

EES-viðbætur

ISSN 1022-9337

Nr. 26

við Stjórnartíðindi EB

9. árgangur

23.5.2002

	I	EES-STOFNANIR	
	1.	EES-ráðið	
	2.	Sameiginlega EES-nefndin	
	3.	Sameiginlega EES-þingmannanefndin	
	4.	Ráðgjafarnefnd EES	
	II	EFTA-STOFNANIR	
	1.	Fastanefnd EFTA-ríkjanna	
	2.	Eftirlitsstofnun EFTA	
2002/EES/26/01		Tilkynning frá Eftirlitsstofnun EFTA samkvæmt a-lið 1. mgr. 4. gr. gerðarinnar sem um getur í lið 64a í XIII. viðauka við EES-samninginn (reglugerð ráðsins (EBE) nr. 2408/92 frá 23. júlí 1992 um aðgang bandalagsflugfélaga að flugleiðum innan bandalagsins) - Útboðsauglýsing frá Íslandi í samræmi við d-lið 1. mgr. 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 2408/92 um rekstur áætlunarflugs á leiðinni Höfn-Reykjavík v.v.	1
2002/EES/26/02		Tilkynning frá Eftirlitsstofnun EFTA samkvæmt a-lið 1. mgr. 4. gr. gerðarinnar sem um getur í lið 64a í XIII. viðauka við EES-samninginn (reglugerð ráðsins (EBE) nr. 2408/92 frá 23. júlí 1992 um aðgang bandalagsflugfélaga að flugleiðum innan bandalagsins) - Rekstur áætlunarflugs - Útboðslýsing frá Íslandi í samræmi við d-lið 1. mgr. 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 2408/92 um rekstur áætlunarflugs á leiðinni Höfn-Reykjavík v.v.	3
2002/EES/26/03		Tilkynning frá Eftirlitsstofnun EFTA - Leiðbeiningar um lóðréttar takmarkanir	7
	3.	EFTA-dómstóllinn	
	III	EB-STOFNANIR	
	1.	Ráðið	
	2.	Framkvæmdastjórnin	
2002/EES/26/04		Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja (Mál nr. COMP/M.2790 – Siemens/First Sensor Technology).	55
2002/EES/26/05		Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja (Mál nr. COMP/M.2809 – Cinven/Carlyle/VUP)	56

2002/EES/26/06	Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja (Mál nr. COMP/M.2817 – Barilla/BPL/Kamps)	57
2002/EES/26/07	Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja (Mál nr. COMP/M.2785 – Publicis/Bcom3)	58
2002/EES/26/08	Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja (Mál nr. COMP/M.2807 – Casino/Laurus)	59
2002/EES/26/09	Engin andstaða gegn tilkynntri samfylkingu fyrirtækja (Mál nr. COMP/M.1855 – Singapore Airlines/Virgin Atlantic)	60
2002/EES/26/10	Orðsending frá framkvæmdastjórninni varðandi framlengingu á rammareglum bandalagsins um aðstoð á sviði rannsókna og þróunar	60
2002/EES/26/11	Tilkynning samkvæmt 5. gr. reglugerðar (EBE) nr. 3975/87 frá 14. desember 1987 varðandi COMP/38.284/D2 (Air France/Alitalia)	61
2002/EES/26/12	Skrá yfir útgefin skjöl framkvæmdastjórnarinnar	62
2002/EES/26/13	Reglur um upplýsingaskipti – tæknilegar reglugerðir.	67

3. Dómstóllinn

EFTA-STOFNANIR

EFTIRLITSSTOFNUN EFTA

Tilkynning frá Eftirlitsstofnun EFTA samkvæmt a-lið 1. mgr. 4 gr. gerðarinnar sem 2002/EES/26/01
um getur í lið 64a í XIII. viðauka við EES-samninginn (reglugerð ráðsins (EBE)
nr. 2408/92 frá 23. júlí 1992 um aðgang bandalagsflugfélaga að flugleiðum innan bandalagsins)

ÚTBOÐSAUGLÝSING FRÁ ÍSLANDI Í SAMRÆMI VIÐ D-LIÐ 1. MGR. 4. GR.
REGLUGERÐAR RÁÐSINS (EBE) NR. 2408/92 UM REKSTUR ÁÆTLUNARFLUGS Á
LEIÐINNI HÖFN-REYKJAVÍK V.V.

1. INNGANGUR

Í samræmi við a-lið 1. mgr. 4. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 2408/92 frá 23. júlí 1992 um aðgang bandalagsflugfélaga að flugleiðum innan bandalagsins hafa íslensk stjórnvöld ákveðið að hefja áætlunarflug samkvæmt skyldu um opinbera þjónustu með gildistöku frá 1. nóvember 2002 á eftirfarandi leið:

– Höfn-Reykjavík v.v.

2. OPINBER ÞJÓNUSTA INNFELUR EFTIRTALDAR SKYLDUR

2.1. Lágmarksferðatíðni, sætaframboð, ferðatilhögun og ferðaáætlun

Eftirtaldar kröfur gilda út samningstímabilið, þ.e. frá 1. nóvember 2002 til og með 31. desember 2003 14 mánuðir.

Lágmarksferðatíðni

- 7 hringferðir á viku.
- Að lágmarki ein ferð á sunnudögum, mánudögum, þriðjudögum, miðvikudögum og föstudögum.

Sætaframboð

- Krafist er 15 sæta flugvéla í hverja ferð í báðar áttir.

Ferðatilhögun

- Flugferðin skal vera án millilendinga.

Ferðaáætlun

- Brottför frá Reykjavík kl. 08:00 eða seinna. Koma til Reykjavíkur ekki seinna en kl. 18:00.

2.2. Krafa um loftför

Flugvélar með hverfihreyflum og skal fjöldi farþegasæta vera að lágmarki 15.

Athygli skal vakin á tækni- og rekstrarlegum skilyrðum sem eiga við um viðkomandi flugvelli.

2.3. Fargjöld

- Fargjald fyrir forgangssæti skal vera að hámarki 11.500 kr. aðra leiðina. Verð á farmiðum er heimilt að lagfæra miðað við breytingar á vísitölu neysluverðs, en þó ekki fyrr en í fyrsta lagi 1. janúar 2003 og síðan ekki oftari en á 6 mánaða fresti.
- Félagslegir afslætti skulu veittir í samræmi við það sem almennt gildir.

2.4. Samfelld þjónusta

Flugferðir sem falla niður vegna ástæðna sem rekja má til flugrekanda mega ekki fara yfir 4% af áætluðum flugferðum á ársgrundvelli.

2.5. Samstarfssamningar

Eftirfarandi skilyrði gilda um tengiflug eftir að einkaleyfi er veitt á áætlunarleiðinni Höfn-Reykjavík v.v.:

Fargjöld

- Öll fargjöld tengiflugs annarra flugrekanda á öðrum áætlunarleiðum skulu vera boðin öllum á flugrekendum á sama verði. Undanþegin þessu ákvæði skulu fargjöld tengiflugs flugrekanda en þau skulu vera að hámarki 40% af verði forgangssætis.

Skilyrði tengiflugs

- Öll skilyrði sett af flugrekanda um tengiflugsfarþega frá öðrum flugrekendum, þ.m.t. tengitími og innritunartími farþega og farangurs, skulu vera sanngjörn og án samkeppnishömlunar.

3. Frekari upplýsingar er hægt að fá hjá:

Ríkiskaup (the State Trading Centre)
Borgartúni 7,
P.O. Box 5100,
IS-125 Reykjavík
ÍSLAND
Sími: (354) 530 1400
Bréfasími: (354) 530 1414

REKSTUR ÁÆTLUNARFLUGS

2002/EES/26/02

Útboðslýsing frá Íslandi í samræmi við
d-lið 1. mgr. 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 2408/92 um rekstur áætlunarflugs
á leiðinni Höfn-Reykjavík v.v. í samræmi við d-lið 1. mgr. 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE)
nr. 2408/92 um rekstur áætlunarflugs á leiðinni Höfn-Reykjavík v.v.

1. INNGANGUR

Í samræmi við a-lið 1. mgr. 4. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 2408/92 frá 23. júlí 1992 um aðgang bandalagsflugfélaga að flugleiðum innan bandalagsins hafa íslensk stjórnvöld ákveðið að hefja áætlunarflug samkvæmt skyldu um opinbera þjónustu á leiðinni Höfn-Reykjavík v.v. með gildistöku frá 1. nóvember 2002. Skilyrðin sem bundin eru skyldu um opinbera þjónustu á þessari leið voru birt í *Stjórnartíðindum Evrópubandalaganna* C 120, 23.5.2002 og EES-viðbæti við Stjórnartíðindi EB nr. 26, 23.5.2002.

Ef ekkert flugfélag hefur hafið áætlun eða lagt fram áætlun til samgönguráðuneytisins 4 vikum fyrir gildistöku fyrirhugaðs samnings frá 1. nóvember 2002, í samræmi við skylduna um opinbera þjónustu á ofanefndri leið, án þess að fara fram á bótagreiðslur eða einkarétt, þá hefur Ísland ákveðið, í samræmi við málsmeðferðina í d-lið 1. mgr. 4 gr. reglugerðarinnar að takmarka aðganginn að þeirri leið við í aðeins eitt flugfélag og bjóða réttinn til þess að veita þessa þjónustu í 14 mánuði frá 1. nóvember 2002, út í almennu útboði.

2. MARKMIÐ ÚTBOÐSINS

Markmið útboðsins er að tryggja áætlunarflug milli Hafnar í Hornafirði og Reykjavíkur frá 1. nóvember 2002 í samræmi við skyldur um opinbera þjónustu, eins og auglýst var í *Stjórnartíðindum Evrópubandalaganna* C 120, 23.5.2002 og EES-viðbæti við Stjórnartíðindi EB nr. 26, 23.5.2002.

3. RÉTTUR TIL AÐ GERA TILBOÐ

Allir flugrekendur með gilt flugrekstrarleyfi útgefið í aðildarríki, samkvæmt reglugerð ráðsins (EBE) nr. 2407/92 frá 23. júlí 1992 um veitingu flugrekstrarleyfa til handa flugfélögum, geta gert tilboð (http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/en_392R2407.html).

4. ÚTBOÐSTILHÖGUN

Útboðið fer fram í samræmi við d-, e-, f-, g-, h-, og i-lið í 1. mgr. 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 2408/92.

Vegagerðin áskilur sér rétt til að hafna öllum tilboðum. Tilboðum sem berast of seint og tilboðum sem eru ekki í samræmi við útboðslýsinguna verður hafnað.

Vegagerðin áskilur sér rétt til að hefja samningaviðræður um rekstur á ofangreindri áætlunarleið ef engin gild tilboð berast eða ef eftir skilafrest tilboða kemur í ljós að um einungis einn bjóðanda er að ræða eða að ekkert tilboð hefur borist. Slíkar samningaviðræður skulu vera í samræmi við skylduna um opinbera þjónustu á ofan nefndri leið og án þess að gera veigamiklar breytingar á útboðsskilyrðum.

Tilboð skulu vera á íslensku eða ensku.

Tilboðið er bindandi fyrir tilboðsgjafa þar til úthlutun hefur farið fram en ekki lengur en í 12 vikur frá opnun tilboða.

5. SAMNINGUR

Samið verður við þann bjóðanda sem býður lægstu fjárhæð til að sinna þjónustunni út samningstímann, 1. nóvember 2002 til 31. desember 2003.

6. ÚTBOÐSGÖGN

Útboðsgögn, sem innihalda útboðs- og verklýsingu og tilboðsform (íslensk lög um framkvæmd útboða í samræmi við 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 2408/92 sem uppfylla kröfur samkvæmt skyldu um opinbera þjónustu), fást keypt hjá:

Vegagerðin (Public Roads Administration)
Borgartun 5-7,
IS-105 Reykjavík
Iceland
Tel: (354) 522 1000 Fax: (354) 522 1069
E-mail: khs@vegagerdin.is

Verð útboðsgagna er ISK 3.000.

7. STYRKFJÁRHÆÐ OG VERÐLAGSGRUNDVÖLLUR

Í tilboðinu skal tilgreina þá upphæð þóknunar í íslenskum krónum sem krafist er fyrir eina áætlunarferð (hringferð) í samræmi við þá upphæð þóknunar sem krafist er fyrir rekstur á áætlunarleiðinni sem um getur hér að ofan fyrir 14 mánaða tímabil sem hefst 1. nóvember 2002. Tilboðin skulu grundvallast á því verðlagi sem er á opnunardegi. Þá skal einnig gefin upp rekstraráætlun fyrir tólf mánaða tímabil. Þessar upplýsingar skal færa inná blöð sem munu fylgja útboðsgögnum, ásamt þeim gögnum sem lýst er í útboðslýsingu.

Verðlagsákvæði

Allar fjárhæðir skulu miðaðar við verðlag 1. nóvember 2002.

Tilboðsupphæð þóknunar fyrir eina áætlunarferð (hringferð) eins og hún er 1. nóvember 2002 gildir frá 1. nóvember 2002 til 31. desember 2002. Síðan er fjárhæð þóknunar verðbætt 1. janúar 2003 og gildir sú upphæð frá 1. janúar 2003 til 31. desember 2003. Verðbreytingar skulu taka eftirfarandi breytingum:

- 1% breyting á verði flugvélaeldsneytis, JET A-1 (meðalverð desembermánaðar 2002) breytir þóknuninni um 0,2%
- 1% breyting á vísitölu neysluverðs breytir þóknuninni um 0,8%

Verð á farmiðum er heimilt að lagfæra miðað við breytingar á ofantalinni vísitölu, en þó ekki fyrr en í fyrsta lagi 1. janúar 2003 og síðan ekki oft en á 6 mánaða fresti.

Flugrekandinn heldur eftir öllum tekjum af starfsemi vegna áætlunarleiðanna, og ber jafnframt fulla ábyrgð á útgjöldum sem af hljótaskast. Ef miklar og ófyrirséðar breytingar verða á forsendum samnings á samningstímanum getur flugrekandi krafist endurskoðunar á samningsupphæðinni.

8. FARGJÖLD

Þjóðendur skulu tilgreina í tilboði sínu farmiðaverð og skilmála þeirra. Farmiðaverð skal vera í samræmi við skyldur um opinbera þjónustu, eins og auglýst var í *Stjórnartíðindum Evrópubandalaganna* C 120, 23.5.2002 og EES-viðbæti við Stjórnartíðindi EB nr. 26, 23.5.2002.

9. SAMNINGSTÍMI, BREYTINGAR OG UPPSÖGN SAMNINGS

Samningstími er frá 1. nóvember 2002 og til 31. desember 2003.

Skoðun á framkvæmd samningsins skal fara fram í samstarfi við flugrekandann á síðustu 6 vikum samningstímsans.

Ekki er heimilt að breyta samningnum nema að breytingarnar séu í samræmi við skyldur um opinbera þjónustu. Allar breytingar á samningum skulu skráðar í viðbæti við hann.

Flugrekandi getur sagt samningnum upp með 6 mánaða fyrirvara.

10. VANEFNDIR/UPPSÖGN SAMNINGS

Ef annar samningsaðilinn vanefnir á verulegan hátt samningsskyldur sínar getur hinn aðilinn tafarlaust sagt upp samningnum

Flugrekandi skal í einu og öllu rækja samningsskyldur sínar í samræmi við skyldu um opinbera þjónustu svo sem fram kemur í *Stjórnartíðindum Evrópubandalaganna* C 120, 23.5.2002 og EES-viðbæti við Stjórnartíðindi EB nr. 26, 23.5.2002. og ákvæði útboðslýsingar. Verði vanefndir á þeim er Vegagerðinni heimilt að fella niður greiðslur vegna þess sem vanefnt hefur verið.

Verði um verulegt samningsbrot að ræða og/eða vanefndir eða við greiðslustöðvun eða gjaldþrot flugrekanda getur Vegagerðin tafarlaust sagt samninginum, upp.

Vegagerðinni er heimilt að segja samningnum upp fyrirvaralaust ef flugrekandi missir eða fær ekki endurnýjað flugrekendaskírteini sitt.

Ef flugrekandinn hefur ekki getað staðið við samninginn af ástæðum sem flugrekandi einn getur haft áhrif á er heimilt að lækka greiðslur í hlutfalli við flugferðir sem ekki eru farnar. Flugferðir sem falla niður vegna ástæðna sem rekja má til flugrekanda mega ekki fara yfir 4% af áætluðum flugferðum á ársgrundvelli.

11. FLUGKÓÐI

Flugið getur ekki borið annan flugkóða en flugkóða bjóðanda og getur ekki verið hluti af neins konar flugkóða samningi.

12. SKILADAGUR TILBOÐA

Tilboð skulu send með ábyrgðarpósti, þar sem kvittun fyrir póstsendingu verður notuð sem sönnun fyrir afhendingu, eða afhent í móttöku Vegagerðarinnar. Tilboð skulu berast Vegagerðinni eigi síðar en 27. júní 2002 fyrir kl. 15:00, og kl. 14:15 1. júlí verða tilboðin opnuð þar að viðstöddum þeim bjóðendum, sem þess óska. Tilboð sem berast eftir 27. júní verða ekki opnuð.

Tilboðum skal skila í lokuðu umslagi á eftirfarandi heimilisfang:

Vegagerðin (Public Roads Administration)
Borgartúni 5-7,
IS-105 Reykjavík
ICELAND

Umslög sem tilboðin eru í skulu vera auðkennd á eftirfarandi hátt:

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

(Umslög skulu vera merkt bjóðendum)

13. GILDISTÍMI ÚTBOÐSLÝSINGAR

Tilkynni flugrekandi á EES⁽¹⁾ samgönguráðuneytinu 4 vikum áður en fyrirhugaður samningur á að taka gildi eða fyrr, að hann muni hefja áætlunarflug sem samsvari lýsingu útboðsins á opinberri þjónustuskyldu á viðkomandi flugleið án þess að krefjast fjárhagslegs stuðnings eða markaðsverndar, fellur útboð á viðkomandi flugleið úr gildi.

⁽¹⁾ Með „flugrekanda á EES“ er átt við bandalagsflugfélag eða flugfélag með gilt rekstrarleyfi sem gefið er út af EFTA-ríki sem aðild á að EES-samningnum í samræmi við gerðina sem um getur í lið 66b í XIII. viðauka við EES-samninginn (reglugerð ráðsins (EBE) nr. 2407/92 um veitingu flugrekstrarleyfa til handa flugfélögum).

TILKYNNING FRÁ EFTIRLITSSTOFNUN EFTA

2002/EES/26/03

Leiðbeiningar um lóðréttar takmarkanir

EFNISYFIRLIT

	<i>Málsgreinar</i>	<i>Blaðsíða</i>
I. INNGANGUR.....	1-7	9
1. Markmið leiðbeininganna.....	1-4	9
2. Gildi 53. gr. fyrir lóðréttar samninga.....	5-7	10
II. LÓÐRÉTTIR SAMNINGAR SEM FALLA YFIRLEITT UTAN		
1. MGR. 53. GR.....	8-20	10
1. Minniháttar samningar og LMF.....	8-11	10
2. Umboðssamningar.....	12-20	11
III. BEITING HÓPUNDANÞÁGUNNAR REGLUGERÐARINNAR.....	21-70	13
1. Öruggr höfn sem hópundanþágureglugerðin skapar.....	21-22	13
2. Gildissvið hópundanþágureglugerðarinnar.....	23-45	13
3. Grófar takmarkanir samkvæmt hópundanþágunni.....	46-56	18
4. Skilyrði hópundanþágureglugerðarinnar.....	57-61	21
5. Samningar utan hópundanþágu þurfa ekki að vera ólögmatir.....	62	22
6. Engin þörf fyrir varúðartilkyningu.....	63-65	22
7. Aðskilnaðarhæfni.....	66-67	22
8. Safni vara dreift um sama dreifingakerfi.....	68-69	23
9. Aðlögunartími.....	70	23
IV. AFTURKÖLLUN HÓPUNDANÞÁGUREGLUGERÐARINNAR OG ROF HÓPUNDANÞÁGUREGLUGERÐARINNAR.....	71-87	23
1. Málsmeðferð við afturköllun.....	71-79	23
2. Rof hópundanþágureglugerðarinnar.....	80-87	25
V. MARKAÐSSKILGREINING OG ÚTREIKNINGUR MARKAÐSHLUTDEILDAR.....	88-99	26
1. Tilkygning Eftirlitsstofnunar EFTA um skilgreiningu viðkomandi markaðar.....	88	26
2. Viðkomandi markaður þegar reikna á 30% markaðshlutdeildina samkvæmt hópundanþágu reglugerðarinnar.....	89-95	26
3. Mat á viðkomandi markaði í einstökum tilvikum.....	96	28
4. Útreikningur markaðshlutdeildar samkvæmt hópundanþágu reglugerðinni.....	97-99	28
VI. UM HVERNIG HÓPUNDANÞÁGUREGLUGERÐINNI ER FRAMFYLGHT Í EINSTÖKUM MÁLUM.....	100-229	28
1. Matsviðmið.....	103-136	29
1.1. Neikvæð áhrif lóðrétttra takmarkana.....	103-114	29
1.2. Jákvæð áhrif lóðrétttra takmarkana.....	115-118	31
1.3. Almennar reglur fyrir mat á lóðréttum takmörkunum.....	119	33
1.4. Aðferðafræði við mat.....	120-136	34
1.4.1. Viðeigandi þættir fyrir mat samkvæmt 1. mgr. 53. gr.....	121-133	34
1.4.2. Viðeigandi þættir fyrir mat samkvæmt 3. mgr. 53. gr.....	134-136	37

2.	Mat tiltekinna lóðréttra takmarkana.....	137-229	37
2.1.	Skilyrði um eitt vörumerki	138-160	37
2.2.	Einkadreifing.....	161-177	41
2.3.	Einkaúthlutun viðskiptavina.....	178-183	44
2.4.	Valvís dreifing.....	184-198	45
2.5.	Veiting sérleyfis	199-201	49
2.6.	Einkasala	202-214	50
2.7.	Samtvinnun	215-224	52
2.8.	Hámarks- og leiðbeinandi endursöluverð	225-228	53
2.9.	Aðrar lóðréttar takmarkanir.....	229	54

A.

Þessi tilkynning er gefin út samkvæmt reglum samningsins um Evrópska efnahagssvæðið (EES-samningsins) og samningsins milli EFTA-ríkjanna um stofnun eftirlitsstofnunar og dómstóls (samningur um eftirlitsstofnun og dómstól).

B.

Framkvæmdastjórnin hefur gefið út tilkynningu sem ber heitið „Leiðbeiningar um lóðréttar takmarkanir“⁽¹⁾. Tilkynningin, sem er ekki bindandi gerð, tilgreinir þær meginreglur sem framkvæmdastjórnin fylgir við mat á lóðréttum samningum samkvæmt 81. gr. EB.

C.

Eftirlitsstofnun EFTA telur ofangreinda gerð eiga við um EES. Til að viðhalda jöfnum samkeppnisskilyrðum og tryggja að samkeppnisreglum EES sé beitt á einsleitan hátt um allt Evrópska efnahagssvæðið, samþykkir Eftirlitsstofnun EFTA þessa tilkynningu samkvæmt því umboði sem henni er veitt í b-lið 2. mgr. 5. gr. samningsins um eftirlitsstofnun og dómstól. Stofnunin hyggst fylgja þeim grundvallaratriðum og reglum sem tilgreind eru í þessari tilkynningu þegar beitt er viðkomandi EES-reglum í einstökum tilvikum.

D.

Þessi tilkynning kemur í stað tilkynningar stofnunarinnar um gerðir sem vísað er til í 2. og 3. lið XIV. viðauka EES-samningsins (reglugerðir framkvæmdastjórnarinnar (EBE) nr. 1983/83 og (EBE) 1984/83) um beitingu 3. mgr. 53. gr. EES-samningsins gagnvart flokkum samninga um einkadreifingu og einkakaup⁽²⁾.

I. INNGANGUR

1. Markmið leiðbeininganna

(1) Þessar leiðbeiningar tilgreina meginreglurnar við mat lóðréttra samninga samkvæmt 53. gr. EES-samningsins. Lóðréttir samningar eru skilgreindir í 1. mgr. 2. gr. gerðarinnar sem vísað er til í 2. lið XIV. viðaukans við EES-samninginn (reglugerð (EBE) nr. 2790/99⁽³⁾) um beitingu 3. mgr. 53. gr. EES-samningsins gagnvart flokkum lóðréttra samninga og samstilltra aðgerða („hópundanþágan“) (sjá 23. til 45. mgr.). Þessar leiðbeiningar eru með fyrirvara um að 54. gr. EES-samningsins kunni að vera beitt samhliða á lóðréttum samninga. Leiðbeiningarnar eru byggðar upp á eftirfarandi hátt:

- II. hluti (8. til 20. mgr.) lýsir lóðréttum samningum sem falla almennt utan 1. mgr. 53. gr.;
- III. hluti (21. til 70. mgr.) fjallar um beitingu hópundanþágunnar;
- IV. hluti (mgr. 71 til 87) lýsir meginreglunum um afturköllun hópundanþágunnar og rof hópundanþágunnar;
- V. hluti (mgr. 88 til 99) fjallar um skilgreiningu markaðar og útreikning markaðshlutdeilda;
- VI. hluti (mgr. 100 til 229) lýsir helstu matsviðmiðum og til hvers Eftirlitsstofnun EFTA horfir er hún framfylgir 53. gr. EES samningsins um lóðréttra samninga.

(2) Í öllum þessum leiðbeiningum á greiningin bæði við um vörur og þjónustu á sviði EES-samningsins⁽⁴⁾, þó tiltekna lóðréttar takmarkanir séu einkum notaðar um vörudreifingu. Á sambærilegan hátt er hægt að ganga frá lóðréttum samningum um endanlega vöru og þjónustu á millistigi. Nema annað komi fram, gilda greiningin og röksemdirnar í textanum um allar gerðir vöru og þjónustu og um öll stig viðskipta. Heitið „vara“ nær bæði til vöru og þjónustu. Heitin „birgir“ og „kaupandi“ eru notuð á öllum stigum viðskipta.

⁽¹⁾ Stjtið. EB C 291, 13.10.2000, bls. 1.

⁽²⁾ Stjtið. EB L 153, 18.6.1994, bls. 13 og EES-viðbætur við Stjtið. EB nr. 15, 18.6.1994, bls. 12, eins og henni var breytt í Stjtið. EB L 186, 21.7.1994, bls. 69 og EES-viðbætur við Stjtið. EB nr. 22, 21.7.1994, bls. 17. Sjá í þessu samhengi einnig málsgrein 70 hér að aftan.

⁽³⁾ Stjtið. EB L 336, 29.12.1999, bls. 21, felld inn í EES-samninginn með ákvörðun sameiginlegu EES-nefndarinnar nr. 18/2000 frá 28. janúar 2000, Stjtið. EB L 103, 12.4.2001, bls. 36 og EES-viðbætur við Stjtið. EB nr. 20, 12.4.2001, bls. 179.

⁽⁴⁾ Bent skal á að umfang EES-samningsins er takmarkað í samanburði við EB-sáttmálann, meðal annars vegna þess að tollabandalag er ekkert og hann á ekki við um tiltekna vörur vegna 8. gr. EES-samningsins.

(3) Markmið Eftirlitsstofnunar EFTA með útgáfu þessara leiðbeininga er að auðvelda fyrirtækjum að meta sjálf lóðréttu samninga sem samkeppnisreglur EES eiga við um. Stöðlum í þessum leiðbeiningum verður að beita við aðstæður sem eru sérstakar í hverju tilviki. Þar með kemur ekki til greina að beita þeim vélrænt. Hvert tilvik verður að meta í ljósi eigin staðreynda. Eftirlitsstofnun EFTA mun beita leiðbeiningunum⁽⁵⁾ á sanngjarnan og sveigjanlegan hátt.

(4) Þessar leiðbeiningar eru með fyrirvara um túlkun EFTA-dómstólsins, dómstóls Evrópubandalaganna og dómstólsins á fyrsta dómstigi þegar 81. gr. EB⁽⁶⁾ og 53. gr. EES-samningsins er beitt á lóðréttu samninga.

2. Gildi 53. gr. fyrir lóðréttu samninga

(5) 53. gr. EES-samningsins á við um lóðréttu samninga sem kunna að hafa áhrif á viðskipti milli ríkja á svæðinu sem EES-samningurinn nær til og sem koma í veg fyrir, takmarka eða skekkja samkeppni (hér eftir vísað til sem „lóðréttra takmarkana“)⁽⁷⁾. 53. gr. setur viðeigandi lagaramma til að meta og sjá muninn á samkeppnishamlandi og samkeppnishvetjandi áhrifum: 1. mgr. 53. gr. bannar þá samninga sem takmarka eða skekkja samkeppni merkjanlega, en 3. mgr. 53. gr. gerir ráð fyrir undanþágu þeirra samninga sem veita næga hagsbót til að vega upp á móti áhrifum sem hamla samkeppni.

(6) Það á við um flestar lóðréttar takmarkanir að áhyggjur af samkeppni koma aðeins upp ef ekki er næg samkeppni á milli vörumerkja, þ.e. ef birgir, kaupandi eða báðir hafa tiltekinn markaðsstyrk. Ef ekki er næg samkeppni milli vörumerkja er mikilvægt að vernda samkeppni milli vörumerkja og innan sama vörumerkis.

(7) Það er meginmarkmið samkeppnisstefnu EES að vernda samkeppni þar sem það eykur velferð neytenda og sér til þess að verðmætum er ráðstafað á hagkvæman hátt. Með því að beita samkeppnisreglum EES notar Eftirlitsstofnun EFTA hagræna nálgunaraðferð sem byggir á áhrifunum á markaðinn og því verður að meta lóðréttu samninga í lagalegu og hagrænu samhengi þeirra. En í tilvikum þar sem markmiðið er að takmarka samkeppni, eins og talið er upp í 4. gr. hópundanþágunnar, þarf Eftirlitsstofnun EFTA ekki að meta hin raunverulegu áhrif á markaðinn. Í EES-samningnum er markaðssambáttun aukamarkmið samkeppnisstefnu EES⁽⁸⁾. Fyrirtæki ættu ekki að fá að reisa að nýju eigin hindranir innan svæðisins sem EES-samningurinn tekur til þar sem tekist hefur að afnema ríkjahindranir.

II. LÓÐRÉTTIR SAMNINGAR SEM FALLA YFIRLEITT UTAN 1. MGR. 53. GR.

1. Minniháttar samningar og LMF

(8) 1. mgr. 53. gr. tekur ekki til samninga sem ekki geta haft merkjanleg áhrif á viðskipti innan svæðisins sem EES-samningurinn tekur til og sem ekki geta merkjanlega takmarkað samkeppni samkvæmt markmiði sínu eða áhrifum. Hópundanþágureglugerðin á aðeins við um samninga sem 1. mgr. 53. gr. tekur til. Þessar leiðbeiningar eru með fyrirvara um núverandi eða síðar settar leiðbeiningar um „minniháttar“ samninga⁽⁹⁾.

