det kan bli nødvendig å trekke tilbake gruppeunntaket.

(177) Eksempel på enedistribusjon kombinert med eksklusiv kjøpsplikt:

Produsent A er markedsleder i EØS for et omfangsrikt varig forbruks gode, med en markedsandel på mellom 40 % og 60 % på de fleste nasjonale detaljmarkeder. I hver EØS-stat har produsenten ca. sju konkurrenter med vesentlig mindre markedsandeler, der den største av dem har en markedsandel på 10 %. Disse konkurrentene er etablert på bare ett eller to nasjonale markeder hver. A selger sitt produkt gjennom sine nasjonale datterforetak til enedistributører på detaljnivå, som ikke har lov til å drive aktivt salg i hverandres områder. I tillegg er detaljistene pålagt å kjøpe produsent As produkter utelukkende fra det nasjonale datterforetaket til produsent A i deres eget land. Detaljistene som selger merket til produsent A, er hoveddetaljister for denne produkttypen i sitt område. De selger også konkurrerende merker, men med varierende grad av suksess og innsats. As priser varierer med 10 til 15 % mellom de ulike markedene, med mindre variasjoner innenfor samme marked. Dette gir mindre prisforskjeller på detaljnivå. Markedet er relativt stabilt både på tilbuds- og etterspørselsiden, og det skjer ingen betydelige endringer i teknologien.

På disse markedene er tap av konkurranse innenfor merkene ikke bare en følge av områdeekklusiviteten på detaljnivå, men er forsterket av at detaljistene er pålagt eksklusiv kjøpsplikt. Denne forpliktelsen bidrar til å holde markedene og områdene atskilt, ved at arbitrasje mellom eneforhandlerne utelukkes. Eneforhandlerne kan heller ikke selge aktivt til hverandres område, og unngår i praksis å levere utenfor eget område. Dette åpner for prisdiskriminering. Forbrukernes og selvstendige forhandleres arbitrasjemuligheter begrenses fordi produktet er omfangsrikt.

Det er lite trolig at ordningens påståtte effektivitetsgevinster, knyttet til stordriftsfordeler ved transport og salg fremmende tiltak på detaljnivå, kan oppveie den negative virkningen av prisdiskriminering og redusert konkurranse innenfor merkene. Det er derfor usannsynlig at vilkårene for unntak er oppfylt.

### **2.3. Eksklusiv kundefordeling**

(178) I en avtale om eksklusiv kundefordeling aksepterer leverandøren å selge sine produkter bare til én distributør for videresalg til en bestemt gruppe kunder. Samtidig begrenses vanligvis distributørens aktive salg til andre tildelte kundegrupper. De mulige skadelige virkningene på konkurransen er redusert konkurranse innenfor merkene og oppdeling av markedet, som særlig kan fremme prisdiskriminering. Dersom de fleste eller alle leverandører anvender eksklusiv kundefordeling, kan dette legges til rette for samordning, både på leverandør- og på distributørnivå.

(179) Eksklusiv kundetildeling er unntatt i henhold til gruppeunntaket dersom leverandørens markedsandel ikke overstiger 30 %, også i kombinasjon med andre ikke-avgjørlige vertikale begrensninger som konkurranseklausuler, mengdeforpliktelser eller eksklusiv kjøpsplikt. En kombinasjon av eksklusiv kundetildeling og selektiv distribusjon er vanligvis en avgjørlig begrensning, da de utpekte distributørene vanligvis ikke står fritt til å drive aktivt salg til de endelige forbrukerne. Ved markedsandeler over 30 %, gjelder retningslinjene i nr. 161 til 177 tilsvarende for vurderingen av eksklusiv kundetildeling, med forbehold for betraktningene nedenfor.

(180) Tildeling av kunder reduserer vanligvis kundenes mulighet for arbitrasje. Ettersom hver utpekt distributør har sin egen kundegruppe, kan i tillegg ikke-utpekte distributører som ikke hører til en slik gruppe ha vanskeligheter med å få tak i produktet. Dette reduserer ikke-utpekte distributørers mulighet for arbitrasje. Ved markedsandeler over grensen på 30 % i gruppeunntaket er det derfor usannsynlig at eksklusiv kundetildeling kan unntas, med mindre det foreligger klare og vesentlige effektivitetsgevinster.

(181) Eksklusiv kundetildeling anvendes hovedsakelig for produkter i mellomliggende omsetningsledd, og på grossistnivå med hensyn til ferdige produkter der det er mulig å identifisere kundegrupper med ulike særlige krav når det gjelder produktet.

(182) Eksklusiv kundetildeling kan gi effektivitetsgevinster, særlig dersom distributørene er pålagt investeringer i for eksempel særlig utstyr, kompetanse eller knowhow for å tilpasse seg sin kundegrupes behov. Avskrivningsperioden for slike investeringer angir hvor lenge et slikt system med rimelighet kan opprettholdes. Vanligvis er effektivitetsgevinstene størst for nye eller avanserte produkter, og for produkter som krever tilpassing til den enkelte kundes behov. Identifiserbare, ulike behov er mer sannsynlige for produkter i mellomliggende omsetningsledd, det vil si produkter som selges til ulike typer profesjonelle kjøpere. Tildeling av endelige forbrukere vil sannsynligvis ikke gi effektivitetsgevinster, og vil derfor antakeligvis ikke kunne unntas.

(183) Eksempel på eksklusiv kundetildeling:

Et foretak har utviklet et avansert sprinkleranlegg. Foretaket har på det nåværende tidspunkt en andel på 40 % av markedet for sprinkleranlegg. Da det begynte å selge det avanserte sprinkleranlegget, hadde det en markedsandel på 20 % med et eldre produkt. Installeringen av den nye typen sprinkleranlegg avhenger av hvilken type bygning det installeres i, og av bygningens bruk (kontor, kjemisk anlegg, sykehus osv.). Foretaket har utpekt et antall distributører til å selge og installere sprinkleranlegget. Hver distributør måtte lære opp de ansatte i de generelle og særlige kravene til installering av sprinkleranlegget for en bestemt type kunder. For å sikre at distributørene spesialiserte seg, tildelte foretaket hver enkelt distributør en egen kundegruppe, og forbød distributørene å selge aktivt til hverandres kundegrupper. Etter fem år vil alle enedistributørene kunne selge aktivt til alle kundegrupper, og ordningen med eksklusiv kundetildeling opphører. Da kan leverandøren også starte salg til nye distributører. Markedet er relativt dynamisk, med to nyetableringer og rekke teknologiske nyvinninger. Konkurrentene, som har markedsandeler på mellom 25 og 5 %, oppgraderer også produktene sine.

Da tildelingen er av begrenset varighet og fordi den bidrar til å sikre at distributørene får dekket inn investeringene sine og konsentrert salget først og fremst om en viss kundegruppe og dermed lærer seg fagområdet, og siden de konkurranseskadelige virkningene er begrensede i et dynamisk marked, er det sannsynlig at vilkårene for unntak foreligger.

#### **2.4. Selektiv distribusjon**

(184) På samme måte som enedistribusjonsavtaler, vil avtaler om selektiv distribusjon dels begrense antallet autoriserte distributører, og dels begrense mulighetene for videresalg. Til forskjell fra enedistribusjon, vil begrensningen av antallet forhandlere ikke avhenge av antall områder, men av utvelgelseskriterier først og fremst knyttet til produktets art. En annen forskjell er at begrensningen av videresalg ikke er en begrensning av aktivt salg til et område, men en begrensning av ethvert salg til ikke-autoriserte distributører, noe som gjør utpekte forhandlere og endelige forbrukere til de eneste potensielle kjøperne. Selektiv distribusjon benyttes nesten alltid til distribusjon av ferdige merkevarer.

(185) Mulige konkurransebegrensende virkninger er redusert konkurranse innenfor merkene og, særlig ved kumulativ virkning, utestenging av visse typer distributører samt større muligheter for samordning mellom leverandører og kjøpere. For en vurdering av de mulige konkurransebegrensende virkningene av selektiv distribusjon i henhold til artikkel 53 nr. 1, må det skilles mellom rent kvalitativ selektiv distribusjon og kvantitativ selektiv distribusjon. Ved rent kvalitativ selektiv distribusjon velges forhandlerne utelukkende på grunnlag av objektive kriterier som produktets art krever, som opplæring av salgspersonell, service på utsalgsstedet, et bestemt produktvalg osv<sup>(37)</sup>. Anvendelsen av slike kriterier vil ikke begrense antallet forhandlere direkte. Rent kvalitativ selektiv distribusjon anses vanligvis for å falle utenfor artikkel 53 nr. 1, da ordningen ikke skader konkurransen, forutsatt at tre vilkår er oppfylt: For det første må produktet være av en slik art at det nødvendiggjør et selektivt distribusjonssystem, i den betydning at et slikt system må være berettiget, i lys av det aktuelle produktets art, for å bevare produktets kvalitet og sikre riktig bruk av det. For det annet må videreforhandlere velges på grunnlag av objektive, kvalitative kriterier, som fastsettes på en ensartet måte for alle potensielle videreforhandlere og anvendes uten forskjellsbehandling. For det tredje må de fastsatte kriteriene ikke være mer omfattende enn det som er nødvendig<sup>(38)</sup>. Ved kvantitativ selektiv distribusjon tilføyes ytterlige utvelgelseskriterier som begrenser antallet potensielle forhandlere mer direkte, for eksempel gjennom minimums- eller maksimumskrav til salg, ved å fastsette antallet forhandlere osv.

(186) Kvalitativ og kvantitativ selektiv distribusjon er omfattet av gruppeunntaket for markedsandeler inntil 30 %, også i kombinasjon med andre, ikke-alvorlige vertikale begrensninger som konkurranseklausuler eller enedistribusjon, forutsatt at autoriserte forhandlers aktive salg til hverandre og til sluttbrukere ikke begrenses. Gruppeunntaket unntar selektiv distribusjon uavhengig av det aktuelle produktets art. Dersom produktets art ikke krever selektiv distribusjon, medfører et slikt distribusjonssystem imidlertid ikke tilstrekkelig store effektivitetsgevinster til å oppveie en betydelig reduksjon av konkurransen innenfor merkene. Dersom merkbare konkurransebegrensende virkninger oppstår, er det derfor sannsynlig at fordelene av gruppeunntaket trekkes tilbake. I tillegg gjelder retningslinjene nedenfor for vurdering av selektiv distribusjon i enkelttilfeller som ikke omfattes av gruppeunntaket, eller ved eventuell kumulativ virkning som følge av parallelle selektive distribusjonsnett.

(187) Leverandørens og vedkommendes konkurrenters markedsstilling er av vesentlig betydning ved vurdering av de mulige konkurransebegrensende virkningene, da tap av konkurranse innenfor merkene kan være et problem bare dersom konkurransen mellom merkene begrenses. Jo sterkere stilling leverandøren har, desto større problem utgjør et tap av konkurranse innenfor merkene. En annen viktig faktor er antallet selektive distribusjonsnett i samme marked. Dersom selektiv distribusjon anvendes av bare én leverandør på markedet som ikke har en dominerende stilling, vil kvantitativ selektiv distribusjon vanligvis ikke skape netto negative virkninger, forutsatt at avtalevarene på grunn av deres art krever bruk av et selektivt distribusjonssystem og på det vilkår at utvelgelseskriteriene som benyttes er nødvendige for å sikre en effektiv distribusjon av de aktuelle varene. I praksis ser det imidlertid ut til at selektiv distribusjon ofte benyttes av flere leverandører på et bestemt marked.

(188) Konkurrentenes stilling kan ha dobbel betydning, og spiller særlig stor rolle ved kumulativ virkning. Sterke konkurrenter vil vanligvis bety at en reduksjon av konkurransen innenfor merkene med letthet oppveies av tilstrekkelig konkurranse mellom merkene. Dersom flesteparten av hovedleverandørene anvender selektiv distribusjon, vil det imidlertid foreligge et merkbart tap av konkurranse innenfor merkene, og muligheter for utestenging av visse typer distributører samt økt fare for samordning mellom hovedleverandørene. Faren for utestenging av mer effektive distributører er alltid større ved selektiv distribusjon enn ved enedistribusjon, da salg til ikke-autoriserte forhandlere begrenses ved selektiv distribusjon. Formålet med dette er å gjøre selektive distribusjonssystemer mer lukkede, noe som gjør det umulig for ikke-autoriserte forhandlere å skaffe forsyninger. Dette gjør at selektiv distribusjon egner seg særlig godt for å unngå at lavprisforhandlere presser produsentens og de autoriserte forhandlerens marginer.

