

Konkurrensrättsliga frågor - Råd till BPHRs medlemsföretag

Avtal för att hindra, begränsa eller snedvrída konkurrensen på marknaden

Konkurrenslagen

I 2 kap. 1 § anges att **avtal** mellan företag är förbjudna om de har till syfte eller resultat att hindra, begränsa **eller snedvrída konkurrensen på marknaden** på ett märkbart sätt.

Enligt 2 kap. 1 § p 5 gäller detta särskilt sådana avtal som innebär att "det **ställs som villkor** för att ingå ett avtal att den andra parten åtar sig **ytterligare förpliktelser** som varken till sin natur eller enligt handelsbruk har något samband med föremålet för avtalet".

Enligt 2 kap. 6 § gäller att avtal eller avtalsvillkor som är förbjudna är **ogiltiga**.

Undantag från förbudet

Enligt 2 kap. 2 § är förbudet mot konkurrensbegränsande avtal **inte tillämpligt om avtalen:**

1. bidrar till att förbättra produktionen eller distributionen eller till att främja tekniskt eller ekonomiskt framåtskridande,
2. tillförsäkrar konsumenterna en skälig andel av den vinst som därigenom uppnås,
3. bara ålägger de berörda företagen begränsningar som är nödvändiga för att uppnå målet i 1, och
4. inte ger de berörda företagen möjlighet att sätta konkurrensen ur spel för en väsentlig del av nyttigheterna i fråga.

De **inblandade företagen har bevisbördan** för att undantagen är uppfyllda.

Gruppundantag

I 2 kap. 3 § konkurrenslagen finns det också sex specifika lagar om undantag för vissa grupper av avtal, så kallade gruppundantag.

Ett gruppundantag gäller **vertikala avtal**.

Gruppundantag **gäller inte** om:

1. leverantörens **marknadsandel överstiger 30 %** av den relevanta marknad där denne säljer avtalsvarorna eller avtalstjänsterna
2. köparens marknadsandel överstiger 30 % av den relevanta marknad där denne köper avtalsvarorna eller avtalstjänsterna.

Missbruk av dominerande ställning

Konkurrenslagen

Enligt 2 kap. 7 § är **missbruk** från ett eller flera företags sida av en **dominerande ställning** på marknaden **förbjudet**.

Sådant **missbruk kan särskilt bestå** i att:

1. direkt eller indirekt **påtvinga någon** oskäligen inköps- eller försäljningspriser eller andra **oskäligen affärsvillkor**,
2. begränsa produktion, marknader eller teknisk utveckling till nackdel för konsumenterna,
3. tillämpa olika villkor för likvärdiga transaktioner, varigenom vissa handelspartner får en konkurrensnackdel, eller
4. **ställa som villkor** för att ingå ett avtal att den andra parten **åtar sig ytterligare förpliktelser** som varken till sin natur eller enligt handelsbruk har något samband med föremålet för avtalet.

Dominerande ställning

Marknadsandel:

- 30 % gör att gruppundantagen inte gäller.
- 40 % kan utgöra dominerande ställning.
- 50 % presumeras dominerande ställning.

OBS! En prövning i det enskilda fallet måste alltid göras vad avser marknadsandel och relevant marknad.

Relevant marknad

För att avgöra marknadsandelen måste den relevanta marknaden bestämmas.

Relevanta marknaden avgränsas genom **produktmarknaden** och den **geografiska marknaden**.

Produktens **utbytbarhet** är avgörande när man ska avgränsa produktmarknaden. Produkter som köpare tycker är jämförbara när det gäller egenskaper, pris och användningsområde tillhör samma produktmarknad.

Den geografiska marknaden är den marknad där en viss produkt eller tjänst säljs. Inom det området är konkurrensvillkoren tillräckligt likartade för att det ska kunna skiljas från angränsande geografiska områden.

Tips på rättsfall

Exempel på rättsfall där ovan nämnda aspekter belyses är Marknadsdomstolen MD 2012:13.

http://avgoranden.domstol.se/Files/MD_Public/Avgoranden/Domar/Dom2012-13.pdf

Målet gällde KIA Motors, som hade som villkor att den regelbundna servicen skulle utföras av en auktoriserad KIA-verkstad under garantitiden för att en sjuårig nybilsgaranti skulle gälla.