(9) Lóðréttir samningar fyrirtækja sem ekki hafa meiri en 10% hlutdeild af viðkomandi markaði eru almennt taldir falla utan gildissviðs 1. mgr. 53. gr. en það er þó háð skilyrðunum í 11. 18. og 20. mgr. „minni háttar“ tilkynningarinnar um grófar takmarkanir og uppsöfnuð áhrif. Ekki er gengið út frá því að lóðréttir samningar fyrirtækja sem eru með meiri en 10% markaðshlutdeild brjóti sjálfkrafa í bága við 1. mgr. 53. gr. Þrátt fyrir meira en 10% markaðshlutdeild kann það að vera að samningurinn hafi ekki merkjanleg áhrif á

⁽⁵⁾ Bærni til að fjalla um einstök tilvik samkvæmt 53. og 54. gr. EES-samningsins er skipt á milli Eftirlitsstofnunar EFTA og framkvæmdastjórnarinnar samkvæmt reglum sem tilgreindar eru í 56. gr. EES-samningsins. Aðeins eitt yfirvald er hæft til að fara með hvert mál.

⁽⁶⁾ Slíkir úrskurðir eiga við um starfsemi stofnunarinnar með vísun í skilmála 6. gr. EES-samningsins og 3. gr. samningsins um eftirlit og dómstól.

⁽⁷⁾ Sjá meðal annars dómsúrskurð dómstóls Evrópubandalaganna í sameinuðum málum 56/64 og 58/64 – Grundig-Consten gegn framkvæmdastjórninni [1966] ECR 299; Mál 56/65 – Technique Minière gegn Maschinenbau Ulm [1966] ECR 235; og dómstóls á fyrsta stigi í máli T-77/92 – Parker Pen gegn framkvæmdastjórninni [1994] ECR II-549.

⁽⁸⁾ Sú staðreynd að umfang EES-samningsins er takmarkað miðað við EB-sáttmálann kann að hafa áhrif á mat markaðssambættingar á milli aðildarríkja EFTA og á milli aðildarríkja EFTA og bandalagsins.

⁽⁹⁾ Tilkynning um minniháttar samninga sem falla utan gildissviðs 1. mgr. 53. gr. EES-samningsins, Stjtið. EB L 200, 16.7.1998, bls. 55 og EES-viðbætur við Stjtið. EB nr. 28, 16.7.1998, bls. 13.

viðskipti milli ríkja innan EES-svæðisins og takmarki ekki merkjanlega samkeppni⁽¹⁰⁾. Slíka samninga verður að meta í lagalegu og hagrænu samhengi þeirra. Viðmiðin fyrir mat einstakra samninga eru tilgreind í 100. til 229. mgr.

(10) Hvað varðar grófar takmarkanir sem skilgreindar eru í „minniháttar“ tilkynningunni, kann 1. mgr. 53. gr. að eiga við undir 10% markinu, svo fremi að um sé að ræða merkjanleg áhrif á viðskipti milli EES-ríkja og samkeppni á svæðinu sem EES-samningurinn nær til. Hvað þetta varðar gilda dómafordæmi EFTA-dómstólsins, dómstóls Evrópubandalaganna og dómstólsins á fyrsta dómstigi⁽¹¹⁾. Einnig er vísað til sérstakra aðstæðna þegar komið er með nýja vöru inn á markað eða farið er inn á nýjan markað en um það er fjallað síðar í þessum leiðbeiningum (119. mgr., 10. liður).

(11) Auk þessa lítur Eftirlitsstofnun EFTA svo á, með fyrirvara um uppsöfnuð áhrif og grófar takmarkanir, að samningar milli lítilla og meðalstórra fyrirtækja eins og þau eru skilgreind í ákvörðun Eftirlitsstofnunar EFTA nr. 112/96/COL frá 11. september 1996⁽¹²⁾ geti sjaldan haft merkjanleg áhrif á viðskipti milli aðila EES-samningsins eða hamlað samkeppni merkjanlega í skilningi 1. mgr. 53. gr. og falli því yfirleitt utan gildissviðs 1. mgr. 53. gr. Í tilvikum þar sem slíkir samningar uppfylla engu að síður skilyrðin um að beitt sé 1. mgr. 53. gr., mun Eftirlitsstofnun EFTA að öllu jöfnu ekki hefja málsmeðferð þar sem nægjanlega hagsmuni skortir samkvæmt EES-samningnum nema fyrirtækin hafi sameiginlega eða hvert fyrir sig ráðandi stöðu á verulegum hluta svæðisins sem EES-samningurinn tekur til.

2. Umboðssamningar (Agency agreements)

(12) Málsgreinar 12 til 20 koma í stað tilkynningarinnar um einkasölusamninga (exclusive dealing contracts) við umboðsaðila frá 1994⁽¹³⁾. Þær verður að lesa með gerðinni sem vísað er til í 30. mgr. VII. viðauka við EES-samninginn (Tilskipun ráðsins 86/653/EBE um samhæfingu laga aðildarríkjanna sem snerta sjálfstætt starfandi umboðsaðila⁽¹⁴⁾). Umboðssamningar taka til aðstæðna þar sem lögaðili eða einstaklingur (umboðsaðilinn) hefur heimild til að semja um og/eða ganga frá samningum fyrir hönd annars aðila (umbjóðandans), annað hvort í nafni umboðsaðilans sjálfs eða í nafni umbjóðandans, um:

- kaup umbjóðandans á vörum eða þjónustu, eða
- sölu á vörum eða þjónustu sem umbjóðandinn leggur til.

(13) Í tilviki hreinna umboðssamninga falla skyldurnar sem lagðar eru á umboðsaðilann vegna samninganna sem samið er um og/eða gengið frá fyrir hönd umbjóðandans ekki undir 1. mgr. 53. gr. Úrslitabátturinn við að meta hvort 1. mgr. 53. gr. á við er hin fjárhagslega eða viðskiptalega áhætta sem umboðsaðilinn tekur í tengslum við það sem hann gerir sem umboðsaðili. Hvað þetta varðar skiptir ekki máli við matið hvort umboðsaðilinn vinnur fyrir einn eða fleiri umbjóðendur. Samningar sem eru ekki hreindir umboðssamningar kunna að falla undir 1. mgr. 53. gr. en í því tilviki gilda um þá hópundanþágan og aðrir hlutar þessara leiðbeininga.

(14) Það eru tvær tegundir fjárhagslegrar eða viðskiptalegrar áhættu sem máli skipta við mat á því hve hreinn umboðssamningur er samkvæmt 1. mgr. 53. gr. Í fyrsta lagi er áhætta sem tengist beint samningunum sem umboðsaðilinn hefur gengið frá og/eða samið um fyrir hönd umbjóðandans, til dæmis fjármögnun hlutabréfa. Í öðru lagi er áhætta sem tengist markaðssérgreindum fjárfestingum. Það eru sérstakar fjárfestingar sem eru nauðsynlegar fyrir þá starfsemi sem umbjóðandinn hefur tilnefnt umboðsaðilann fyrir, þ.e. sem þarf til að gera umboðsaðilanum kleift að ganga frá og/eða semja um þess háttar samning. Kostnaður við slíkar fjárfestingar verður yfirleitt ekki heimtur aftur, ef ekki er hægt að nota fjárfestinguna fyrir aðra starfsemi eða að hún verður ekki seld nema með talsverðu tapi þegar starfsseminni er hætt.

(15) Umboðssamningurinn er talinn hreinn umboðssamningur og fellur því utan 1. mgr. 53. gr. ef umboðsaðilinn tekur enga eða aðeins smávægilega áhætta í tengslum við samninga sem gengið er frá og/eða samið um fyrir hönd umbjóðandans og í tengslum við markaðssérgreindar fjárfestingar á því starfssviði sem

⁽¹⁰⁾ Sjá dómsúrskurð dóms á fyrsta dómstigi í máli T-7/93 – Langnese-Iglo gegn framkvæmdastjórninni [1995] ECR II-1533, 98. mgr.

⁽¹¹⁾ Sjá dómsúrskurð dómstóls Evrópubandalaganna í máli 5/69 – Völk gegn Vervaecke [1969] ECR 295; máli 1/71 – Cadillon gegn Höss [1971] ECR 351 og í máli C-306/96 – Javico gegn Yves Saint Laurent [1998] ECR I-1983, mgr. 16 og 17.

⁽¹²⁾ Stjótd. EB L 42, 13.2.1997, bls. 33. Svarar til tilmæla framkvæmdastjórnarinnar 96/280/EB Stjótd. EB L 107, 30.4.1996, bls. 4.

⁽¹³⁾ Stjótd. EB L 153, 18.6.1994, bls. 23 og EES-viðbætur við Stjótd. EBnr. 15, 18.6.1994, bls. 22.

⁽¹⁴⁾ Stjótd. EB L 382, 31.12.86.

um er að ræða. Við slíkar aðstæður eru salan eða kaupin hluti af starfsemi umbjóðandans þrátt fyrir þá staðreynd að umboðsaðilinn sé aðskilið fyrirtæki. Umbjóðandinn tekur þá fjárhagslegu og viðskiptalegu áhættu sem þessu tengist og umboðsaðilinn beitir engri sjálfstæðri hagrænni aðgerð í tengslum við starfsemina sem umbjóðandinn hefur tilnefnt hann sem umboðsaðila fyrir. Við gagnstæðar aðstæður telst umboðssamningurinn ekki hreinn umboðssamningur og kann að falla undir 1. mgr. 53. gr. Í slíku tilfelli tekur umboðsaðilinn slíka áhættu og telst vera sjálfstæður söluaðili sem verður að hafa frelsi til að ákveða markaðsskipulagningu sína til að geta endurheimt samnings- eða markaðssérgreindar fjárfestingar sínar. Áhætta sem tengist þeirri starfsemi að veita umboðsþjónustu almennt, eins og til dæmis áhættan af því að tekjur umboðsaðilans séu háðar árangri hans sem umboðsaðila eða almennar fjárfestingar til dæmis í athafnasvæði eða starfsfólki, skipta ekki máli við þetta mat.

(16) Áhættu þarf að meta í hverju tilfelli og með tilliti til raunverulegra efnahagslegra aðstæðna frekar en lagaformsins. Engu að síður telur Eftirlitsstofnun EFTA að 1. mgr. 53. gr. muni almennt ekki eiga við um skyldur sem lagðar eru á umboðsaðilann vegna samninga sem samið er um og/eða samninga sem gengið er frá fyrir hönd umbjóðandans þar sem eignarhald keyptrar eða seldar samningsvöru er ekki hjá umboðsaðilanum, eða að umboðsaðilinn veitir ekki sjálfur samningsþjónustuna og þar sem umboðsaðilinn:

- tekur ekki þátt í kostnaði sem tengist sölu/kaupum samningsvöru eða þjónustu, þar með talinn kostnaður við flutning vörunnar. Þetta þýðir ekki að umboðsaðilinn geti ekki annast flutninginn, svo fremi að umbjóðandinn beri kostnaðinn;
- er ekki, beint eða óbeint, skuldbundinn til að fjárfesta í sölukynningu, eins og til dæmis með framlögum til auglýsingakostnaðar umbjóðandans;
- heldur ekki á eigin kostnað eða áhættu birgðir af samningsvörunum, þar með talinn kostnaður við að fjármagna birgðimar og kostnaður við birgðatap og getur skilað óseldum vörum til umbjóðandans án greiðslu, nema við umboðsaðilann sé að sakast um vangá (til dæmis, með því að grípa ekki til eðlilegra varúðarráðstafana til að forðast birgðatap);
- kemur ekki á og/eða starfrækir, viðhaldsþjónustu, viðgerðarþjónustu eða ábyrgðarþjónustu nema hún sé að fullu endurgreidd af umbjóðandanum;
- fjárfestir ekki markaðssérgreint í tækjum, athafnasvæði eða þjálfun starfsfólks, eins og til dæmis eldsneytisgeymi þegar um smásölu eldsneytis er að ræða eða sérstökum hugbúnaði til að selja tryggingar þegar um tryggingaumboðsmenn er að ræða;
- ber ekki ábyrgð á tjóni sem hin selda vara (skaðsemisábyrgð) veldur þriðja aðila nema hann sé sem umboðsaðili ábyrgur fyrir galla hvað þetta varðar;
- ber ekki ábyrgð á vanefndum viðskiptavina, að undanskyldu tapi umboðslauna umboðsaðilans, nema umboðsaðilinn beri ábyrgð á broti (til dæmis ef hann gerir ekki nauðsynlegar ráðstafanir til öryggis eða þjófavarnar eða ef hann grípur ekki til eðlilegra ráðstafana til að tilkynna umbjóðandanum eða lögreglunni þjófnað eða að koma til umbjóðandans öllum nauðsynlegum upplýsingum sem fáanlegar eru um fjárhagslegan áreiðanleika viðskiptavinarins).

(17) Þessi listi er ekki tæmandi. Hins vegar, þegar umboðsaðilinn ber eina eða fleiri af ofangreindri áhættu eða kostnaði, þá gæti 1. mgr. 53. gr. átt við eins og um hvern annan lóðréttan samning.

(18) Ef umboðssamningur fellur ekki undir 1. mgr. 53. gr. þá teljast allar skuldbindingar sem lagðar eru á umboðsaðilann í tengslum við frágengna samninga og/eða samninga sem samið hefur verið um fyrir utan 1. mgr. 53. gr. Eftirtalдар skuldbindingar umboðsaðilans teljast almennt hluti af umboðssamningi, þar sem hver þeirra tengist möguleikum umbjóðandans til að ákveða umfang starfsemi umboðsaðilans í tengslum við samningsvörurnar eða þjónustuna, sem er nauðsynlegt ef umbjóðandinn á að bera áhættuna og þarf þess vegna að geta kveðið á um viðskiptaaðferðir:

- takmarkanir á landssvæðinu þar sem umboðsaðilinn má selja vörurnar eða þjónustuna;
- takmarkanir á viðskiptavinum sem umboðsaðilinn má selja vörurnar eða þjónustuna;

- verðið og skilmálarnir sem umboðsaðilinn má selja eða kaupa vörurnar eða þjónustuna með.

(19) Auk þess að ákvarða skilyrði um sölu eða kaup umboðsaðilans á samningsvöru eða -þjónustu fyrir hönd umboðandans eru oft í umboðssamningum skilmálar sem snerta tengsl umboðsaðilans og umboðandans. Kunna þetta einkum að vera ákvæði sem banna umboðandanum að tilnefna aðra umboðsaðila fyrir tiltekin viðskipti, viðskiptavin eða -vini eða landssvæði (einkaumboðsákvæði) og/eða ákvæði sem banna umboðsaðilanum að vera umboðsaðili eða dreifiaðili fyrirtækja sem keppa við umboðandann (skuldbindingar um samkeppnisbann (non-compete provisions)). Einkaumboðsákvæði eiga aðeins við um samkeppni innan vörumerkis (inter-brand competition) og hafa almennt ekki samkeppnishamlandi áhrif. Ákvæði um samkeppnisbann, þar með talin ákvæði um samkeppnisbann eftir samningstíma, snerta samkeppni milli vörumerkja og kann að brjóta í bága við 1. mgr. 53. gr. ef þau valda útilokun á viðkomandi markaði þar sem samningsvaran eða -þjónustan er seld eða keypt (sjá 1. mgr. 2. gr. VI. hluta).

(20) Ef umboðssamningur greiðir fyrir samráði, kann hann einnig að teljast falla undir 1. mgr. 53. gr. jafnvel þó umboðandinn taki alla viðkomandi fjárhagslega og viðskiptalega áhættu. Þetta gæti til dæmis verið tilfellið þegar nokkrir umboðendur nota sömu umboðsaðilana um leið og þeir hindra saman að aðrir noti þessa umboðsaðila, eða þegar þeir nota umboðsaðilana til samráðs um markaðsaðferðir eða til að skiptast á viðkvæmum markaðsupplýsingum.

III. BEITING HÓPUNANÞÁGU REGLUGERÐARINNAR

1. Örugg höfn sem hópundanþágu reglugerðin skapar

(21) Hópundanþágan felur í sér að lóðréttir samningar skuli teljast lögmætir ef markaðshlutdeild seljanda eða kaupanda er undir tilteknum mörkum. Samkvæmt 3. gr. hópundanþágunnar er það yfirleitt markaðshlutdeild birgisins á markaðnum þar sem hann selur samningsvörurnar eða -þjónustuna sem sker úr um hvort hópundanþágan eigi við. Sú markaðshlutdeild má ekki vera meiri en 30% til að hópundanþágan gildi. Aðeins þegar í samningnum er skuldbinding um einkasölu, eins og skilgreint er í c-lið 1. gr. hópundanþágunnar, er það markaðshlutdeild kaupandans á markaðnum þar sem hann kaupir samningsvörurnar eða þjónustuna sem má ekki fara yfir 30% mörkin eigi hópundanþágan að gilda. Nánar er getið um markaðshlutdeild í V. kafla (mgr. 88 til 99).

(22) Frá hagrænu sjónarmiði kann lóðréttur samningur ekki einungis að hafa áhrif á markaðinn milli birgis og kaupanda heldur einnig á fráliggjandi (downstream) markaði kaupandans. Einfölduð nálgun hópundanþágunnar, sem tekur aðeins tillit til markaðshlutdeildar birgisins eða kaupandans (eftir því sem við á) á markaðnum á milli þessara tveggja aðila, er réttlætt með þeirri staðreynd að undir 30% markinu verða áhrifin á fráliggjandi markaði almennt takmörkuð. Þar sem aðeins þarf að huga að markaðinum á milli birgisins og kaupanda auðveldar það beitingu hópundanþágunnar og eykur réttaröryggi, auk þess sem enn má beita því verkfæri sem afturköllun er (sjá mgr. 71 til 87) til að bregðast við hugsanlegan vanda á öðrum tengdum mörkuðum.

2. Gildissvið hópundanþágureglugerðarinnar

(i) Skilgreining lóðréttra samninga

(23) Lóðréttir samningar eru skilgreindir í 1. mgr. 2. gr. hópundanþágunnar sem „samningar eða samstilltar aðgerðir tveggja eða fleiri fyrirtækja sem starfa, að því er samninginn varðar, á mismunandi stigum framleiðslu eða dreifingar, og sem varða þá skilmála sem gilda um sölu eða endursölu þess sem samið er um“.

(24) Það eru þrír meginþættir í þessari skilgreiningu:

- samningurinn eða samstillta aðgerðin er á milli tveggja eða fleiri fyrirtækja. Lóðréttir samningar við endanlega neytendur sem starfa ekki sem fyrirtæki falla ekki undir þetta. Almennt gildir að samningar við endanlega neytendur falla ekki undir 1. mgr. 53. gr., þar sem sú grein á aðeins við um samninga á milli fyrirtækja, ákvarðanir samtaka fyrirtækja og samstilltar aðgerðir. Þetta er með fyrirvara um að 54. gr. EES-samningsins kunni að verða beitt.

- samningurinn eða samstillta aðgerðin er á milli fyrirtækja sem hvert fyrir sig starfar, að því er samninginn varðar, á mismunandi stigum framleiðslu eða dreifingar. Það merkir til dæmis að eitt fyrirtæki framleiðir hráefni sem annað fyrirtæki notar sem aðföng, eða að það fyrsta er framleiðandi, annað heildsali og þriðja smásali. Það hindrar ekki að fyrirtæki sé virkt á fleiri en einu stigi framleiðslunnar eða dreifingarinnar.
- samningarnir eða samstilltu aðgerðirnar varða skilyrði sem tengjast, „kaupum, sölu eða endursölu á tileknum vörum eða þjónustu“ samningsaðila, kaupanda eða seljanda. Þetta endurspeglar þann tilgang hópundanþágunnar að taka til kaup- og dreifingarsamninga. Þetta eru samningar sem varða skilyrðin fyrir kaupum, sölu eða endursölu vöru eða þjónustu sem birgirinn leggur til og/eða sem varða skilyrðin fyrir endursölu kaupandans á þeirri vöru eða þjónustu sem samningurinn er um. Hvað hópundanþáguna varðar eru bæði vörur og þjónusta sem birgirinn leggur til og þær vörur og þjónusta sem af þeim leiða talin vera samningsvörur eða samningsþjónusta. Lóðréttir samningar sem tengjast allri vöru og þjónustu jafnt endanlegri sem á millistigi falla undir þetta. Eina undantekningin er bílaðnaðurinn, á meðan sú atvinnugrein fellur undir sérstaka hópundanþágu eins og þá sem veitt er með gerðinni sem vísað er til í a-lið 4. gr. EES samningsins (reglugerð (EB) nr. 1475/95⁽¹⁵⁾). Vörurnar og þjónustuna sem birgirinn leggur til má kaupandinn selja aftur eða nota sem aðföng til að framleiða eigin vörur eða þjónustu.

(25) Hópundanþágan á einnig við um vörur sem eru keyptar og leigðar þriðja aðila. Hins vegar nær hún ekki til leigu- og kaupleigusamninga sem slíkra, þar sem birgirinn selur kaupandanum enga vöru eða þjónustu. Almennir hópundanþágarnir ekki til takmarkana eða skuldbindinga sem snerta ekki skilyrði kaupa, sölu eða endursölu, eins og til dæmis skuldbindingu sem hindrar að aðilar standi fyrir sjálfstæðum rannsóknum og þróun sem aðilarnir kunna að hafa haft með í samningi sem er að öðru leyti lóðréttur. Auk þessa, undanskilja ákvæðin í 2. til 5. mgr. 2. gr. beint eða óbeint tiltekna lóðrétt samninga frá hópundanþágunni.

(ii) *Lóðréttir samningar á milli keppinauta*

(26) Í 4. mgr. 2. gr. hópundanþágunnar kemur skýrt fram að hún útilokar „lóðrétt samninga á milli fyrirtækja sem eru keppinautar“. Lóðrétt samninga á milli keppinauta verður fjallað um, hvað snertir möguleg samráðsáhrif, í væntanlegum leiðbeiningum um hvernig megi beita 53. gr. á lárétt samstarf⁽¹⁶⁾. Hins vegar verður að meta lóðrétt þætti slíkra samninga samkvæmt þessum leiðbeiningum. Í a-lið 1. gr. hópundanþágunnar eru fyrirtæki sem eiga í samkeppni skilgreind sem „raunverulegir eða mögulegir birgjar á markaði fyrir sömu vöru“, óháð því hvort þeir eru keppinautar eða ekki á sama landfræðilega markaði. Keppinautar eru þau fyrirtæki sem eru raunverulegir eða mögulegir birgjar fyrir þá samningsvöru eða samningsþjónustu eða staðgönguvöru eða staðgöngupjónustu samningsvörunnar eða samningsþjónustunnar. Mögulegur birgir er fyrirtæki sem framleiðir ekki í raun samkeppnisvöru en gæti og myndi vera líklegt til að gera það, ef samningnum væri ekki til að dreifa, til að svara lítilli og varanlegri hækkun á hlutfallslegu verði. Það þýðir að fyrirtækið myndi geta og vera líklegt til að leggja í nauðsynlegar viðbótar fjárfestingar og selja vörur á markaðinn innan eins árs. Þetta mat verður að byggja á raunhæfum grunni; þó nægir ekki að aðeins fræðilegur möguleiki sé á að komið verði inn á markaðinn⁽¹⁷⁾.

(27) Það eru þrjár undantekningar frá almennu undanþágunni fyrir lóðrétt samninga á milli keppinauta, allar tilgreindar í 4. mgr. 2. gr. og eiga við um ógagnkvæma samninga. Ógagnkvæmir merkir, til dæmis, þegar einn framleiðandi gerist dreifiaðili fyrir vörur annars framleiðanda, en sá síðarnefndi gerist ekki dreifiaðili fyrir vörur fyrrgreinda framleiðandans. Ógagnkvæmir samningar á milli keppinauta falla undir hópundanþáguna þegar (1) velta kaupandans er ekki meiri en 100 miljónir evra, eða (2) birgirinn er framleiðandi og dreifiaðili vöru, en kaupandinn er aðeins dreifiaðili og ekki líka framleiðandi

⁽¹⁵⁾ Stjtið. EB L 145, 29.6.1995, bls. 25.

⁽¹⁶⁾ Í b-lið 1. mgr. 5. gr. samningsins um eftirlitsstofnun og dómstól er kveðið á um að stofnunin skuli, í samræmi við EES lög og til að tryggja að EES-samningurinn virki rétt, tryggja að EES-samkeppnisreglunum sé beitt. Hvað varðar gerðir, sem eru ekki bindandi en framkvæmdastjórnin hefur tekur upp eftir að EES-samningurinn var undirritaður, á stofnunin að taka upp samsvarandi gerðir þegar þær eiga við um EES. Þar til tilkynningar hennar eru teknar upp, mun stofnunin beita meginreglunum sem tilgreindar eru í viðkomandi tilkynningum framkvæmdastjórnarinnar, þar með taldar leiðbeiningar framkvæmdastjórnarinnar um beitingu 81. gr. á lárétt samstarfssamninga, Stjtið. EB C 3, 6.1.2001 bls. 2.

⁽¹⁷⁾ Tilkynning Eftirlitsstofnunar EFTA um skilgreiningu viðkomandi markaðar fyrir samkeppnislög innan EES, Stjtið. EB L 200, 16.7.1998, bls. 48 og EES-viðbætur við Stjtið. EB nr 28, 16.7.1998, bls. 3, 20. til 24. mgr., og ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 90/410/EBE í máli nr. IV/32.009 – Elopak/Metal Box-Odin, Stjtið. EB L 209, 8.8.1990, bls. 15.

samkeppnisvöru, eða (3) birgirinn leggur til þjónustu sem veitt er á mörgum stigum viðskipta, en kaupandinn veitir ekki samkeppnisþjónustu á því stigi viðskipta sem hann kaupir samningsþjónustuna á. Önnur undantekningin tekur til aðstæðna tvöfaldrar dreifingar, þ.e. þegar framleiðandi tilgreindrar vöru er einnig dreifiaðili vörunnar í samkeppni við sjálfstæða dreifiaðila sem dreifa vöru hans. Dreifiaðili sem leggur vinnulýsingu fyrir framleiðanda til að framleiða tilteknar vörur með vörumerki dreifiaðilans skal ekki teljast framleiðandi slíkrar eiginmerkjavöru. Þriðja undantekningin nær til svipaðra aðstæðna tvöfaldrar dreifingar, en í þessu tilfelli vegna þjónustu, þegar birgirinn veitir einnig þjónustu á stigi kaupandans.

(iii) *Samtök smásala*

(28) Samkvæmt 2. mgr. 2. gr. hópundanþágunnar falla undir hana lóðréttir samningar samtaka fyrirtækja sem uppfylla tiltekin skilyrði og útiloka þar með frá hópundanþágunni lóðréttta samninga allra annarra samtaka. Lóðréttir samningar á milli samtaka og meðlima þeirra, eða á milli samtaka og birgja þeirra, falla undir hópundanþáguna að því tilskyldu að allir meðlimirnir séu smásalar vöru (ekki þjónustu) og að velta hvers einstaks meðlims samtakanna sé ekki meiri en 50 milljónir evra. Smásalar eru dreifiaðilar sem endurselja endanlegum neytendum vörur. Þegar aðeins takmarkaður fjöldi meðlima samtakanna er með veltu litlu meiri en 50 milljónir evra mun það yfirleitt ekki breyta matinu samkvæmt 53. grein.

(29) Samtök fyrirtækja geta bæði verið aðilar að láréttum og lóðréttum samningum. Láréttu samningana verður að meta samkvæmt meginreglunum sem tilgreindar eru í væntanlegum leiðbeiningum um beitingu 53. gr. varðandi lárétt samstarf. Ef það mat leiðir til þeirrar niðurstöðu að samstarf á milli fyrirtækja á sviði kaupa eða sölu sé ásættanlegt, er nánara mat nauðsynlegt til að skoða lóðréttu samningana sem samtökin hafa gert við birgja sína eða einstaka meðlimi samtakanna. Seinna matið mun fara eftir reglum hópundanþágunnar og þessum leiðbeiningum. Láréttir samningar, til dæmis á milli meðlima samtakanna eða ákvarðanir sem samtökin samþykkja, svo sem ákvörðun um að krefjast þess að meðlimirnir kaupi af samtökunum eða ákvörðun um að úthluta einkamarkaðssvæðum til meðlimanna, verður að meta fyrst sem láréttan samning. Það er einungis ef þetta mat reynist jákvætt að meta þarf lóðréttu samningana á milli samtakanna og einstakra meðlima þeirra eða á milli samtakanna og birgja.

(iv) *Lóðréttir samningar með ákvæðum um hugverkarétt.*

(30) Samkvæmt 3. mgr. 2. gr. hópundanþágunnar tekur hún til lóðrétttra samninga sem innihalda tiltekin ákvæði sem tengjast því að kaupandanum eru framseld hugverkaréttindi eða að honum er veitt heimild til notkunar hugverkaréttinda sem um leið útilokar að aðrir lóðréttir samningar með ákvæðum um hugverkaréttindi getið fallið undir hópundanþáguna. Hópundanþágan á við um lóðréttta samninga sem innihalda ákvæði um hugverkarétt þegar fimm skilyrðum er fullnægt:

- Skilmálarnir um hugverkarétt verða að vera hluti af lóðréttum samningi, þ.e. samningi með skilyrðum um hvernig aðilarnir mega kaupa, selja eða endurselja tilteknar vörur eða þjónustu;
- Framselja verður kaupandanum hugverkaréttinn eða heimila honum notkun hans.
- Ákvæðin um hugverkarétt mega ekki vera meginatriði samningsins;
- Ákvæðin um hugverkaréttinn verða að tengjast beint notkun, sölu eða endursölu vöru eða þjónustu af hálfu kaupandans eða viðskiptavina hans. Í tilfelli sérleyfis (franchising) þar sem nýting hugverkaréttarins felst í markaðssetningu, dreifir sérleyfishafinn eða sérleyfishafarnir vörunum eða þjónustunni.
- Í tengslum við samningsvörurnar eða samningsþjónustuna mega hugverkaréttarákvæðin ekki innihalda samkeppnishömlur með sama markmiði eða sömu áhrif og lóðréttar takmarkanir sem eru ekki undanþegnar samkvæmt hópundanþágunni.

(31) Þessi skilyrði tryggja að hópundanþágan tekur til lóðréttra samninga þar sem notkun, sala eða endursala vöru eða þjónustu verður skilvirkari vegna þess að hugverkaréttur er framseldur kaupandanum eða að honum eru heimiluð not hugverkaréttindanna. Hópundanþágan nær með öðrum orðum til takmarkana á framsali eða notkun hugverkaréttar þegar meginmarkmið samningsins er kaup eða dreifing vöru eða þjónustu.

(32) Fyrsta skilyrðið skýrir að hugverkarétturinn er veittur sem hluti samnings um kaup eða dreifingu á vörum eða sem hluti samnings um kaup eða sölu þjónustu og er ekki samningur um framsal hugverkaréttar eða leyfisveitingar (licensing) hugverkaréttar til framleiðslu vöru né heldur samnings um hreina leyfisveitingu. Hópundanþágan tekur til dæmis ekki til:

- samninga þar sem aðili sér einum aðila fyrir uppskrift og veitir öðrum aðila nýtleifyfi til að framleiða drykk með þeirri uppskrift;
- samninga sem kveða á um að aðili sjái einum aðila fyrir móti eða frumeintaki og veitir öðrum aðila nýtleifyfi til að framleiða og dreifa afritum eða afsteypum;
- hreint nýtleifyfi á vörumerki eða einkennismerki til þess að selja á markaði;
- kostunarsamninga um réttinn til að auglýsa sig sem opinberan kostunaraðila atburðar;
- höfundarréttarleyfa í samningum um rétt til að taka upp og/eða útvarpa atburði.