(189) Når gruppeunntaket får anvendelse på individuelle selektive distribusjonsnett, kan det vurderes å trekke tilbake gruppeunntaket eller å bestemme at gruppeunntaket ikke skal få anvendelse ved tilfeller av kumulativ virkning. Det er imidlertid usannsynlig at kumulativ virkning blir et problem dersom andelen

<sup>(37)</sup> Se for eksempel Førsteinstansdomstolens dom i sak T-88/92 Groupement d'achat Édouard Leclerc - Europakommisjonen [1996] ECR II-1961.

<sup>(38)</sup> Se Domstolen for de europeiske fællesskaps dommer i sak 31/80 L'Oréal - PVBA [1980] ECR 3775, nr. 15 og 16, sak 26/76 Metro I [1977] ECR 1875, nr. 20 og 21, sak 107/82 AEG [1983] ECR 3151, nr. 35, og Førsteinstansdomstolens dom i sak T-19/91 Vichy - Europakommisjonen [1992] ECR II-415, nr. 65.

av markedet som dekkes av det selektive distribusjonsnettet, er under 50 %. Det er heller ikke sannsynlig at et problem oppstår dersom markedsdekningsgraden overstiger 50 % mens de fem største leverandørenes samlede markedsandel (CR5) er mindre enn 50 %. Dersom både CR5 og den delen av markedet som dekkes ved selektiv distribusjon overstiger 50 %, kan utfallet av vurderingen avhenge av om alle de fem største leverandørene anvender selektiv distribusjon. Jo sterkere markedsstilling konkurrenter som ikke anvender selektiv distribusjon har, desto mindre sannsynlig er det at andre distributører stenges ute fra markedet. Dersom alle de fem største leverandørene anvender selektiv distribusjon, kan konkurransespørsmål særlig oppstå i forbindelse med avtaler som anvender kvantitative utvelgelseskriterier ved direkte å begrense antallet autoriserte forhandlere. Vilåårene i artikkel 53 nr. 3 vil vanligvis ikke være oppfylt dersom det aktuelle selektive distribusjonssystemet hindrer markedstilgangen for nye distributører som på tilfredsstillende måte kan selge det aktuelle produktet, særlig lavprisforhandlere, da dette begrenser distribusjonen til fordel for visse eksisterende kanaler, på bekostning av de endelige forbrukerne. Det er mindre sannsynlig at mer indirekte former for kvantitativ selektiv distribusjon, for eksempel som følge av kombinasjonen av rent kvalitative utvelgelseskriterier og krav til forhandlere om å kjøpe produkter for et minimumsbeløp per år, gir netto negative virkninger, dersom et slikt minstekrav ikke utgjør en betydelig andel av forhandlerens samlede omsetning av den aktuelle produkttypen, og ikke går ut over det som er nødvendig for at leverandøren skal få dekket inn sine relasjonsspesifikke investeringer og/eller oppnå stordriftsfordeler i forbindelse med distribusjon. Med hensyn til den enkelte leverandørs individuelle bidrag, vil en leverandør med en markedsandel på mindre enn 5 % vanligvis ikke anses for å bidra merkbart til en kumulativ virkning.

(190) "Etableringshindringer" er hovedsakelig av interesse ved utestenging av ikke-autoriserte forhandlere fra markedet. Som regel vil etableringshindringene være betydelige, da selektiv distribusjon vanligvis benyttes av produsenter av merkevarer. Det vil vanligvis kreve tid og betydelige investeringer for utelukkede detaljister å lansere egne merker eller skaffe konkurransedyktige leveranser andre steder fra.

(191) "Kjperkraft" kan øke faren for samordning mellom forhandlere, og dermed endre vurderingen av de mulige konkurransebegrensende virkningene av selektiv distribusjon betraktelig. Utestenging fra markedet av mer effektive detaljister kan særlig forekomme der en sterk forhandlerorganisasjon pålegger leverandøren utvelgelseskriterier som er ment å begrense distribusjonen til fordel for organisasjonens medlemmer.

(192) I artikkel 5 bokstav c) i gruppeunntaket er det fastsatt at leverandøren ikke kan pålegge de autoriserte forhandlerne en direkte eller indirekte forpliktelse om ikke å selge merkene til bestemte konkurrerende leverandører. Dette vilkåret tar særlig sikte på å unngå horisontal samordning mellom ledende leverandører som utelukker bestemte merker, gjennom å skape en selektiv merkevareklubb. Denne typen forpliktelse vil sannsynligvis ikke unntas dersom CR5 er lik eller over 50 %, med mindre ingen av de leverandører som pålegger en slik forpliktelse, er blant de fem største på markedet.

(193) Utestenging av andre leverandører er vanligvis ikke et problem så lenge andre leverandører kan benytte de samme distributørene, det vil si så lenge det selektive distribusjonssystemet ikke kombineres med merkeeksklusiviteten. Dersom det finnes et tett nettverk av autoriserte distributører eller kumulativ virkning, kan kombinasjonen av selektiv distribusjon og en konkurranseklausul skape fare for utestenging av andre leverandører. Prinsippene om merkeeksklusivitet beskrevet tidligere vil da få anvendelse. Dersom selektiv distribusjon ikke kombineres med en konkurranseklausul, kan utestenging av konkurrerende leverandører fra markedet likevel være et problem i tilfeller der de ledende leverandørene ikke bare anvender rent kvalitative utvelgelseskriterier, men pålegger sine forhandlere visse tilleggsforpliktelser som det å reservere et minimum av hylleplass til deres produkter eller sikre at forhandlerens salg av deres produkter utgjør en minimumsandel av forhandlerens samlede omsetning. Det er usannsynlig at et slikt problem oppstår der selektiv distribusjon dekker mindre enn 50 % av markedet eller, dersom denne grensen er overskredet, der de fem største leverandørenes markedsandel er under 50 %.

(194) Markedets modningsgrad er viktig, da tap av konkurranse innenfor merkene og mulig utestenging av leverandører eller forhandlere kan være et alvorlig problem i et modent marked, men mindre relevant i et marked preget av økende etterspørsel, teknologisk utvikling og skiftende markedsposisjoner.

(195) Selektiv distribusjon kan være effektivt dersom ordningen fører til innsparinger i logistikkostnadene takket være stordriftsfordeler knyttet til transport, noe som kan forekomme uavhengig av produktets art

(effektivitetsgevinst 6 i nr. 116). Dette utgjør imidlertid normalt bare en begrenset effektivitetsgevinst ved selektive distribusjonssystemer. Produktets art er svært relevant når det gjelder å løse et problem med "gratispassasjerer" distributørene imellom, (effektivitetsgevinst 1 i nr. 116) eller å skape en merkevareimage (effektivitetsgevinst 8 i nr. 116). Dette er særlig tilfellet for nye produkter, avanserte produkter, produkter der kvaliteten vanskelig kan bedømmes før forbruk (såkalte erfaringsprodukter) og produkter der kvaliteten vanskelig kan bedømmes selv etter forbruk (såkalte tillitsprodukter). Kombinasjonen av selektiv distribusjon og enedistribusjon vil sannsynligvis innebære et brudd på artikkel 53 dersom den anvendes av en leverandør med en markedsandel på over 30 %, eller ved kumulativ virkning, selv om det fortsatt er mulig å drive aktivt salg mellom områdene. En slik kombinasjon kan unntaksvis oppfylle vilkårene i artikkel 53 nr. 3 dersom den er absolutt nødvendig for å verne autoriserte forhandleres vesentlige og relasjonsspesifikke investeringer (effektivitetsgevinst 4 i nr. 116).

(196) For å sikre at den minst konkurransebegrensende løsningen velges, er det aktuelt å undersøke om de samme effektivitetsgevinster kan oppnås til en tilsvarende kostnad ved for eksempel kun å stille krav til service.

(197) Eksempel på kvantitativ selektiv distribusjon:

På et marked for varige forbrugsgoder, selger markedslederen (merke A), som har en markedsandel på 35 %, sine produkter til endelige forbrukere gjennom et selektivt distribusjonsnett. Det finnes flere kriterier for tilgang til nettet: butikken skal ha spesialtrent personale og yte service før salg, en bestemt del av butikken skal være forbeholdt salg av produktet og lignende høyteknologiprodukter, og butikken er pålagt å selge et bredt spekter av leverandørens modeller og stille dem ut på en attraktiv måte. Videre begrenses antallet mulige forhandlere i nettet direkte gjennom fastsettelsen av et høyeste antall forhandlere per antall innbyggere i hvert utkant- eller byområde. Produsent A har seks konkurrenter på dette markedet. De største av disse, B, C og D, har markedsandeler på henholdsvis 25, 15 og 10 %, mens de øvrige produsentene har mindre markedsandeler. A er den eneste produsenten som benytter selektiv distribusjon. De utvalgte forhandlerne av merke A selger alle et fåtall konkurrerende merker. De konkurrerende merkene selges imidlertid også i stor skala i butikker som ikke er medlemmer av As selektive distribusjonsnett. Distribusjonskanalene er flere: for eksempel selges merke B og C i de fleste av As utvalgte butikker, men også i andre butikker med høyt servicenivå samt i supermarkeder. Merke D selges hovedsakelig i butikker med høyt servicenivå. Teknologien utvikles relativt raskt på dette markedet, og hovedleverandørene opprettholder en sterk merkeidentitet for sine produkter gjennom reklame.

På dette markedet har selektiv distribusjon en dekning på 35 %. Konkurransen mellom merkene påvirkes ikke direkte av As selektive distribusjonssystem. Konkurransen innenfor merkene kan være redusert for merke As vedkommende, men forbrukerne har tilgang til forhandlere med lavt servicenivå/lave priser for merke B og C, som i store trekk har samme kvalitet som merke A. Videre hindres ikke andre merkers tilgang til forhandlere med høyt servicenivå, siden de utvalgte distributørene ikke hindres i å selge konkurrerende merker, og begrensningen av antall forhandlere av merke A frigjør andre forhandlere med høyt servicenivå til å distribuere konkurrerende merker. I dette tilfellet, og i lys av servicekravene og de effektivitetsgevinster disse sannsynligvis gir samt den begrensede virkningen på konkurransen innenfor merkene, er vilkårene for å unnta As selektive distribusjonsnett sannsynligvis oppfylt.

(198) Eksempel på selektiv distribusjon med kumulativ virkning:

På et marked for en bestemt sportsartikkel er det sju produsenter, med markedsandeler på henholdsvis 25 %, 20 %, 15 %, 15 %, 10 %, 8 % og 7 %. De fem største produsentene distribuerer sine produkter gjennom kvantitativ selektiv distribusjon, mens de to minste bruker ulike typer distribusjonssystemer, noe som gjør at selektiv distribusjon dekker 85 % av markedet. Kriteriene for tilgang til de selektive distribusjonsnettene er bemerkelsesverdig like for alle produsentene: butikkene skal ha spesialtrent personale og yte service før salg, en bestemt del av butikken skal være forbeholdt salg av produktet, og en minstestørrelse for denne delen av butikken er angitt. Butikken er pålagt å selge et bredt spekter av vedkommende merke, og stille artikkelen ut på en attraktiv måte. Butikken må ligge i en handlegate, og denne typen artikkel må utgjøre minst 30 % av butikkens samlede omsetning. Det er vanligvis samme forhandler som utpekes som selektiv forhandler av alle fem merker. De to merkene som ikke benytter selektiv distribusjon, selger for det meste gjennom mindre spesialiserte forhandlere med lavere servicenivå. Markedet er stabilt både med hensyn til tilbud og etterspørsel, og det er sterk merkeidentitet og produktdifferensiering. De fem markedslederne har merker med sterk merkeidentitet, oppnådd

gjennom reklame og sponsoraktiviteter, mens de to mindre produsentene satser på billigere produkter uten sterk merkeidentitet.

På dette markedet nektes vanlige lavprisforhandlere tilgang til de fem ledende merkene. Kravet om at denne artikkeltypen skal utgjøre minst 30 % av forhandlerens virksomhet og kriteriet om presentasjon og service før salg, utelukker de fleste lavprisforhandlere fra nettet av autoriserte forhandlere. Forbrukerne har dermed intet annet valg enn å kjøpe de fem ledende merkene i butikker med høyt servicenivå/høye priser. Dette fører til redusert konkurranse mellom de fem ledende merkene. Det faktum at de to minste merkene kan kjøpes i butikker med lavt servicenivå/lave priser, oppveier ikke denne ulempen, fordi de fem markedsledernes merkeidentitet er så mye sterkere. Konkurransen mellom merkene begrenses også av at de fem ledende merkene normalt føres av de samme forhandlerne. Selv om det eksisterer en viss konkurranse innenfor merkene og antallet forhandlere ikke er direkte begrenset, er adgangskriteriene strenge nok til at det kun finnes et lite antall forhandlere av de fem ledende merkene i hvert område.