(33) Í öðru skilyrðinu felst að hópundanþágan á ekki við þegar kaupandinn sér birginum fyrir hugverkaréttinum og engu skiptir hvort hugverkarétturinn snertir framleiðslu- eða dreifingaraðferðina. Samningur um framsal hugverkaréttar til birgisins og sem e.t.v. leggur takmarkanir á sölu birgisins fellur ekki undir hópundanþáguna. Það þýðir sérstaklega að ráðning undirverktaka þar sem verkþekking er framseld til undirverktaka⁽¹⁸⁾ fellur ekki undir hópundanþáguna. Hins vegar tekur hópundanþágan til lóðréttra samninga þar sem kaupandinn lætur seljanda aðeins í té lýsingu á vörum eða þjónustunni sem á að afhenda.

(34) Þriðja skilyrðið skýrir að til þess að falla undir hópundanþáguna má meginatriði samningsins ekki vera framsal eða leyfisveiting hugverkaréttinda. Meginatriðið verður að vera kaup eða sala á vöru eða þjónustu og ákvæðin um hugverkaréttinn verða að þjóna framkvæmd lóðrétta samningsins.

(35) Fjórða skilyrðið krefst þess að hugverkaréttarskilmálarnir auðveldi kaupandanum eða viðskiptavinum hans notkun, sölu eða endursölu vöru eða þjónustu. Yfirleitt er það nýtleifyfisveitandi sem útvegar vörurnar eða þjónustuna sem á að nota eða endurselja en nýtleifyfishafi getur einnig keypt það frá þriðja birgi. Hugverkaréttarákvæðin snerta venjulega markaðssetningu vöru eða þjónustu. Þannig er til dæmis í sérleyfissamningi þar sem sérleyfisveitandi selur sérleyfishafa vörur til endursölu og heimilar sérleyfishafa auk þess að nota vörumerki hans og verkþekkingu til að markaðssetja vörurnar. Þetta gildir einnig um sölu byrgja á óblönduðum krafti og heimilar jafnframt kaupandanum að þynna og setja kraftinn á flöskur áður en hann selur hann sem drykk.

(36) Fimmta skilyrðið merkir einkum að hugverkaréttarákvæðin skuli ekki hafa sama markmið eða að af þeim leiði neinar hinna grófu takmarkana sem taldar eru upp í 4. gr. hópundanþágunnar eða nokkrar þær takmarkanir sem undanskildar eru gildissviði hópundanþágunnar samkvæmt. 5. gr. hennar (sjá mgr. 46 til 61 hér á eftir).

(37) Hugverkaréttur sem telja má að þjóni framkvæmd lóðréttra samninga í skilningi 3. mgr. 2. gr. hópundanþágunnar snertir almennt þrjú meginsvið: vörumerki, höfundarrétt og verkþekkingu.

⁽¹⁸⁾ Sjá tilkynningu stofnunarinnar um ráðningu undirverktaka, Stjtið. EB L 153, 18.6.1994, bls. 30 og EES-viðbætur við Stjtið. EB nr. 15, 18.6.1994, bls. 29.

Vörumerki (Trade mark)

(38) Nyttjaleyfi fyrir vörumerki til dreifiaðila má tengja dreifingu vöru nyttjaleyfisveitandans á tilteknu markaðssvæði. Ef þetta er einkanyttjaleyfi, jafngildir það því að samningurinn sé einkadreifingsamningur.

Höfundarréttur

(39) Höfundarréttarleyfi getur skuldbundið endurseljanda vöru (t.d. bóka, hugbúnaðar o.s.frv.) til að virða höfundarréttinn þegar hann selur vöruna áfram, hvort sem það er til endurseljanda eða endanlegs notanda. Slíkar skyldur á endursalann, að því leyti sem þær falla undir 1 mgr. 53. gr., falla undir hópundanþáguna.

(40) Ef gripit hugbúnaðar eru afhent án þess að endurseljandinn fái nyttjaleyfi fyrir hugbúnaðinum og hefur aðeins heimild til að endurselja gripitin þá ber, hvað hópundanþáguna varðar, að líta á viðkomandi samning milli birgisins og endurseljandans sem samning um afhendingu vara til endursölu. Við slíka dreifingu er nyttjaleyfi hugbúnaðarins aðeins veitt af eiganda höfundarréttarins til notanda hugbúnaðarins. Þetta getur gerst með umbúðanyttjaleyfi, þ.e. lista skilyrða sem eru í pakkningu gripitsins sem endanlegur notandi telst hafa samþykkt með því að opna pakkninguna.

(41) Kaupendur vélbúnaðar með hugbúnaði sem nýtur höfundarréttar geta verið skuldbundnir af eiganda höfundarréttarins til að brjóta ekki í bága við höfundarréttinn, til dæmis ekki afrita og endurselja hugbúnaðinn eða afrita ekki og nota hugbúnaðinn með öðrum vélbúnaði. Slíkar notkunarhömlur, að því leyti sem þær falla undir 1. mgr. 53. gr., falla undir hópundanþáguna.

Verkþekking (know-how)

(42) Sérleyfissamningar, að undanteknum iðnaðarsérleyfissamningum, eru augljósasta dæmið um verkþekkingu sem fengin er kaupandanum í markaðssetningarskyni. Sérleyfissamningar innihalda nyttjaleyfi á hugverkarétti sem tengjast vörumerkjum eða einkennum og verkþekkingu við notkun og dreifingu vöru eða veitingu þjónustu. Auk nyttjaleyfis á hugverkarétti, veitir sérleyfisveitandinn sérleyfishafanum yfirleitt viðskiptalega og tæknilega aðstoð, eins og innkaupaþjónustu, þjálfun, ráðleggingar um fasteignir, fjárhagsáætlanir o.s.frv. Nyttjaleyfið og aðstoðin eru samþætt viðskiptaaðferðinni sem verið er að veita sérleyfi fyrir.

(43) Veiting nyttjaleyfis í sérleyfissamningum fellur undir hópundanþáguna ef uppfyllt eru öll skilyrðin fimm í 30. mgr. Þannig er því yfirleitt farið, eins og í flestum sérleyfissamningum, þar með töldum aðalsérleyfissamningum, þar sem sérleyfisveitandinn leggur sérleyfishafanum til vörur og/eða þjónustu, einkum þjónustu sem er viðskiptaleg eða tæknileg. Hugverkarétturinn auðveldar sérleyfishafanum að endurselja vörur sem sérleyfisveitandinn, eða birgir sem tilgreindur er af sérleyfisveitandaum, útvega eða til að nota hina sérleyfisbundnu vöru og selja vörurnar og þjónustuna sem þeim tengjast. Í þeim tilfellum þegar sérleyfissamningurinn er aðeins eða aðallega um nyttjaleyfisveitingu hugverkaréttinda, telst slíkur samningur ekki falla undir hópundanþáguna, en farið verður með hann á svipaðan hátt og þá sérleyfissamninga sem falla undir hópundanþáguna.

(44) Eftirfarandi skyldur sem tengjast hugverkarétti eru almennt taldar nauðsynlegar til að vernda hugverkarétt sérleyfisveitandans og teljast, ef þær skyldur falla undir 1. mgr. 53. gr., falla undir hópundanþáguna:

- (a) skuldbinding sérleyfishafans að taka ekki, beint eða óbeint, þátt í neinum svipuðum viðskiptum;
- (b) skuldbinding sérleyfishafans að verða ekki eigandi að eignum í samkeppnisfyrirtæki þannig að það færi sérleyfishafanum vald til að hafa áhrif á starfsemi slíks fyrirtækis;
- (c) skuldbinding sérleyfishafans að upplýsa ekki þriðja aðila um verkþekkinguna sem sérleyfisveitandinn lætur í té svo fremi að sú verkþekking sé ekki almenningseign;

- (d) skuldbinding sérleyfishafans til að upplýsa sérleyfisveitandann um hverja þá reynslu sem safnast við að nota sérleyfið og veita honum og öðrum sérleyfishöfum almennt nytjaleyfi fyrir verkþekkingunni sem af reynslunni hlýst;
- (e) skuldbinding sérleyfishafans til að tilkynna sérleyfisveitandanum um brot á hugverkarétti sem nytjaleyfi hefur verið veitt til svo hann megi grípa til lagalegra úrræða gegn brotlegum aðilum eða til að aðstoða sérleyfisveitandann í málaferlum gegn brotlegum aðilum;
- (f) skuldbinding sérleyfishafans að nota ekki verkþekkinguna sem sérleyfisveitandinn veitir nytjaleyfi fyrir í öðrum tilgangi en nýtingu sérleyfisins;
- (g) skuldbinding sérleyfishafans að framselja ekki réttindi og skyldur samkvæmt sérleyfissamningnum án samþykkis sérleyfisveitandans.

(v) *Tengsl við aðrar hópundanþágur*

(45) Í 5. mgr. 2. gr. segir að hópundanþágan taki ekki til lóðréttra samninga þar sem efni þeirra fellur innan gildissviðs einherrar annar hópundanþágu. Í þessu felst að hópundanþágan á ekki við um lóðréttar samninga undir gerðinni sem vísað er til í 5. lið XIV. viðauka við EES-samninginn um tæknilega yfirfærslu (reglugerð framkvæmdastjórnarinnar (EB) nr. 240/96⁽¹⁹⁾), gerðanna sem vísað er til í a-lið, 4. lið XIV. viðaukann við EES-samninginn um dreifingu bifreiða (reglugerð framkvæmdastjórnarinnar (EB) nr. 1475/1995⁽²⁰⁾) eða gerðanna sem vísað er til í 6. og 7. lið. XIV. viðauka við EES-samninginn þar sem þær undanskilja lóðréttar samninga sem gengið er frá í tengslum við lárétta samninga (reglugerðir (EBE) nr. 417/85 (15)⁽²¹⁾ og (EBE) nr. 418/85⁽²²⁾), eða hvaða reglugerð af þessu tagi sem kann að verða felld inn í EES-samninginn síðar.

3. Grófar hindranir samkvæmt hópundanþágunni

(46) Í 4. grein hópundanþágunnar er listi yfir grófar hindranir sem útiloka að hópundanþágan taki til lóðréttra samningsins í heild sinni. Þessi listi yfir grófar hindranir tekur til lóðréttra samninga sem varða viðskipti á svæði EES-samningsins. Að svo miklu leyti sem lóðréttir samningar snerta útflutning út fyrir EES eða innflutning/endurinnflutning inn á EES, er vísað til dómsúrskurðar í máli Javico gegn Yves Saint Laurent.⁽²³⁾ Einnig er ólíklegt að sérstakar undanþágur verði veittar fyrir lóðréttar samninga sem innihalda slíkar grófar samkeppnishindranir.

(47) Grófa hindrunin sem tilgreind er í a-lið 4. gr. hópundanþágunnar snertir bindandi endursöluverð (RPM), það er samninga eða samstilltar aðgerðir sem hafa það beint eða óbeint að markmiði að koma á föstu endursöluverði eða lágmarksendursöluverði eða föstu eða lágmarksverðstigi sem kaupandinn á að fara eftir. Í tilfelli samningsskilmála eða samstilltra aðgerða sem kveða beint á um endursöluverð er hindrunin alveg skýr. En einnig er hægt að viðhalda endursöluverði með óbeinum hætti. Dæmi um slíkt er samningur um að festa dreifingarhagnað, festa hámark afsláttar sem dreifiaðilinn má veita frá fyrirfram gefnu verði sem veldur því að afsláttur eða endurgreiðsla sem birgirinn veitir á kynningarkostnaði er háð tilteknu verði, tenging útgefins endursöluverðs við endursöluverð keppinauta, hótanir, ógnanir, viðvaranir, refsingar, töf eða stöðvun afhendingar eða riftun samnings vegna þess að fylgja þarf tilteknu verði. Bein eða óbein ráð til að festa verð má gera virkari með því að beita þeim með aðferðum til að hafa upp á dreifiaðilum sem lækka verð, til dæmis verðeftirlitskerfi eða skyldu á smásala um að tilkynna um aðra aðila að dreifikerfinu sem víkja frá föstu verði. Á svipaðan hátt má festa verð beint eða óbeint með virkari hætti með aðferðum sem kunna að draga úr hvatningu kaupandans til að lækka endursöluverðið, eins og ef birgirinn prentar leiðbeinandi endursöluverð á vöruna eða að birgirinn skuldbindi kaupandann til að fara eftir bestukjaraákvæði. Sömu óbeinu ráð og sömu aðferðir til „stuðnings“ má nota til að hámarksverð eða leiðbeinandi verð virki sem tæki til að varðveita endursöluverð. Hins vegar telst ákvæði með lista leiðbeinandi verðs eða hámarksverðs frá birginum til kaupandans ekki leiða til bindandi endursöluverðs.

⁽¹⁹⁾ Stjótið. EB L 31, 9.2.1996, bls. 2.

⁽²⁰⁾ Stjótið. EB L 145, 29.6.1995, bls. 25.

⁽²¹⁾ Stjótið. EB L 53, 22.2.1985, bls. 1.

⁽²²⁾ Stjótið. EB L 53, 22.2.1985, bls. 5.

⁽²³⁾ Sjá 11. nmgr. að ofan.

(48) Í tilfelli umboðssamninga ákveður umbjóðandinn venjulega söluverðið þar sem umboðsaðilinn eignast ekki vörurnar. Þegar umboðssamningur fellur hins vegar undir 1. mgr. 53. gr. (sjá 12. til 20. mgr.) myndi skuldbinding sem hindraði eða takmarkaði umboðsaðilann í að deila umboðslaunum sínum, föstum eða breytilegum, með viðskiptavininum teljast alvarleg takmörkun samkvæmt a-lið 4. gr. hópundanþágunnar. Umboðsaðilinn má því lækka raunverðið sem viðskiptavinurinn greiðir án þess að rýra tekjur umbjóðandans⁽²⁴⁾.

(49) Grófu hindranirnar sem tilgreindar eru í b-lið 4. gr. hópundanþágunnar eiga við um samninga eða samstilltar aðgerðir sem hafa það að beinu eða óbeinu markmiði að takmarka sölu kaupandans, að svo miklu leyti sem þær takmarkanir varða markaðssvæði eða viðskiptavini sem kaupandinn má selja samningsvörurnar eða þjónustuna. Sú grófa takmörkun á við um markaðsskiptingu eftir markaðssvæðum eða viðskiptavininum. Þetta kann að vera afleiðing beinna skuldbindinga, eins og skuldbindingunni að selja ekki ákveðnum viðskiptavinum eða viðskiptavinum á ákveðnum svæðum eða skuldbindingunni til að vísa pöntunum frá þeim viðskiptavinum til annarra dreifiaðila. Það kann einnig að vera afleiðing óbeinna aðgerða sem ætlað er að hvetja dreifiaðilann til að selja ekki slíkum viðskiptavinum, eins og að neita um eða lækka bónusa eða afslætti, neita vörusölu, draga úr vörusölu eða takmarka vörusölu við eftirspurnina innan starfssvæðisins eða viðskiptavinahópsins sem úthlutað er, hóta að rifta samningi eða skyldur til að sleppa hagnaði. Það kann einnig að vera afleiðing þess að birgirinn leggur ekki til ábyrgðarþjónustu sem tekur til alls EES-svæðisins, og því eru allir dreifiaðilar skyldugir að leggja til ábyrgðarþjónustu og fá endurgreitt fyrir hana frá birginum, jafnvel vegna vara sem aðrir dreifiaðilar selja, sem dreifa inn á markaðssvæði þeirra. Það er jafnvel líklegt að litið verði á slíkar venjur sem takmörkun á sölu kaupandans þegar þeim er beitt ásamt eftirlitskerfi birgisins sem ætlað er að staðfesta raunverulegan áfangastað vörunnar, t.d. notkun aðgreindra merkinga eða raðnúmera. Hins vegar ef öllum dreifiaðilum er bannað að selja ákveðnum endanlegum notendum telst slíkt bann ekki alvarleg takmörkun ef fyrir liggur raunveruleg réttlætning vegna vörunnar, eins og almennt bann við að selja hættuleg efni ákveðnum viðskiptavinum af öryggis- eða heilsufarsástæðum. Það gefur einnig til kynna að birgirinn sjálfur selji ekki heldur þessum viðskiptavinum. Skuldbindingar endursalans til að birta vörumerki birgisins telst ekki heldur alvarleg.

(50) Það eru fjórar undantekningar frá grófu hindrununum í b-lið 4. gr. hópundanþágunnar. Fyrsta undantekningin heimilar birgi að banna virka sölu þeirra sem kaupa beint af honum inn á markaðssvæði eða til viðskiptavinahópa sem öðrum kaupanda hefur sérstaklega verið úthlutað eða sem birgirinn hefur áskilið sjálfum sér. Markaðssvæði eða viðskiptavinahópi telst einkaúthlutað þegar birgirinn samþykkir að selja vöru sína aðeins einum dreifiaðila til dreifingar á tilteknu markaðssvæði eða til tiltekins hóps viðskiptavina og birgirinn verndar einkadreifiaðilann með einkaumboði gegn virkri sölu inn á markaðssvæði hans eða til viðskiptavinahóps hans og öllum öðrum viðskiptavinum birgisins á svæðinu sem EES-samningurinn tekur til. Birgirinn má blanda saman veitingu einkaumboðs fyrir starfssvæði og hóp viðskiptavina með því að tilnefna til dæmis dreifiaðila með einkaumboð fyrir tiltekinn hóp viðskiptavina á ákveðnu starfssvæði. Verndun einkaumboðs fyrir starfssvæði eða hóp viðskiptavina verður hins vegar að leyfa óvirka sölu til slíkra svæða eða hópa viðskiptavina. Þegar beita á b-lið 4. gr. hópundanþágunnar túlkar Eftirlitsstofnun EFTA „virkur“ og „óvirkur“ á eftirfarandi hátt:

- „Virk“ sala merkir að hafa samband við einstaka viðskiptavini á einkamarkaðssvæði eða innan einkaviðskiptavinahóps annars dreifiaðila til dæmis með beinum póstsendingum eða heimsóknunum; eða að hafa samband við tiltekinn hóp viðskiptavina eða viðskiptavini á tilteknu markaðssvæði sem annar dreifiaðili hefur fengið einkaumboð fyrir með auglýsingu í fjölmiðlum eða annarri kynningu sérstaklega beint að þeim hópi viðskiptavina eða að viðskiptavinum á því markaðssvæði; eða koma upp vöruhúsi eða dreifingastöð á einkamarkaðssvæði annars dreifiaðila.
- „Óvirk“ sala merkir að bregðast við óumbeðnum beiðnum frá einstökum viðskiptavinum, þar með talin afhending vöru eða þjónustu til slíkra viðskiptavina. Dæmi um óvirka sölu eru almennar auglýsingar eða kynningar í fjölmiðlum eða á Internetinu sem ná til viðskiptavina á einkamarkaðssvæði eða til einkaviðskiptavinahópa annars dreifiaðila og sem er eðlileg leið til að ná til viðskiptavina eða viðskiptavinahópa utan þessara markaðssvæða, eins og til dæmis að ná til viðskiptavina á markaðssvæðum þar sem ekki er einkaumboð eða á eigin starfssvæði.

(51) Hver dreifiaðili verður að mega nota Internetið til að auglýsa eða selja vörur. Takmörkun á Internet-notkun dreifiaðila samrýmist aðeins hópundanþágunni svo fremi að kynning á Internetinu eða sala á

⁽²⁴⁾ Sjá til dæmis ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 91/562/EBE í máli nr. IV/32.737 – Eirpage, Stjtið. EB L 306, 7.11.1991, bls. 22, einkum 6. lið.

Internetinu leiði til virkrar sölu inn á einkamarkaðssvæði eða til einkaviðskiptavinahópa annarra dreifiaðila. Almennt er notkun Internetsins ekki talin virk sala inn á slík markaðssvæði eða til slíkra hópa viðskiptavina, þar sem hún er eðlileg leið til að ná til allra viðskiptavina. Sú staðreynd að hún kunni að hafa áhrif út fyrir eigið markaðssvæði eða hóp viðskiptavina stafar af tækninni, þ.e. auðvelt aðgengi hvaðan sem er. Ef viðskiptavinur heimsækir vefsetur dreifiaðila og hefur samband við dreifiaðilann og ef slíkt samband leiðir til sölu, að meðtalinni afhendingu, er það talið óvirk sala. Tungumálið sem notað er á vefsetrinu eða í samskiptunum skiptir venjulega engu máli hvað þetta varðar. Að svo miklu leyti sem vefsetri er ekki beint sérstaklega til viðskiptavina aðallega innan markaðssvæðis eða hóps viðskiptavina sem annar dreifiaðili hefur einkarétt á dreifingu til, til dæmis með auglýsingaborðum eða tengingu á síðum veitenda sem eru sérstaklega aðgengilegir þessum einkaleyfisviðskiptavinum, telst vefsetrið ekki vera virk sala. Hins vegar er óumbeðinn tölvupóstur sem sendur er einstökum viðskiptavinum eða tilgreindum hópum viðskiptavina talinn virk sala. Sama á við um sölu með vörulista. Þrátt fyrir það sem fyrr hefur verið sagt má birgirinn setja gæðastaðla fyrir notkun Internetssetursins sem endurselja á vörur hans, rétt eins og birgirinn má setja gæðastaðla fyrir verslun eða fyrir auglýsingu eða kynningu almennt. Hið síðarnefnda kann að eiga sérstaklega við um valvísu dreifingu. Hreint og klárt bann við sölu á Interneti eða með vörulista er aðeins mögulegt ef fyrir liggur réttmæt ástæða. Birgir getur í engu tilfelli áskilið sér sölu og/eða auglýsingu yfir Internetið.

(52) Það eru þrjár aðrar undantekningar frá annarri grófu hindruninni sem lýst er í b-lið 4. gr. hópundanþágureglugerðarinnar. Allar undantekningarnar þrjár heimila takmörkun bæði virkrar og óvirkar sölu. Það er því heimilt að banna heildsala að selja endanlegum notendum, banna tilnefndum dreifiaðila í valvísu dreifingarkerfi að selja, á hvaða sölustigi sem er, umboðslausum dreifiaðilum á mörkuðum þar sem slíkt kerfi er notað, og banna kaupanda íhluta sem afhent eru til ísetningar að selja þá keppinautum birgisins. Orðið „íhlutur“ nær yfir allar millivörur og orðið „ísetning“ vísar til notkunar hvers konar ílags til að framleiða vörur.

(53) Grófa hindrunin sem tilgreind er í c-lið 4. gr. hópundanþágureglugerðarinnar víkur að takmörkun virkrar eða óvirkar sölu frá meðlimum í valvísu dreifingarkerfi til endanlegra notenda, hvort sem það eru faglegir endanlegir notendur eða neytendur. Þetta felur í sér að óheimilt er að takmarka sölu söluaðila í valvísu dreifikerfi eins og þar er skilgreint í d-lið 1. gr hópundanþágunnar, að því er varðar sölu til notenda eða aðila sem annast innkaup fyrir notendurna sem söluaðilinn má selja til. Þannig, einnig í valvísu dreifikerfi, ætti söluaðili að geta auglýst og selt óheft með aðstoð Internetsins. Valvísri dreifingu má blanda saman við einkadreifingu svo fremi að virk og óvirk sala sé ekki bönnuð neins staðar. Birgirinn má því skuldbinda sig til að selja vörur aðeins til eins söluaðila eða takmarkaðs fjölda söluaðila á tilteknu markaðssvæði.

(54) Auk þessa, í tilviki valvísrar dreifingar, má takmarka rétt söluaðilans til að ákveða hvar hann hefur starfsstöðvar. Banna má söluaðila í valvísri dreifingu að stunda viðskipti sín frá mismunandi starfsstöðvum eða að opna nýjan sölustað á öðrum stað. Ef sölustaður söluaðilans er færanlegur („verslun á hjólum“) má skilgreina svæði sem færanlegi sölustaðurinn má ekki starfa utan.

(55) Grófu takmarkanirnar sem tilgreindar eru í d-lið 4. gr. hópundanþágureglugerðarinnar eiga við hömlur á víxl-vörusölu á milli dreifiaðila innan valvísar dreifikerfis. Í þessu felst að samningur um samstilltar aðgerðir má ekki hafa það beina eða óbeina markmið að banna eða takmarka virka eða óvirka sölu samningsvöru á milli valvísra dreifiaðila. Valvísu dreifiaðilum verður að vera áfram heimilt að kaupa samningsvörunar óheft frá öðrum dreifiaðilum innan netsins, hvort sem þeir starfa á sama eða öðru stigi viðskipta. Í þessu felst að valvísri dreifingu er ekki hægt að blanda saman við lóðréttar takmarkanir sem ætlað er að þröngva dreifiaðilum til að kaupa samningsvörunar eingöngu frá tilgreindri lind, til dæmis einkakaup. Í því felst einnig að innan valvísar dreifikerfisins má engar takmarkanir setja á tilnefnda heildsala hvað varðar sölu þeirra á vörunni til tilnefndra smásala.

(56) Grófu takmarkanirnar sem tilgreindar eru í e-lið 4. gr. hópundanþágureglugerðarinnar eiga við um samninga sem hindra eða takmarka möguleika endanlegra notenda, sjálfstætt starfandi viðgerðarmanna og þjónustuveitenda í að ná í varahluti beint frá framleiðanda varahlutanna. Samningur á milli framleiðanda varahluta og kaupanda sem setur þessa hluti í sína eigin vöru (framleiðandi upprunalegs búnaðar), má ekki, hvorki beint né óbeint, hindra eða takmarka sölu framleiðandans á þessum varahlutum til endanlegra notenda, sjálfstætt starfandi viðgerðarmanna eða þjónustuveitenda. Óbeinar takmarkanir kunna að koma upp einkum þegar komið er í veg fyrir að birgir þessara varahluta geti útvegað tæknilegar upplýsingar og sérbúnað sem er nauðsynlegur til að notendur, sjálfstætt starfandi viðgerðarmenn eða þjónustuveitendur geti notað varahlutina.

Hins vegar má samningurinn takmarka sölu varahluta við viðgerðarmenn eða þjónustuveitendur sem framleiðandi upprunalega búnaðarins felur að annast viðgerðir og þjónustu á eigin vörum. Með öðrum orðum, framleiðandi upprunalega búnaðarins má krefjast þess að viðgerða- og þjónustunet hans kaupi varahluti af honum.

4. Skilyrði hópundanþágureglugerðarinnar

(57) Samkvæmt 5. gr. hópundanþágureglugerðarinnar geta ákveðnar skuldbindingar ekki fallið undir hópundanþáguna jafnvel þó að ekki sé farið yfir mörk markaðshlutdeildar. Hins vegar á hópundanþágan eftir sem áður við um aðra hluta lóðréttu samningsins ef hægt er að aðskilja þann hluta frá skuldbindingum sem ekki njóta undanþágu.

(58) Fjallað er um fyrstu undantekninguna í a-lið 5. gr. hópundanþágunnar og á hún við um skuldbindingar um samkeppnisbann. Skuldbindingar um samkeppnisbann eru skuldbindingar sem gera kaupandanum að kaupa inn frá birginum eða frá öðru fyrirtæki sem birgirinn tilnefnir meira en 80% af heildarinnkaupum kaupandans á síðastliðnu ári af samningsvörum og þjónustunni og staðgönguvörum þeirra (sjá skilgreiningu í b-lið 1. gr. hópundanþágunnar), og koma þar með í veg fyrir að kaupandinn kaupi inn samkeppnisvörur eða þjónustu eða takmarki slík innkaup við minna en 20% af heildarinnkaupum. Þegar engin viðeigandi innkaupagögn eru til fyrir árið á undan því þegar gengið er frá samningnum, má notast við áætlun kaupandans um árlegra heildarþörf hans. Slíkar skuldbindingar um samkeppnisbann falla ekki undir hópundanþáguna þegar gildistími þeirra er ótilgreindur eða lengri en fimm ár. Skuldbindingar um samkeppnisbann sem framlengist sjálfkrafa til lengri tíma en fimm ára sé annað ekki tilkynnt, falla ekki heldur undir hópundanþáguna. Hins vegar falla skuldbindingar um samkeppnisbann undir undanþáguna þegar lengd þeirra er takmörkuð við fimm ár eða skemmri tíma, eða þegar framlenging til lengri tíma en fimm ára krefst skýrs samþykkis beggja aðila og engar hindranir koma í veg fyrir að kaupandinn lýsi skuldbindinguna um samkeppnisbann úr gildi fallna án nokkurs fyrirvara að fimm ára tímabilinu loknu. Ef samningurinn gerir til dæmis ráð fyrir fimm ára skuldbindingu um samkeppnisbann og birgirinn veitir kaupandanum lán, ætti endurgreiðsla þess láns ekki að hindra kaupandann í að lýsa yfir með fullum áhrifum að skuldbindingin um samkeppnisbann sé úr gildi fallin að loknu fimm ára tímabilinu; endurgreiðslan þarf að vera með jöfnum eða minnkandi afborgunum og ætti ekki að hækka með tímanum. Þetta er með fyrirvara um möguleikann, til dæmis vegna nýrrar dreifingarstöðvar/útsölastaðar, að seinka endurgreiðslu fyrstu eitt eða tvö árin þar til sala hefur náð ákveðnu marki. Kaupandinn verður að hafa færi á að endurgreiða eftirstöðvar skuldarinnar þegar enn er ógreidd skuld við lok skuldbindingarinnar um samkeppnisbann. Þegar birgirinn sér kaupandanum fyrir búnaði sem hefur ekki sérstök tengsl við samningsaðila, ætti kaupandinn með svipuðum hætti að hafa færi á að yfirtaka búnaðinn á markaðsverði hans sem eignar við lok skuldbindingarinnar um samkeppnisbann.

(59) Fimm ára tímamörkin eiga ekki við þegar kaupandinn endurselur vörurnar eða þjónustuna „frá starfsstöð og landi sem birgirinn á eða leigir af þriðja aðila sem er ótengdur kaupandanum“. Í slíkum tilfellum má skuldbindingin um samkeppnisbann vera jafnlöng tímanum sem kaupandinn notar sölustaðinn (a-liður 5. gr. hópundanþágunnar). Ástæðan fyrir þeirri undantekningu er að yfirleitt er ósamngjarnt að ætlast til af birgi að hann leyfi að samkeppnisvörur séu seldar frá starfsstöð og landi sem birgirinn á án leyfis hans. Sé komið á málamynda eignarhaldi til að sniðganga fimm ára mörkin nýtur það ekki þessar undantekningar.

(60) Fjallað er um aðra undantekninguna frá hópundanþágunni í b-lið 5. gr. hópundanþágunnar og á hún við um skuldbindingar um samkeppnisbann eftir að samningur er útrunninn. Slíkar skuldbindingar falla venjulega ekki undir hópundanþáguna nema að skuldbindingin sé óhjákvæmileg til að vernda verkþekkingu sem birgirinn fær kaupandanum, sé takmörkuð við sölustaðinn þar sem kaupandinn hefur starfað á samningstímanum, og takmörkuð við eitt ár. Samkvæmt skilgreiningunni í f-lið 1. gr. hópundanþágunnar þarf verkþekkingin að vera „veruleg“, sem merkir „að í verkþekkingunni séu upplýsingar sem kaupandinn getur ekki verið án við notkun, sölu eða endursölu samningsvörunnar eða þjónustunnar“.

(61) Fjallað er um þriðju undantekninguna frá hópundanþágunni í c-lið 5. gr. hópundanþágunnar og á hún við um sölu samkeppnisvöru í valvísu dreifikerfi. Hópundanþágan tekur til blöndu af valvísri dreifingu með skuldbindingum um samkeppnisbann sem skuldbindur söluaðilann til að endurselja almennt ekki samkeppnisvörur. Hins vegar ef birgirinn kemur í veg fyrir, annað hvort beint eða óbeint, að söluaðilar sem hann hefur tilgreint kaupi vörur til endursölu frá ákveðnum birgi sem er keppinautur, getur slík

skuldbinding ekki notið góðs af hópundanþágunni. Markmiðið með undantekningu þessarar skuldbindingar er að koma í veg fyrir þá stöðu þar sem nokkrir birgjar sem nota sömu valvísu sölustaðina hindri einn tiltekinn keppinaut eða tiltekna keppinauta í að nota þessa sölustaði til að dreifa þeirra vörum (útlökun birgja í samkeppni sem myndi teljast ein mynd sameiginlegs viðskiptabanns).⁽²⁵⁾

5. Samningar utan hópundanþágu þurfa ekki að vera ólögmætir

(62) Ekki verður ályktað að lóðréttir samningar sem falla utan hópundanþágunnar séu ólögmætir en slíka samninga gæti þurft að skoða hvern fyrir sig. Fyrirtæki eru hvött til að leggja mat á þetta sjálf án tilkynningar. Komi til þess að Eftirlitsstofnun EFTA taki slíkt mál til skoðunar ber stofnunin sönnunarbyrði fyrir því að samningurinn brjóti í bága við 1. mgr. 53. gr. Þegar sýnt er fram á merkjanleg samkeppnishamlandi áhrif geta fyrirtæki fært rök fyrir skilvirkni og útskýra hvers vegna ákveðið dreifikerfi er líklegt til að leiða til hagsbóta með sama hætti og á við um skilyrðin fyrir undanþágu samkvæmt 3. mgr. 53. gr.

6. Engin þörf fyrir varúðartilkynningu

(63) Samkvæmt 2. mgr. 4. gr. í II. kafla 4. bókunar við samninginn um eftirlitsstofnun og dómstól, eins og honum var síðast breytt með samningi á milli aðildarríkja EFTA þann 11. maí 2000⁽²⁶⁾, geta lóðréttir samningar notið undanþágu samkvæmt 3. mgr. 53. gr. frá gildistökudegi þeirra, jafnvel þó tilkynning eigi sér stað eftir þann dag. Í þessu felst í raun að ekki þarf að senda neina varúðartilkynningu. Ef deila kemur upp getur fyrirtæki samt látið þar til bært yfirvald vita samkvæmt EES-samningnum⁽²⁷⁾, og þá getur Eftirlitsstofnun EFTA, ef hún er látin vita, undanþegið lóðréttan samninginn með afturvirkum hætti frá þeim degi sem samningurinn tók gildi ef öllum fjórum skilyrðum 3. mgr. 53. gr. er fullnægt. Aðili sem lætur vita þarf ekki að útskýra hvers vegna ekki var tilkynnt fyrr um samninginn og verður ekki neitað um afturvirka undanþágu einfaldlega vegna þess að ekki var tilkynnt um það fyrr. Sérhver tilkynning verður skoðuð á eigin forsendum. Þessi breyting á 2. mgr. 4. gr. í II. kafla 4. bókunar við samninginn um eftirlitsstofnun og dómstól ætti að koma í veg fyrir málamynda málaferli fyrir landsdómstólum og því styrkja fullnustuhæfi samninga að einkarétti. Einnig tekur hún mið af því þegar fyrirtæki hafa ekki tilkynnt um samning vegna þess að þau gerðu ráð fyrir að samningurinn félli undir hópundanþáguna.

(64) Þar sem dagsetning tilkynningar takmarkar ekki lengur möguleikann á undanþágu frá Eftirlitsstofnun EFTA, verða landsdómstólar að meta líkurnar á því að 3. mgr. 53. gr. eigi við um lóðréttan samninga sem falla undir 1. mgr. 53. gr. Séu slíkar líkur fyrir hendir ættu þeir að fresta málarekstrinum þar til Eftirlitsstofnun EFTA hefur tekið afstöðu. Hins vegar mega landsdómstólar grípa til bráðabirgðaaðgerða þar til Eftirlitsstofnun EFTA hefur metið hvort 3. mgr. 53. gr. eigi við, á sama hátt og þeir gera þegar þeir biðja EFTA dómstólinn um leiðbeinandi álit samkvæmt 34. gr. samningsins um eftirlitsstofnun og dómstól. Engin þörf er á frestun á lögbanasmálum þar sem landsdómstólar hafa sjálfir vald til að meta líkur þess að 3. mgr. 53. gr. eigi við⁽²⁸⁾.

(65) Tilkynningar um lóðréttan samninga fá ekki forgang samkvæmt þeirri forgangsroð sem Eftirlitsstofnun EFTA viðhefur í eftirlitsstarfi sínu nema að málaferli standi yfir í landsdómstólum eða kvartanir berist. Tilkynningar sem slíkar veita samningum ekki bráðabirgðagildi. Þar sem fyrirtæki hafa ekki tilkynnt um samning vegna þess að þau gerðu ráð fyrir í góðri trú að ekki væri farið yfir mörk markaðshlutdeildar samkvæmt hópundanþágunni, leggur Eftirlitsstofnun EFTA ekki á sektir.

7. Aðskilnaðarhæfni

(66) Hópundanþágan undanþiggur lóðréttan samninga með því skilyrði að engin gróf takmörkun, eins og tilgreint er í 4. gr., sé í eða beitt með lóðréttan samningnum. Ef ein eða fleiri grófar takmarkanir eru til staðar fer allur lóðrétti samningurinn á mis við kosti hópundanþágunnar. Grófar takmarkanir verða ekki skildar frá efni samningsins að öðru leyti.

(67) Reglan um aðskilnaðarhæfni á hins vegar við um skilyrðin sem tilgreind eru í 5. gr. hópundanþágureglugerðarinnar. Því falla kostir hópundanþágunnar aðeins niður vegna þess hluta lóðréttan samningsins sem uppfyllir ekki skilyrðin sem fram eru sett í 5. gr.

⁽²⁵⁾ Dæmi um óbeinar aðgerðir með slíkum útlökunaráhrifum er að finna í ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 92/428/EBE í máli nr. IV/33.542 – Parfum Givenchy (Stjtið. EB L 236, 19.8.1992, bls. 11).

⁽²⁶⁾ „Samningur á milli aðildarríkja EFTA um breytingu á 4. bókun samningsins á milli aðildarríkja EFTA um að koma á fót eftirlitsstofnun og dómstól“, 11. maí 2000 (óútgefinn).

⁽²⁷⁾ Sjá 5. nmgr. að ofan.

⁽²⁸⁾ Sjá dómsúrskurð dómstóls Evrópubandalaganna í máli C-234/89 – Delimitis gegn Henninger Bräu [1991] ECR I-935, við 52. mgr.

8. Safni vara dreift um sama dreifingakerfi

(68) Þar sem birgir notar sama dreifingarsamning til að dreifa margskonar vörum/þjónustu kunna sumar þeirra, í ljósi markaðshlutdeildar, að falla undir hópundanþáguna á meðan aðrar kunna ekki að gera það. Í því tilfelli á hópundanþágan við um þær vörur og þá þjónustu sem uppfylla skilyrði fyrir hópundanþágunni.

(69) Hvað varðar vörur eða þjónustu sem ekki falla undir hópundanþáguna gilda almennar reglur um samkeppni, en í því felst að:

- það er engin hópundanþága sem felur þó ekki í sér löglíkur fyrir ólögmati;
- ef brotið er í bága við 1. mgr. 53. gr. og brotið nýtur ekki undanþágu, gæti þurft að huga að því hvort til eru viðeigandi úrræði til að leysa samkeppnisvandann innan þess dreifikerfis sem fyrir er;
- ef engin slík viðeigandi úrræði eru til verður viðkomandi birgir að grípa til dreifingar með öðrum hætti.

Þessi staða getur einnig komið upp þegar 54. gr. á við um sumar vörur en ekki aðrar.

9. Aðlögunartími

(70) Hópundanþágan gildir frá 1. júní 2000. Í 12. gr. hópundanþágunnar er gert ráð fyrir aðlögunartíma fyrir lóðrétt samninga í gildi fyrir 1. júní 2000 sem uppfylla ekki skilyrðin í hópundanþágunni fyrir undanþágu, en uppfylla skilyrðin fyrir undanþágu samkvæmt hópundanþágunum sem runnu út 31. maí 2000 (gerðirnar sem vísað er til í 2. og 3. lið XIV. viðaukans við EES-samninginn áður en breytingar vegna ákvörðunar sameiginlegu EES-nefndarinnar nr. 18/2000 tóku gildi 1. júní 2000 (reglugerð framkvæmdastjórnarinnar (EBE) nr. 1983/83, (EBE) nr. 1984/83 og (EBE) nr. 4087/88)). Tilkynning Eftirlitsstofnunar EFTA um þessar gerðir sem falla eiga niður fellur einnig úr gildi 31. maí 2000. Síðarnefndu samningarnir geta áfram notið undanþágu skv. gerðunum sem eiga að falla niður fram að 31. desember 2001. Samningar birgja með markaðshlutdeild innan við 30% sem undirrituðu með kaupendum sínum samninga um samkeppnisbann sem gilda lengur en fimm ár falla undir hópundanþáguna ef samningarnir um samkeppnisbann eiga ekki eftir að gilda lengur en í fimm ár þann 1. janúar 2002.

IV. AFTURKÖLLUN HÓPUNDANÞÁGUREGLUGERÐARINNAR OG ROF HÓPUNDANÞÁGU-REGLUGERÐARINNAR

1. Málsmeðferð við afturköllun

(71) Líkurnar fyrir lögmati sem hópundanþágan veitir má afturkalla ef lóðréttur samningur, metinn einn útaf fyrir sig eða með hliðsjón af líkum samningum sem birgjar eða kaupendur í samkeppni framfylgja, fellur undir gildissvið 1. mgr. 53. gr. og uppfyllir ekki öll skilyrði 3. mgr. 53. gr. Það getur gerst þegar birgir, eða kaupandi í tilfelli einkasölusamnings, sem er með innan við 30% markaðshlutdeild, gerir lóðréttan samning sem leiðir ekki til hlutlægs ávinnings eins og að bæta upp skaða sem hann veldur samkeppni. Þetta kann einkum að eiga við um dreifingu vöru til endanlegra neytenda sem eru oft í mun veikari stöðu en fagkaupendur millistigsvöru. Þegar selt er til endanlegra neytenda kunna ókostirnir sem lóðrétt samningnum fylgja að hafa meiri áhrif en þegar verið er að selja eða kaupa millistigsvörur. Þegar skilyrði 3. mgr. 53. gr. eru ekki uppfyllt getur Eftirlitsstofnun EFTA, í tilvikum þar sem hún er til þess bær í krafti 56. gr. EES-samningsins, afturkallað samkvæmt 6. gr. undanþágu skv. hópundanþágunni að því er varðar hið tiltekna mál og staðfest brot á 1. mgr. 53. gr.

(72) Þegar Eftirlitsstofnun EFTA beitir afturköllun ber stofnunin sönnunarbyrði fyrir því að samningurinn falli undir 1. mgr. 53. gr. og að samningurinn uppfylli ekki öll skilyrðin fjögur í 3. mgr. 53. gr.

(73) Skilyrðin fyrir undanþágu samkvæmt 3. mgr. 53. gr. kunna einkum að vera óuppfyllt þegar aðgangur að viðkomandi markaði er takmarkaður eða samkeppni á honum er merkjanlega skert vegna uppsafnaðra áhrifa samhliða neta svipaðra lóðréttar samninga birgja eða kaupenda sem eru keppinautar. Samhliða net

lóðréttir samninga skal telja svipuð ef í þeim eru takmarkanir sem leiða til svipaðra áhrifa á markaðinn. Áhrifin eru almennt svipuð þegar birgjar eða kaupendur sem eiga í samkeppni beita lóðréttum hömlum sem falla undir flokkana fjóra sem taldir eru upp í 104. til 114. mgr. Slík staða kann að koma upp til dæmis þegar, á tilteknum markaði, ákveðnir birgjar stunda hreina efnisvalvísu dreifingu á meðan aðrir birgjar stunda magnvalvísu dreifingu. Við slíkar aðstæður verður matið að taka mið af samkeppnishamlandi áhrifum sem rekja má til hvers samninganets fyrir sig. Þar sem það á við kann afturköllun að varða aðeins magntakmarkanir sem settar eru á fjölda heimilaðra dreifiaðila. Önnur tilfelli þar sem ákvörðun kann að vera tekin um afturköllun taka einnig til aðstæðna þar sem kaupandinn, til dæmis þegar um einkasölu eða einkadreifingu er að ræða, hefur verulegan markaðsstyrk á aðliggjandi markaði þar sem hann endurselur vörurnar eða veitir þjónustuna.

(74) Ábyrgð á uppsöfnuðum samkeppnishamlandi áhrifum er aðeins hægt að rekja til þeirra fyrirtækja sem eru þeirra valdandi að umtalsverðu leyti. Samningar fyrirtækja sem bæta óverulega við uppsöfnuðu áhrifin falla ekki undir bannið sem tilgreint er í 1. mgr. 53. gr.⁽²⁹⁾ og tekur afturköllunin því ekki til þeirra. Mat framlags fer eftir viðmiðunum sem tilgreind eru í 137. til 229. mgr.

(75) Ákvörðun um afturköllun hefur aðeins framvirk áhrif en í því felst að staða þeirra undanþegnu samninga sem um ræðir breytist ekki fyrr en þann dag sem afturköllunin tekur gildi.

(76) Samkvæmt 7. gr. hópundanþágunnar getur til þess bært yfirvald EES-ríkis svipt lóðréttir samninga skjóli hópundanþágunnar hafi þeir merkjanlega samkeppnishamlandi áhrif innan landsvæðis viðkomandi EES-ríkis eða hluta þess sem hefur öll einkenni aðgreinds landfræðilegs markaðar. Þar sem EFTA-ríkið hefur ekki sett lög sem gera landsyfirvaldi samkeppnismála kleift að beita samkeppnislögum EES eða að minnsta kosti að afturkalla skjól hópundanþágunnar, getur EFTA-ríkið beðið Eftirlitsstofnun EFTA um að hefja málsmeðferð í því skyni.

(77) Framkvæmdastjórnin og Eftirlitsstofnun EFTA deila með sér, samkvæmt ákvæðum 56. gr. EES-samningsins um úthlutun mála til yfirvaldanna tveggja, heimildinni til að afturkalla gildi hópundanþágunnar fyrir lóðréttir samninga sem takmarka samkeppni á þeim landfræðilega markaði sem um er að ræða sem er stærra en yfirráðasvæði eins EES-ríkis. Þegar yfirráðasvæði eins EES-ríkis, eða hluti þess, er landfræðilegi markaðurinn sem um ræðir, eru til þess bær eftirlitsstofnun og EES-ríkið sem um ræðir bæði til þess bær að afturkalla. Slík mál eru oft til þess fallin að samkeppnisstofnun þess lands sem samkeppnistakmörkunin tekur til, fari með málið. Hins vegar áskilur Eftirlitsstofnun EFTA sér rétt, innan EFTA stóðarinnar, til að taka til sín ákveðin mál sem hafa sérstaka þýðingu samkvæmt EES-samningnum, t.d. mál þar sem reynir á ný lagaatriði.

(78) Um meðferð afturkallana landsyfirvalda fer eftir landslögum viðkomandi lands og tekur ákvörðunin um afturköllun aðeins til yfirráðasvæðis þess lands. Slíkar landsákvörðanir mega ekki skaða einsleita framkvæmd samkeppnisreglna EES og full áhrif ráðstafana sem gripið er til við beitingu þeirra reglna⁽³⁰⁾. Það felst í þessari meginreglu að landssamkeppnisyfirvöld verða að framkvæma mat samkvæmt 53. gr. með hliðsjón af fordæmum og reglum sem EFTA-dómstóllinn, dómstóll Evrópubandalanganna og dómstóllinn á fyrsta dómstigi hafa þróað og með hliðsjón af tilkynningum og fyrri ákvörðunum framkvæmdastjórnar ESB og Eftirlitsstofnunar EFTA.

(79) Eftirlitsstofnun EFTA telur að viðræðuvettvanginn sem kveðið er á um í tilkynningu hennar um samvinnu á milli landssamkeppnisyfirvalda og Eftirlitsstofnunar EFTA⁽³¹⁾ eigi að nota til að forða tvíverknaði og hættu á ákvörðunum sem stangast á.

⁽²⁹⁾ Dómsúrskurður í Delimitis-málinu.

⁽³⁰⁾ Dómsúrskurður dómstóls Evrópubandalaganna í máli 14/68 – Walt Wilhelm og aðrir gegn Bundeskartellamt [1969] ECR I, 4. mgr. og dómsúrskurður í Delimitis-málinu.

⁽³¹⁾ Stjótið. EB C 307, 12.12.2000, bls. 6 og EES-viðbætur við Stjótið. EB nr. 1, 12.12.2000, bls. 5, 49. til 53. liður.

2. Rof hópundanþágureglugerðarinnar

(80) Í 8. gr. hópundanþágunnar er til þess bærri eftirlitsstofnun heimilt að undanskilja frá hópundanþágunni með ákvörðun í formi reglugerðar, samhliða net svipaðra lóðréttar takmarkana þar sem þær ná yfir meira en 50% af viðkomandi markaði. Slíkri reglugerð er ekki beint að einstökum fyrirtækjum en á við um öll fyrirtæki sem eru með samning eins og þá sem eru skilgreindir utan hópundanþágunnar í reglugerðinni.

(81) Á meðan afturköllun hópundanþágunnar samkvæmt 6. gr. felur í sér að samþykkt er ákvörðun sem staðfestir að eitt fyrirtæki hafi brotið í bága við 53. gr., þá gerir reglugerðarákvörðunin samkvæmt 8. grein ekki annað en að svipta tiltekinn samning vernd hópundanþágunnar og endurvekja virkni 1. og 3. mgr. 53. gr. Í framhaldi af reglugerðarákvörðun sem lýsir yfir að hópundanþágan eigi ekki við um ákveðnar lóðréttar takmarkanir á tilteknum markaði, munu þau viðmið sem þróast hafa í dómafordæmum EFTA-dómstólsins, dómstóls Evrópubandalaganna og dómstólsins á fyrsta dómstigi og með tilkynningum og fyrri ákvörðunum sem eftirlitsstofnun EFTA og framkvæmdastjórnin hafa samþykkt, vera til leiðbeiningar um beitingu 53. gr. á einstaka samninga. Þar sem það á við tekur Eftirlitsstofnun EFTA ákvörðun í einstökum málum sem kunna að hafa leiðbeiningargildi fyrir öll fyrirtæki sem starfa á viðkomandi markaði.

(82) Þegar meta skal hvort markaðsnetáhrif spanni 50% markaðarins sem um er að ræða verður að taka tillit til hvers einstaks nets lóðréttar samninga sem hefur að geyma takmarkanir eða sambland takmarkana sem hafa svipuð áhrif á markaðinn. Áhrifin verða venjulega svipuð þegar takmarkanirnar falla undir einn af flokkunum fjórum sem taldir eru upp í 104. til 114. mgr.

(83) Í 8. gr. felst ekki að til þess bær eftirlitsstofnun verði að bregðast við þegar farið er yfir mörk 50% markaðshlutdeildar. Almennt er rof undanþágu viðeigandi þegar líklegt er að aðgangur að viðkomandi markaði eða samkeppni þar sé merkjanlega takmarkaður. Slíkt kann einkum að eiga sér stað þegar samhliða valvís dreifingarnet sem ná yfir meira en 50% markaðar notast við valviðmið sem ekki eru nauðsynleg vegna eðlis viðkomandi vöru eða mismuna ákveðnum dreifingaraðferðum.

(84) Þegar metin er þörfin á að beita 8. gr., athugar til þess bær eftirlitsstofnun hvort stök afturköllun væri úrræði sem betur ætti við. Það kann sér í lagi að fara eftir fjölda keppinautanna sem hafa stuðlað að uppsöfnuðu áhrifunum á markaðnum eða fjölda þeirra landfræðilegu markaða innan EES þar sem áhrifa gætir.

(85) Sérhver reglugerð sem sett er samkvæmt 8. gr. verður skilmerkilega að kveða á um umfang sitt. Í þessu felst í fyrsta lagi að til þess bæra eftirlitsstofnunin verður að skilgreina viðkomandi vörumerkið og landfræðilega markaðinn eða markaðina og í öðru lagi að hún verður tilgreina tegund lóðréttu hömlunnar sem hópundanþágan á ekki lengur að gilda um. Að því er hið síðarnefnda varðar má til þess bæra eftirlitsstofnunin móta umfang undanþágurofsins í samræmi við samkeppnisþættina sem henni er ætlað að taka á. Sem dæmi má nefna að enda þótt það beri að taka til allra samhliða neta sölukerfa eins vörumerkis á tilteknum markaði er meta skal hvort 50% markaðshlutdeildar markinu er náð, þá getur til þess bæra eftirlitsstofnunin takmarkað undanþágurofið við skuldbindingar um samkeppnisbann sem er ætlað að gilda umfram tiltekinn tíma. Því kynni það engin áhrif að hafa á samninga til skemmri tíma eða minna takmarkandi samninga, vegna síðri útilokunaráhrifa slíkra takmarkana. Á svipaðan hátt, þegar valvís dreifing er notuð á tilteknum markaði ásamt öðrum hömlum eins og skuldbindingu um samkeppnisbann eða magnskilyrði fyrir kaupandann, getur undanþágurofið aðeins snert slíkar frekari takmarkanir. Þar sem það á við getur til þess bæra eftirlitsstofnunin einnig leiðbeint með því að tilgreina markaðshlutdeildina sem er, í viðkomandi markaðssamhengi ekki nægjanlega há til að áhrif einstaks fyrirtækis séu merkjanleg á uppsöfnuð áhrif.

(86) Aðlögunartími eigi skemmri en sex mánuðir sem til þess bæra eftirlitsstofnunin verður að setja samkvæmt 2. mgr. 8. gr. ætti að gefa fyrirtækjunum sem um ræðir færi á að aðlaga samninga sína svo þeir taki til greina rof hópundanþágunnar.

(87) Reglugerð sem rýfur hópundanþáguna hróflar ekki við undanþágum varðandi samninga frá því fyrir undanþágurofið.

V. MARKAÐSSKILGREINING OG ÚTREIKNINGUR MARKAÐSHLUTDEILDAR

1. Tilkynning Eftirlitsstofnunar EFTA um skilgreiningu viðkomandi markaðar

(88) Tilkynning Eftirlitsstofnunar EFTA um skilgreiningu viðkomandi markaði í skilningi samkeppnislaga innan EES⁽³²⁾ leiðbeinir um reglurnar, viðmiðin og gögnin sem Eftirlitsstofnun EFTA notar við skilgreiningu markaða. Sú tilkynning verður ekki frekar útskýrð í þessum leiðbeiningum og ætti að vera grundvöllur fyrir skilgreiningu markaða. Þessar leiðbeiningar munu aðeins fjalla um sérstök atriði sem upp koma í sambandi við lóðréttar takmarkanir og sem er ekki fjallað um í almennu tilkynningunni um skilgreiningu markaðar.

2. Viðkomandi markaður þegar reikna á 30% markaðshlutdeildina samkvæmt hópundanþágu reglugerðarinnar.

(89) Samkvæmt 3. gr. hópundanþágunnar er það yfirleitt markaðshlutdeild birgisins sem ræður úrslitum um beitingu hópundanþágunnar. Í tilvikum lóðréttar samninga á milli samtaka smásala og einstakra meðlima, þá eru samtökin birgirinn og þarf að telja með markaðshlutdeild þeirra sem birgja. Aðeins í tilvikum einkasölu eins og skilgreint er í c-lið 1. gr. hópundanþágunnar er það markaðshlutdeild kaupandans og aðeins sú markaðshlutdeild sem ræður úrslitum um beitingu hópundanþágunnar.

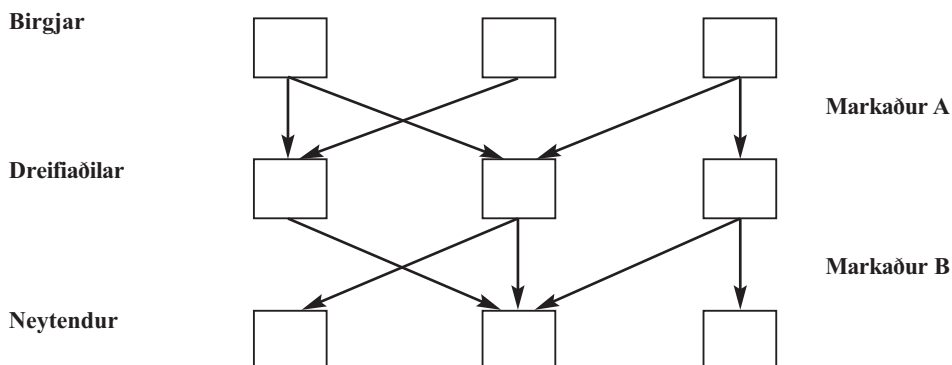
(90) Til að reikna út markaðshlutdeildina er nauðsynlegt að ákvarða viðkomandi markað. Til þess verður að skilgreina viðkomandi vörumarkað og landfræðilega markaðinn. Viðkomandi vörumarkaður er hver sú vara eða þjónusta og aðrar vörur sem kaupandinn lítur svo á að geti komið í stað vörunnar eða þjónustunnar vegna eiginleika þeirra, verðs og fyrirhugaðrar notkunar. Viðkomandi landfræðilegur markaður tekur til svæðisins þar sem fyrirtækin sem um ræðir eiga þátt að framboði og eftirspurn viðkomandi vöru eða þjónustu, þar sem samkeppnisskilyrðin eru nægilega einsleit og sem greina má frá nærliggjandi landsvæðum einkum vegna þess að samkeppnisskilyrði eru töluvert öðru vísi á þessum svæðum.

(91) Við beitingu hópundanþágunnar telst markaðshlutdeild birgisins vera hlutdeild hans á viðkomandi vörumarkaði og landfræðilega markaðssvæði þar sem hann selur kaupendum sínum⁽³³⁾ Í dæminu í 92. mgr. er þetta markaður A. Vörumarkaðurinn fer í fyrsta lagi eftir staðgöngumati kaupandans. Þegar varan sem látin er í té er notuð sem aðföng til að framleiða aðrar vörur og er yfirleitt ekki þekkjanleg í endanlegu vörunni er vörumarkaðurinn venjulega skilgreindur eftir beinum óskum kaupenda. Viðskiptavinir kaupendanna munu venjulega ekki hafa sérstakt dálæti á einum frekar en öðrum íhlutum sem kaupendurnir nota. Yfirleitt eiga lóðréttu takmarkanirnar sem birgir og kaupandi íhlutanna hafa samið um aðeins við um sölu og kaup millistigsvörunnar og ekki um sölu vörunnar sem af henni leiðir. Í tilviki dreifingar endanlegrar vöru mun það venjulega hafa áhrif eða ákvarðast af óskum endanlegra neytenda hvað eru staðgönguvörur í augum beinna kaupenda. Dreifiðili sem endurseljandi getur ekki horft framhjá óskum endanlegra neytenda þegar hann kaupir endanlegar vörur. Auk þessa snerta lóðréttu takmarkanirnar yfirleitt ekki aðeins sölu vara á milli birgis og kaupanda á dreifingarstigi heldur líka endursölu þeirra. Þar sem ólíkir dreifingarháttir eiga yfirleitt í samkeppni eru markaðir almennt ekki skilgreindir eftir því hvaða dreifingarháttur er notaður. Þar sem birgjar selja almennt safn vara kann allt safnið að ákvarða vörumarkaðinn þegar kaupendur líta á söfnin en ekki einstakar vörur sem hliðstæður. Þar sem kaupendur á markaði A eru fagkaupendur er landfræðilegi markaðurinn yfirleitt breiðari en markaðurinn þar sem varan er seld endanlegum neytendum. Þetta leiðir oft til skilgreiningar landsmarkaðar eða víðari landfræðilegra markaða.

⁽³²⁾ Stjótið. EB L 200, 16.7.1998, bls. 48 og EES-viðbætur við Stjótið. EB nr. 28, 16.7.1998, bls. 3.

⁽³³⁾ Til dæmis hollenski markaðurinn fyrir hjólbarða til endurnýjunar á vöru- og hópfæðabifreiðar í máli Michelin (dómsúrskurður dómstóls Evrópubandalaganna í máli 322/81 – Nederlandsche Banden-Industrie Michelin gegn framkvæmdastjórninni [1983] ECR 3461), hinir ýmsu kjötmarkaðir í danska slátuhúsamálinu: Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 2000/42/EB í máli nr. IV/M.1313 – Danska krúnan/Vestjyske Slagterier, Stjótið. EB L 20, 25.1.2000, bls. 1.

(92) Í tilviki einkasölu er markaðshlutdeild kaupandans hlutdeild hans í öllum innkaupum á viðkomandi innkaupamarkaði⁽³⁴⁾. Í dæminu að neðan er þetta einnig markaður A.



(93) Þar sem þrír aðilar eru að lóðréttum samningi, hver þeirra starfandi á ólíku stigi viðskipta, verður markaðshlutdeild þeirra að vera undir 30% mörkum markaðshlutdeilda á báðum stigum til að njóta góðs af hópundanþágunni. Ef samþykkt er til dæmis í samningi á milli framleiðanda, heildsala (eða samtaka smásala) og smásala skuldbinding um samkeppnisbann þá má hvorki markaðshlutdeild framleiðandans né markaðshlutdeild heildsalans (eða samtaka smásala) fara yfir 30% eigi hópundanþágan að gilda.

(94) Þar sem birgir framleiðir bæði upprunalega búnaðinn og viðgerða- eða endurnýjunarhlutana í búnaðinn mun birgirinn oft vera eini eða helsti birgir á eftirmarkaði fyrir viðgerða- og endurnýjunarhlutana. Þetta kann einnig að gerast þegar birgirinn (birgir upprunalegs búnaðar) fær verktaka til að framleiða viðgerða- eða endurnýjunarhlutana. Viðkomandi markaður fyrir beitingu hópundanþágunnar kann að vera markaður upprunalega búnaðarins, þar með talið varahlutir eða sérstakur markaður upprunalega búnaðarins og eftirmarkaður allt eftir atvikum málsins, eins og áhrifum takmarkananna sem beitt er, endingartíma búnaðarins og vægi kostnaðarins við viðgerðir eða endurnýjun⁽³⁵⁾.