Effektivitetsgevinstene forbundet med disse kvantitative selektive distribusjonssystemene er lave: produktet er ikke særlig avansert, og berettiger ikke et spesielt høyt servicenivå. Med mindre produsentene kan bevise at det er klare effektivitetsgevinster knyttet til det selektive distribusjonsnettet, vil gruppeunntaket sannsynligvis måtte trekkes tilbake på grunn av de kumulative virkningene som medfører mindre valgmuligheter og høyere priser for forbrukerne.

### **2.5. Franchiseavtaler**

(199) Franchiseavtaler inneholder lisenser på immaterialrettigheter knyttet i første rekke til varemerker eller logoer og knowhow for bruk og distribusjon av varer eller tjenester. I tillegg til lisens på immaterialrettigheter, yter franchisegiver vanligvis salgsmessig eller teknisk bistand til franchisetaker så lenge avtalen løper. Lisensen og bistanden er integrerte deler i den forretningsmetode franchiseavtalen omfatter. Franchisetaker betaler vanligvis franchisegiver en franchiseavgift for å kunne bruke den aktuelle forretningsmetoden. Franchiseavtaler kan gjøre det mulig for franchisegiver å opprette et ensartet distribusjonsnett for sine varer, med begrensede investeringer. I tillegg til selve forretningsmetoden, inneholder franchiseavtaler vanligvis en kombinasjon av vertikale begrensninger knyttet til produktene som distribueres, særlig selektiv distribusjon og/eller konkurranseklausuler og/eller enedistribusjon eller mindre omfattende former av dette.

(200) Anvendelsen av gruppeunntaket på lisensierte immaterialrettigheter i franchiseavtaler er omtalt i nr. 23 til 45. Med hensyn til vertikale begrensninger vedrørende innkjøp, salg og videresalg av varer og tjenester innenfor rammen av en franchiseavtale, som selektiv distribusjon, konkurranseklausuler eller enedistribusjon, får gruppeunntaket anvendelse når markedsandelen ikke overstiger 30 % for franchisegiver eller leverandøren franchisegiver har utpekt<sup>(39)</sup>. Den veiledning som er gitt ovenfor vedrørende disse former for begrensninger får også anvendelse på franchiseavtaler, med forbehold for følgende bemerkninger:

- 1) I samsvar med generell regel nr. 8 (se nr. 119), vil den vertikale begrensningen lettere oppfylle vilkårene for unntak jo viktigere overføringen av knowhow er.
- 2) En konkurranseklausul pålagt de varer eller tjenester franchisetaker kjøper, omfattes ikke av artikkel 53 nr. 1 dersom klausulen er nødvendig for å verne franchisenettets felles identitet og omdømme. I slike tilfeller er heller ikke konkurranseklausulens varighet relevant i forhold til artikkel 53 nr. 1, så lenge den ikke overstiger varigheten av selve franchiseavtalen.

(201) Eksempel på franchiseavtale:

En produsent har utviklet et nytt format for salg av sukkertøy i såkalte "fun shops", der sukkertøyene kan farges etter kundens ønske. Sukkertøyprodusenten har også utviklet maskiner for å farge sukkertøyene, og produserer også de flytende fargestoffene selv. Fargens kvalitet og friskhet er avgjørende for produksjonen av gode sukkertøy. Produsenten har hatt suksess med sine sukkertøy gjennom et antall egne butikker, som

<sup>(39)</sup> Se også Domstolen for de europeiske fellesskaps dom i sak 107/82 AEG [1983] ECR 3151, nr. 35, og Førsteinstansdomstolens dom i sak T-19/91 Vichy - Europakommisjonen [1992] ECR II-415, nr. 65. Se også nr. 89 til 95, særlig nr. 95.

alle driver under samme handelsnavn og med et ensartet, morsomt formspråk (utforming av butikkene, felles reklamekampanjer osv.). For å utvide salget har produsenten opprettet et franchisesystem. Franchisetakerne pålegges å kjøpe sukkertøy, væske og fargemaskin fra produsenten, ha samme image og drive under samme handelsnavn, betale en franchiseavgift, bidra til felles reklame og sikre en fortrolig behandling av driftshåndboken utarbeidet av franchisegiver. Franchisetakerne har videre tillatelse til å selge bare fra de i avtalen angitte lokaler, de kan selge bare til sluttbrukere eller andre franchisetakere, og de kan ikke selge andre sukkertøy. Franchisegiver kan ikke utpeke en annen franchisetaker eller selv drive utsalg i et bestemt område som omfattes av en franchiseavtale. Franchisegiveren er også pålagt å oppdatere og videreutvikle produktene sine, utformingen av butikkene og driftshåndboken, og gjøre disse forbedringene tilgjengelige for alle franchisetakere. Franchiseavtalene inngås for et tidsrom på ti år.

Sukkertøyforhandlere kjøper sine sukkertøy på et nasjonalt marked, enten fra nasjonale produsenter som framstiller sukkertøy etter den nasjonale befolknings smak, eller fra grossister som importerer sukkertøy fra utenlandske produsenter i tillegg til å selge produkter fra nasjonale produsenter. På dette markedet konkurrerer franchisegivers produkter med andre sukkertøymerker. Franchisegiver har en andel på 30 % av markedet for sukkertøy solgt til detaljister. Konkurransen utgjøres av et antall nasjonale og internasjonale merker, der noen produseres av store matvareprodusenter med et bredt produktspekter. Det finnes mange potensielle steder for salg av sukkertøy, som kiosker, vanlige dagligvareforretninger, kafeer og spesialiserte slikkeributikker. På markedet for maskiner for farging av mat, er franchisegivers markedsandel på under 10 %.

De fleste av forpliktelsene i franchiseavtalene kan anses som nødvendige for å verne immaterialrettigheter eller opprettholde franchisenettverkets felles identitet og omdømme, og faller utenfor virkeområdet for artikkel 53 nr. 1. Salgsbegrensningene (avtaleområde og selektiv distribusjon) gir franchisetakerne et incitament til å investere i fargemaskinen og franchisekonseptet, selv om dette ikke måtte være absolutt nødvendig, så bidrar det i alle fall til å bevare en felles identitet. På denne måten oppveies tapet av konkurranse innenfor merkene. Konkurransesklausulen som stenger andre sukkertøymerker ute fra butikkene for hele avtalens løpetid, gjør at franchisetaker kan opprettholde butikkens ensartede utseende, og hindre konkurrenter i å dra fordel av handelsnavnet. Dette fører ikke til noen alvorlig utestenging fra markedet, i lys av det store antallet potensielle utsalgssteder som er tilgjengelig for andre sukkertøyprodusenter. Franchiseavtalene til denne franchisegiveren oppfyller sannsynligvis vilkårene for unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3, i den grad forpliktelsene i avtalen kommer inn under artikkel 53 nr. 1.

## **2.6. Eksklusiv leveringsforpliktelse**

(202) Eksklusiv leveringsforpliktelse som definert i artikkel 1 bokstav c) i gruppeunntaket, er den formen for begrenset distribusjon som begrenser antallet kjøpere i størst grad: det fastsettes i avtalen at leverandøren kan selge et bestemt ferdig produkt til bare én kjøper i EØS. For varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd betyr eksklusiv leveringsforpliktelse at det bare finnes én kjøper innen EØS, eller at det bare finnes én kjøper innen EØS med henblikk på en særskilt bruk. Når det gjelder varer og tjenester i mellomliggende omsetningsledd, omtales eksklusiv leveringsforpliktelse ofte som industriell levering.

(203) Eksklusiv leveringsforpliktelse som definert i artikkel 1 bokstav c) i gruppeunntaket, er unntatt i henhold til artikkel 2 nr. 1 sammenholdt med artikkel 3 nr. 2 i gruppeunntaket, når kjøpers markedsandel ikke overstiger 30 %, selv om den kombineres med andre ikke-alvorlige begrensninger som for eksempel en konkurranseklausul. Over denne grensen gjelder følgende retningslinjer for vurdering av eksklusiv leveringsforpliktelse i enkelttilfeller:

(204) Den viktigste konkurransemessige risiko ved eksklusiv leveringsforpliktelse, er utestenging av andre kjøpere. Kjøperens andel av innkjøpsmarkedet som befinner seg på et tidligere ledd i omsetningskjeden, er åpenbart viktig ved vurdering av kjøpers mulighet til å "pålegge" en eksklusiv leveringsforpliktelse som hindrer andre kjøpere tilgang til leveranser. Kjøperens stilling på det etterfølgende markedet, er imidlertid den faktoren som avgjør om det kan oppstå et konkurranseproblem.

Dersom kjøperen ikke har markedsrett på dette markedet, kan det ikke forventes å oppstå merkbare negative virkninger for forbrukerne. Negative virkninger kan imidlertid forventes dersom kjøpers markedsandel på innkjøpsmarkedet såvel som på det etterfølgende markedet, overstiger 30 %. Dersom kjøpers andel av innkjøpsmarkedet ikke overstiger 30 %, kan det fremdeles oppstå merkbar utestenging, særlig dersom kjøpers markedsandel på det etterfølgende markedet overstiger 30 %. I slike tilfeller kan det være nødvendig å trekke tilbake gruppeunntaket. Dersom et foretak har en dominerende stilling på det etterfølgende markedet, kan en forpliktelse om å levere produkter bare eller hovedsakelig til den dominerende kjøperen, innebære betydelige konkurransebegrensende virkninger.

(205) Det er ikke bare kjøpers markedsstilling på innkjøpsmarkedet og det etterfølgende markedet som er viktig, men også den eksklusive leveringsforpliktelsens omfang og varighet. Jo større den bundne leveringsandelen er og jo lenger den eksklusive leveringsforpliktelsen varer, desto mer betydelig vil utestengingen sannsynligvis være. Avtaler om eksklusiv leveringsforpliktelse med en varighet på under fem år og som inngås av ikke-dominerende foretak, krever vanligvis en avveining av de positive og negative virkningene på konkurransen, mens avtaler som varer lenger enn fem år, for de fleste typer investeringer ikke anses som nødvendige for å oppnå de påståtte effektivitetsgevinster, eller disse gevinstene er ikke tilstrekkelige til å oppveie den utestengende virkningen av slike langsiktige avtaler om eksklusiv leveringsforpliktelse.

(206) Konkurrerende kjøperes stilling på innkjøpsmarkedet er av betydning, da det bare er sannsynlig at konkurrerende kjøpere stenges ute av konkurransemessige grunner, det vil si for å øke disse kjøpernes kostnader, bare dersom de er betraktelig mindre enn kjøperen som stenger dem ute.

Utestenging av konkurrerende kjøpere er ikke særlig sannsynlig dersom disse konkurrentene har en tilsvarende kjøperrett og kan tilby leverandørene tilsvarende salgsmuligheter. I slike tilfeller kan utestenging forekomme bare overfor potensielle etablerere, som ikke alltid kan sikre seg forsyninger dersom et antall store kjøpere alle inngår avtaler om eksklusiv leveringsforpliktelse med de fleste leverandører på markedet. En slik kumulativ virkning kan føre til at fordelene av gruppeunntaket trekkes tilbake.

(207) Etableringshindringer på leverandørnivå er relevant når det skal vurderes om faktisk utestenging finner sted. Så lenge det er effektivt for konkurrerende kjøpere å skaffe varer eller tjenester selv ved å integrere vertikalt med et tidligere ledd i omsetningskjeden, vil utestenging sannsynligvis ikke være noe reelt problem. Ofte foreligger det imidlertid betydelige etableringshindringer.

(208) Leverandørenes mulighet til å utgjøre en motvekt er relevant, da store leverandører ikke lett vil la seg avskjære fra å levere til alternative kjøpere. Utestenging er derfor hovedsakelig en fare dersom leverandørene er svake og kjøperne sterke. Dersom leverandørene er sterke, kan eksklusiv leveringsforpliktelse forekomme i kombinasjon med en konkurranseklausul. Kombinasjonen med en konkurranseklausul medfører at reglene for merkeeksklusivitet får anvendelse. Dersom det er relasjonsspesifikke investeringer involvert på begge sider (problem knyttet til motvilje mot investeringer), vil en kombinasjon av eksklusiv leveringsforpliktelse og konkurranseklausul, det vil si gjensidig eksklusivitet i avtaler om industriell levering, vanligvis være berettiget under nivået for dominans.

(209) Omsetningsleddet og produktets art er relevant i forhold til utestenging. Utestenging er mindre sannsynlig for et produkt i et mellomliggende omsetningsledd eller for et homogent produkt. For det første har en utestengt produsent som bruker en bestemt innsatsvare, vanligvis større muligheter til å oppfylle sine kunders behov enn grossisten/detaljisten har til å dekke behovene til en endelig forbruker som merker kanskje spiller avgjørende rolle for. For det annet kan tapet av en mulig leveringskilde være mindre viktig for utestengte kjøpere når det gjelder homogene produkter, enn for heterogene produkter som finnes i ulike varianter og kvaliteter.