(95) Þar sem lóðréttir samningar, auk sölu samningsvöru, innihalda einnig ákvæði um hugverkarétt - eins og t.d. ákvæði um notkun vörumerkis birgisins - sem auðvelda kaupandanum að koma samningsvörunum á markað, ræður markaðshlutdeild birgisins á markaðinum þar sem hann selur samningsvörunar úrslitum um beitingu hópundanþágunnar. Þar sem sérleyfisveitandi lætur ekki í té vörur til endursölu heldur knippi margbættrar þjónustu ásamt ákvæðum um hugverkarétt sem mynda saman viðskiptaaðferðina sem verið er að veita sérleyfi fyrir, þarf sérleyfisveitandinn að taka tillit til markaðshlutdeilda sinnar sem aðili sem lætur í té viðskiptaaðferð. Í því skyni þarf sérleyfisveitandinn að reikna markaðshlutdeild sína á markaðinum þar sem viðskiptaaðferðin er nýtt, sem er markaðurinn þar sem sérleyfishafi nýtir viðskiptaaðferðina til að sjá neytendum fyrir vörum og þjónustu. Sérleyfisveitandinn verður að meta markaðshlutdeild sína samkvæmt virði vörunnar og þjónustunnar sem sérleyfishafi hans veitir á þessum markaði. Á slíkum markaði kunna keppinautarnir að vera þeir sem bjóða aðrar sérleyfðar viðskiptaaðferðir en einnig birgjar staðgengrar vöru eða þjónustu sem nota ekki sérleyfi. Til dæmis, með fyrirvara um skilgreininguna á slíkum markaði, ef markaður væri skyndibitaþjónusta, þyrfti sérleyfisveitandi sem starfaði á slíkum markaði að reikna markaðshlutdeild sína á grunni viðeigandi sölutalna sérleyfishafa hans á þeim markaði. Ef sérleyfisveitandinn leggur einnig til, auk viðskiptaaðferðarinnar, ákveðna íhluti, eins og kjöt og krydd, þá þarf sérleyfisveitandinn einnig að reikna markaðshlutdeild sína á markaðinum þar sem þessar vörur eru seldar.

⁽³⁴⁾ Dæmi um innkaupamarkaði er að finna í ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 1999/674/EB í máli nr. IV/M.1221 – Rewe/Meinl, Stjtið. EB L 274, 23.10.1999, bls. 1.

⁽³⁵⁾ Sjá til dæmis Pelikan/Kyocera í XXV. skýrslu framkvæmdastjórnarinnar um samkeppnisstefnu, 87. liður, og ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 91/595/EBE í máli nr. IV/M.12 – Varta/Bosch, Stjtið. EB L 320, 22.11.1991, bls. 26, ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar í máli nr. IV/M.1094 – Caterpillar/Perkins Engines, Stjtið. EB C 94, 28.3.1998, bls. 23, og ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar í máli nr. IV/M.768 – Lucas/Varity, Stjtið. EB C 266, 13.9.1996, bls. 6. Sjá einnig Eastman Kodak Co gegn Image Technical Services, Inc og fleiri, Hæstiréttur Bandaríkjanna, nr. 90 1029. Sjá einnig 56. atriði tilkynningar eftirlitsstofnunar EFTA um skilgreiningu viðkomandi markaðar í skilningi samkeppnislaga EES.

3. Mat á viðkomandi markaði í einstökum tilvikum

(96) Fyrir mat á einstökum lóðréttum samningum sem hópundanþágan nær ekki til kann að vera nauðsynlegt að rannsaka aðra markaði til viðbótar þeim markaði sem skilgreindur er vegna beitingar hópundanþágunnar. Lóðréttur samningur getur ekki aðeins haft áhrif á markaðinn á milli birgis og kaupanda heldur getur hann einnig haft áhrif á fráliggjandi markaði. Við sérhvert mat lóðréttis samnings verður viðkomandi markaður skoðaður á hverju stigi viðskipta þar sem gætir áhrifa takmarkanna sem eru í samningnum:

(i) Að því er varðar „millistigsvörur og þjónustu“ sem kaupandinn fellir inn í vörur sínar eða þjónustu, þá hafa lóðréttar takmarkanir almennt aðeins áhrif á markaðinn á milli birgis og kaupanda. Skuldbinding um samkeppnisbann sem, er til dæmis lögð á kaupandann kann að útiloka aðra birgja en dregur ekki úr samkeppni í verslunum á fráliggjandi markaði. Hins vegar, í tilvikum einkasölu, skiptir staða kaupandans á fráliggjandi markaði hans einnig máli vegna þess að útilokandi hegðun kaupandans getur einungis haft töluverð neikvæð áhrif ef hann hefur markaðsvald á fráliggjandi markaðinum.

(ii) Fyrir „endanlegar vörur“ er ólíklegt að greining sem takmörkuð er við markaðinn á milli birgis og kaupanda dugi til þar sem lóðréttar takmarkanir kunna að hafa neikvæð áhrif sem draga úr samkeppni á milli vörumerkja og/eða innan vörumerkis á endursölumarkaðinum, það er á markaðinum sem liggur frá kaupandanum. Til dæmis getur einkadreifing ekki aðeins haft útilokunaráhrif á markaðinum á milli birgisins og kaupandans heldur getur hún fyrst og fremst leitt til minni samkeppni innan vörumerkis á endursölulandsvæðum dreifiaðilanna. Endursölumarkaðurinn er einkum mikilvægur ef kaupandinn er smásali sem selur endanlegum neytendum. Skuldbinding um samkeppnisbann sem samið er um á milli framleiðanda og heildsala kann að útiloka heildsalann frá öðrum framleiðendum en afnám innanbúðarsamkeppni er ekki sérlega líklegt á heildsölustigi. Sami samningur við smásala getur hins vegar valdið þeim viðbótar skaða fyrir innanbúðarsamkeppni á milli vörumerkja á endursölumarkaði.

(iii) Þegar „eftirmarkaður“ er metinn þá getur markaðurinn sem um er að ræða verið markaður upprunalega búnaðarins eða eftirmarkaðurinn, allt eftir atvikum. Í öllu falli verður ástandið á aðskildum eftirmarkaði metið með tilliti til ástandsins á markaði upprunalega búnaðarins. Síður mikilvæg markaðsstaða á markaði upprunalega búnaðarins dregur yfirleitt úr mögulegum samkeppnishamlandi áhrifum á eftirmarkaðinum.

4. Útreikningur markaðshlutdeildar samkvæmt hópundanþágureglugerðinni

(97) Útreikningur markaðshlutdeildarinnar þarf samkvæmt meginreglu að byggjast á gildistölum. Þar sem engar gildistölur er að fá má beita rökstuddri áætlun. Slík áætlun má vera byggð á öðrum ábyggilegum markaðsupplýsingum eins og magntölum (sjá 1. mgr. 9. gr. hópundanþágunnar).

(98) Framleiðsla innanhúss, það er framleiðsla millistigsvöru til eigin nota, kann að vera mjög mikilvæg í samkeppnisgreiningu sem aðhald hvað varðar samkeppni eða sem undirstrikun á markaðsstöðu fyrirtækis. Hins vegar, að því er varðar markaðsskilgreiningu og útreikning markaðshlutdeildar fyrir vörur og þjónustu á millistigi, verður ekki tekið tillit til framleiðslu innanhúss.

(99) Hins vegar, í tilviki tvíþættrar dreifingar endanlegrar vöru, þ.e. þar sem framleiðandi endanlegrar vöru starfar einnig sem dreifiaðili á markaðinum, þarf við skilgreiningu markaðarins og útreikning á markaðshlutdeild að telja með vörurnar sem framleiðandinn og keppinautar hans selja í gegnum samþætta dreifiaðila sína og umboðsaðila (sjá b-lið 2. mgr. 9. gr. hópundanþágunnar). „Samvirkir dreifiaðilar“ eru tengd fyrirtæki samkvæmt merkingu 11. gr. hópundanþágunnar.

VI. UM HVERNIG HÓPUNDANÞÁGUREGLUGERÐNNI ER FRAMFYLGT Í EINSTÖKUM MÁLUM

(100) Lóðréttar takmarkanir eru almennt ekki eins skaðlegar og láréttar takmarkanir. Meginástæðan fyrir því að taka vægar á lóðréttum en á láréttum takmörkunum felst í því að þær síðarnefndu kunna að eiga við um samning á milli keppinauta sem framleiða sömu vörur eða staðgönguvörur eða þjónustu. Í slíkum láréttum tengslum kann beiting markaðsvalds eins fyrirtækis (hærra verð vöru þess) að koma keppinaut þess til góða. Það kann aftur að leiða til samkeppnishamlandi hegðunar keppinauta. Í lóðréttum tengslum er vara eins aðföng annars. Í þessu felst að beiti fyrirtæki markaðsvaldi sem er annað hvort á aðliggjandi eða

fráliggjandi markaði myndi það yfirleitt skaða eftirspurn eftir vöru hins. Hver samningsaðili hefur því yfirleitt hag af því að koma í veg fyrir að gagnaðilinn beiti markaðsvaldi.

(101) Hins vegar ætti ekki að ofmeta þennan sjálfstakmarkandi eiginleika. Þegar fyrirtæki hefur ekki markaðsvald getur það aðeins reynt að auka hagnað sinn með því að ná því besta úr framleiðslu- og dreifingarferlum sínum með eða án aðstoðar lóðréttra takmarkana. Hins vegar, þegar það hefur markaðsvald getur það einnig reynt að auka hagnað sinn á kostnað beinna keppinauta þess með því að hækka kostnað þeirra og á kostnað viðskiptavina þess og þar með neytenda að lokum með því að taka til sín hluta af því sem þeir hafa til ráðstöfunar. Slíkt kann að gerast þegar fyrirtæki á aðliggjandi og fráliggjandi markaði deila aukahagnaðinum eða þegar annað þeirra beitir lóðréttum takmörkunum til að ná til sín öllum aukahagnaðinum.

(102) Eftirlitsstofnun EFTA getur, við mat einstakra tilfella sem lögsaga hennar nær til, litið til hagrænna þátta við beitingu 53. gr. um lóðréttar takmarkanir. Það mun takmarka beitingu 53. gr. við fyrirtæki sem hafa tiltekið markaðsvald og samkeppni á milli vörumerkja kann að vera ónóg. Í þeim tilvikum er verndun samkeppni á milli vörumerkja og innan vörumerkis mikilvæg til að tryggja skilvirkni og hagsbætur fyrir neytendur.

1. Matsviðmið

1.1. Neikvæð áhrif lóðréttra takmarkana

(103) Neikvæðu áhrifin á markaðinn sem kunna að stafa af lóðréttum takmörkunum sem samkeppnislögum EES er ætlað að koma í veg fyrir eru eftirfarandi:

- (i) útilokun annarra birgja eða annarra kaupenda með því að reisa aðgangshindranir;
- (ii) þegar dregið er úr samkeppni á milli vörumerkja á milli fyrirtækja sem starfa á markaði, þar með talið að auðvelda samráð meðal birgja eða kaupenda; með samráði er átt bæði við beint samráð og þegjandi samráð (meðvituð samhlíða hegðun);
- (iii) dregið úr samkeppni innan vörumerkis á milli birgja sama vörumerkis;
- (iv) Myndun hindrana gegn samþættingu markaðar, sérstaklega, takmarkanir á frelsi neytenda til að kaupa vörur eða þjónustu í hvaða EES-ríki sem þeir kunna að kjósa.

(104) Slík neikvæð áhrif kunna að vera afleiðingar ýmissa lóðréttra takmarkana. Samningar með ólíku sniði kunna að hafa sömu efnislegu áhrifin á samkeppni. Til að greina slík möguleg neikvæð áhrif er rétt að skipta lóðréttum takmörkunum í fjórar tegundir: skilyrði um eitt vörumerki, takmörkuð dreifing, bindandi endursöluverð og afþiljun markaðar (market partitioning). Lóðréttu takmarkanirnar innan hverrar tegundar hafa að miklu leyti svipuð neikvæð áhrif á samkeppni.

(105) Flokkunin í fjórar tegundir byggir á því sem lýsa má sem grunnþáttum lóðréttra takmarkana. Þessar fjórar ólíku tegundir eru greindar í 103. til 136. mgr. Í 137. til 229. mgr. eru lóðréttir samningar greindir eins og þeir eru notaðir í raun vegna þess að í mörgum lóðréttum samningum er að finna fleiri en einn þessara þátta.

Notkun eins vörumerkis

(106) Undir fyrirsögnina „notkun eins vörumerkis“ falla þeir samningar sem að uppistöðu er ætlað að hvetja kaupandann til að beina þöntunum sínum að tiltekinni gerð vöru hjá einum birgi. Þessi aðferð getur m.a. komið fram sem samkeppnisbann eða magnþvingun gagnvart kaupandanum þar sem samningur milli birgja og kaupanda felur í sér skuldbindingu eða hvatningarkerfi fyrir kaupandann að kaupa það sem hann þarfnast af tiltekinni vöru eða staðgönguvöru eingöngu eða aðallega frá einum birgi. Sama þátt er að finna í samtvinnun þar sem skuldbindingin eða hvatningarkerfið snýr að vöru sem kaupandinn verður að kaupa sem skilyrði fyrir kaupum annarrar aðgreindrar vöru. Fyrri varan er kölluð „samtvinnuð vara“ og sú seinni „aðalvara“.

(107) Megin neikvæðu áhrifin á samkeppni eru fjögur: (1) aðrir birgjar á þeim markaði geta ekki selt hinum tiltekna kaupanda og það kann að leiða til útilokunar frá markaðinum eða í tilfelli samtvinnunar útilokunar bundnu vörunnar frá markaðinum; (2) það gerir markaðshlutdeild óhreyfanlegri og kann að auðvelda samráð þegar margir birgjar beita því; (3) hvað varðar dreifingu endanlegrar vöru mun viðkomandi smásali aðeins selja eina tegund og því yrði engin samkeppni á milli vörumerkja í verslunum þeirra (engin innanbúðarsamkeppni); og (4) í tilfelli samtvinnunar kann kaupandinn að borga hærra verð fyrir bundnu vöruna en hann myndi ella gera. Öll þessi áhrif kunna að leiða til þess að dragi úr samkeppni á milli vörumerkja.

(108) Skerðing á samkeppni milli vörumerkja kann að vera minni en ella vegna harðrar samkeppni milli birgja í upphafi um að ná eins-vörumerkja samningum, en því lengur sem samkeppnisbann varir, því líklegra verður það að áhrifin af samkeppninni í upphafi séu ekki nægjanlega mikil til að bæta upp takmörkunina í samkeppni milli vörumerkja.

Takmörkuð dreifing

(109) Undir fyrirsögnina „takmörkuð dreifing“ falla þeir samningar sem að uppistöðu er ætlað að láta framleiðandann selja aðeins einum eða takmörkuðum fjölda kaupenda. Það kann vera til að takmarka fjölda kaupenda á tilteknu markaðssvæði eða við hóp viðskiptavina eða til að velja tiltekna gerð kaupenda. Þennan þátt er að finna meðal annars í:

- einkadreifingu og einkaúthlutun viðskiptavina þar sem birgirinn takmarkar sölu sína til aðeins eins kaupanda fyrir ákveðið markaðssvæði eða flokk viðskiptavina;
- einkasala eða magnþvingun á birginn þar sem skuldbindingin eða hvatakerfið sem birgirinn og kaupandinn komast að samkomulagi um bindur þann fyrrgreinda eingöngu við eða aðallega við einn kaupanda;
- valvís dreifing, þar sem skilyrðin sem sett eru eða samið er um við valda söluaðila takmarkar yfirleitt fjölda þeirra;
- takmarkanir á sölu á eftirmarkaði sem þrengja að sölumöguleikum birgja íhlutarins.

(110) Megin neikvæðu áhrifin á samkeppni eru þrjú: (1) tilteknir kaupendur á þeim markaði sem um er að ræða geta ekki lengur keypt af tilteknum birgi og það kann að leiða, einkum í tilfelli einkasölu, til útilokunar frá innkaupamarkaði, (2) þegar flestir eða allir birgjarnir sem eiga í samkeppni takmarka fjölda smásala getur það auðveldað samráð annað hvort á sölustigi dreifingaraðila eða á sölustigi birgja og (3) þar sem færri dreifingaraðilar munu bjóða vöruna mun það einnig leiða til minni samkeppni innan vörumerkis. Í tilfelli viðfæðmra einkamarkaðssvæða eða einkaúthlutunar viðskiptavina kann afleiðingin að vera sú að samkeppni innan vörumerkis hverfur algerlega. Sú skerðing samkeppni innan vörumerkis kann síðan að leiða til veikari samkeppni á milli vörumerkja.

Bindandi endursöluverð

(111) Undir fyrirsögnina „bindandi endursöluverð“ falla þeir samningar sem að uppistöðu er ætlað að skuldbinda eða hvetja kaupandann til að endurselja ekki undir ákveðnu verði, á ákveðnu verði eða ekki yfir ákveðnu verði. Þessi tegund tekur til lágmarks-, fasts, hámarks- og leiðbeinandi endursöluverðs. Hámarks- og leiðbeinandi endursöluverð, sem eru ekki grófar takmarkanir, kunna samt í raun að leiða til takmörkunar á samkeppni.

(112) Megin neikvæðu áhrif bindandi endursöluverðs á samkeppni eru tvö: (1) minni verðsamkeppni innan vörumerkis, og (2) aukið gegnsæi í verði. Í tilfelli fasts eða lágmarksendursöluverðs geta dreifiaðilar ekki lengur keppt í verði fyrir vörumerkið en það leiðir til þess að samkeppni innan vörumerkis hverfur með öllu. Hámarks- eða leiðbeinandi verð kann að virka sem viðmið fyrir endurseljendur og leiða til meira eða minna samræmdar verðlagningar. Aukið gegnsæi verðs og ábyrgðar á verðbreytingum gerir samráð á milli framleiðenda og dreifiaðila auðveldara, að minnsta kosti á samþjöppuðum mörkuðum. Minni samkeppni innan vörumerkis kann, þar sem hún dregur úr þrýstingi til lækkunar verðs hinnar tilteknu vöru, að hafa þau óbeinu áhrif að draga úr samkeppni á milli vörumerkja.

Afþiljun markaðar (market partitioning)

(113) Undir fyrirsögnina „afþiljun markaðar“ falla samningar sem að uppistöðu er ætlað að takmarka hvar kaupandinn sækir eða endurselur tiltekna vöru. Þennan þátt er að finna í einkakaupum þar sem skuldbindingin eða hvatakerfið sem birgirnir og kaupandinn hafa orðið sáttir um gerir hinum síðarnefnda að kaupa það sem hann þarf af tiltekinni vöru, til dæmis bjór með vörumerkinu X, eingöngu frá hinum tiltekna birgi, en veitir kaupandanum frelsi til að kaupa og selja samkeppnisvörur, til dæmis bjór með vörumerki keppinauta. Hann tekur einnig til takmarkana á endursölu innan markaðssvæða, veitingu svæðis með forgangsábyrgð, takmarkana á staðsetningu dreifiaðila og takmarkana á endursölu viðskiptavina.

(114) Helstu neikvæðu áhrifin á samkeppni er að það dregur úr samkeppni innan vörumerkis sem kann að auðvelda birginum að þilja af markaðinn og koma þannig í veg fyrir markaðssamþættingu. Þetta kann að auðvelda verðmismunun. Þegar flestir eða allir birgjanna sem eiga í samkeppni takmarka möguleika kaupenda sinna til að útvega eða endurselja kann það að auðvelda samráð annað hvort á stigi dreifiaðila eða á stigi birgja.

1.2. Jákvæð áhrif lóðréttar takmarkana

(115) Það er mikilvægt að átta sig á að lóðréttar takmarkanir hafa oft jákvæð áhrif, einkum með því að ýta undir samkeppni sem byggir á auknum gæðum þjónustu eða á öðru en verði. Þegar fyrirtæki hefur ekki markaðsvald getur það aðeins reynt að auka hagnað sinn með því að nýta framleiðslu- og dreifingarferla sína sem best. Í nokkrum tilvikum kunna lóðréttar takmarkanir að koma að gagni að þessu leyti þar sem venjulegir samningar á milli birgja og kaupanda sem óskyldra aðila, sem ákveða aðeins verð og magn ákveðinna viðskipta, geta leitt til fjárfestinga og sölu sem eru lakari en hagkvæmast er.

(116) Með þessum leiðbeiningum er þess freistað að veita þokkalegt yfirlit ýmis konar réttlætingu fyrir lóðréttum takmörkunum án þess þó að tiltaka allt eða vera tæmandi. Eftirfarandi ástæður kunna að réttlæta beitingu ákveðinna lóðréttar takmarkana:

- (1) Að „leysa vanda varðandi „laumufarþega“ (free-rider)“. Einn dreifiaðili kann að vera laumufarþegi í kynningarátaki annars dreifiaðila. Slíkur vandi er algengastur á stigi heildsala og smásala. Einkadreifing og svipaðar takmarkanir kunna að koma að gagni til að losna við slíka laumufarþega. Laumufarþegar kunna einnig að vera á milli birgja, til dæmis þar sem einn fjárfestir í kynningu á starfsviði kaupandans, yfirleitt á smásölustigi, sem kann að draga að viðskiptavinum keppinauta hans. Takmarkanir í formi samkeppnisbanna kunna að forða því að aðrir laumist um borð við þessar aðstæður. Til að teljast vandi verður laumufarþegamálið að vera raunverulegt. Laumufarþegar á milli kaupenda geta aðeins komið upp í þjónustu fyrir sölu en ekki þjónustu eftir sölu. Varan þarf yfirleitt að vera frekar ný eða tæknilega flókin þar sem viðskiptavinurinn kann annars að vita vel hvað hann vill vegna fyrri innkaupa. Varan verður einnig að vera samilega verðmæt því annars væri það ekki þess virði fyrir viðskiptavininn að leita upplýsinga í einni verslun og kaupa í annarri. Að síðustu verður það að vera raunhæft fyrir birginn að leggja á alla kaupendur, með samningi, virkar kröfur um þjónustu áður en sala fer fram.

Laumufarþegar á milli birgja eru einnig bundnir við ákveðnar aðstæður, nefnilega í tilfellum þar sem kynningin fer fram innan starfsstöðvar kaupandans og er almenn, ekki vörumerkissérgeind.

- (2) Að „opna eða koma inn á nýja markaði“. Þar sem framleiðandi vill komast inn á nýtt markaðslandsvæði, til dæmis með því að flytja út til annars lands í fyrsta skipti, kann það að hafa í för með sér sérstakar „upphafs fjárfestingar“ dreifiaðilans til að koma fótum undir vörumerkið á markaðinum. Til að fá staðbundinn dreifiaðila til að leggja út í slíkar fjárfestingar kann að vera nauðsynlegt að veita dreifiaðilanum markaðssvæðisvernd til að hann geti endurheimt þær fjárfestingar með hærra verði tímabundið. Þannig væru dreifiaðilar sem staðsettir eru á öðrum mörkuðum hindraðir í að selja á nýja markaðinum um takmarkað skeið. Þetta er dæmi um laumufarþegavandann sem lýst er í 1. atriði.
- (3) Um „skírteinislaumufarþega“ (certification free-rider issue). Í sumum atvinnugreinum hafa ákveðnir smásalar þann orðstír að þeir bjóði aðeins „gæðavöru“. Í slíku tilfelli kann að skipta öllu fyrir kynningu nýrrar vöru að selja í gegnum þá smásala. Ef framleiðandinn getur ekki í upphafi takmarkað sölu sína við gæðaverslanirnar á hann á hættu að vera tekinn af skrá og kynning vörunnar kann að mistakast. Í

Þessu felst að ástæða kann að vera til að leyfa í takmarkaðan tíma takmörkun eins og einkadreifingu eða valvísu dreifingu. Það verður að duga til að tryggja kynningu nýju vörunnar en ekki svo lengi að það hindri viðtæka útbreiðslu. Slíkur ávinningur er líklegri með „vörum sem keyptar eru til reynslu“ eða flóknum vörum sem eru tiltölulega kostnaðarsamar fyrir endanlega kaupandann.

- (4) „Ránsvandi“ (hold-up problem). Svokallaður ránsvandi tengist viðskiptavinasérgreindum fjárfestingum sem annað hvort birgirinn eða kaupandinn þurfa að leggja út í, eins og sérstakur búnaður eða þjálfun. Sem dæmi má taka framleiðanda íhlutar sem þarf að smíða nýjar vélar og tól til að fullnægja tilteknu skilyrði eins viðskiptavinar. Þá kann að vera að fjárfestirinn fari ekki út í nauðsynlegar fjárfestingarnar fyrr en samið hefur verið um afhendingar.

Hins vegar, eins og í öðrum dæmum um laumufarþega, eru allnokkur skilyrði sem verða að vera til staðar svo áhættutengd undirbúnings fjárfesting geti talist raunveruleg eða marktæk. Í fyrsta lagi verður fjárfestingin að vera tengslasérgreind. Fjárfesting birgisins telst vera tengslasérgreind ef, eftir að samningssambandi lýkur, birgirinn getur ekki notað hana til að selja öðrum viðskiptavinum og hún verður aðeins seld með verulegu tapi. Fjárfesting kaupandans er talin vera tengslasérgreind ef, eftir að samningurinn er runnin út, hann getur ekki notað hana til að kaupa og/eða nota vörur sem aðrir birgjar útvega og hún verður aðeins seld með verulegu tapi. Fjárfesting er því tengslasérgreind ef til dæmis aðeins hægt að nota hana til að framleiða íhlut fyrir ákveðið vörumerki eða til að geyma ákveðið vörumerki og er því ekki hægt að nýta hana með hagnaði til að framleiða eða endurselja annað í staðinn. Í öðru lagi verður fjárfestingin að vera til langs tíma og ekki endurheimt á skömmum tíma. Og í þriðja lagi verður fjárfestingin að vera ójöfn, þ.e. að annar aðili að samningnum fjárfestir meira en hinn aðilinn. Þegar þessum skilyrðum er fullnægt er yfirleitt góð ástæða til að hafa lóðréttar takmarkanir þann tíma sem fjárfestingin fyrnist. Hæfileg lóðrétt takmörkun myndi vera í formi samkeppnisbanns eða magnþvingunar þegar birgirinn stendur straum af fjárfestingunni en vera í formi einkadreifingar, einkaúthlutunar viðskiptavina eða einkasölu þegar það er kaupandinn sem leggur til fjármagnið.

- (5) „Hinn sértæki ránsvandi sem kann að koma upp í tilfelli verkþekkingar sem látin er í té“. Þegar einu sinni er búið að veita verkþekkinguna er ekki hægt að taka hana til baka og sá sem veitti verkþekkinguna kann að vera andvígur því að hún sé nýtt fyrir eða af keppinautum hans. Að svo miklu leyti sem verkþekkingin var ekki aðgengileg kaupandanum, er veruleg og ómissandi fyrir framkvæmd samningsins, kann slíkt framsal að réttlæta takmörkun í formi samkeppnisbanns. Slíkt myndi venjulega falla utan 1. mgr. 53. gr.
- (6) „Hagkvæmni stærðar í dreifingu“. Til að nýta hagkvæmni stærðarinnar og fá þannig lægra smásöluverð fyrir vöru sína kann framleiðandinn að vilja einbeina endursölu vara sinna til takmarkaðs fjölda dreifiaðila. Til þess gæti hann notað einkadreifingu, magnþvinganir sem væru með sniði skuldbindinga um lágmarksinnkaup, valvísu dreifingu með þess háttar skilyrðum eða einkakaup.
- (7) „Ófullkomleiki fjármagnsmarkaðar“. Þeir sem leggja venjulega til fjármagn (bankar, hlutabréfamarkaðir) kunna að leggja fram minna en hagkvæmast væri þegar þeir hafa ófullnægjandi upplýsingar um eiginleika lántakans eða að grundvöllur tryggingar lánsins er ófullnægjandi. Kaupandinn eða birgirinn kunna að hafa betri upplýsingar og verið færir um, í gegnum einkatengsl, að ná í viðbótar tryggingu fyrir fjárfestingu sína. Þar sem birgirinn veitir kaupandanum lánið kann það að leiða til skuldbindinga sem hamla samkeppni eða magnþvinganir fyrir kaupandann. Þegar um það er að ræða að kaupandinn lánar birginum kann það að vera ástæðan fyrir einkasölu eða magnþvinganir fyrir birginn.
- (8) „Samræmd og stöðluð gæði“. Lóðrétt takmörkun kann að auðvelda söluaukningu með því að búa til ímynd vörumerkis og auka þannig aðdráttarafl vöru á endanlega neytandann með því að þröngva ákveðinni samræmingu og gæðastöðlun upp á dreifiaðila. Slíkt er til dæmis að finna í einkadreifingu og veitingu sérleyfa.

(117) Þær átta aðstæður sem nefndar eru í 116. mgr. sýna skýrt að við ákveðnar aðstæður eru lóðréttir samningar líklegir til að auðvelda skilvirkni og þróun nýrra markaða og að það kann að veita á móti mögulegum neikvæðum áhrifum. Yfirleitt eru rökin sterkust fyrir lóðréttum takmörkunum um skamman tíma og sem tengjast innleiðingu nýrra og flókinna vara eða vernd tengslasérgreindra fjárfestinga. Lóðrétt takmörkun er stundum nauðsynleg jafn lengi og birgirinn selur vöru sína til kaupandans (sjá sérstaklega aðstæður sem lýst er í 1., 5., 6. og 8. atriði 116. mgr.).

(118) Hinar ólíku lóðréttu takmarkanir geta að miklu leyti komið í stað hvernar annarrar. Í því felst að óskilvirkni er hægt að leysa með mismunandi lóðréttum takmörkunum. Til dæmis kann að vera hægt að ná fram stærðarhagkvæmni við dreifingu með því að beita einkadreifingu, valvísri dreifingu, magnþvingunum eða einkakaupum. Þetta er mikilvægt þar sem neikvæð áhrif ólíkra lóðrétttra takmarkana á samkeppni kunna að vera mismunandi. Þetta skiptir mál þegar rætt er um nauðsyn í 3. mgr. 53. gr.

1.3. Almennar reglur fyrir mat á lóðréttum takmörkunum

(119) Við mat á lóðréttum takmörkunum frá sjónarmiði samkeppnisstefnu er hægt að mynda nokkrar almennar reglur:

- (1) Það á við um flestar lóðréttar takmarkanir að áhyggjur af samkeppni koma aðeins upp ef ekki er næg samkeppni milli vörumerkja, þ.e. ef fyrir er markaðsvald að einhverju marki á stigi birgja eða kaupenda eða á báðum stigum. Hugtakið markaðsvald merkir valdið til að hækka umfram samkeppnisverð og ná meiri en eðlilegum hagnaði, að minnsta kosti til skamms tíma. Fyrirtæki kunna að hafa minna markaðsvald við lægri mörk markaðsyfirlæða en miðað er við beitingu 54. gr. Þegar mörg fyrirtæki keppa á markaði þar sem samþjöppun er lítil, má gera ráð fyrir að vegar lóðréttar takmarkanir muni ekki hafa merkjanleg neikvæð áhrif. Markaður er talinn hafa litla samþjöppun þegar HHI vísitalan, þ.e. samtala ferningstala einstakra markaðshlutdeilda allra fyrirtækja á viðkomandi markaði, er undir 1000.
- (2) Lóðréttar takmarkanir sem draga úr samkeppni á milli vörumerkja eru yfirleitt skaðlegri en lóðréttar takmarkanir sem draga úr samkeppni innan vörumerkis. Til dæmis eru skuldbindingar um samkeppnisbann líklegar til að hafa meiri nettó neikvæð áhrif en einkadreifing. Hið fyrrgreinda kann að koma í veg fyrir að önnur vörumerki komist á markaðinn, hugsanlega með því að útiloka þau frá markaðinum. Hið síðarnefnda kemur ekki í veg fyrir að vörur berist til endanlegs neytanda en takmarkar samkeppni innan vörumerkis.
- (3) Lóðréttar takmarkanir í takmarkaða dreifingarhópnum, þegar ekki er næg samkeppni á milli vörumerkja, kann að draga marktækt úr því úrvali sem neytendum býðst. Þær eru sérlega skaðlegar þegar skilvirkari dreifiaðilar eða dreifiaðilar með annað dreifingarsnið eru útilokaðir. Það getur dregið úr nýsköpun í dreifingu og sviptir neytendur hinni tilteknu þjónustu eða blöndu af verði og þjónustu þessara dreifiaðila.
- (4) Samningar um einkasölu eða einkakaup eru yfirleitt skaðlegri samkeppni en samningar sem eru ekki einkasölusamningar. Með einkasölu, samkvæmt beinu orðalagi samningsins eða vegna raunverulegra áhrifa hans, er einn aðili að fá allar eða nærri allar þarfir sínar uppfylltar frá öðrum aðila. Til dæmis með skuldbindingu um samkeppnisbann er kaupandinn skuldbundinn til að kaupa aðeins eitt vörumerki. Magnþvingun, hins vegar, gefur kaupandanum nokkuð svigrúm til að kaupa vörur sem eiga í samkeppni. Stig útilokunar kann því að vera minna í tilviki magnþvingunar.
- (5) Lóðréttar takmarkanir sem samþykktar eru fyrir óvörumerktar vörur og þjónustu eru yfirleitt ekki eins skaðlegar og takmarkanir sem hafa áhrif á dreifingu vörumerktrar vöru og þjónustu. Vörumerking hefur tilhneigingu til að auka aðgreiningu vara og draga úr staðgöngu vörunnar sem leiðir til minni eftirspurnarteigni og auknum möguleikum til verðhækkunar. Munurinn á milli vörumerktrar og óvörumerktrar vöru eða þjónustu fer oft saman við muninn á millistigsvörum og þjónustu og endanlegum vörum og þjónustu. Millistigsvörur og þjónusta eru seld til fyrirtækja sem ílag í aðrar vörur eða þjónustu og eru yfirleitt ekki greinanleg í endanlegu vörunni eða þjónustunni. Kaupendur millistigsvara eru yfirleitt vel upplýstir viðskiptavinir sem geta metið gæði og styðjast því síður við vörumerki og ímynd. Endanlegar vörur eru, beint eða óbeint, seldar endanlegum neytendum sem styðjast oft meira við vörumerki og ímynd. Þar sem dreifiaðilar (smásalar, heildsalar) þurfa að bregðast við eftirspurn endanlegra neytenda kann það að koma verr niður á samkeppni þegar dreifiaðilar eru útilokaðir frá því að selja eitt eða fleiri vörumerki heldur en þegar kaupendur millistigsvara eru hindraðir í að kaupa vörur sem eiga í samkeppni frá tilteknum birgðalindum. Fyrirtæki sem kaupa millistigsvörur eða þjónustu eru yfirleitt með deild sérfræðinga eða ráðgjafa sem fylgjast með þróun á birgjamarkaði. Þar sem þau eiga stór viðskipti er leitarkostnaður yfirleitt ekki frágangssök. Það er því ekki eins afdrifarikt ef dregur úr samkeppni á milli vörumerkja á millistigi.
- (6) Samsetning lóðrétttra takmarkana eykur yfirleitt neikvæð áhrif þeirra. Hins vegar eru sumar samsetningar lóðrétttra takmarkana betri fyrir samkeppni en þegar þeim er beitt aðskilið. Dreifiaðili í einkadreifikerfi kann til dæmis að freistast til að hækka verð varanna þar sem samkeppni innan

vörumerkis hefur minnkað. Beiting magnskilyrðis eða hámarksendursöluverðs kann að takmarka slíkar verðhækkanir.

- (7) Möguleg neikvæð áhrif lóðréttra takmarkana eru styrkt enn frekar þegar margir birgjar og kaupendur þeirra skipuleggja viðskipti sín á svipaðan hátt. Slík áhrif, svokölluð uppsöfnuð áhrif, kunna að vera vandamál í nokkrum atvinnugreinum.
- (8) Því tengdari sem lóðréttu takmörkunin er framsali verkþekkingar því meiri ástæða kann að vera til að búast við aukinni skilvirkni og því meiri kann þörfin fyrir lóðréttu takmörkun að vera til að vernda verkþekkinguna sem látin er í té eða fjárfestingarkostnaðinn sem lagt er í.

Því tengdari sem lóðréttu takmörkunin er fjárfestingum sem eru tengslasérgreindar, því réttmætara er að beita ákveðinni lóðréttri takmörkun. Réttlæt看leg tímalengd fer eftir þeim tíma sem fjárfestingin afskrifast á.

- (10) Í tilfelli nýrrar vöru eða þegar vara sem fyrir er er seld í fyrsta skipti á nýjum landfræðilegum markaði kann að vera erfitt fyrir fyrirtækið að skilgreina markaðinn eða að markaðshlutdeild þess kann að vera mjög há. Hins vegar er ekki hægt að líta á þetta sem mikinn vanda vegna þess að lóðréttrar takmarkanir sem tengjast opnun nýs vöru- eða landfræðilegs markaðar takmarkar yfirleitt ekki samkeppni. Þetta á við í tvö ár eftir að varan er fyrst sett á markaðinn, án tillits til markaðshlutdeildar. Þetta á við um allar vægar lóðréttrar takmarkanir og í tilfelli nýs landfræðilegs markaðar á þetta við um takmarkanir á virka og óvirka sölu frá þeim sem kaupa beint frá birgi sem staðsettur er á öðrum mörkuðum, til milliliða á nýja markaðinum. Í tilfelli þar sem raunverulega er verið að prófa nýja vöru á takmörkuðu markaðssvæði eða hjá takmörkuðum hópi viðskiptavina má takmarka virka sölu dreifiaðilanna, sem tilnefndir eru til að selja nýju vöruna á prófmarkaðinum, utan prófmarkaðarins lengst í eitt ár án þess að 1. mgr. 53. gr. eigi við.

1.4. Aðferðafræði við mat

(120) Mat lóðréttrar takmörkunar felst yfirleitt í eftirfarandi fjórum þrepum:

- (1) Fyrst verða fyrirtækin sem í hlut eiga að skilgreina viðkomandi markað til að finna markaðshlutdeild birgisins eða kaupandans eftir því hvers konar lóðréttu takmörkun um er að ræða (sjá 88. til 99. mgr., einkum 89. til 95.).
- (2) Ef viðkomandi markaðshlutdeild fer ekki yfir 30% mörkin fellur lóðréttu takmörkunin undir hópundanþágu-reglugerðina, með fyrirvara um grófu takmarkanirnar og skilyrðin sem lýst er í reglugerðinni.
- (3) Ef viðeigandi markaðshlutdeild fer yfir 30% mörkin er nauðsynlegt að meta hvort lóðrétti samningurinn falli undir 1. mgr. 53. gr.
- (4) Falli lóðrétti samningurinn undir 1. mgr. 53. gr. er nauðsynlegt að skoða hvort hann uppfyllir skilyrðin fyrir undanþágu samkvæmt 3. mgr. 53. gr.

1.4.1. Viðeigandi þættir fyrir mat samkvæmt 1. mgr. 53. gr.

(121) Við mat tilvika sem eru yfir 30% mörkum markaðshlutdeildar gerir Eftirlitsstofnun EFTA heildarsamkeppnisathugun. Eftirfarandi þættir eru mikilvægastir þegar skoðað er hvort lóðréttur samningur veldur merkjanlegri takmörkun á samkeppni samkvæmt 1. mgr. 53. gr.

- (a) markaðsstaða birgisins;
- (b) markaðsstaða keppinauta;
- (c) markaðsstaða kaupandans;
- (d) aðgangshindranir;

- (e) þroski markaðarins;
- (f) viðskiptastig;
- (g) eðli vörunnar;
- (h) aðrir þættir.

(122) Mikilvægi einstakra þátta kann að vera breytilegt frá einu tilviki til annars og fer eftir öllum öðrum þáttum. Til dæmis er stór markaðshlutdeild birgisins yfirleitt sterk vísbending um markaðsstyrk, en í tilfelli lítilla aðgangshindrana þarf svo ekki að vera. Því er ekki hægt að setja fram ósveigjanlegar reglur um mikilvægi einstakra þátta. Hins vegar má segja eftirfarandi:

Markaðsstaða birgisins

(123) Markaðsstaða birgisins er fundin fyrst og fremst með markaðshlutdeild hans á viðkomandi vöru- og landfræðilegum markaði. Því stærri sem markaðshlutdeild hans er því meira er markaðsvald hans líklegt til að vera. Markaðsstaða birgisins styrkist enn frekar ef hann nýtur ákveðins kostnaðarhagræðis fram yfir keppinauta sína. Slíkir samkeppnisyfirburðir kunna að stafa af frumherjaforskoti (vera með besta staðinn o.s.frv.), vera með nauðsynleg einkaleyfi, búa yfir betri tækni, vera með þekktasta vörumerkið eða að vera með betra úrval vara.

Markaðsstaða keppinauta

(124) Sömu vísbendingar, það er markaðshlutdeild og mögulegir samkeppnisyfirburðir, eru notaðir til að lýsa markaðsstöðu keppinauta. Því sterkari sem keppinautarnir eru sem fyrir eru og því fleiri sem þeir eru, þeim mun minni hætta er á að viðkomandi birgir eða kaupandi muni geta einangrað markaðinn einn og þeim mun minni hætta er að dragi úr samkeppni á milli vörumerkja. Hins vegar ef fjöldi keppinauta verður frekar lítil og markaðsstaða þeirra (stærð, kostnaður, möguleiki til rannsókna og þróunar o.s.frv.) er frekar svipuð kann þessi markaðsgerð að auka hættuna á samráði. Markaðshlutdeild sem sveiflast eða breytist hratt er almennt merki um mikla samkeppni.

Markaðsstaða kaupandans

(125) Kaupandastyrkur ræðst af markaðsstöðu kaupandans. Fyrsta merki um kaupandastyrk er markaðshlutdeild kaupandans á innkaupamarkaðinum. Sú hlutdeild endurspeglar mikilvægi eftirspurnar hans hjá mögulegum birgjum hans. Aðrar vísbendingar beinast að markaðsstöðu kaupandans á endursölumarkaði hans, þar með taldir eiginleikar eins og þegar sölustaðir eru dreifðir yfir stórt svæði, eigin vörumerki kaupandans/dreifiaðilans og ímynd hans meðal endanlegra kaupenda. Þýðing kaupandastyrks fyrir líkurnar á samkeppnishamlandi áhrifum eru ekki þau sömu fyrir hinar ýmsu lóðréttu takmarkanir. Kaupandastyrkur kann einkum að auka neikvæðu áhrifin þegar um er að ræða takmarkanir sem tilheyra flokki dreifingartakmarkana og afþiljun markaða eins og einkasala, einkadreifing og magnvalvís dreifing.

Aðgangshindranir

(126) Aðgangshindranir eru mældar eftir því hve mikið fyrirtæki á hverjum tíma geta hækkað verð sitt yfir samkeppnisstigið, yfirleitt yfir lágmark meðalheildarkostnaðar, og náð hagnaði sem er meiri en eðlilegt er án þess að laða að nýja keppinauta. Án nokkurra aðgangshindrana myndi auðveld og skjót innganga eyða slíkum hagnaði. Að svo miklu leyti sem virk innganga, sem kæmi í veg fyrir eða eyddi hagnaðinum sem er meiri en eðlilegt telst, er líkleg til að eiga sér stað innan eins eða tveggja ára má telja að aðgangshindranir séu lágar.

(127) Aðgangshindranir kunna að stafa af þáttum af ýmsum toga eins og stærðar- og breiddarhagkvæmni, reglugerðum stjórnvalda, einkum þar sem þær koma á einkarétti, ríkisaðstoð, innflutningstollum, hugverkarétti, eign auðlinda þar sem framboð er takmarkað til dæmis af náttúrlegum takmarkandi þáttum⁽³⁶⁾, nauðsynlegri aðstöðu, frumherjaforskoti og vörumerkjatryggð neytenda sem búin er til með sterkum auglýsingum. Lóðréttar takmarkanir og lóðrétt samþætting kann einnig að virka sem aðgangshindrun í því að gera aðgang erfiðari og útiloka (mögulega) keppinauta. Aðgangshindranir kunna að vera aðeins á stigi birgja eða kaupanda eða á báðum stigum.

(128) Spurningin hvort sumum þessara þátta megi lýsa sem aðgangshindrunum fer eftir því hvort þeir tengist óendurheimtanlegum kostnaði. Óendurheimtanlegur kostnaður er sá kostnaður sem verður að greiða til að komast inn á eða vera virkur á markaði en er glataður þegar farið er út af markaðinum. Auglýsingakostnaður til að byggja upp neytendatryggð er yfirleitt óendurheimtanlegur, nema að starfandi fyrirtæki geti annað hvort selt vörumerki sitt eða notað það einhvers staðar annars staðar án taps. Því meiri sem óendurheimtanlegur kostnaður er því frekar þurfa mögulegir nýliðar að veita áhættuna við að koma inn á markaðinn og því meira sannfærandi er hótun þeirra sem eru fyrir á markaðnum að þeir muni mæta nýrri samkeppni, þar sem óendurheimtanlegur kostnaður gerir þeim sem fyrir eru dýrt að yfirgefa markaðinn. Ef dreifiaðilar eru til dæmis tengdir framleiðanda með skuldbindingu um samkeppnisbann verða útilokunaráhrifin meiri ef þau hafa í för með sér óendurheimtanlegan kostnað fyrir mögulega nýliða við að koma á fót eigin dreifiaðilum.

(129) Almennt krefst það óendurheimtanlegs kostnaðar að fara inn á markað, stundum lítils og stundum mikils. Þess vegna er raunveruleg samkeppni almennt skilvirkari og vegur þyngra heldur en möguleg samkeppni.

Þroski markaðarins

(130) Þroskaður markaður er markaður sem hefur verið til um einhvern tíma, þar sem tæknin sem notuð er vel þekkt og útbreidd og breytist ekki mikið, þar sem eru engar meiriháttar nýjungar í vörumerkjum og þar sem eftirspurn er tiltölulega stöðug eða minnkandi. Á slíkum markaði eru neikvæð áhrif líklegri en á kvikari mörkuðum.

Viðskiptastig

(131) Viðskiptastigið er tengt þeim greinarmun sem gerður er á millistigsvörum og -þjónustu og endanlegri vöru og þjónustu. Eins og fyrr var greint eru neikvæð áhrif almennt ólíklegri á stigi millistigsvöru og -þjónustu.

Eðli vörunnar

(132) Eðli vörunnar skiptir einkum máli fyrir endanlegar vörur við mat bæði líklegra neikvæðra og líklegra jákvæðra áhrifa. Þegar metin eru líkleg neikvæð áhrif er mikilvægt hvort vörunar á markaðinum eru einsleitari eða misleitari, hvort varan er dýr, kosti neytandann stóran hluta af ráðstöfunarfé hans, eða hvort hún er ódýr og hvort varan telst stök kaup eða endurtekin kaup. Almennt gildir að þegar varan er misleitari, ódýrari og líkist meira stökum kaupum, þá eru lóðréttar takmarkanir líklegri til að hafa neikvæð áhrif.

Aðrir þættir

(133) Við mat tiltekinna takmarkana kann að þurfa að taka tillit til annarra þátta. Meðal þeirra þátta geta verið uppsöfnuðu áhrif, þ.e. umfang svipaðra samninga á markaðinum, lengd samninganna, hvort samningnum er „þröngvað“ (takmarkanir eða skuldbindingar aðallega lagðar á annan aðilann) eða hann er „samþykktur“ (báðir aðilar samþykkja takmarkanir eða skuldbindingar), reglugerðarumhverfi og hegðun sem kann að gefa til kynna eða auðvelda samráð eins og forganga í verðlagningu (price leadership), fyrirfram tilkynntar verðbreytingar og umræður um „réttu“ verðið, óhagganlegt verð þrátt fyrir umfram afkastagetu, verðmismunun og fyrrverandi samráðshæðun.

⁽³⁶⁾ Sjá ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 97/26/EB (mál nr. IV/M.619 – Gencor/Lonrho), (Stjtið. EB L 11, 14.1.1997, bls. 30).

1.4.2. Viðeigandi þættir fyrir mat samkvæmt 3. mgr. 53. gr.

(134) Það eru fjögur skilyrði fyrir beitingu 3. mgr. 53. gr.

- lóðrétti samningurinn verður að leggja eitthvað af mörkum til að bæta framleiðslu eða dreifingu eða til að innleiða tæknilegar eða efnahagslegar framfarir;
- lóðrétti samningurinn verður að veita neytendum sanngjarnan hluta í þessum ávinningi;
- lóðrétti samningurinn má ekki þröngva á viðkomandi fyrirtæki lóðréttum takmörkunum sem ekki eru nauðsynlegar til að ná þessum ávinningi;
- lóðrétti samningurinn má ekki gefa slíkum fyrirtækjum færi á að koma í veg fyrir samkeppni að því er varðar verulegan hluta varanna sem um ræðir.

Öll fjögur skilyrðin verða að vera uppfyllt til þess að undanþágan fái.

(135) Síðasta viðmiðið um útilokun samkeppni að því er varðar verulegan hluta viðkomandi vara varðar spurninguna um yfirráð. Þar sem fyrirtæki er ráðandi eða að verða ráðandi vegna lóðréttu samningsins þá er það meginreglan að undanþága fæst ekki fyrir lóðréttu takmörkun sem hefur merkjanleg samkeppnishamlandi áhrif. Lóðrétti samningurinn kann hins vegar að falla utan 1. mgr. 53. gr. ef fyrir liggur raunveruleg réttlætning, til dæmis ef nauðsynlegt er til að vernda tengslasértæka fjárfestingu eða vegna framsals verulegrar verkþekkingar sem nauðsynleg er til að sala eða innkaup ákveðinnar vöru eða þjónustu geti átt sér stað.

(136) Þegar birgirinn og kaupandinn eru ekki ráðandi verða hin þrjú viðmiðin mikilvæg. Hið fyrsta, sem varðar endurbætur á framleiðslu eða dreifingu og kynningu tæknilegra eða hagrænna framfara, vísar til skilvirkni af þeirri gerð sem lýst er í 115. til 118. mgr. Slík skilvirkni verður að vera rökstudd og hafa jákvæð nettóáhrif. Óvissar fullyrðingar um að forðast laumufarþega eða almennar yfirlýsingar um lækkun kostnaðar verða ekki teknar gildar. Lækkun kostnaðar sem næst eingöngu með beitingu markaðsvalds eða samkeppnishamlandi hegðunar verður ekki tekin gild. Í öðru lagi verður efnahagslegur ávinningur einnig að nýtast neytandanum, ekki aðeins aðilunum að samningnum. Almennt fer ávinningur fyrir neytendum eftir því hve mikil samkeppni er á viðkomandi markaði. Þrýstingur frá samkeppni mun yfirleitt tryggja að lægri kostnaður skili sér í lægra verði eða að fyrirtæki fái hvatningu til að setja nýjar vörur á markaðinn eins fljótt og auðið er. Þess vegna, ef viðhaldið er nægri samkeppni á markaðinum sem veitir aðilum samningsins áhrifaríkt aðhald, mun samkeppnisferlið yfirleitt tryggja að neytendum fái sanngjarnan hluta af ávinningnum. Þriðja viðmiðið skiptir miklu máli við að tryggja að sú takmörkun sem er minnst markaðshamlandi sé valin til að fá fram ákveðin jákvæð áhrif.

2. Mat tiltekinna lóðréttu takmarkana

(137) Lóðréttir samningar kunna að innihalda sambland tveggja eða fleiri þátta lóðréttu takmarkananna sem lýst er í 103. til 114. mgr. Algengustu lóðréttu takmarkanirnar og sambland lóðréttu takmarkana eru greindar hér á eftir í framhaldi af aðferðafræði matsins sem rakin er í 120. til 136. mgr.

2.1. Skilyrði um eitt vörumerki. (Single branding)

(138) Samningur um samkeppnisbann er byggður á skuldbindingu eða hvetjandi kerfi sem veldur því að kaupandinn kaupir frá aðeins einum birgi svo til allt sem hann þarf á tilteknum markaði. Það felur ekki í sér að kaupandinn megi aðeins kaupa beint af birginum heldur að kaupandinn hvorki kaupi og endurselji né taki inn samkeppnisvörur eða -þjónustu. Hættan fyrir samkeppni getur falist í útilokun samkeppnisbirgja og mögulegra birgja frá markaðnum og auðveldað samráð á milli birgja þegar takmörkuninni er beitt samhliða af mörgum og, þar sem kaupandinn er smásali sem selur til endanlegra neytenda, minni

samkeppni innan vörumerkis innan sömu verslunar. Allar þrjár takmarkanirnar hafa bein áhrif á samkeppni á milli vörumerkja.

(139) Skilyrði um að endurseljandi kaupi ekki inn önnur vörumerki er undanþegin samkvæmt hópundanþágu-reglugerðinni þegar markaðshlutdeild birgisins er ekki umfram 30% og að skuldbindingin um samkeppnisbann sem í þessu felst er takmörkuð við fimm ár. Fyrir ofan mörk þessarar markaðshlutdeildar eða umfram fimm ára tímamörkin er stuðst við eftirfarandi leiðbeiningar við mat einstakra tilvika.

(140) „Markaðsstaða birgisins“ skiptir höfuðmáli við mat mögulegra samkeppnishamlandi áhrifa skuldbindingar um samkeppnisbannið. Yfirleitt er það birgirinn sem setur slík skilyrði og er þá með svipaða samninga við aðra kaupendur.

(141) Það er ekki aðeins markaðsstaða birgisins sem skiptir máli heldur einnig umfang og gildistími skuldbindingarinnar um samkeppnisbannið. Því meiri sem hin bundna markaðshlutdeild hans er, þ.e. hlutfall markaðshlutdeildar hans sem er seld með skuldbindingu um að kaupandinn kaupi ekki inn vörumerki sem keppa við vörumerki viðkomandi birgja, þeim mun meiri er útilokunin líkleg til að verða. Á svipaðan hátt er líklegt að útilokun verði því meiri því lengur sem skuldbinding um samkeppnisbann stendur. Yfirleitt er lítið svo á að skuldbindingar um samkeppnisbann hafi ekki merktanleg samkeppnishamlandi áhrif eða hrein neikvæð áhrif ef þær eru til skemmri tíma en eins árs og gerðar af fyrirtækjum sem ekki eru markaðsráðandi. Skuldbindingar um samkeppnisbann til eins til fimm ára hjá fyrirtækjum sem ekki eru ráðandi krefjast yfirleitt viðeigandi aðgerða til að ná jafnvægi milli samkeppnishvetjandi og samkeppnishamlandi áhrifa á meðan skuldbindingar um samkeppnisbann til lengri tíma en fimm ára eru ekki taldar nauðsynlegar fyrir flestar tegundir fjárfestinga til að ná fram hagkvæmninni sem haldið er fram að náist eða skilvirknin er ekki nægileg til að vega á móti útilokunaráhrifum samkeppnisbannsins. Ráðandi fyrirtæki mega ekki þröngva skuldbindingum um samkeppnisbann upp á kaupendur nema að því tilskildu að þeir geti réttlætt slíka viðskiptahætti á hlutlægan hátt með tilliti til 54. gr.

(142) „Markaðsstaða keppinauta“ er mikilvæg við mat á markaðsvaldi birgisins. Svo fremi að keppinautar séu nægilega margir og sterkir er ekki að vænta verulegra samkeppnishamlandi áhrifa. Það er því aðeins líklegt að samkeppnisbirgjar útilokist séu þeir mikið minni en birgirinn sem beitir skuldbindingu um samkeppnisbann. Útilokun keppinauta er ekki mjög líkleg þegar þeir hafa svipaða stöðu á markaðnum og geta boðið álíka aðlaðandi vörur. Í því tilviki getur útilokun samt sem áður átt við mögulega nýliða á markaðnum þegar tiltekinn fjöldi helstu birgja gerir samninga um samkeppnisbann við töluverðan fjölda kaupenda á viðkomandi markaði (uppsöfnuð áhrif). Í slíkri stöðu kunna samningar um samkeppnisbann einnig að auðvelda samráð á milli birgja sem eiga í samkeppni. Ef þessir birgjar falla hver um sig undir hópundanþágu-reglugerðina kann afturköllun hópundanþágunnar að vera nauðsynleg til að bregðast við slíkum uppsöfnuðum neikvæðum áhrifum. Bundin markaðshlutdeild sem er minni en 5% er almennt ekki álitin hafa marktæk útilokunaráhrif.

(143) Í þeim tilvikum þar sem markaðshlutdeild stærsta birgisins er undir 30% og markaðshlutdeild fimm stærstu birgjanna (samþjöppunarstig CR5) er undir 50% eru stök eða uppsöfnuð samkeppnishamlandi áhrif ólíkleg. Ef hugsanlegur nýliði á markaðnum getur ekki komið inn á markaðinn með hagnaði er það líklega af öðrum orsökum en skuldbindingum um samkeppnisbann svo sem vegna vals neytenda. Ólíklegt er að samkeppnisvandi komi upp þegar til dæmis 50 fyrirtæki eiga í harðri samkeppni á tilteknum markaði þar sem ekkert þeirra hefur mikla markaðshlutdeild.

(144) „Aðgangshindranir“ skipta miklu máli við að ákveða hvort raunveruleg útilokun á sér stað. Alls staðar þar sem samkeppnisbirgjar geta tiltölulega auðveldlega skapað eftirspurn nýrra kaupenda eða fundið aðra kaupendur að vörunni er ólíklegt að útilokun verði raunverulegur vandi. Hins vegar eru aðgangshindranir oft til staðar bæði á stigi framleiðslu og á stigi dreifingar.

(145) „Gagnvald“, styrkur sem vegur upp á móti styrk birgisins, skiptir máli þar eð sterkum kaupendum verður ekki auðveldlega meinaður aðgangur að birgi samkeppnisvöru eða -þjónustu. Hætta á útilokun sem ekki er byggð á hagkvæmni og hefur skaðleg áhrif fyrir endanlega neytendur verður aðallega ef kaupendur er dreifðir. Það ber þó að hafa í huga að sterk útilokunaráhrif geta fylgt samkeppnisbanni af hálfu stórra kaupenda.

(146) Að lokum skiptir „viðskiptastig“ máli varðandi útilokun. Útilokun er ekki jafn líkleg fyrir millistigsvöru. Þegar birgir millistigsvöru er ekki ráðandi eru samkeppnisbirgjar enn verulegur hluti af „lausri“ eftirspurn. Fyrir neðan ráðandi mörkin kunna alvarleg útilokunaráhrif að myndast fyrir núverandi eða hugsanlega keppinauta þegar um uppsöfnuð áhrif er að ræða. Alvarleg uppsöfnuð áhrif eru ólíkleg svo fremi að minna en 50% markaðarins sé bundinn. Þegar birgirinn er ráðandi kann hvaða skuldbinding sem er um að kaupa vörurnar eingöngu eða að mestu leyti af honum auðveldlega að leiða til marktækra útilokunaráhrifa á markaðnum. Því meiri sem markaðsyfirræð hans eru, þeim mun meiri er hættan á að aðrir keppinautar verði útilokaðir.

(147) Þegar um er að ræða samning um útvegum endanlegra vara á heildsölustigi og heildsalinn er ekki markaðsráðandi, ræðst svarið við spurningunni um hvort samkeppnisvandi sé líklegur til að koma upp að miklu leyti af tegund heildsölnunnar og aðgangshindrunum á heildsölustiginu. Ekki er raunveruleg hætta á útilokun ef framleiðendur í samkeppni geta auðveldlega komið á fót eigin heildsölu. Það ræðst að hluta til af því hvernar tegundar heildsalan er hvort aðgangshindranir eru lágar, þ.e. hvort heildsalar geti starfað skilvirkir eingöngu með viðkomandi samningsvöru (t.d. rjómaís) eða hvort skilvirkara er að vinna með heila vörulínu (t.d. frosin matvæli). Í síðara tilfellinu felst engin skilvirkni í því að framleiðandi sem selur aðeins eina vöru setji upp eigin heildsölustarfsemi. Þá kunna að koma upp samkeppnishamlandi áhrif fyrir neðan ráðandi mörkin, þ.e. enda þótt heildsalinn sé ekki markaðsráðandi. Að auki kunna að verða vandamál með uppsöfnuð áhrif ef nokkrir birgjar binda flesta tiltæka heildsala.

(148) Varðandi endanlegar vörur er útilokun almennt líklegri til að verða á smásölustigi í ljósi töluverðra aðgangshindrana fyrir flesta framleiðendur til að opna smásölastaði fyrir sínar vörur eingöngu. Að auki er það á smásölustigi sem samkeppnisbannsaðkvæði kunna að leiða til minni samkeppni á milli vörumerkja innan sömu verslunar. Af þessum sökum kunna að finnast marktæk samkeppnishamlandi áhrif varðandi endanlegar vörur á smásölustigi, að teknu tilliti til allra viðeigandi þátta, bindi birgir, sem ekki er ráðandi, 30% markaðarins eða meira. Eigi markaðsráðandi fyrirtæki í hlut kann jafnvel óveruleg binding markaðshlutdeildar að valda verulegum samkeppnishamlandi áhrifum. Því meiri sem markaðsyfirræð fyrirtækis eru, þeim mun meiri er hættan á útilokun annarra keppinauta.

(149) Uppsöfnuð útilokunaráhrif kunna einnig að koma upp á smásölustigi. Þegar öll fyrirtækin hafa minna en 30% markaðshlutdeild eru útilokunaráhrif ólíkleg ef samanlögð bundin markaðshlutdeild er minni en 40% og því er afturköllun hópundanþágunnar ólíkleg. Þetta hlutfall kann að vera hærra þegar tekið er tilliti til annarra þátta svo sem fjölda keppinauta, aðgangshindrana, o.s.frv. Þegar fyrirtækin eru ekki öll með markaðshlutdeild fyrir neðan þröskuld hópundanþágu-reglugerðarinnar en ekkert þeirra er ráðandi eru uppsöfnuð áhrif ólíkleg ef samanlögð bundin markaðshlutdeild er minni en 30%.