(210) For homogene produkter i mellomliggende omsetningsledd er det sannsynlig at konkurransebegrensende virkninger kan unntas når det ikke foreligger dominans. For ferdige merkevarer eller differensierte produkter i mellomliggende omsetningsledd kan en eksklusiv leveringsforpliktelse, dersom det foreligger etableringshindringer, ha merkbare konkurransebegrensende virkninger når konkurrerende kjøpere er relativt små i forhold til kjøperen som stenger dem ute, selv om sistnevnte ikke har en dominerende stilling på det etterfølgende markedet.

(211) Der det fastslås merkbare konkurransebegrensende virkninger, er et unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3 mulig så lenge foretaket ikke er dominerende. Effektivitetsgevinster kan forventes dersom det er motvilje mot investeringer (nr. 116 punkt 4 og 5), noe som er mer sannsynlig for produkter i mellomliggende omsetningsledd enn for ferdige produkter. Det er mindre sannsynlig at det oppstår andre effektivitetsgevinster. Potensielle stordriftsfordeler i distribusjonsleddet (nr. 116 punkt 6) synes ikke å kunne berettige en eksklusiv leveringsforpliktelse.

(212) Med hensyn til motvilje mot investeringer og enn mer for stordriftsfordeler i distribusjonsleddet, kan en mengdeforpliktelse pålagt leverandøren, slik som krav om minste leveringsmengde, ofte være et mindre konkurransebegrensende alternativ.

(213) Eksempel på eksklusiv leveringsforpliktelse:

På et marked for en bestemt type deler (produkt i mellomliggende omsetningsledd), inngår leverandør A en avtale med kjøper B om å utvikle en ny versjon av en del ved hjelp av egen knowhow og betydelige investeringer i maskiner på grunnlag av spesifikasjoner levert av kjøper B. B vil måtte foreta betydelige investeringer for å innlemme den nye delen i sine produkter. Det avtales at A skal levere det nye produktet bare til kjøper B for et tidsrom på fem år fra produktet markedsføres første gang. B er pålagt å kjøpe det nye produktet bare fra A i den samme femårsperioden. Både A og B kan fortsette å henholdsvis selge og kjøpe andre versjoner av delen andre steder. Kjøper Bs markedsandel på innkjøpsmarkedet for delen og på det etterfølgende markedet for ferdige varer, er 40 %. Deleleverandørens markedsandel er 35 %. Det finnes to andre deleleverandører med en markedsandel på rundt 20-25 %, og et antall mindre leverandører.

På grunn av de betydelige investeringene, er det sannsynlig at avtalen oppfyller vilkårene for unntak, i lys av effektivitetsgevinstene og en begrenset utestengende virkning. Andre kjøpere hindres i å kjøpe en bestemt versjon av et produkt fra en leverandør med en markedsandel på 35 %, og det finnes andre deleleverandører som kunne utvikle lignende nye produkter. Utestengingen av andre leverandører fra deler av kjøper Bs etterspørsel er begrenset til høyst 40 % av markedet .

(214) Eksklusiv leveringsforpliktelse bygger på en direkte eller indirekte forpliktelse for leverandøren til å selge til bare én kjøper. En mengdeforpliktelse pålagt leverandøren bygger på incentiver avtalt mellom leverandør og kjøper som gjør at leverandøren konsentrerer sitt salg hovedsakelig rundt én kjøper. En mengdeforpliktelse pålagt leverandøren kan ha tilsvarende virkninger som en eksklusiv leveringsforpliktelse, men vil være svakere. Vurderingen av mengdeforpliktelser vil avhenge av i hvor stor grad andre kjøpere utestenges fra innkjøpsmarkedet.

### **2.7. Koblingshandel**

(215) Koblingshandel går ut på at leverandøren gjør salg av et produkt avhengig av at det kjøpes et annet separat produkt fra leverandøren eller fra andre utpekt av denne. Det første produktet kalles hovedproduktet, og det andre kalles det koblede produktet. Dersom koblingshandelen ikke kan begrunnes objektivt i produktenes art eller handelssedvane, kan slik praksis utgjøre en utilbørlig utnyttelse i henhold til artikkel 54<sup>(40)</sup>. Artikkel 53 kan få anvendelse på horisontale avtaler eller samordnet opptreden mellom konkurrerende leverandører som gjør salget av ett produkt avhengig av kjøp av et annet separat produkt. Koblingshandel kan også være en vertikal begrensning som omfattes av artikkel 53, dersom den fører til en forpliktelse om merkeeksklusivitet (se nr. 138 til 160) for det koblede produktet. Bare sistnevnte tilfelle omhandles i disse retningslinjer.

(216) Hva som skal anses som et separat produkt, avgjøres først og fremst av kjøpernes etterspørsel. To produkter er separate produkter dersom de ut fra kjøpers synspunkt kjøpes på to ulike markeder, når det ikke foreligger koblingshandel. For eksempel har det blitt handelssedvane for skoprodusenter å levere sko med lisser, fordi kundene ønsker å kjøpe sko med lisser. Salg av sko med lisser er derfor ikke et eksempel på koblingshandel. Ofte har kombinasjoner blitt vanlig praksis fordi produktets art gjør det teknisk vanskelig å levere ett produkt uten å levere et annet.

(217) Den viktigste negative virkningen på konkurransen av koblingshandel, er mulig utestenging fra

<sup>(40)</sup> Domstolen for de europeiske fellesskaps dom i sak C-333/94 P Tetrapak - Europakommisjonen [1996] ECR I-5951, nr. 37.

markedet for det koblede produktet. Koblingshandel betyr at det hviler minst én type mengdeforpliktelse på kjøper med hensyn til det koblede produktet. Dersom det i tillegg er avtalt en konkurranseklausul med hensyn til det koblede produktet, øker faren for en mulig utestenging fra markedet for dette produktet. Koblingshandel kan også føre til høyere priser enn under normale konkurranseforhold, særlig i tre tilfeller: For det første dersom hovedproduktet og det koblede produktet delvis er substituerbare for kjøper. For det annet dersom koblingshandelen åpner for prisdiskriminering avhengig av kundens bruk av hovedproduktet, for eksempel hvis salget av blekkassetter knyttes til salg av kopimaskiner. Og for det tredje dersom det i forbindelse med langsiktige avtaler eller service etter salg for originalutstyr med lang levetid, blir vanskelig for kunden å forutse konsekvensene av koblingshandelen. Til slutt kan koblingshandel også føre til større etableringshindringer, både på markedet for hovedproduktet og markedet for det koblede produktet.

(218) Koblingshandel er unntatt i henhold til artikkel 2 nr. 1 sammenholdt med artikkel 3 i gruppeunntaket, dersom leverandørens andel av markedet for det koblede produktet og markedet for hovedproduktet ikke overstiger 30 %. Denne begrensningen kan kombineres med andre ikke-alvorlige vertikale begrensninger som konkurranseklausuler eller mengdeforpliktelser pålagt hovedproduktet, eller eksklusiv kjøpsplikt. For markedsandeler over grensen gjelder følgende retningslinjer for vurdering av koblingshandel i enkelttilfeller:

(219) Leverandørens stilling på markedet for hovedproduktet er opplagt av stor betydning ved vurdering av mulige konkurransebegrensende virkninger. Denne typen avtaler pålegges som oftest av leverandøren. Det at en leverandør har en sterk stilling på markedet for hovedproduktet, er hovedårsaken til at en kjøper kan finne det vanskelig å avslå å forplikte seg til koblingshandel.

(220) Ved vurderingen av leverandørens markedsrett, er konkurrentenes markedsstilling på markedet for hovedproduktet viktig. Så lenge konkurrentene er tilstrekkelig mange og sterke, kan det ikke forventes konkurransebegrensende virkninger, da kjøperne har tilstrekkelig med andre muligheter til å kjøpe hovedproduktet uten det koblede produktet, med mindre andre leverandører opererer med lignende former for koblingshandel. I tillegg er etableringshindringer på markedet for hovedproduktet av betydning for å avgjøre leverandørens markedsstilling. Dersom koblingshandel er kombinert med en konkurranseklausul for hovedproduktet, styrkes leverandørens stilling betraktelig.

(221) Kjøperrett er relevant, da store kjøpere ikke så lett vil bli tvunget til å godta koblingshandel uten også å nyte godt av i det minste en del av de potensielle effektivitetsgevinstene. Koblingshandel som ikke bygger på effektivitet, er derfor hovedsakelig en fare når kjøperne ikke har betydelig makt.

(222) Dersom det fastslås merkbare konkurransebegrensende virkninger, kan et unntak i henhold til artikkel 53 nr. 3 være aktuelt så lenge foretaket ikke er dominerende. Koblingshandel kan bidra til effektivitetsgevinster som følge av felles produksjon eller felles distribusjon. Dersom det koblede produktet ikke produseres av leverandøren, kan det også skapes effektivitetsgevinster ved at leverandøren kjøper store mengder av det koblede produktet. For at koblingshandel skal kunne unntas, må det imidlertid påvises at minst en del av disse kostnadsreduksjonene kommer forbrukeren til gode. Koblingshandel kan derfor vanligvis ikke unntas dersom detaljisten regelmessig kan skaffe seg de samme eller tilsvarende produkter til de samme vilkår som eller til bedre vilkår enn de som tilbys av leverandøren som benytter seg av koblingshandel. En annen effektivitetsgevinst kan foreligge dersom koblingshandel bidrar til å sikre en viss ensartethet og standardisering av kvalitet (se effektivitetsgevinst 8 i nr. 116). Det må imidlertid påvises at de positive virkningene ikke kan oppnås like effektivt ved å kreve at kjøperen benytter eller videreselger produkter som oppfyller visse minstekrav til kvalitet, uten å kreve at kjøperen kjøper disse av leverandøren eller av noen denne har utpekt. Vilkår om minstekrav til kvalitet vil vanligvis ikke komme inn under artikkel 53 nr. 1. Tilfeller der leverandøren av hovedproduktet pålegger kjøperen å kjøpe det koblede produktet fra bestemte leverandører, for eksempel fordi det ikke er mulig å formulere minstekrav til kvalitet, kan også falle utenfor artikkel 53 nr. 1, særlig dersom leverandøren av hovedproduktet ikke oppnår noen direkte (økonomisk) fordel av å utpeke leverandører for det koblede produktet.

(223) Virkningen av høyere priser enn under normale konkurranseforhold anses som konkurransebegrensende i seg selv. Virkningen av utestenging avhenger av hvor stor prosent av markedet for det koblede produktet som koblingshandelen omfatter. På spørsmålet om hva som kan anses som merkbare utestenging i henhold til artikkel 53 nr. 1, kan analysen for merkeeksklusivitet anvendes. Over markedsandelsgrensen på 30 % er det usannsynlig at koblingshandel kan unntas, med mindre det

foreligger klare effektivitetsgevinster som i det minste delvis kommer forbrukerne til gode. Unntak er enda mindre sannsynlig dersom koblingshandel kombineres med konkurranseklausuler, enten for det koblede produkt eller for hovedproduktet.

(224) Gruppeunntaket vil sannsynligvis trekkes tilbake dersom koblingshandel ikke fører til effektivitetsgevinster, eller dersom effektivitetsgevinster som følger av koblingshandel ikke overføres til forbrukeren (se nr. 222). Det vil også ofte trekkes tilbake ved kumulativ virkning der en hovedvekt av leverandørene anvender lignende former for koblingshandel uten at potensielle effektivitetsgevinster i det minste delvis kommer forbrukerne til gode.

### **2.8. Veiledende eller maksimale videresalgspriser**

(225) Ordningen med å anbefale en viderefhandler en videresalgspris (veiledende videresalgspriser) eller kreve at viderefhandleren respekterer en høyeste videresalgspris (maksimale videresalgspriser) er, med forbehold for kommentarene i nr. 46 til 56 om fastsettelse av videresalgspris, dekket av gruppeunntaket forutsatt at leverandørens markedsandel ikke overstiger 30 %. For tilfeller over denne markedsandelsgrensen og for tilfeller der gruppeunntaket trekkes tilbake, gjelder følgende retningslinjer:

(226) De mulige konkurransebegrensende virkningene av maksimale og veiledende priser er først og fremst at viderefhandlere vil benytte disse prisene som et utgangspunkt for sin prisfastsettelse, og dermed kunne bli fulgt av de fleste eller alle viderefhandlerne. En annen fare er at maksimale og veiledende priser kan legge til rette for samordning leverandører imellom.

(227) Den viktigste faktoren ved vurdering av mulige konkurransebegrensende virkningene av maksimale eller veiledende priser, er leverandørens markedsstilling. Jo sterkere markedsstilling leverandøren har, desto større er faren for at en maksimal eller en veiledende videresalgspris fører til at viderefhandlerne anvender dette prisnivået på en mer eller mindre ensartet måte, fordi de benytter dette nivået som et fikseringspunkt. De kan finne det vanskelig å avvike fra det de oppfatter som den videresalgsprisen som foretrekkes av en så stor leverandør på markedet. Under slike forhold kan pålegg om høyeste eller anbefalt videresalgspris være i strid med artikkel 53 nr. 1 dersom det fører til et ensartet prisnivå.

(228) Den nest viktigste faktoren ved vurdering av mulige konkurransebegrensende virkningene av maksimale eller veiledende priser, er konkurrentenes markedsstilling. Bruk eller publisering av slike priser kan, særlig i et snevert oligopol, legge til rette for samordning mellom leverandører ved at disse utveksler opplysninger om ønsket prisnivå, og ved at sannsynligheten for lavere videresalgspriser reduseres. En ordning med pålegg om maksimale eller veiledende videresalgspriser som gir slike virkninger, kan også være i strid med artikkel 53 nr. 1.

### **2.9. Andre vertikale begrensninger**

(229) De ovennevnte vertikale begrensninger og kombinasjoner av disse utgjør bare et utvalg. Det finnes andre begrensninger og kombinasjoner som disse retningslinjene ikke omfatter. De vil imidlertid bli behandlet etter de samme prinsipper, ved hjelp av de samme generelle regler og med samme vekt på deres virkning på markedet.

# EF-ORGANER

## KOMMISJONEN

**Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning  
(Sak COMP/M.2790 – Siemens/First Sensor Technology)**

**2002/EØS/26/04**

### **Sak som kan bli behandlet etter forenklet framgangsmåte**

1. Kommisjonen mottok 13. mai 2002 melding i henhold til artikkel 4 i rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(1)</sup>, sist endret ved forordning (EF) nr. 1310/97<sup>(2)</sup>, om en planlagt foretakssammenslutning der foretaket Siemens Venture Capital Gesellschaft GmbH ("SVC"), som kontrolleres av Siemens AG, ved kjøp av aksjer og vetoretter oppnår felles kontroll som definert i rådsforordningens artikkel 3 nr. 1 bokstav b) over First Sensor Technology GmbH ("FST"), som nå kontrolleres av Deutsche Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH ("DBG") og IKB Deutsche Industriebank AG ("IKB").
2. De berørte foretakene har virksomhet på følgende områder:
  - SVC: risikokapitalvirksomhet,
  - DGB: finansielle investeringer,
  - IKB: bankvirksomhet og finansielle investeringer,
  - FST: trykksensorer og skriveskriver.
3. Etter en foreløpig undersøkelse finner Kommisjonen at den meldte foretakssammenslutningen kan komme inn under virkeområdet for rådsforordning (EØF) nr. 4064/89. Det er imidlertid ikke gjort endelig vedtak på dette punkt. Det gjøres oppmerksom på at denne saken kan bli behandlet etter framgangsmåten fastsatt i kommisjonsmeldingen om forenklet framgangsmåte for behandling av visse foretakssammenslutninger etter rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(3)</sup>.
4. Kommisjonen innbyr interesserte parter til å framlegge eventuelle merknader til den planlagte foretakssammenslutningen for Kommisjonen.

Merknadene må være Kommisjonen i hende senest ti dager etter at dette ble offentliggjort i EFT C 120 av 23.5.2002. Merknadene sendes til Kommisjonen per faks (faksnr. +32 22 96 43 01 eller 22 96 72 44) eller med post, med referanse COMP/M.2790 – Siemens/First Sensor Technology, til følgende adresse:

European Commission  
Directorate-General for Competition  
Directorate B – Merger Task Force  
Rue Joseph II/Jozef II-straat 70  
B-1000 Bruxelles/Brussel

<sup>(1)</sup> EFT L 395 av 30.12.1989, s. 1, rettet ved EFT L 257 av 21.9.1990, s. 13.

<sup>(2)</sup> EFT L 180 av 9.7.1997, s. 1, rettet ved EFT L 40 av 13.2.1998, s. 17.

<sup>(3)</sup> EFT C 217 av 29.7.2000, s. 32.

**Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning  
(Sak COMP/M.2809 – Cinven/Carlyle/VUP)**

2002/EØS/26/05

**Sak som kan bli behandlet etter forenklet framgangsmåte**

1. Kommisjonen mottok 8. mai 2002 melding i henhold til artikkel 4 i rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(1)</sup>, sist endret ved forordning (EF) nr. 1310/97<sup>(2)</sup>, om en planlagt foretakssammenslutning der foretakene Cinven, som tilhører Cinven Group Limited, Storbritannia ("Cinven"), og Carlyle, et kommandittselskap registrert i Cayman Island ("Carlyle"), ved kjøp av aksjer i nyopprettede mellomforetak overtar felles kontroll som definert i rådsforordningens artikkel 3 nr. 1 bokstav b) over visse aktiva solgt av Vivendi Universal Publishing, Frankrike ("VUP-aktiva").
2. De berørte foretakene har virksomhet på følgende områder:
  - Cinven: risikokapitalvirksomhet,
  - Carlyle: investeringsvirksomhet,
  - VUP-aktiva: virksomhet innen medisinske publikasjoner, handelspublikasjoner og handelsmesser.
3. Etter en foreløpig undersøkelse finner Kommisjonen at den meldte foretakssammenslutningen kan komme inn under virkeområdet for rådsforordning (EØF) nr. 4064/89. Det er imidlertid ikke gjort endelig vedtak på dette punkt. Det gjøres oppmerksom på at denne saken kan bli behandlet etter framgangsmåten fastsatt i kommisjonsmeldingen om forenklet framgangsmåte for behandling av visse foretakssammenslutninger etter rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(3)</sup>.
4. Kommisjonen innbyr interesserte parter til å framlegge eventuelle merknader til den planlagte foretakssammenslutningen for Kommisjonen.

Merknadene må være Kommisjonen i hende senest ti dager etter at dette ble offentliggjort i EFT C 119 av 22.5.2002. Merknadene sendes til Kommisjonen per faks (faksnr. +32 22 96 43 01 eller 22 96 72 44) eller med post, med referanse COMP/M.2809 – Cinven/Carlyle/VUP, til følgende adresse:

European Commission  
Directorate-General for Competition  
Directorate B – Merger Task Force  
Rue Joseph II/Jozef II-straat 70  
B-1000 Bruxelles/Brussel

<sup>(1)</sup> EFT L 395 av 30.12.1989, s. 1, rettet ved EFT L 257 av 21.9.1990, s. 13.

<sup>(2)</sup> EFT L 180 av 9.7.1997, s. 1, rettet ved EFT L 40 av 13.2.1998, s. 17.

<sup>(3)</sup> EFT C 217 av 29.7.2000, s. 32.

**Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning  
(Sak COMP/M.2817 – Barilla/BPL/Kamps)**

2002/EØS/26/06

1. Kommissjonen mottok 8. mai 2002 melding i henhold til artikkel 4 i rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(1)</sup>, sist endret ved forordning (EF) nr. 1310/97<sup>(2)</sup>, om en planlagt foretakssammenslutning der foretakene Fin.Ba S.p.A., som tilhører Barilla-gruppen ("Barilla"), Italia, og Banca Popolare di Lodi S.c.a.r.l. ("BPL"), Italia, ved et offentlig overtakelsestilbud overtar felles kontroll som definert i rådsforordningens artikkel 3 nr. 1 bokstav b) over Kamps AG ("Kamps"), Tyskland.
2. De berørte foretakene har virksomhet på følgende områder:
  - Barilla: produksjon og salg av pasta og pastasaus, bakervarer (brød, brøderstatninger og kaker) samt iskremprodukter,
  - BPL: bankvirksomhet innen kreditt og finansielle tjenester,
  - Kamps: produksjon og salg av bakervarer (brød, brøderstatninger og kaker).
3. Etter en foreløpig undersøkelse finner Kommissjonen at den meldte foretakssammenslutningen kan komme inn under virkeområdet for rådsforordning (EØF) nr. 4064/89. Det er imidlertid ikke gjort endelig vedtak på dette punkt.
4. Kommissjonen innbyr interesserte parter til å framlegge eventuelle merknader til den planlagte foretakssammenslutningen for Kommissjonen.

Merknadene må være Kommissjonen i hende senest ti dager etter at dette ble offentliggjort i EFT C 119 av 22.5.2002. Merknadene sendes til Kommissjonen per faks (faksnr. +32 22 96 43 01 eller 22 96 72 44) eller med post, med referanse COMP/M.2817 – Barilla/BPL/Kamps, til følgende adresse:

European Commission  
Directorate-General for Competition  
Directorate B – Merger Task Force  
Rue Joseph II/Jozef II-straat 70  
B-1000 Bruxelles/Brussel

<sup>(1)</sup> EFT L 395 av 30.12.1989, s. 1, rettet ved EFT L 257 av 21.9.1990, s. 13.

<sup>(2)</sup> EFT L 180 av 9.7.1997, s. 1, rettet ved EFT L 40 av 13.2.1998, s. 17.

**Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning  
(Sak COMP/M.2785 – Publicis/Bcom3)**

2002/EØS/26/07

1. Kommisjonen mottok 15. mai 2002 melding i henhold til artikkel 4 i rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(1)</sup>, sist endret ved forordning (EF) nr. 1310/97<sup>(2)</sup>, om en planlagt foretakssammenslutning der foretaket Publicis Groupe SA, Frankrike ("Publicis") ved kjøp av aksjer overtar kontroll som definert i rådsforordningens artikkel 3 nr. 1 bokstav b) over Bcom3 Group, Inc, USA ("Bcom3").
2. De berørte foretakene har virksomhet på følgende områder:
  - Publicis: reklamevirksomhet,
  - Bcom3: reklamevirksomhet og kommunikasjonstjenester på markedsføringsområdet.
3. Etter en foreløpig undersøkelse finner Kommisjonen at den meldte foretakssammenslutningen kan komme inn under virkeområdet for rådsforordning (EØF) nr. 4064/89. Det er imidlertid ikke gjort endelig vedtak på dette punkt.
4. Kommisjonen innbyr interesserte parter til å framlegge eventuelle merknader til den planlagte foretakssammenslutningen for Kommisjonen.

Merknadene må være Kommisjonen i hende senest ti dager etter at dette ble offentliggjort i EFT C 124 av 25.5.2002. Merknadene sendes til Kommisjonen per faks (faksnr. +32 22 96 43 01 eller 22 96 72 44) eller med post, med referanse COMP/M.2785 – Publicis/Bcom3, til følgende adresse:

European Commission  
Directorate-General for Competition  
Directorate B – Merger Task Force  
Rue Joseph II/Jozef II-straat 70  
B-1000 Bruxelles/Brussel

<sup>(1)</sup> EFT L 395 av 30.12.1989, s. 1, rettet ved EFT L 257 av 21.9.1990, s. 13.  
<sup>(2)</sup> EFT L 180 av 9.7.1997, s. 1, rettet ved EFT L 40 av 13.2.1998, s. 17.

**Forhåndsmelding om en foretakssammenslutning  
(Sak COMP/M.2807 – Casino/Laurus)**

2002/EØS/26/08

**Sak som kan bli behandlet etter forenklet framgangsmåte**

1. Kommisjonen mottok 16. mai 2002 melding i henhold til artikkel 4 i rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(1)</sup>, sist endret ved forordning (EF) nr. 1310/97<sup>(2)</sup>, om en planlagt foretakssammenslutning der foretaket Casino Group S.A., Frankrike ("Casino") ved kjøp av aksjer overtar kontroll som definert i rådsforordningens artikkel 3 nr. 1 bokstav b) over hele Laurus N.V., Nederland ("Laurus").
2. De berørte foretakene har virksomhet på følgende områder:
  - Casino: detaljhandel med dagligvarer,
  - Laurus: detaljhandel med dagligvarer.
3. Etter en foreløpig undersøkelse finner Kommisjonen at den meldte foretakssammenslutningen kan komme inn under virkeområdet for rådsforordning (EØF) nr. 4064/89. Det er imidlertid ikke gjort endelig vedtak på dette punkt. Det gjøres oppmerksom på at denne saken kan bli behandlet etter framgangsmåten fastsatt i kommisjonsmeldingen om forenklet framgangsmåte for behandling av visse foretakssammenslutninger etter rådsforordning (EØF) nr. 4064/89<sup>(3)</sup>.
4. Kommisjonen innbyr interesserte parter til å framlegge eventuelle merknader til den planlagte foretakssammenslutningen for Kommisjonen.

Merknadene må være Kommisjonen i hende senest ti dager etter at dette ble offentliggjort i EFT C 124 av 25.5.2002. Merknadene sendes til Kommisjonen per faks (faksnr. +32 22 96 43 01 eller 22 96 72 44) eller med post, med referanse COMP/M.2807 – Casino/Laurus, til følgende adresse:

European Commission  
Directorate-General for Competition  
Directorate B – Merger Task Force  
Rue Joseph II/Jozef II-straat 70  
B-1000 Bruxelles/Brussel

<sup>(1)</sup> EFT L 395 av 30.12.1989, s. 1, rettet ved EFT L 257 av 21.9.1990, s. 13.