(150) Þar sem kaupandi starfar á starfsstöð og landi sem birgir á eða leigir af þriðja aðila sem er ótengdur kaupanda er það takmarkað sem hægt er að gera til að bregðast við mögulegum útilokunaráhrifum. Í því tilviki er íhlutun Eftirlitsstofnunar EFTA fyrir neðan ráðandi mörk ólíkleg.

(151) Í vissum atvinnugreinum kann sala fleiri en eins vörumerkis frá einum stað að vera erfið en í þeim tilvikum getur reynst betra að bæta úr útilokunarbáða með því að takmarka gildistíma samninga.

(152) Gera má ráð fyrir að svokallað „enskt ákvæði“, sem skyldar kaupanda til að tilkynna um betri tilboð og heimilar honum eingöngu að ganga að slíku tilboði ef birgirinn býður ekki það sama, geti haft sömu áhrif og skuldbinding um samkeppnisbann sér í lagi ef kaupandinn þarf að gefa upp hver býður betur. Að auki kann þetta að auðvelda samráð á milli birgja með því að auka gegnsæi markaðarins. Enskt ákvæði kann einnig að virka sem magnþvingun. Magnþvingun gagnvart kaupanda er veikari tegund samkeppnisbanns þar eð hvatningar eða skuldbindingar sem birgir og kaupandi semja um gera það að verkum að sá síðarnefndi beinir innkaupum sínum aðallega að einum birgi. Magnþvingun kann til dæmis að birtast í formi kröfu um lágmarksinnkaup eða ólínulegrar verðlagningar svo sem magnafsláttar, tryggðaaafsláttarkerfis eða tvískiptar verðskrár (fast gjald og verð á einingu). Beiting magnþvingana á kaupanda hefur svipuð en veikari útilokunaráhrif heldur en skuldbinding um samkeppnisbann. Mat á öllum þessum ólíku aðferðum er háð áhrifum þeirra á markaðinn. Að auki kemur 54. gr. sérstaklega í veg fyrir það að ráðandi fyrirtæki beiti enskum ákvæðum eða tryggðaraafsláttarkerfum.

(153) Þegar merkjanleg samkeppnishamlandi áhrif eru staðfest vaknar spurningin um mögulega undanþágu samkvæmt 3. mgr. 53. gr. svo fremi að birgirinn njóti ekki markaðsyfirráða. Varðandi skuldbindingar sem fela í sér samkeppnisbann kann einkum að þurfa að huga að skilvirknisáhrifum sem lýst er í 116. mgr. tölulíðum 1 (laumufarþegar á milli birgja), 4, 5 (ránsvandi) og 7 (gallar á fjármagnsmarkaði).

(154) Ef um er að ræða skilvirkni eins og lýst er í 1., 4. og 7. tölulíð 116. mgr. er hugsanlegt að magnþvingun gagnvart kaupanda sé úrræði sem takmarkar síður samkeppni. Skuldbinding um samkeppnisbann kann að vera eina færa leiðin til að ná skilvirkni eins og lýst er í 5. tölulíð 116 mgr. (ránsvandi í sambandi við framsal verkþekkingar).

(155) Ef um er að ræða tengslasérgreinda fjárfestingu birgisins (sjá 4. skilvirkni í 116. mgr.) mun samningur um samkeppnisbann eða magnþvingun á fyrningartíma fjárfestingarinnar almennt fullnægja skilyrðum 3. mgr. 53. gr. Ef um er að ræða miklar tengslasérgreindar fjárfestingar kann skuldbinding um samkeppnisbann lengur en í fimm ár að vera réttmæt. Tengslasérgreind fjárfesting gæti til dæmis verið uppsetning eða aðlögun á búnaði af hálfu birgisins þegar búnaðurinn getur eftir það aðeins verið notaður til að framleiða íhluti fyrir tilgreindan kaupanda. Almennar eða markaðssérgreindar fjárfestingar í (auka) afkastagetu eru að jafnaði ekki tengslasérgreindar fjárfestingar. Ef birgir bætir hins vegar við afkastagetu tengda starfsemi tiltekins kaupanda, til dæmis fyrirtæki sem framleiðir áldósir bætir nýja afkastagetu sína með því að framleiða dósir á starfsstöð eða í nágrenni við dósaverksmiðju matvælaframleiðanda, þá kann fjárhagsleg hagkvæmni viðbótar afkastagetunnar eingöngu að helgast af því að hún tengist framleiðslu fyrir þennan tiltekna viðskiptavin, og þá er lítið á fjárfestinguna sem tengslasérgreinda.

(156) Þar sem birgir veitir kaupandanum lán eða útvegar kaupandanum búnað sem ekki er tengslasérgreindur er það yfirleitt í sjálfu sér ekki nægilegt til að réttlæta undanþágu fyrir útilokunaráhrif á markaðnum. Tilvik þar sem það eru gallar á fjármagnsmarkaði sem gera það að verkum að það er skilvirkara fyrir birgi að veita lán heldur en banka verða fá (sjá 7. skilvirkni í 116. mgr.) Jafnvel þó birgir vörunnar væri skilvirkari sem lánveitandi gæti lán aðeins réttlætt skuldbindingu um samkeppnisbann ef ekki er komið í veg fyrir að kaupandinn segi sig frá skuldbindingunni um samkeppnisbann og endurgreiði eftirstöðvar lánsins hvenær sem er og án þess að greiða nokkurt féviti. Í þessu felst að endurgreiðsla lánsins ætti að vera í jöfnum eða lækkandi greiðslum og ætti ekki að hækka með tímanum og að kaupandinn ætti að eiga þess kost að yfirtaka búnaðinn sem birgirinn lagði til á markaðsvirði hans. Þetta er með fyrirvara um möguleikann á, til dæmis í tilfelli nýrrar dreifingarstöðvar, að seinka endurgreiðslu fyrir fyrstu eitt eða tvö árin þar til sala hefur náð ákveðnu marki.

(157) Framsal verulegrar verkþekkingar (5. skilvirkni í 116. mgr.) réttlætir yfirleitt skuldbindingu um samkeppnisbann allan gildistíma samnings um vörusölu, eins og til dæmis í sambandi við veitingu sérleyfis.

(158) Fyrir neðan mörk ráðandi stöðu kann blanda samkeppnisbanns og einkadreifingar einnig að réttlæta skuldbindingu um samkeppnisbann út samningstímamann. Í seinna tilfellinu er skuldbindingin um samkeppnisbann líkleg til að bæta dreifingarstarf einkadreifiaðilans á markaðssvæði hans (sjá 161. til 177. mgr.).

(159) Dæmi um samkeppnisbann:

Markaðsleiðandi fyrirtæki (market leader) á landsvísu fyrir neytendavörur sem skyndiákvörðun er tekin um kaup á (skyndiákvörðunarvörur) (impulse consumer products) með 40% markaðshlutdeild selur mest af vörum sínum (90%) í gegnum bundna smásala (bundin markaðshlutdeild 36%). Samningarnir skylda smásalana til að kaupa aðeins inn frá þessu fyrirtæki í að minnsta kosti fjögur ár. Fyrirtækið er sérstaklega vel kynnt á þéttbýlli svæðunum eins og höfuðborginni. Keppinautar þess, 10 að tölu, en sumir þeirra eru aðeins staðbundnir, eru allir með minni markaðshlutdeild, sá stærsti með 12%. Þessir 10 keppinautar selja önnur 10% markaðarins til söluaðila sem einnig eru skuldbundnir birgjum sínum á sama hátt og smásalarnir sem selja fyrir markaðsleiðandi fyrirtækið. Það er mikil vörumerkja- og vöruaðgreining (brand and product differentiation) á markaðnum. Markaðsleiðandi fyrirtækið er með sterkustu vörumerkin. Það er hið eina sem er með reglulegar auglýsingaherferðir á landsvísu. Það sér bundnum smásölum sínum fyrir sérstökum geymsluskápum fyrir vöru sína. Niðurstaðan er að alls 46% (36% + 10%) markaðarins er lokaður fyrir hugsanlegum nýjum birgjum og þeim sem fyrir eru sem ekki eru með samninga við smásala sem binda þá við birginn. Mögulegir nýliðar eiga jafnvel enn erfiðara með að komast inn á þéttbýlu svæðunum, þar sem

útlökunin er jafnvel meiri, þó það sé þar sem þeir myndu helst kjósa að komast inn á markaðinn. Auk þessa, vegna sterks vörumerkis, vöruaðgreiningar og mikils leitarkostnaðar miðað við verð vörunnar, veldur skortur á samkeppni á milli vörumerkja í verslunum viðbótarskerðingu á hagsæld neytenda. Möguleg skilvirkni vegna þess að söluaðili má ekki selja samkeppnisvörur annarra birgja (einkasnið dreifingarinnar) og sem markaðsleiðandi fyrirtækið fullyrðir að komi fram í minni flutningskostnaði og því að mögulegum ránsvanda tengdum geymsluskápunum er forðað, er takmörkuð og vegur ekki að fullu á móti neikvæðum áhrifum á samkeppni. Skilvirknisáhrifin eru takmörkuð, þar sem flutningskostnaður er tengdur magni en ekki einkasniði og geymsluskáparnir geyma ekki sérstaka verkþekkingu og eru ekki merktir tilteknu vörumerki. Þar af leiðandi er ólíklegt að skilyrðin fyrir undanþágu séu uppfyllt.

(160) Dæmi um magnþvingun:

Framleiðandi X með 40% markaðshlutdeild selur 80% af vörum sínum með samningum sem tilgreina að endursalinn kaupi að minnsta kosti 73% af því sem hann þarf af þessari gerð vöru frá X. Í staðinn býður X fjármögnun og búnað á hagstæðu verði. Samningarnir eru til fimm ára og á þeim tíma á að endurgreiða lánið með jöfnum greiðslum. Hins vegar, eftir fyrstu tvö árin hafa kaupendur kost á að segja upp samningnum með sex mánaða fyrirvara ef þeir endurgreiða eftirstöðvar lánsins og taka yfir búnaðinn á markaðsvirði hans. Eftir fimm ára tímabilið verður búnaðurinn eign kaupandans. Flestir framleiðendanna sem eiga í samkeppni eru litlir, alls tólf og sá stærsti með 20% markaðshlutdeild og gera svipaða samninga ólíka að lengd. Framleiðendurnir sem eru með minni markaðshlutdeild en 10% eru oft með samninga til lengri tíma og lokaskilmála sem eru ekki eins hagstæðir. Samningar framleiðanda X leyfa að 25% þarfa sé mætt með kaupum frá keppinautum. Á síðustu þremur árum hafa tveir nýir framleiðendur komið á markaðinn og náð 8% markaðshlutdeild samanlagt, að hluta með því að taka yfir lán nokkurra endursala gegn samningum við þá. Bundin markaðshlutdeild framleiðanda X er 24% (0,75 _ 0,80 _ 40%). Bundin markaðshlutdeild hinna framleiðendanna er um 25%. Því eru alls um 49% af markaðinum lokaður fyrir hugsanlegum nýliðum og þeim sem fyrir eru og sem hafa ekki bundnar sölustöðvar í að minnsta kosti fyrstu tvö ár vörusölusamninganna. Markaðurinn sýnir að endursalar eiga oft erfitt með að fá lán í bönkum og eru almennt of litlir til að fá fjármagn eftir öðrum leiðum, til dæmis hlutabréfaútgáfu. Auk þessa getur framleiðandi X sýnt fram á að með því að einbeita sölu sinni á takmarkaðan fjölda endursala getur hann skipulagt sölu sína betur og sparað flutningskostnað. Í ljósi þess að 25% markaðarins er óbundinn í samningum framleiðanda X, að raunverulegir möguleikar eru á að segja upp áður en upphaflegum samningstíma á að ljúka, að nýlega hafa nýir framleiðendur komið inn á markaðinn, að helmingur endursala er óbundinn (kaupa ekki inn samkvæmt einkasniðnum samningum við birgja), þá er líklegt að 75% magnskilyrði af hálfu framleiðandans uppfylli skilyrðin fyrir undanþágu.

2.2. Einkadreifing

(161) Í samningi um einkadreifingu fellst að birgirinn á að selja vörur sínar aðeins einum dreifiaðila til endursölu á tilgreindu markaðssvæði. Á sama tíma er virkri sölu dreifiaðilans á öðrum einkaúthlutuðum markaðssvæðum yfirleitt takmörk sett. Hugsanlegur skaði fyrir samkeppni felst aðallega í minni samkeppni innan vörumerkis og afþiljun markaðar sem kynni einkum að auðvelda mismunun í verði. Þegar flestir eða allir birgjanna beita einkadreifingu getur það auðveldað samráð bæði á stigi birgis og dreifiaðila.

(162) Einkadreifing er undanþegin samkvæmt hópundanþágunni þegar markaðshlutdeild birgisins er ekki meiri en 30%, jafnvel þó henni sé beitt með öðrum vægum lóðréttum takmörkunum svo sem skuldbindingu um samkeppnisbann til fimm ára, magnþvingunum eða einkakaupum. Samblöndun einkadreifingar og valvísrar dreifingar er undanþegin samkvæmt hópundanþágunni aðeins að því tilskildu að virk sala á öðrum markaðssvæðum sé ekki takmörkuð. Sé markaðshlutdeild meiri en 30% er stuðst við eftirfarandi leiðbeiningar við mat á einkadreifingu.

(163) Markaðsstaða birgisins og keppinauta hans skiptir höfuðmáli þar sem minni samkeppni innan vörumerkis getur aðeins verið vandamál ef samkeppni milli vörumerkja er takmörkuð. Því sterkari sem „staða birgisins“ er, þeim mun alvarlegri er minni samkeppni innan vörumerkis. Fyrir ofan 30% mörk markaðshlutdeildar kann að vera hætt á að dragi umtalsvert úr samkeppni innan vörumerkis. Til að njóta undanþágu þarf raunveruleg skilvirkni að vega á móti minni samkeppni innan vörumerkis.

(164) „Staða keppinautanna“ getur haft tvíþætt gildi. Tilvist sterkra keppinauta þýðir yfirleitt að nægileg samkeppni milli vörumerkja vegur á móti minni samkeppni innan vörumerkis. Hins vegar ef keppinautar verða frekar fáir og markaðsstaða þeirra er frekar svipuð hvað varðar markaðshlutdeild, afköst og dreifikerfi er hætta á samráði. Dragi úr samkeppni innan vörumerkis getur það aukið þessa hættu, sér í lagi þegar margir birgjar reka svipuð dreifikerfi. Margfaldir einkasöluaðilar, þ.e. þegar óskildir birgjar tilnefna sama einkadreifiaðila á tilteknu markaðssvæði, kunna að auka enn frekar hættu á samráði. Ef söluaðila er veitt einkaleyfi til dreifingar tveggja eða fleiri vara sem eiga í samkeppni á sama markaðssvæði er líklegt að samkeppni milli vörumerkja takmarkist verulega að því er þessar vörur varðar. Því meiri sem uppsöfnuð markaðshlutdeild vörumerkja margfalda söluaðilans er, þeim mun meiri hætta er á samráði og þeim mun meira minnkar samkeppni milli vörumerkja. Slík uppsöfnuð áhrif kunna að vera ástæða til að afturkalla heildarundabáguna enda þótt markaðshlutdeild birgjanna sé undir mörkum hópundanþágu-reglugerðarinnar.

(165) „Aðgangshindranir“ sem kunna að hindra að birgjar setji upp til nýja dreifiaðila eða finni aðra dreifiaðila skipta minna máli við mat á hugsanlegum samkeppnishamlandi áhrifum einkadreifingar. Útilokun annarra birgja kemur ekki upp svo fremi að einkadreifing sé ekki samfara skilyrði um að dreifingaraðilinn megi ekki selja önnur vörumerki.

(166) Útilokun annarra dreifiaðila er ekki vandamál ef birgirnir sem rekur einkadreifikerfið ræður mikinn fjölda einkadreifiaðila á sama markaði og takmarkar ekki sölu þeirra til dreifiaðila sem birgirnir hefur ekki ráðið. Útilokun annarra dreifiaðila kann hins vegar að verða vandamál þar sem „kaupandastyrkur“ og markaðsvald eru á fráliggjandi markaði, sér í lagi þegar um er að ræða mjög stór markaðssvæði þar sem einkadreifiaðilinn verður einkakaupandi fyrir heilan markað. Dæmi um slíkt væri ef keðja stórmarkaða yrði eini dreifiaðilinn fyrir leiðandi vörumerki á smásölumarkaði fyrir matvöru um allt landið. Útilokun annarra dreifiaðila getur orðið meiri þegar um er að ræða fjölda einkasölu (exclusive dealership). Þegar svo háttar til og einkasölusamningarnir falla undir hópundanþágu-reglugerðina þar sem markaðshlutdeild hver birgis er undir 30%, kann hópundanþágan að verða afturkölluð.

(167) „Kaupandastyrkur“ kann einnig að auka hættu á samráði kaupenda þegar mikilvægir kaupendur, hugsanlega á mörgum markaðssvæðum, þvinga fram samninga um einkadreifingu við einn eða fleiri dreifiaðila.

(168) „Þroski markaðarins“ er mikilvægur þar eð minni samkeppni innan vörumerkis og verðmismunun kunna að vera alvarlegt vandamál á þroskuðum markaði en kunna að skipta minna máli á markaði þar sem eftirspurn er vaxandi, tækni er að breytast og staða á markaði er breytileg..

(169) „Viðskiptastig“ er mikilvægt þar eð möguleg neikvæð áhrif kunna að vera mismunandi á heildsölustigi og smásölustigi. Einkadreifingu er aðallega beitt við dreifingu á endanlegum vörum og þjónustu. Skert samkeppni innan vörumerkis er sérstaklega líkleg á smásölustigi ef hún er samfara stórum markaðssvæðum þar eð endanlegir neytendur kunna að eiga lítið val milli dreifiaðila með hátt verð/hátt þjónustustig eða með lágt verð/lágt þjónustustig við kaup á mikilvægu vörumerki.

(170) Framleiðandi sem velur heildsala til að vera einkadreifiaðila gerir það venjulega fyrir stórt markaðssvæði, svo sem heilt EES-ríki. Svo fremi að heildsalanum sé heimilt að selja vörurnar án takmarkanna til smásala á fráliggjandi markaði er ekki líklegt að merkjanlegra samkeppnishamlandi áhrifa gæti ef framleiðandinn er ekki ráðandi. Auðvelt er að veita á móti hugsanlegri skerðingu samkeppni innan vörumerkis á heildsölustigi með skilvirkni í flutningum, kynningum, o.s.frv., sér í lagi þegar framleiðandinn hefur aðsetur í öðru landi. Útilokun annarra heildsala innan markaðssvæðisins er ekki líkleg þar eð birgir með yfir 30% markaðshlutdeild hefur yfirleitt nægan samningsstyrk til að velja ekki heildsala sem er síður skilvirkur. Hugsanlegur skaði fyrir samkeppni milli vörumerkja hjá aðilum sem dreifa fleiri en einu vörumerki (multiple exclusive dealerships) er hins vegar meiri á heildsölustigi en á smásölustigi.

(171) Sambland einkadreifingar og skilyrða um eitt vörumerki (að samkeppnisvörumerki verði ekki tekin inn) kann að auka við vandann í sambandi við útilokun annarra birgja frá markaðnum, sér í lagi í tilfelli þétts nets einkadreifiaðila með lítill markaðssvæði eða í tilfelli uppsafnaðra áhrifa. Það kann að þýða að fara þarf eftir meginreglunum um eins vörumerkis skilyrðið sem lýst er hér að ofan. Þegar samsetningin leiðir hins vegar ekki til marktækrar útilokunar kann samsetning einkadreifingar og eins-vörumerkis skilyrðisins að vera samkeppnishvetjandi með því að hvetja einkadreifiaðilann til að einbeita aðgerðum sínum að tilteknu

vörumerki. Því er samsetning einkadreifingar og skuldbindingar um samkeppnisbann undaþáguhæf allan samningstímann, sér í lagi á heildsölustigi, svo fremi sem útilokunaráhrif séu ekki til staðar.

(172) Samsetning einkadreifingar og einkakaupa eykur hugsanlega skaða fyrir samkeppni sem felst í minni samkeppni innan vörumerkis og afþiljun markaðarins sem kann einkum að auðvelda verðmismunun. Einkadreifing takmarkar í sjálfu sér viðskipti viðskiptavina á sama viðskiptastigi þar eð það takmarkar fjölda dreifiaðila og heftir yfirleitt einnig frelsi dreifiaðila til virkrar sölu. Einkakaup, þar sem einkadreifiaðilar verða að kaupa birgðir sínar af tilteknu vörumerki beint frá framleiðanda, koma auk þess í veg fyrir möguleg viðskipti milli hliðsettra einkadreifiaðila sem er bannað að kaupa frá öðrum dreifiaðilum í kerfinu. Þetta eykur möguleika birgisins til að takmarka samkeppni innan vörumerkis á sama tíma og hans viðskiptaskilmálar eru mismunandi. Samsetning einkadreifingar og einkakaupa er því ekki líkleg til að vera undanþegin fyrir birgja sem eru með meira en 30% markaðshlutdeild nema að því tilskildu að greinileg og veruleg skilvirkni leiði til lægra verðs til allra endanlegra neytenda. Skortur á slíkri skilvirkni kann einnig að leiða til afturköllunar hópundanþágunnar enda þótt markaðshlutdeild birgisins sé minni en 30%.

(173) „Eðli vörunnar“ skiptir ekki miklu máli við mat á mögulegum samkeppnishamlandi áhrifum einkadreifingar. Hins vegar skiptir hún máli þegar hugsanleg skilvirkni er til umræðu, þ.e. eftir að sýnt hefur verið fram á merkjanleg samkeppnishamlandi áhrif.

(174) Einkadreifing kann að leiða til skilvirkni þegar fjárfestingar dreifiaðilans eru nauðsynlegar til að vernda eða byggja upp ímynd vörumerkisins. Almennt eru rökin fyrir skilvirkni sterkust þegar um er að ræða nýjar vörur, flóknar vörur, vörur þar sem erfitt er að meta gæði áður en þeirra er neytt (svokallaðar reynsluvörur) eða þar sem erfitt er að meta gæði jafnvel eftir neyslu (svokallaðar traustsvörur). Að auki kann einkadreifing að leiða til sparnaðar í vörustjórnun vegna stærðarhagkvæmni í flutningum og dreifingu.

(175) Dæmi um einkadreifingu á heildsölustiginu:

Á markaði fyrir varanlega neytendavöru er A markaðsleiðandi. A selur vörur sínar í gegnum einkaheildsala. Markaðssvæði heildsalanna eru heil EES-ríki í tilvikum smærri ríkja en landsvæði þegar um stærri EES-ríki er að ræða. Þessir einkadreifiaðilar sjá um sölu til allra smásala á sínu markaðssvæði. Þeir selja ekki til endanlegra neytenda. Heildsalarnir sjá um kynningarstarf á sínum markaði. Það felur í sér kostun staðbundinna atburða en einnig að útskýra og kynna nýjar vörur fyrir smásölum. Tækni- og vörunýjungar þróast nokkuð ört á þessum markaði og þjónusta fyrir sölu til smásala og til endanlegra neytenda er mikilvæg. Heildsalar eru ekki skyldaðir til að kaupa allt sem þeir þurfa af tilteknu vörumerki birgis A beint frá framleiðanda og verðmunarviðskipti (arbitrage) heildsala eða smásala eru möguleg vegna þess að flutningskostnaður er tiltölulega lágur miðað við virði vörunnar. Á heildsölum hvílir ekki skuldbinding um samkeppnisbann. Smásalar selja einnig nokkur vörumerki samkeppnisbirgja og það eru engir samningar um einka- eða valvísu dreifingu á smásölustigi. Á EES-markaðnum fyrir sölu til heildsala hefur A um það bil 50% markaðshlutdeild. Markaðshlutdeild hans í smásölu á hinum ýmsu landsmörkuðum er breytileg frá 40 – 60%. A á í samkeppni við 6 – 10 aðila á hverjum landsmarkaði: B, C og D eru stærstu keppinautarnir og eru einnig til staðar á hverjum landsmarkaði með markaðshlutdeild sem er breytileg frá 5 – 20%. Aðrir framleiðendur framleiða á landsvísi með minni markaðshlutdeild. B, C og D hafa áþekk dreifikerfi en framleiðendur á landsvísi hafa tilhneigingu til að selja smásölum vörur sínar beint. Á heildsölumarkaði sem lýst er hér að ofan er lítil hætta á skertri samkeppni innan vörumerkis og verðmismunun er lítil. Ekki er komið í veg fyrir verðmunarviðskipti og skortur á samkeppni innan vörumerkis skiptir ekki máli á heildsölustigi. Á smásölustigi eru hvorki hindruð samkeppni innan vörumerkis né samkeppni á milli vörumerkja. Enn fremur hafa einkasamningar á heildsölustigi engin áhrif á samkeppni á milli vörumerkja. Af þessum sökum er líklegt, ef samkeppnishamlandi áhrifa gætir, að skilyrðum fyrir undanþágu sé fullnægt.

(176) Dæmi um fjöleinkasölu (multiple exclusive dealership) á fäkeppnismarkaði:

Á landsmarkaði fyrir endanlega vöru eru fjórir aðilar stærstir á markaðnum, hver um sig með um 20% markaðshlutdeild. Þessir fjórir aðilar selja vöru sína í gegnum einkadreifiaðila á smásölustigi. Smásalar fá úthlutað einkamarkaðssvæði sem er bærinn þar sem þeir hafa aðsetur eða bæjarhverfi ef um stórbær er að ræða. Á flestum markaðssvæðum vill svo til að aðilarnir fjórir tilnefna sama einkadreifingaraðilann á smásölustigi (fjölsöluaðili), gjarnan staðsettan miðsvæðis og með nokkra sérhæfingu í vörunni. Smáir staðbundnir framleiðendur skipta á milli sín þeim 20% sem eftir eru, sá stærsti er með 5% hlut í

landsmarkaðnum. Þessir staðbundnu framleiðendur selja vörur sínar yfirleitt í gegnum aðra smásala einkum vegna þess að einkadreifiaðilar fjögurra stærstu birgjanna hafa almennt lítinn áhuga á að selja minna þekkt og ódýrari vörumerki. Á markaðnum er sterk vörumerkja- og vöruaðgreining. Stærstu aðilarnir fjórir eru með miklar auglýsingaherferðir á landsvísu og sterka merkjaímynd en jaðarframleiðendurnir auglýsa vörur sínar ekki á landsvísu. Markaðurinn er frekar þroskaður með stöðuga eftirspurn og enga meiriháttar vörueða tækninýjungar. Varan er tiltölulega einföld. Á svona fákeppnismarkaði er hætta á samráði á milli aðilanna fjögurra. Þessi hætta eykst með fjöleinkasölu fyrirkomulagi. Einkamarkaðssvæði takmarkar samkeppni innan vörumerkis. Samkeppni á milli stóru vörumerkjanna fjögurra er takmörkuð á smásölustigi þar eð einn smásali ákveður verð allra fjögurra vörumerkjanna á hverju markaðssvæði. Það fylgir fjöleinkasölu að ef einn framleiðandi lækkar verð á sínu vörumerki er smásalinn ekki ákafur í að lækka verð til endanlegra neytenda þar eð það minnkar sölu og hagnað af hinum vörumerkjunum. Af þessu leiðir að framleiðendur hafa minni áhuga á að fara í verðsamkeppni hver við annan. Samkeppni innan vörumerkis er til staðar aðallega með vörur jaðarframleiðendanna sem hafa lakari vörui mynd. Möguleg skilvirknirök fyrir (sameiginlegum) einkadreifiaðilum eru takmörkuð þar sem varan er tiltölulega einföld, endursalan krefst ekki sérstakra fjárfestinga eða þjálfunar og auglýsingar eru aðallega af hálfu framleiðenda.

Jafnvel þótt hver hinna stærstu aðila á markaðnum sé með markaðshlutdeild undir mörkunum getur verið að undanþága samkvæmt 3. mgr. 53. gr. sé ekki réttlæt看leg og afturköllun hópundanþágunnar kann því að vera nauðsynleg.

(177) Dæmi um einkadreifingu samfara einkakaupum:

Framleiðandi A er markaðsleiðandi á EES-markaði fyrir fyrirferðamikla varanlega neysluvöru með á milli 40% og 60% markaðshlutdeild á smásölumarkaði í flestum ríkjum. Í hverju EES-ríki eru u.þ.b. sjö keppinautar með mikið minni markaðshlutdeild, sá stærsti hefur 10% markaðshlutdeild. Þessir keppinautar eru aðeins á einum eða tveimur landsmörkuðum. A selur vörur sínar í gegnum innlend dótturfyrirtæki á landsvísu til einkadreifiaðila á smásölustigi og þeim er ekki heimil virk sala á markaðssvæðum hverra annarra. Að auki eru smásalarnir skyldugir til að kaupa vörur framleiðanda A eingöngu af innlendu dótturfyrirtæki framleiðanda A. Smásalarnir sem selja vörumerki A eru aðalsöluaðilar þeirrar gerðar vöru á sínu markaðssvæði. Þeir höndla með vörumerki sem eiga í samkeppni en þau njóta mismikillar velgengni og áhuga. A hefur 10 til 15% verðmun á milli markaða og minni mun innan hvers markaðar. Þetta kemur fram í minni verðmun á smásölustigi. Markaðurinn er tiltölulega stöðugur hvað varðar framboð og eftirspurn og ekki eru marktækar tæknibreytingar.

Á þessum mörkuðum er skert samkeppni innan vörumerkis ekki aðeins til komin vegna samninga um einkamarkaðssvæði á smásölustigi heldur aukast þau áhrif við skuldbindingu um einkakaup sem lögð er á smásalana. Skuldbindingin um einkakaup stuðlar að því að halda mörkuðum og markaðssvæðum aðskildum með því að gera verðmunarviðskipti (arbitrage) á milli einkasmásala ómöguleg. Einkasmásölunum er einnig óheimil virk sala á markaðssvæði hverra annarra og í reynd hafa þeir tilhneigingu til að forðast afhendingu utan síns markaðssvæðis. Þetta gerir verðmismunun mögulega. Verðmunarviðskipti neytenda eða sjálfstæðra söluaðila er takmörkuð vegna fyrirferðar vörunnar.

Möguleg rök fyrir skilvirkni þessa kerfis, sem tengjast stærðarhagkvæmni í flutningum og auglýsingastarfsemi á smásölustigi, eru ekki líkleg til að vega á móti neikvæðum áhrifum verðmismununar og skertrar samkeppni innan vörumerkis. Af þessum sökum er ólíklegt að skilyrði fyrir undanþágu séu uppfyllt.

2.3. Einkauðhlutun viðskiptavina (*Exclusive customer allocation*)

(178) Í samningi um einkauðhlutun viðskiptavina samþykkir birgirn að selja vörur sínar eingöngu einum dreifiaðila til endursölu til ákveðins flokks viðskiptavina. Jafnframt er virk sala dreifiaðilans yfirleitt takmörkuð við aðra einkauðhlutafa flokka viðskiptavina. Mögulegur skaði fyrir samkeppni felst aðallega í skertri samkeppni innan vörumerkis og afþiljun markaðar sem kynnir einkum að auðvelda mismunun í verði. Þegar flestir eða allir birgjar nota einkauðhlutun viðskiptavina kann það að auðvelda samráð bæði á stigi birgja og dreifiaðila.