<sup>(2)</sup> EFT L 180 av 9.7.1997, s. 1, rettet ved EFT L 40 av 13.2.1998, s. 17.

<sup>(3)</sup> EFT C 217 av 29.7.2000, s. 32.

**Vedtak om ikke å gjøre innsigelse mot en meldt foretakssammenslutning  
(Sak COMP/M.1855 – Singapore Airlines/Virgin Atlantic)****2002/EØS/26/09**

Kommisjonen vedtok 23.3.2000 ikke å gjøre innsigelse mot ovennevnte meldte foretakssammenslutning og å erklære den forenlig med det felles marked. Vedtaket er gjort på grunnlag av artikkel 6 nr. 1 bokstav b) i rådsforordning (EØF) nr. 4064/89. Vedtaket foreligger i uavkortet tekst bare på engelsk, og vil bli offentliggjort etter at eventuelle forretningshemmeligheter er fjernet. Vedtaket kan fås:

- som papirversjon ved salgskontorene for De europeiske fellesskaps offisielle publikasjoner,
- i elektronisk form i "CEN"-versjonen av databasen CELEX, under dokumentnummer 300M1855. CELEX er et edb-basert dokumentasjonssystem for Det europeiske fellesskaps regelverk. Nærmere opplysninger om abonnering kan fås ved henvendelse til:

EUR-OP  
Information, Marketing and Public Relations (OP/4B)  
2, rue Mercier  
L-2925 Luxembourg  
Tlf.: +352 2929 42455, faks: +352 2929 42763

**Kommisjonsmelding om forlengelse av Fellesskapets rammebestemmelser  
for statsstøtte til forskning og utvikling****2002/EØS/26/10**

I henhold til nr. 9 i Fellesskapets rammebestemmelser for statsstøtte til forskning og utvikling<sup>(1)</sup> skal Kommisjonen 'vurdere bestemmelsene på nytt innen fem år. For øvrig kan Kommisjonen til enhver tid beslutte å endre bestemmelsene i samarbeid med medlemsstatene, dersom det viser seg nødvendig av konkurransepolitiske grunner eller for å ta hensyn til Fellesskapets politikk på andre områder og dets internasjonale forpliktelser'.

For å ha tilstrekkelig tid til å fullføre denne vurderingen, besluttet Kommisjonen i februar 2001 å fortsette å anvende det gjeldende regelverk inntil det ble offentliggjort nye regler for statsstøtte til forskning og utvikling, eller senest til 30. juni 2002. Det ble offentliggjort en melding<sup>(2)</sup> om dette, der Kommisjonen oppfordret alle interesserte parter til å framlegge merknader til de spørsmål som ville bli vurdert.

Etter videre drøftelser og i betraktning av alle mottatte merknader har Kommisjonen nå besluttet å fortsette å anvende de gjeldende rammebestemmelser for statsstøtte til forskning og utvikling til 31. desember 2005.

<sup>(1)</sup> EFT C 45 av 17.2.1996, s. 5. Rammebestemmelsene ble endret ved kommisjonsmelding om endring av Fellesskapets rammebestemmelser for statsstøtte til forskning og utvikling (EFT C 48 av 13.2.1998, s. 2).

<sup>(2)</sup> EFT C 78 av 10.3.2001, s. 24.

**Kunngjøring i henhold til artikkel 5 i forordning (EØF) nr. 3975/87 av  
14. desember 1987<sup>(1)</sup> om sak COMP/38.284/D2 (Air France/Alitalia)****2002/EØS/26/11**

Luftfartsselskapene Air France og Alitalia ga ved brev av 12. november 2001 melding til Kommissjonen om en rekke samarbeidsavtaler, samtidig som de anmodet om negativattest etter artikkel 3 nr. 2 i forordning (EØF) nr. 3975/87 eller alternativt om unntak etter artikkel 5 i samme forordning.

Kommissjonen har kommet til den foreløpige konklusjon at de aktuelle avtalene omfattes av traktatens artikkel 81 nr. 1, men har ikke tatt stilling til om artikkel 81 nr. 3 kommer til anvendelse. I samsvar med artikkel 5 i rådsforordning (EØF) nr. 3975/87 innbyr Kommissjonen interesserte parter til å sende sine merknader til samarbeidsavtalen mellom Air France og Alitalia, innen 30 dager etter at denne kunngjøring ble offentliggjort i EFT C 111 av 8.5.2002, til:

European Commission  
Directorate-General for Competition  
Unit COMP/D/2  
Office J-70, 2/234  
B-1049 Brussel

faks: (+32) 22 96 98 12

e-post: [Eduardo.Martinez-Rivero@cec.eu.int](mailto:Eduardo.Martinez-Rivero@cec.eu.int) eller  
[Michel.Lamalle@cec.eu.int](mailto:Michel.Lamalle@cec.eu.int)

<sup>(1)</sup> EFT L 374 av 31.12.1987, s. 1.

**Liste over kunngjorte dokumenter (\*)****2002/EØS/26/12**

Følgende dokumenter er kunngjort i *De Europæiske Fællesskaps Tidende*:

Kommisjonsvedtak av 9. februar 2000 om en foretakssammenslutning som erklæres forenlig med det felles marked og EØS-avtalen (Sak COMP/M.1641 – Linde/AGA), se EFT L 120 av 7.5.2002

Kommisjonsvedtak av 14. mars 2000 om en foretakssammenslutning som erklæres forenlig med det felles marked og EØS-avtalen (Sak COMP/M.1663 – Alcan/Alusuisse), se EFT L 90 av 5.4.2002

Kommisjonsvedtak av 20. september 2000 om den delen av kartet over støtteberettigede områder i Italia for perioden 2000 - 2006 som gjelder områder som er berettiget til unntak etter EF-traktatens artikkel 87 nr. 3 bokstav c), se EFT L 105 av 20.4.2002

Kommisjonsvedtak av 21. desember 2000 om statsstøtte tildelt av Finland til Ojala-Yhtymä Oy, se EFT L 105 av 20.4.2002

Kommisjonsvedtak av 3. april 2001 om en foretakssammenslutning som erklæres forenlig med det felles marked og EØS-avtalen (Sak COMP/M.2139 – Bombardier/ADtranz), se EFT L 69 av 12.3.2002

Kommisjonsvedtak av 12. juni 2001 om statsstøtte tildelt av Tyskland til Technische Glaswerke Ilmenau GmbH, Tyskland, se EFT L 62 av 5.3.2002

Kommisjonsvedtak av 20. juni 2001 om en foretakssammenslutning som erklæres forenlig med det felles marked og EØS-avtalen (Sak COMP/M.2201 – MAN/Auwärter), se EFT L 116 av 3.5.2001

Kommisjonsvedtak av 3. juli 2001 om statsstøtte som Spania har iverksatt eller har til hensikt å iverksette til omstrukturering av Babcock Wilcox España SA, se EFT L 67 av 9.3.2002

Kommisjonsvedtak av 18. juli 2001 om formell undersøkelse av en sak etter EF-traktatens artikkel 81 og EØS-avtalens artikkel 53 – Sak COMP/E-1/36.490 – Graphite electrodes, se EFT L 100 av 16.4.2002

Kommisjonsvedtak av 19. september 2001 om statsstøtte som Nederland har til hensikt å iverksette i form av utviklingsbistand i forbindelse med en høyteknologisk mudringspram til Republikken Djibouti, se EFT L 105 av 20.4.2002

Kommisjonsvedtak av 19. september 2001 om statsstøtte tildelt av Italia til Enichem SpA, se EFT L 75 av 16.3.2002

Kommisjonsvedtak av 10. oktober 2001 om statsstøtte tildelt av Tyskland til Zeitzer Maschinen, Anlagen, Geräte ZEMAG GmbH, se EFT L 62 av 5.3.2002

Kommisjonsvedtak av 23. oktober 2001 om statsstøttetiltak tildelt av Spania til Santana Motor, se EFT L 92 av 9.4.2002

Kommisjonsvedtak av 23. oktober 2001 om mangel på omfattende og uavhengig kontroll med de gebyrer og tekniske vilkår som anvendes av La Poste overfor postklargjøringsforetak for tilgang til tjenester som omfattes av postmonopolet, se EFT L 120 av 7.5.2002

Kommisjonsvedtak av 30. oktober 2001 om avfallsdisponeringssystemet for kasserte kjøretøyer innført av Nederland, se EFT L 68 av 12.3.2002

Kommisjonsvedtak av 28. november 2001 om statsstøtte tildelt av Tyskland til stålforetaket Georgsmarienhütte Holding GmbH, se EFT L 91 av 6.4.2002

Kommisjonsvedtak av 28. november 2001 om statsstøtte som Tyskland har til hensikt å tildele foretaket EKO Stahl GmbH, se EFT L 70 av 13.3.2002

(\*) Oversettelsen av dokumentenes titler til norsk er foreløpig.

Kommisjonsvedtak av 5. desember 2001 om formell undersøkelse av en sak etter EF-traktatens artikkel 82 (COMP/37.859 – De Post-La Poste), se EFT L 61 av 2.3.2002

Kommisjonsvedtak av 11. desember 2001 om Spanias tildeling av støtte til kullindustrien i 2001, se EFT L 82 av 26.3.2002

Kommisjonsvedtak av 20. desember 2001 om statsstøtte som Belgia har til hensikt å tildele foretaket Sidmar NV, se EFT L 105 av 20.4.2002

Kommisjonsvedtak av 20. desember 2001 om støtte som Tyskland har til hensikt å tildele stålforetaket Georgsmarienhütte Holding GmbH, se EFT L 105 av 20.4.2002

Kommisjonsvedtak av 30. januar 2002 om krav til dyrehelse og utstedelse av veterinærattest ved import av levende storfe og svin fra visse tredjestater, se EFT L 71 av 13.3.2002

Europaparlaments- og rådsdirektiv 2002/6/EF av 18. februar 2002 om rapporteringsformaliteter for skip som ankommer og/eller avgår fra havner i Fellesskapets medlemsstater, se EFT L 67 av 9.3.2002

Kommisjonsvedtak av 28. februar 2002 om godkjenning av planen framlagt av Luxembourg for utrydding av klassisk svinepest hos viltlevende svin i visse områder i Luxembourg, se EFT L 61 av 2.3.2002

Kommisjonsvedtak av 28. februar 2002 om godkjenning av den endrede planen framlagt av Østerrike for utrydding av klassisk svinepest hos viltlevende svin i Niederösterreich, se EFT L 61 av 2.3.2002

Kommisjonsvedtak av 28. februar 2002 om endring av vedtak 95/233/EF og 96/482/EF om import av levende fjørfe fra tredjestater med hensyn til Bulgaria og om oppheving av vedtak 96/483/EF, se EFT L 61 av 2.3.2002

Kommisjonsvedtak av 28. februar 2002 om endring av vedtak 97/222/EF med hensyn til import av kjøttprodukter fra Latvia og Polen, se EFT L 61 av 2.3.2002

Kommisjonsvedtak av 4. mars 2002 om en anmodning fra Østerrike om å anvende særreglene i artikkel 3 i direktiv 93/38/EØF, se EFT L 68 av 12.3.2002

Kommisjonsrekommendasjon av 4. mars 2002 om reduksjon av innholdet av dioksiner, furaner og PCB i fôrvarer og næringsmidler, se EFT L 67 av 9.3.2002

Kommisjonsvedtak av 5. mars 2002 om endring av vedtak 2001/783/EF med hensyn til verne- og overvåkningssonene i forbindelse med Bluetongue i Italia, se EFT L 63 av 6.3.2002

Kommisjonsvedtak av 7. mars 2002 om tildeling av importkvoter for stoffer som kontrolleres etter europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 2037/2000 om stoffer som bryter ned ozonlaget for perioden 1. januar til 31. desember 2002, se EFT L 94 av 11.4.2002

Kommisjonsvedtak av 7. mars 2002 om endring av vedtak 1999/283/EF om krav til dyrehelse og utstedelse av veterinærattest ved import av ferskt kjøtt fra visse afrikanske stater, særlig med hensyn til Botswana, og om endring av vedtak 2000/585/EF om krav til dyrehelse og utstedelse av veterinærattest ved import av kjøtt fra oppdrettsvilt og kaninkjøtt fra tredjestater, se EFT L 72 av 14.3.2002

Kommisjonsvedtak av 7. mars 2002 om endring av vedtak 93/402/EØF om krav til dyrehelse og utstedelse av veterinærattest ved import av ferskt kjøtt fra visse stater i Sør-Amerika, særlig med hensyn til Argentina, se EFT L 66 av 8.3.2002

Kommisjonsrekommendasjon av 11. mars 2002 om et felles europeisk format for curricula vitae (CV), se EFT L 79 av 22.3.2002

Kommisjonsvedtak av 11. mars 2002 om merking og bruk av svinekjøtt i henhold til artikkel 11 i rådsdirektiv 2001/89/EF med hensyn til Tyskland, se EFT L 68 av 12.3.2002

Kommisjonsvedtak av 11. mars 2002 om ajourføring av vilkårene for å gi godkjenning til å fjerne griser fra driftsenheter innenfor verne- og overvåkningssonene som er opprettet i Spania i forbindelse med klassisk svinepest, og om fastsettelse av vilkår for merking og bruk av svinekjøtt i henhold til artikkel 11 i rådsdirektiv 2001/89/EF, se EFT L 68 av 12.3.2002

Kommisjonsdirektiv 2002/26/EF av 13. mars 2002 om fastsettelse av prøvetakings- og analysemetoder for offentlig kontroll av innholdet av okratoksin A i næringsmidler, se EFT L 75 av 16.3.2002

Kommisjonsdirektiv 2002/27/EF av 13. mars 2002 om endring av direktiv 98/53/EF om fastsettelse av prøvetakings- og analysemetoder for offentlig kontroll av innholdet av visse forurensende stoffer i næringsmidler, se EFT L 75 av 16.3.2002

Kommisjonsvedtak av 14. mars 2002 om endring av vedtak 96/587/EF om offentliggjøring av listen over godkjente organisasjoner som er meldt av medlemsstatene i samsvar med rådsdirektiv 94/57/EF, se EFT L 73 av 15.3.2002

Kommisjonsvedtak av 15. mars 2002 om fastsettelse av nærmere regler for gjennomføringen av rådsdirektiv 91/492/EØF med hensyn til den øvre grense for og metodene for analyse av visse marine biotoksiner i toskallede bløtdyr, pigghuder, sekkedyr og sjølevende snegler, se EFT L 75 av 16.3.2002

Kommisjonsvedtak av 15. mars 2002 om fastsettelse av særlig veterinærkontroll i forbindelse med innhøsting og bearbeiding av visse toskallede bløtdyr med et innhold av amnesiframkallende skalldyrgift (ASP) som overstiger grensen fastlagt i rådsdirektiv 91/492/EØF, se EFT L 75 av 16.3.2002

Kommisjonsvedtak av 18. mars 2002 om fastsettelse av reviderte miljøkriterier for tildeling av Fellesskapets miljømerke til fottøy og om endring av vedtak 1999/179/EF, se EFT L 77 av 20.3.2002

Europaparlaments- og rådsdirektiv 2002/24/EF av 18. mars 2002 om typegodkjenning av motorvogner med to eller tre hjul og om oppheving av rådsdirektiv 92/61/EØF, se EFT L 124 av 9.5.2002

Kommisjonsvedtak av 20. mars 2002 om endring og retting av vedtak 2002/79/EF om særlige vilkår for import av peanøtter og visse produkter avledet av peanøtter som har opprinnelse i eller er sendt fra Kina, og vedtak 2002/80/EF om særlige vilkår for import av fiken, hasselnøtter og pistasienøtter og visse produkter avledet av disse som har opprinnelse i eller er sendt fra Tyrkia, se EFT L 78 av 21.3.2002

Kommisjonsvedtak av 21. mars 2002 om endring av vedtak 94/360/EF om mindre hyppig fysisk kontroll av partier med visse produkter som innføres fra tredjestater i henhold til direktiv 90/675/EØF, se EFT L 80 av 23.3.2002

Kommisjonsvedtak av 25. mars 2002 om fastsettelse av miljøkriteriene for tildeling av Fellesskapets miljømerke til harde gulvdekker, se EFT L 94 av 11.4.2002

Kommisjonsvedtak av 25. mars 2002 om fastsettelse av miljøkriteriene for tildeling av Fellesskapets miljømerke til fjernsynsapparater, se EFT L 87 av 4.4.2002

Kommisjonsvedtak av 25. mars 2002 om rettelse av vedtak 2000/275/EF om overensstemmelse mellom visse kategorier førerkort, se EFT L 87 av 4.4.2002

Kommisjonsvedtak av 25. mars 2002 om endring av vedtak 93/198/EØF om krav til dyrehelse og utstedelse av veterinærattest ved import av tamsau og tamgeit fra tredjestater og om endring av vedlegg E til rådsdirektiv 91/68/EØF om krav til dyrehelse ved handel med sau og geit innenfor Fellesskapet, se EFT L 91 av 6.4.2002

Kommisjonsvedtak av 25. mars 2002 om niende endring av vedtak 2001/327/EF om restriksjoner på forflytning av dyr av arter som er utsatt for munn- og klovsyke, se EFT L 82 av 26.3.2002

Kommisjonsvedtak av 25. mars 2002 om endring av vedtak 2001/925/EF og 2002/33/EF for å forlenge og tilpasse visse vernetiltak og vilkår med hensyn til klassisk svinepest i Spania, se EFT L 82 av 26.3.2002

Kommisjonsvedtak av 27. mars 2002 om suspensjon av markedsføring og import av gelévarer som inneholder tilsetningsstoffet E 425 konjac, se EFT L 84 av 28.3.2002

Kommisjonsvedtak av 27. mars 2002 om endring av rådsvedtak 2000/766/EF og kommisjonsvedtak 2001/9/EF om overførbare spongiforme encefalopatiske og animalske proteiner i fôrvarer, se EFT L 84 av 28.3.2002

Kommisjonsvedtak av 27. mars 2002 om visse vernetiltak med hensyn til visse fiskerivarer og akvakulturprodukter til konsum som importeres fra Myanmar, se EFT L 84 av 28.3.2002

Kommisjonsvedtak av 27. mars 2002 om forlengelse av vernetiltakene fastsatt i vedtak 2001/699/EF med hensyn til fiskerivarer og akvakulturprodukter som importeres fra Vietnam, se EFT L 84 av 28.3.2002

Kommisjonsvedtak av 27. mars 2002 om visse vernetiltak med hensyn til fjørfekjøtt og visse fiskerivarer og akvakulturprodukter til konsum som importeres fra Thailand, se EFT L 84 av 28.3.2002

Kommisjonsvedtak av 8. april 2002 om midlertidig markedsføring av frø av visse arter som ikke oppfyller kravene i rådsdirektiv 69/208/EØF, se EFT L 99 av 16.4.2002

Kommisjonsvedtak av 8. april 2002 om prinsipiell godkjenning av at dokumentene framlagt for grundig undersøkelse med sikte på eventuell oppføring av nikobifen, tritosulfuron og bifenazat i vedlegg I til rådsdirektiv 91/414/EØF om markedsføring av plantefarmasøytiske produkter, er fullstendige, se EFT L 92 av 9.4.2002

Kommisjonsvedtak av 9. april 2002 om endring av vedtak 93/24/EØF, 93/244/EØF og 2001/618/EF med hensyn til listen over medlemsstater og regioner som er fri for pseudorabies og regioner der det er iverksatt godkjente programmer for utrydding av pseudorabies, se EFT L 93 av 10.4.2002

Kommisjonsvedtak av 10. april 2002 om endring av vedtak 2001/393/EF med hensyn til utstedelse av veterinærattest ved import av spesifikt patogenfrie egg fra tredjestater, se EFT L 99 av 16.4.2002

Kommisjonsvedtak av 10. april 2002 om åttende endring av vedtak 2000/284/EF om utarbeiding av listen over sædstasjoner som er godkjent for import av hestesæd fra tredjestater, se EFT L 101 av 17.4.2002

Kommisjonsvedtak av 12. april 2002 om endring av vedtak 2000/666/EF og vedtak 2001/106/EF med hensyn til utarbeidelsen av en modell til en liste over godkjente karanteneanlegg eller karantenesentraler for import av fugler i medlemsstatene, se EFT L 99 av 16.4.2002

Kommisjonsvedtak av 12. april 2002 om heving av avtalen mellom EKSF og Sveits av 28. juli 1956 om fastsettelse av gjennomgående internasjonale jernbanetakster for transport av kull og stål i transit gjennom sveitisk territorium, se EFT L 96 av 13.4.2002

Kommisjonsvedtak av 12. april 2002 om endring av rådsvedtak 95/514/EF om likeverdigheten av feltinspeksjoner utført på frøproduserende vekster i tredjestater og av frø produsert i tredjestater, se EFT L 96 av 13.4.2002

Kommisjonsvedtak av 15. april 2002 om endring av vedtak 98/320/EF om gjennomføring av et tidsbegrenset forsøk med prøvetaking og undersøkelse av frø i henhold til rådsdirektiv 66/400/EØF, 66/401/EØF, 66/402/EØF og 69/208/EØF, se EFT L 99 av 16.4.2002

Kommisjonsvedtak av 18. april 2002 om fastsettelse av listen over godkjente soner med hensyn til *Bonamia ostreae* og/eller *Marteilia refringens*, se EFT L 103 av 19.4.2002

Kommisjonsvedtak av 18. april 2002 om Italias bruk av tre slakterier i samsvar med bestemmelsene i vedlegg II nr. 7 i rådsdirektiv 92/119/EØF, se EFT L 103 av 19.4.2002

Kommisjonsvedtak av 18. april 2002 om visse vernetiltak med hensyn til klassisk svinepest i Tyskland, se EFT L 103 av 19.4.2002

Kommisjonsvedtak av 19. april 2002 om godkjenning av programmer for å oppnå status som godkjente soner og godkjente driftsenheter i ikke-godkjente soner med hensyn til en eller flere av fiskesykdommene hemoragisk virusseptikemi (VHS) og infeksøs hematopoietisk nekrose (IHN), se EFT L 104 av 20.4.2002

Kommisjonsvedtak av 19. april 2002 om prinsipiell godkjenning av at dokumentene framlagt for grundig undersøkelse med sikte på eventuell oppføring av clotianidin og *Pseudozyma flocculosa* i vedlegg I til rådsdirektiv 91/414/EØF om markedsføring av plantefarmasøytiske produkter, er fullstendige, se EFT L 104 av 20.4.2002

Kommisjonsvedtak av 22. april 2002 om fastsettelse av lister over godkjente soner og godkjente driftsenheter med hensyn til en eller flere av fiskesykdommene hemoragisk virusseptikemi (VHS) og infeksøs hematopoietisk nekrose (IHN), se EFT L 106 av 23.4.2002

Kommisjonsvedtak av 25. april 2002 om endring av vedtak 2000/159/EF om midlertidig godkjenning av tredjestaters planer for restmengder av plantevernmidler i samsvar med rådsdirektiv 96/23/EF, se EFT L 116 av 3.5.2002

Kommisjonsvedtak av 25. april 2002 om endring av vedtak 94/278/EF om import av honning, se EFT L 116 av 3.5.2002

Kommisjonsdirektiv 2002/35/EF av 25. april 2002 om endring av rådsdirektiv 97/70/EF om etablering av en harmonisert sikkerhetsordning for fiskefartøyer med en lengde på 24 meter og over, se EFT L 112 av 27.4.2002

Kommisjonsvedtak av 26. april 2002 om endring av vedtak 2001/925/EF, 2002/33/EF og 2002/209/EF for å forlenge visse vernetiltak og vilkår med hensyn til klassisk svinepest i Spania, se EFT L 112 av 27.4.2002

Kommisjonsvedtak av 26. april 2002 om fastsettelse av listen over produkter som skal undersøkes ved grensekontrollstasjoner i henhold til rådsdirektiv 97/78/EF, se EFT L 121 av 8.5.2002

Kommisjonsvedtak av 29. april 2002 om godkjenning av "RINAVE – Registro Internacional Naval, SA" i samsvar med artikkel 4 nr. 3 i rådsdirektiv 94/57/EF, se EFT L 113 av 30.4.2002

Kommisjonsvedtak av 2. mai 2002 om endring av vedtak 93/402/EØF om krav til dyrehelse og utstedelse av veterinærattest ved import av ferskt kjøtt fra visse stater i Sør-Amerika, særlig med hensyn til Argentina, se EFT L 116 av 3.5.2002

Kommisjonsvedtak av 2. mai 2002 om niende endring av vedtak 2000/284/EF om fastsettelse av listen over sædstasjoner som er godkjent for import av hestesæd fra tredjestater, se EFT L 116 av 3.5.2002

## Informasjonsprosedyre – tekniske forskrifter

2002/EØS/26/13

Europaparlaments- og rådsdirektiv 98-34-EF av 22. juni 1998 om en informasjonsprosedyre for standarder og tekniske forskrifter samt regler for informasjonssamfunnstjenester (EFT L 204 av 21.7.1998, s. 37, og EFT L 217 av 5.8.1998, s. 18).

Meldinger om forslag til tekniske forskrifter mottatt av Kommisjonen

Referanse <sup>(1)</sup>	Tittel	Stilstandsperiode på tre måneder utløper <sup>(2)</sup>
2002-139-B	Forslag til kongelig forordning om gjennomføring av bestemmelsene i lov av 30. juni 1994 om vern av privatlivet mot avlytting, overvåking og opptak av privat kommunikasjon og telekommunikasjon, og artikkel 109 bokstav b) punkt 2 i lov av 21. mars 1991 om omstrukturering av visse statlige næringsforetak	3.7.2002
2002-141-B	Forslag til kongelig forordning om endring av kongelig forordning av 15. mars 1968 om generelle forskrifter om de tekniske vilkår som må oppfylles av motorvogner samt tilhengere, deler og sikkerhetsutstyr til motorvogner, med sikte på å gjøre myke trafikkante mer synlige for førere av busser og turvogner på over 5 t	( <sup>3</sup> )
2002-144-F	Forskrift om fastsettelse av vilkårene for gyldigheten av detonerbarhetsprøver for ammoniumnitratgjødsel med et nitrogeninnhold på minst 28 masseprosent	( <sup>3</sup> )
2002-158-A	Forskrift fra forbundsministeren for samferdsel, innovasjon og teknologi om endring av forskrift om luftambulanser, redningsflygninger og sivile luftfartøyer	19.7.2002
2002-159-NL	Endring IV av forskriften om potetdyrking, utstedt av markedsrådet for åkervekster (HPA) 1997	19.7.2002
2002-160-NL	Endring III av forskriften om potetkreft, utstedt av markedsrådet for åkervekster (HPA) 1999	19.7.2002
2002-161-NL	Forslag til forskrift om gjennomføring av europaparlaments- og rådsdirektiv 2000/76/EF av 4. desember 2000 om forbrenning av avfall (EFT L 332) (forskrift om forbrenning av avfall)	23.7.2002
2002-162-S	Forskrifter om jakt og statens vilt	23.7.2002
2002-163-NL	Forskrift med regler om emballasje, emballasjeavfall, papir og kartong (forskrift om håndtering av emballasje, papir og kartong)	25.7.2002
2002-164-I	Forslag til forskrift om analysemetoder for kontroll av at honning oppfyller bestemmelsene i direktiv 2001/110/EF	30.7.2002
2002-165-NL	Forskrift om asbest og asbestholdige produkter (asbestforskriften)	30.7.2002
2002-166-A	Forskrift fra forbundsministeren for landbruk og skogbruk, miljø og vannforvaltning om angivelse av svært giftige og giftige stoffer i fortegnelsen over giftige stoffer (forskrift om giftfortegnelse 2002)	5.8.2002
2002-167-UK	Radiogrensesnittspesifikasjon 2000, punkt-til-punkt radiorelésystemer som opererer i faste frekvensbånd forvaltet av Radio Communications Agency (RA), versjon 4 (februar 2002)	5.8.2002

Referanse <sup>(1)</sup>	Tittel	Stillstandsperiode på tre måneder utløper <sup>(2)</sup>
2002-168-F	Utkast til forskrift om endring av forskrift av 26. oktober 1982 om bestanddeler i tyggegummi	5.8.2002
2002-169-B	Kongelig forordning om endring av kongelig forordning av 21. november 2001 om særlige regler for mengdeangivelse ved markedsføring av flytende brensel i bulk	5.8.2002

(<sup>1</sup>) År — registreringsnummer — opprinnelsesmedlemsstat.

(<sup>2</sup>) I denne perioden kan forslaget ikke vedtas.

(<sup>3</sup>) Ingen stillstandsperiode ettersom Kommisjonen har godkjent at det er grunn til å treffe hastvedtak.

(<sup>4</sup>) Ingen stillstandsperiode ettersom tiltaket berører tekniske spesifikasjoner eller andre krav forbundet med skatte- eller finanstiltak; jf. artikkel 1 nr. 11 annet ledd tredje strekpunkt i direktiv 98/34/EF.

(<sup>5</sup>) Informasjonsprosedyren avsluttet.

Kommisjonen viser til Domstolens dom av 30. april 1996 i sak C-194/94 (CIA Security). Ifølge Domstolens utlegning skal artikkel 8 og 9 i direktiv 83/189/EØF tolkes slik at enkeltpersoner kan påberope seg disse artiklene overfor nasjonale domstoler, som plikter å avvise anvendelse av nasjonale tekniske forskrifter som ikke er meldt i samsvar med direktivet.

Dommen bekrefter Kommisjonens melding av 1. oktober 1986 (EFT nr. C 245 av 1.10.1986, s. 4).

Manglende overholdelse av meldingsplikten medfører derfor at de berørte tekniske forskrifter ikke får anvendelse, og følgelig ikke kan gjøres gjeldende overfor enkeltpersoner.

Ytterligere opplysninger om meldingene kan fås ved henvendelse til de nasjonale avdelinger som er oppført på følgende liste:

**LISTE OVER NASJONALE AVDELINGER MED  
ANSVAR FOR HÅNDTERINGEN AV DIREKTIV 98/34/EF****BELGIA**

Institut belge de normalisation/Belgisch Instituut voor  
Normalisatie  
Avenue de la Brabançonne/Brabançonnelaan 29  
B-1040 Bruxelles/Brussel

Madame Hombert  
Tlf.: (32-2) 738 01 10  
Faks: (32-2) 733 42 64  
X400:O=GW;P=CEC;A=RTT;C=BE;DDA:RFC-  
822=CIBELNOR(A)IBN.BE  
E-post: cibelnor@ibn.be

Madame Descamps  
Tlf.: (32 2) 206 46 89  
Faks: (32 2) 206 57 45  
E-post: normtech@pophost.eunet.be

**DANMARK**

Erhvervsfremme Styrelsen  
Dahlerups Pakhus  
Lagelinie Allé 17  
DK-2100 København Ø

Keld Dybkjær  
Tlf.: (45) 35 46 62 85  
Faks: (45) 35 46 62 03  
X400:C=DK;A=DK400;P=EFS;S=DYBKJAER;G=KELD  
E-post: kd@efs.dk

**TYSKLAND**

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie  
Referat V D 2  
Villennomplerstraße 76  
D-53123 Bonn

Herr Shirmer  
Tlf.: (49 228) 615 43 98  
Faks: (49 228) 615 20 56  
X400:C=DE;A=BUND400;P=BMW;O=BONN1;S=SHIRM  
ER  
E-post: Shirmer@BMW1.Bund400.de

**HELLAS**

Ministry of Development  
General Secretariat of Industry  
Michalacopoulou 80  
GR-115 28 Athens  
Tlf.: (30 1) 778 17 31  
Faks: (30 1) 779 88 90

ELOT  
Acharnon 313  
GR-11145 Athens

Mr. E. Melagrakis  
Tlf.: (30 1) 212 03 00  
Faks: (30 1) 228 62 19  
E-post: 83189@elot.gr

**SPANIA**

Ministerio de Asuntos Exteriores  
Secretaría de Estado de política exterior y para la Unión  
Europea  
Dirección General de Coordinación del Mercado Interior y  
otras  
Políticas Comunitarias  
Subdirección general de asuntos industriales, energeticos,  
transportes,  
comunicaciones y medio ambiente  
c/Padilla 46, Planta 2ª, Despacho 6276  
E-28006 Madrid

Sra. Nieves García Pérez  
Tlf.: (34-91) 379 83 32

Sra. María Ángeles Martínez Álvarez  
Tlf.: (34-91) 379 84 64  
Faks: (34-91) 575 56 29/575 86 01/431 55 51  
X400:C=ES;A=400NET;P=MAE;O=SEPEUE;S=D83-189

**FRANKRIKE**

Délégation interministérielle aux normes  
SQUALPI  
64-70 allée de Bercy — télédéc 811  
F-75574 Cedex 12

Madame S. Piau  
Tlf.: (33 1) 53 44 97 04  
Faks: (33 1) 53 44 98 88  
E-post: suzanne.piau@industrie.gouv.fr  
X400:C=FR;A=ATLAS;O=TEDECO;S=IDMI-SQUAL

**IRLAND**

NSAI  
Glasnevin  
Dublin 9  
Ireland

Mr. Owen Byrne  
Tlf.: (353 1) 807 38 66  
Faks: (353 1) 807 38 38  
X400:C=IE;A=EIRMAIL400;P=NRN;O=NSAI;S=BYRNEO  
E-post: byrneo@nsai.ie

**ITALIA**

Ministero dell'Industria, del commercio e dell'artigianato  
via Molise 2  
I-00100 Roma

Signor P. Cavanna  
Tlf. (39 06) 47 88 78 60  
X400:C=IT;A=MASTER400;P=GDS;OU1=M.I.C.A-ISPIND;  
DDA:CLASSE=IPM;DDA:ID-NODO=BF9RM001;S=PAOLO  
CAVANNA

Signor E. Castiglioni  
Tlf.: (39 06) 47 05 30 69/47 05 26 69  
Faks: (39 06) 47 88 77 48  
E-post: Castiglioni@minindustria.it

**LUXEMBOURG**

SEE — Service de l'Énergie de l'État  
34, avenue de la Porte-Neuve BP 10  
L-2010 Luxembourg

Monsieur J.P. Hoffmann  
Tlf.: (352) 46 97 46 1  
Faks: (352) 22 25 24  
E-post: jean-paul.hoffmann@eg.etat.lu

**NEDERLAND**

Ministerie van Financiën — Belastingdienst — Douane  
Centrale Dienst voor In- en uitvoer (CDIU)  
Engelse Kamp 2  
Postbus 30003  
9700 RD Groningen  
Nederland

Den heer Ij.G. van der Heide  
Tlf.: (31 50) 523 91 78  
Faks: (31 50) 523 92 19

Mevrouw H. Boekema  
Tlf.: (31 50) 523 92 75  
X400:C=NL;A=400NET;P=CDIU;OU1=CDIU;S=NOTIF

**ØSTERRIKE**

Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten  
Abt. II/1  
Stubenring 1  
A-1011 Wien

Frau Haslinger-Fenzl  
Tlf.: (43 1) 711 00 55 22/711 00 54 53  
Faks: (43 1) 715 96 51  
X400:S=HASLINGER;G=MARIA;O=BMW;P=BMW;A=GV;C=AT  
E-post: maria.haslinger@bmw.gv.at  
X400:C=AT;A=GV;P=BMW;O=BMW;OU=TBT;S=POST

**PORTUGAL**

Instituto português da Qualidade  
Rua C à Avenida dos Três vales  
P-2825 Monte da Caparica

Sra. Cândida Pires  
Tlf.: (351 1) 294 81 00  
Faks: (351 1) 294 81 32  
X400:C=PT;A=MAILPAC;P=GTW-  
MS;O=IPQ;OU1=IPQM;S=DIR83189

**FINLAND**

Kauppa- ja teollisuusministeriö  
Ministry of Trade and Industry  
Aleksanterinkatu 4  
P.O. Box 230  
FIN-00171 Helsinki

Petri Kuurma  
Tlf.: (358 9) 160 36 27  
Faks: (358 9) 160 40 22  
E-post: petri.kuurma@ktm.vn.fi  
Vevside: <http://www.vn.fi/ktm/index.html>  
X400:C=FI;A=MAILNET;P=VN;O=KTM;S=TEKNISET;G=  
MAARAYKSET

**SVERIGE**

Kommerskollegium  
(National Board of Trade)  
Box 6803  
S-11386 Stockholm

Kerstin Carlsson  
Tlf.: (46) 86 90 48 00  
Faks: (46) 86 90 48 40  
E-post: kerstin.carlsson@kommers.se  
X400:C=SE;A=400NET;O=KOMKOLL;S=NAT NOT POINT  
Vevside: <http://www.kommers.se>

**DET FORENTE KONGERIKE**

Department of Trade and Industry  
Standards and Technical Regulations Directorate 2  
Bay 327  
151 Buckingham Palace Road  
London SW 1 W 9SS  
United Kingdom

Mrs. Brenda O'Grady  
Tlf.: (44) 17 12 15 14 88  
Faks: (44) 17 12 15 15 29  
X400:S=TI, G=83189, O=DTI, OU1=TIDV, P=HMG DTI,  
A=Gold 400,  
C=GB  
E-post: [uk98-34@gtnet.gov.uk](mailto:uk98-34@gtnet.gov.uk)  
Vevside: <http://www.dti.gov.uk/strd>

**EFTA - ESA****EFTAs overvåkningsorgan (DRAFTTECHREGESA)**

Rue de Trèves 74

B-1040 Brussel

Tlf. : +32 22 86 18 11

Faks : +32 22 86 18 00

E-post : [DRAFTTECHREGESA@surv.efta.be](mailto:DRAFTTECHREGESA@surv.efta.be)