(179) Einkaúthlutun viðskiptavina er undanþegin samkvæmt hópundanþágu-reglugerðinni þegar markaðshlutdeild birgisins er fyrir neðan 30% mörkin, jafnvel þó henni sé beitt með öðrum vægum lóðréttum takmörkunum svo sem samkeppnisbanni, magnþvingunum eða einkakaupum. Blanda einkaúthlutunar viðskiptavina og valvísrar dreifingar telst yfirleitt gróf takmörkun þar sem virk sala til endanlegra neytenda í gegnum tilnefnda dreifiaðila er yfirleitt ekki frjáls. Fyrir ofan mörk 30% markaðshlutdeildar gilda leiðbeiningar í 161. til 177. mgr. að breyttu breytanda við mat á einkaúthlutun viðskiptavina að teknu tilliti til eftirfarandi sértækra athugasemda.

(180) Úthlutun viðskiptavina gerir verðmunarviðskipti viðskiptavina yfirleitt erfiðari. Að auki, þar sem hver tilnefndur dreifiaðili hefur sinn eigin flokk viðskiptavina, kann ótilnefndum dreifiaðilum sem ekki falla í slíkan flokk að reynast erfitt að fá vöruna. Þetta mun minnka möguleg verðmunarviðskipti ótilnefndra dreifiaðila. Því er ólíklegt að einkaúthlutun viðskiptavina fyrir ofan 30% mörk markaðshlutdeildar hópundanþágu reglugerðarinnar sé undanþegin nema að því tilskildu að henni fylgi augljós og umtalsverð skilvirkni.

(181) Einkaúthlutun viðskiptavina er aðallega beitt um millistigsvörur og á heildsölustigi þegar um endanlegar vörur er að ræða þar sem unnt er að aðgreina hópa viðskiptavina með mismunandi sértækar þarfir að því er vöruna varðar.

(182) Einkaúthlutun viðskiptavina kanna að hafa í för með sér skilvirkni sér í lagi ef þess er krafist að dreifiaðilar fjárfesti til dæmis í sérstökum búnaði, sérþekkingu eða verkþekkingu til að laga sig að kröfum viðskiptavina í sínum flokki. Fyrningartími þessara fjárfestinga gefur til kynna réttlætana timalengd einkaúthlutunar viðskiptavina. Yfirleitt á þetta helst við um nýjar eða flóknar vörur sem krefjast aðlögunar að þörfum einstakra viðskiptavina. Greinanlegar sérþarfir eru líklegri hvað varðar millistigsvörur, þ.e. vörur sem eru seldar ólíkum fagkaupendum (professional buyers). Úthlutun endanlegra neytenda er ekki líkleg til að hafa í för með sér nein verðmunarviðskipti og er því ekki líkleg til að njóta undanþágu.

(183) Dæmi um einkaúthlutun viðskiptavina:

Fyrirtæki hefur þróað margbrotið úðunarkerfi. Fyrirtækið hefur um þessar mundir 40% markaðshlutdeild á markaði fyrir úðunarkerfi. Þegar sala á margbrotna úðunarkerfinu hófst hafði eldri vara þess 20% markaðshlutdeild. Uppsetning nýja úðunarkerfisins fer eftir gerð húsnæðisins sem það er sett upp í og eftir notkun húsnæðisins (skrifstofur, efnaverksmiðja, sjúkrahús, o.s.frv.). Fyrirtækið hefur valið nokkra dreifiaðila til að selja og setja upp úðunarkerfið. Hver dreifiaðili þurfti að þjálfa starfsfólk sitt fyrir almennar og sértækar kröfur fyrir uppsetningu úðunarkerfisins fyrir sérstakan flokk viðskiptavina. Til að tryggja að dreifiaðilar sérhæfi sig úthlutaði fyrirtækið hverjum dreifiaðila einkaflokki viðskiptavina og bannaði virka sölu þeirra til einkaflokks viðskiptavina hverra annarra. Eftir fimm ár verður öllum einkadreifiaðilum heimilt að selja öllum flokkum viðskiptavina og þar með myndi kerfinu fyrir einkaúthlutun viðskiptavina vera lokið. Birgirinn getur þá einnig hafið sölu til nýrra dreifiaðila. Markaðurinn er allkvikur, tveir aðilar hafa nýlega komið inn á hann og ýmsar tækniframfarir hafa orðið. Keppinautar með markaðshlutdeild á milli 25% og 5% eru einnig að uppfæra vörur sínar.

Þar sem einkaúthlutunin er af takmarkaðri timalengd eykur það líkurnar á því að fjárfesting dreifiaðilanna skili sér og gerir þeim kleift að einbeita sér í upphafi að sölu til sérstaks flokks viðskiptavina til að læra viðskiptin, og þar sem möguleg samkeppnishamlandi áhrif eru takmörkuð á kvikum markaði, er líklegt að skilyrðin fyrir undanþágu séu uppfyllt.

2.4. Valvís dreifing

(184) Samningar um valvís dreifingu, svo sem samningar um einkadreifingu, takmarka annars vegar fjölda heimilaðra dreifiaðila og hins vegar möguleika á endursölu. Munurinn á einkadreifingu og valvísri dreifingu er að í síðarnefnda tilvikinu er takmörkun á fjölda söluaðila ekki háð fjölda markaðssvæða heldur valviðmiðum sem tengjast fyrst og fremst eðli vörunnar. Annar munur á einkadreifingu og valvísri dreifingu er að takmörkun á endursölu er ekki takmörkun á virkri sölu inn á markaðssvæði heldur takmörkun á hvers konar sölu til dreifiaðila án leyfis þannig að aðeins tilnefndir söluaðilar og endanlegir neytendur eru mögulegir kaupendur. Valvís dreifing er svo til alltaf notuð við dreifingu vörumerktra vara.

(185) Hugsanlegur skaði fyrir samkeppni felst í skertri samkeppni innan vörumerkis og sér í lagi ef um er ræða uppsöfnuð áhrif, útilokun vissrar/vissra tegundar/tegunda dreifiaðila og auðveldað samráð milli birgja eða kaupenda. Til að meta möguleg samkeppnishamlandi áhrif valvísrar dreifingar samkvæmt 1. mgr. 53. gr. verður að gera greinarmun á milli eiginleikabundinnar (qualitative) valvísrar dreifingar eingöngu og magnbundinnar (quantitative) valvísrar dreifingar. Með eiginleikabundinni valvísi dreifingu eingöngu eru söluaðilar aðeins valdir eftir hlutlægum viðmiðum sem fara eftir eðli vörunnar svo sem þjálfun sölumanna, þjónustu við söluaðila, ákveðið úrval vara sem seld er o.s.frv.⁽³⁷⁾. Beiting slíkra viðmiða takmarkar ekki beint fjölda söluaðila. Hrein eiginleikabundin valvís dreifing er yfirleitt talin vera utan 1. mgr. 53. gr. vegna þess að samkeppnishamlandi áhrif vantar, að því tilskildu að þrjú skilyrði séu uppfyllt. Í fyrsta lagi að eðli viðkomandi vöru krefjist valvís dreifingarkerfis í þeim skilningi að slíkt kerfi sé réttmæt krafa með tilliti til eðli vörunnar sem um ræðir til að varðveita eiginleika hennar og tryggja rétta notkun hennar. Í öðru lagi að endursöluaðilar skulu vera valdir á grundvelli hlutlegra viðmiða sem eru samskonar fyrir alla hugsanlega endursöluaðila og er ekki beitt þannig að mismunað sé. Í þriðja lagi að viðmiðin sem sett eru gangi ekki lengra en nauðsyn krefur⁽³⁸⁾. Magnbundin valvís dreifing bætir við viðmiðum fyrir val sem takmarkar á beinni hátt mögulegan fjölda söluaðila með því til dæmis að krefjast lágmarks- eða hámarkssölu, ákvarða fjölda söluaðila, o.s.frv.

(186) Eiginleikabundin og magnbundin valvís dreifing með allt að 30% markaðshlutdeild er undanþegin samkvæmt hópundanþágu-reglugerðinni jafnvel þó hún sé með öðrum vægum lóðréttum takmörkum svo sem samkeppnisbanni eða einkadreifingu að því tilskildu að virk sala milli heimilaðra dreifiaðila og til endanlegra notenda sé ekki takmörkuð. Samkvæmt hópundanþágu-reglugerðinni er valvís dreifing undanþegin óháð eðli viðkomandi vöru. Hins vegar bætir slíkt dreifikerfi yfirleitt ekki skilvirkni nægjanlega þegar eðli vörunnar krefst ekki valvísrar dreifingar til að vega á móti umtalsvert minni samkeppni innan vörumerkis. Ef merkjanleg samkeppnishamlandi áhrif eiga sér stað er líklegt að hópundanþágan verði afturkölluð. Þar að auki eru eftirfarandi leiðbeiningar gefnar fyrir mat valvísrar dreifingar í einstökum tilvikum sem hópundanþágu-reglugerðin tekur ekki til og fyrir mat á uppsöfnuðum áhrifum vegna samhliða valvísra dreifineta.

(187) Markaðsstaða birgisins og keppinauta hans er lykilatriði við mat á hugsanlegum samkeppnishamlandi áhrifum þar sem skert samkeppni innan vörumerkis er aðeins vandamál ef samkeppni milli vörumerkja er takmörkuð. Því sterkari sem staða birgisins er því meiri vanda veldur skerðing á samkeppni innan vörumerkja. Annar mikilvægur þáttur er fjöldi valvísra dreifikerfa á sama markaði. Þegar einkadreifing er notuð af aðeins einum birgi sem er ekki markaðsráðandi skapar eiginleikabundin valvís dreifing yfirleitt ekki hrein neikvæð áhrif að því tilskildu að samningsvaran, vegna eðlis síns, krefjist að notað sé valvist dreifikerfi og að valviðmið sem notast er við sé nauðsynlegt til að tryggja skilvirka dreifingu viðkomandi vöru. Raunin virðist hins vegar vera að valvís dreifing sé oft notuð af hluta birgja á tilteknum markaði.

(188) Staða keppinauta getur haft tvíþætt gildi og gegnir sérstöku hlutverki ef um er að ræða uppsöfnuð áhrif. Séu keppinautar sterkir þýðir það yfirleitt að nægileg samkeppni innan vörumerkis vegur auðveldlega á móti minni samkeppni innan vörumerkja. Hins vegar, noti meginhluti stærstu birgja valvísra dreifingu, dregur það umtalsvert úr samkeppni innan vörumerkis og hugsanlega lokast viss tegund dreifiaðila frá markaðnum, auk þess sem hætta vex á samráði milli stóru birgjanna. Hættan á útilokun skilvirkari dreifiaðila hefur alltaf verið meiri við valvísra dreifingu heldur en við einkadreifingu vegna takmarkana á sölu til söluaðila utan kerfisins. Þessu er ætlað að gefa valvísnum dreifikerfum þau einkenni að þau eru ekki opin öllum sem gerir óheimiliðum söluaðilum ókleift að afla sér birgða. Að þessu leyti hentar valvís dreifing einkar vel til að losna við þrýsting afsláttaraðila (price discounters) á álagningu framleiðanda svo og á álagningu heimiliðu söluaðilanna.

(189) Þegar hópundanþágu-reglugerðin gildir um einstök valvís dreifikerfi kemur til greina að afturkalla eða rjúfa hópundanþáguna í tilfelli uppsafnaðra áhrifa. Hins vegar er vandi við uppsöfnuð áhrif ekki líklegur til að skapast þegar markaðsyfirgrip valvísrar dreifingar er minna en 50%. Einnig er ekki líklegt að vandi skapist þegar markaðsyfirgrip er meira en 50% en sameiginleg heildarmarkaðshlutdeild fimm stærstu birgja (CR5) er undir 50%. Þegar bæði markaðshlutdeild CR5 og markaðsyfirgrip valvísrar dreifingar eru

⁽³⁷⁾ Sjá til dæmis dómsúrskurð dómstóls á fyrsta dómstigi í máli T-88/92 – Groupement d'achat Édouard Leclerc gegn framkvæmdastjórninni [1996] ECR II-1961.

⁽³⁸⁾ Sjá dómsúrskurð dómstóls Evrópubandalaganna í máli 31/80 – L'Oréal gegn PVBA [1980] ECR 3775, 15. og 16. mgr.; í máli 26/76 – Metro I [1977] ECR 1875, 20. og 21. mgr.; í máli 107/82 – AEG [1983] ECR 3151, 35. mgr.; og dómstóls á fyrsta dómstigi í máli T-19/91 – Vichy gegn framkvæmdastjórninni [1992] ECR II-415, 65. mgr.

meiri en 50% er matið breytilegt eftir því hvort allir fimm stærstu birgjarnir nota valvís dreifingu eða ekki. Því sterkari sem staða keppinautanna sem ekki nota valvís dreifingu er, þeim mun ólíklegri er útilokun annarra dreifiaðila. Ef allir fimm stærstu birgjarnir nota valvís dreifingu getur samkeppni orðið áhyggjuefni sérstaklega varðandi samninga þar sem magnbundnu valviðmiði er beitt með því að takmarka beint fjölda heimilaðra söluaðila. Skilyrði 3. mgr. 53. gr. eru yfirleitt ekki líkleg til að vera uppfyllt ef viðkomandi valvís dreifikerfi hindra aðgang að markaðnum fyrir nýja dreifiaðila sem eru hæfir til að selja viðkomandi vörur á fullnægjandi hátt, sérstaklega afsláttaraðilar, og takmarkar þar með dreifingu við dreifileiðir sem til eru á kostnað endanlegra kaupenda. Óbeinni aðferðir við magnbundna valvís dreifingu, tilkomnar meðal annars af samsetningu hreins eiginleikabundins vals og kröfu til söluaðila um árleg lágmarksskaup, eru ekki jafn líklegar til að skapa hrein neikvæð áhrif, sé slíkt magn ekki umtalsvert hlutfall heildarveltu söluaðilans með viðkomandi vöru og sé það ekki umfram það sem nauðsynlegt er til að birgirinn fái endurheimt tengslasérgreindar fjárfestingar sínar og/eða notið stærðarhagkvæmni í dreifingu. Hvað varðar þátt einstakra aðila er yfirleitt ekki litið svo á að birgir með minna en 5% markaðshlutdeild eigi verulegan þátt í uppsöfnuðum áhrifum.

(190) „Aðgangshindranir“ skipta einkum máli þegar um er að ræða útilokun óheimilaðra söluaðila frá markaði. Þar eð valvísri dreifingu er jafnan beitt af framleiðendum vörumerktra vara verða aðgangshindranir yfirleitt umtalsverðar. Það krefst jafnan tíma og töluverðrar fjárfestingar af hálfu smásala utan kerfisins að markaðssetja sín eigin vörumerki eða afla sér samkeppnishæfra birgða annars staðar.

(191) „Kaupandastyrkur“ kann að auka hættuna á samráði milli söluaðila og því að breyta umtalsvert mati á hugsanlegum samkeppnishamlandi áhrifum valvísrar dreifingar. Útilokun hagkvæmari smásöluaðila frá markaði kann að leiða af valvísri dreifingu sér í lagi þegar sterk samtök söluaðila þvinga upp á birginn viðmiðum við val með það að markmiði að einskorða dreifingu þannig að það sé meðlimum þeirra til hagsbóta.

(192) C-liður 5. gr. hópundanþágu-reglugerðarinnar mælir fyrir um að birgirinn megi ekki krefjast skuldbindingar sem veldur því að heimilaðir söluaðilar geti ekki, beint eða óbeint, selt vörumerki tiltekinna samkeppnisbirgja. Þetta skilyrði er sett sérstaklega til að koma í veg fyrir lárétt samráð með það að markmiði að útiloka tiltekin vörumerki þar sem leiðandi birgjar koma sér upp völdum hópi vörumerkja. Slíkt skilyrði er ekki líklegt til að vera undanþegið ef CR5 er 50% eða meira nema ef enginn þeirra birgja sem setja slíka skuldbindingu sé í hópi fimm stærstu birgja á markaðnum.

(193) Útilokun annarra birgja er yfirleitt ekki vandamál svo fremi að aðrir birgjar geti notað sömu dreifiaðila, þ.e. svo fremi að í valvís dreifikerfinu sé ekki einnig sett sem skilyrði að ekki sé höndlað með önnur vörumerki. Þar sem fyrir er þétt net viðurkenndra dreifiaðila eða þegar áhrifa uppsöfnunar gætir kann samsetning valvísrar dreifingar og skilyrða um samkeppnisbann að hafa í för með sér hættu á útilokun annarra birgja. Í því tilfelli gilda meginreglur um skilyrði um eitt vörumerki sem eru sett fram hér að ofan. Þar sem valvís dreifing fer ekki saman við skuldbindingu um samkeppnisbann kann útilokun samkeppnisbirgja samt að vera vandamál ef ráðandi birgjar beita ekki aðeins hreint eiginleikabundnu vali heldur leggja vissar viðbótarkröfur á söluaðila sína svo sem skuldbindinguna að taka frá lágmarks hillupláss fyrir vörur þeirra eða að tryggja að sala vara þeirra nái tilteknu lágmarks hlutfalli af heildarveltu söluaðilans. Ólíklegt er að slíkur vandi komi upp ef markaðsyfirgrip valvísrar dreifingar er minna en 50% eða, þar sem markaðsyfirgripin fara yfir það, ef markaðshlutdeild fimm stærstu birgja er undir 50%.

(194) Þroski markaðarins er mikilvægur þar sem minni samkeppni innan vörumerkis og möguleg útilokun birgja eða söluaðila kann að vera alvarlegt vandamál á þroskuðum markaði en skiptir minna máli á markaði þar sem eftirspurn er vaxandi, tækni breytist og markaðsstöður breytast.

(195) Valvís dreifing kann að vera skilvirk þegar hún hefur í för með sér sparnað við vörustjórnun (logistics) vegna stærðarhagkvæmni í flutningum og þetta kann að eiga við óháð eðli vörunnar (6. skilvirkni 116. mgr.). Hins vegar er þetta yfirleitt aðeins óveruleg skilvirkni í valvísu dreifingarkerfum. Eðli vörunnar er mjög mikilvægur þáttur í því að stuðla að lausn laumufarþegavandans milli dreifiaðila (1. skilvirkni 116. mgr.) eða til að stuðla að því að búa til ímynd vörumerkis (8. skilvirkni í 116. mgr.). Almenn á þetta helst við um nýjar vörur, þar sem erfitt er að meta gæðin fyrir neyslu (svokallaðar reynsluvörur) eða þar sem erfitt er að meta gæði jafnvel eftir neyslu (svokallaðar traustsvörur). Samsetning valvísrar dreifingar og einkadreifingar er líkleg til að brjóta í bága við 53. gr. ef henni er beitt af birgi með yfir 30% markaðshlutdeild eða ef um er að ræða uppsöfnuð áhrif jafnvel þótt virk sala milli markaðssvæða sé frjáls.

Slík samsetning kann í undantekningartilvikum að uppfylla skilyrði 3. mgr. 53. gr. ef óhjákvæmilegt er að verja umtalsverðar og tengslasérgreindar fjárfestingar viðurkenndra söluaðila (4. skilvirkni í 116. mgr.).

(196) Til að tryggja að valin sé takmörkun sem veldur síst samkeppnishömlum skiptir máli að athuga hvort hægt sé að ná sömu skilvirkni með sambærilegum kostnaði til dæmis með skilyrðum um þjónustu eingöngu.

(197) Dæmi um magnbundna valvísu dreifingu:

Á markaði fyrir varanlega neysluvöru selur markaðsleiðandi aðili á markaði (vörumerki A) með 35% markaðshlutdeild vöru sínar til endanlegra neytenda með valvísu dreifikerfi. Það eru sett nokkur viðmið fyrir aðgang að kerfinu: verslunin verður að hafa þjálfað starfsfólk og bjóða þjónustu fyrir sölu, í versluninni skal vera sérhæft svæði fyrir sölu vörunnar og sambærilegra hátæknivara og verslunin verður að selja fjölbreytt úrval vara frá birginum og stilla þeim upp á aðlaðandi hátt. Ennfremur takmarkast fjöldi leyfilegra smásöluaðila beint við ákvörðun um hámarksfjölda smásöluaðila miðað við íbúafjölda í hverju héraði eða þéttbýli. Framleiðandi A hefur 6 keppinauta á þessum markaði. Stærstu keppinautarnir, B, C og D hafa hver um sig 25, 15 og 10% markaðshlutdeild en aðrir framleiðendur hafa minni markaðshlutdeild. A er eini framleiðandinn sem notar valvísu dreifingu. Valvísir dreifiaðilar vörumerkis A eru alltaf með nokkur vörumerki sem eiga í samkeppni. Hins vegar eru vörumerki keppinauta einnig seld víða í verslunum sem ekki tilheyra valvísu dreifikerfi A. Dreifileiðir eru margs konar: þar má nefna að vörumerki B og C eru seld í flestum verslunum sem A velur en einnig í öðrum verslunum með hágæðapjónustu og í risamörkuðum. Vörumerki D er aðallega selt í verslunum með hátt þjónustustig. Tækniframfarir eru örar á þessum markaði og helstu birgjar viðhalda sterkri gæðaimynd vöru sinnar með auglýsingum. Á þessum markaði er markaðsyfirgrip valvísrar dreifingar um 35%. Samkeppni á milli vörumerkja verður ekki beint fyrir áhrifum af valvísu dreifikerfi A. Samkeppni innan vörumerkis A, kann að verða minni en neytendur hafa aðgang vörumerkjum B og C hjá smásölum með lág verð og lágt þjónustustig sem hafa gæðaimynd sambærilega við A. Enn fremur er aðgangur annarra vörumerkja að smásöluaðilum með hátt þjónustustig ekki útilokaður þar sem það er ekki takmarkað hvað tilteknir dreifiaðilar mega selja mikið af vörumerkjum keppinauta og takmarkaður fjöldi smásala sem selja vörumerki A gefur öðrum smásölum með hátt þjónustustig svigrúm til að dreifa vörumerkjum keppinauta. Í þessu tilfelli er líklegt, í ljósi þjónustubarfa og skilvirkni sem þær eru líklegar til að hafa í för með sér og vegna takmarkaðra áhrifa á samkeppni innan vörumerkis, að fullnægt sé skilyrðum fyrir því að A fái undanþágu til að beita valvísu dreifikerfi.

(198) Dæmi um valvísu dreifingu með uppsöfnuð áhrif:

Á markaði fyrir tiltekna íþróttavöru eru sjö framleiðendur sem eru hver um sig með 25%, 20%, 15%, 15%, 10%, 8% og 7% markaðshlutdeild. Fimm stærstu framleiðendurnir dreifa vörum sínum með magnbundinni valvísri dreifingu á meðan tveir minnstu nota önnur dreifikerfi þannig að markaðsyfirgrip valvísrar dreifingar er 85%. Viðmið fyrir aðgang að valvísu dreifikerfum eru merkilega áþekk frá einum framleiðanda til annars: verslanir skulu hafa þjálfað starfsfólk og geta veitt þjónustu fyrir sölu, sérhæft svæði skal vera í versluninni eingöngu fyrir sölu vörunnar og lágmarksstærð svæðisins er tilgreind. Krafist er af versluninni að hún selji breitt úrval viðkomandi vörumerkis og stilli hlutum upp á aðlaðandi hátt, verslunin verður að vera við verslunarstræti og þessi gerð hluta verður að vera að minnsta kosti 30% af heildarveltu verslunarinnar. Að jafnaði er sami söluaðili tilnefndur valvís dreifiaðili fyrir öll fimm vörumerkin. Vörumerkin tvö sem ekki eru í valvísri dreifingu eru yfirleitt seld í gegnum minna sérhæfða smásala með lægra þjónustustig. Markaðurinn er stöðugur bæði hvað varðar framboð og eftirspurn og það er sterk ímynd vörumerkis og greinarmunur gerður á milli vara. Leiðandi aðilarnir fimm eru með sterka vörumerkjaímynd sem þeir hafa öðlast með auglýsingum og kostun en aðferð minni framleiðendanna tveggja er að vera með ódýrari vörur sem ekki hafa sterka vörumerkjaímynd.

Á þessum markaði hafa almennir afsláttaraðilar ekki aðgang að ráðandi vörumerkjunum fimm. Reyndar útilokar krafan um að þessi tegund vöru standi á bak við a.m.k. 30% veltu söluaðilanna og viðmið um framsetningu og þjónustu fyrir sölu flesta afsláttaraðila frá neti heimilaðra söluaðila. Af þessu leiðir að neytendur hafa engan annan kost en að kaupa leiðandi vörumerkin fimm í verslunum með hátt þjónustustig/hátt verð. Það leiðir til minni samkeppni milli vörumerkja þeirra fimm stærstu. Það að hægt er að kaupa tvö minnstu vörumerkin í verslunum með lágt þjónustustig/lágt verð vegur ekki upp á móti þessum áhrifum vegna þess að ímynd vörumerkja aðilanna fimm er mikið betri. Samkeppni milli vörumerkja er einnig takmörkuð vegna þess að söluaðilar selja mörg vörumerki. Jafnvel þó að samkeppni

innan vörumerkis sé að einhverju leyti til staðar og fjöldi smásöluaðila sé ekki takmarkaður beint, eru viðmið fyrir aðgang það ströng að smásöluaðilar með fimm stærstu vörumerkin verða fáir á hverju markaðssvæði.

Skilvirknin sem tengist þessum magnbundnu valvísu dreifikerfum er lítil: varan er ekki mjög flókin og réttlætir ekki sérlega hátt þjónustustig. Ef framleiðendur geta ekki sýnt fram á að greinileg skilvirkni fylgi valvísu dreifineti þeirra er líklegt að hópundanþágan verði dregin til baka vegna uppsöfnunaráhrifa sem leiða til minna vöruvals og herra verðs til neytenda.

2.5. Veiting sérleyfis

(199) Samningar um sérleyfi fela í sér nýtleysi fyrir hugverkarétt sérstaklega í sambandi við vörumerki eða merki/einkenni (signs) og verkþekkingu við notkun og dreifingu vöru eða þjónustu. Auk nýtleysis fyrir hugverkarétt veitir sérleyfisveitandinn sérleyfishafanum viðskipta- eða tækniaðstoð á meðan samningurinn er í gildi. Nýtleysið og aðstoðin eru samþætt viðskiptaaðferðinni sem sérleyfið er veitt fyrir. Almennt greiðir sérleyfishafinn sérleyfisveitandanum þóknun fyrir notkun þeirrar sérstöku viðskiptaaðferðar sem um er að ræða. Veiting sérleyfis kann að gera sérleyfisveitanda kleift að koma á fót samræmdu dreifineti fyrir vörur sínar með litlum tilkostnaði. Auk ákvæða um viðskiptaaðferð er að finna í sérleyfissamningum samsetningu mismunandi lóðréttra takmarkana fyrir vöruna sem dreift er, sér í lagi notkun valvísrar dreifingar og/eða samkeppnisbanns og/eða einkadreifingu eða vægari afbrigði þeirra.

(200) Umfjöllun um nýtleysi fyrir hugverkarétt í samningum um sérleyfi sem falla undir hópundanþágu-reglugerðina er að finna í 23. til 45. mgr. Varðandi lóðréttar takmarkanir á kaup, sölu og endursölu vöru og þjónustu innan sérleyfissamnings svo sem valvísra dreifingu, samkeppnisbann eða einkadreifingu, gildir hópundanþágu-reglugerðin upp að 30% marki markaðshlutdeildar gagnvart sérleyfisveitanda eða birgja sem sérleyfisveitandi tilnefnir⁽³⁹⁾. Leiðbeiningarnar hér að framan varðandi þessar takmarkanir gilda einnig um sérleyfi, með eftirfarandi athugasemdum:

- 1) Í samræmi við almennu regluna í lið 8 (sjá 119. mgr.), gildir að því mikilvægara sem framsal verkþekkingar er, því auðveldar uppfylla lóðréttar takmarkanir skilyrði fyrir undanþágu.
- 2) Skuldbinding um samkeppnisbann á vörur eða þjónustu sem sérleyfishafi kaupir fellur utan 1. mgr. 53. gr. þegar skuldbindingin er nauðsynleg til að viðhalda almennri sameiginlegri ímynd og orðstír sérleyfisnetsins. Í slíkum tilfellum er tímalengd skuldbindingarinnar um samkeppnisbann einnig aukaatriði samkvæmt 1. mgr. 53. gr., svo lengi sem hún gildir ekki lengur en sjálfur sérleyfissamningurinn.

(201) Dæmi um veitingu sérleyfis:

Framleiðandi hefur þróað nýja aðferð til að selja sælgæti í svokölluðum gaman-verslunum (fun shops) þar sem hægt er að lita sælgætið sérstaklega eftir óskum neytandans. Framleiðandi sælgætisins hefur einnig þróað vélarnar til að lita sælgætið. Framleiðandinn býr einnig til litarefnið. Gæði og ferskleiki litarefnisins skipta öllu til að hægt sé að búa til gott sælgæti. Sælgæti framleiðandans sló í gegn á nokkrum smásölustöðum hans sem allir hafa sama verslunarmerki (trade name) og hafa einsleita gaman-ímynd (útlit og framsetning verslana, sameiginlegar auglýsingar, o.s.frv.). Til að auka sölu setti framleiðandinn sérleyfiskerfi á laggirnar. Sérleyfishafar verða að kaupa sælgætið, litarefnið og litunarvélnar af framleiðandanum, hafa sömu ímynd og starfa undir verslunarmerkinu, greiða sérleyfisgjald, koma að sameiginlegum auglýsingum og tryggja að farið sé með handbók sérleyfisveitandans um starfshætti sem trúnaðarmál. Auk þess er sérleyfishöfum aðeins heimilt að selja frá heimilaðri starfsstöð, þeim er aðeins heimilt að selja endanlegum notendum eða öðrum sérleyfishöfum og er óheimilt að selja annað sælgæti. Sérleyfisveitandinn skuldbindur sig til að tilnefna ekki annan sérleyfishafa eða að reka sjálfur smásölustað á tilteknu samningssvæði. Sérleyfisveitanda er einnig skylt að endurnýja að þróa frekar vörur sínar, viðskiptaímyndina og handbókina um starfshætti og að gera þessar endurbætur aðgengilegar öllum smásölusérleyfishöfum. Sérleyfissamningar eru gerðir til 10 ára.

⁽³⁹⁾ Sjá einnig dómsúrskurð dómstóls Evrópubandalaganna í máli 107/82 – AEG [1983] ECR 3151, 35. mgr.; og dómstóls á fyrsta dómstigi í máli T-19/91 – Vichy gegn framkvæmdastjórninni [1992] ECR II-415, 65. mgr. Sjá einnig 89. til 95. mgr., sér í lagi 95. mgr.

Sælgætissmáasalar kaupa sælgæti á markaði á landsvísi annað hvort af innlendum framleiðendum sem koma til móts við innlendan smekk eða af heildsölum sem flytja inn sælgæti frá erlendum framleiðendum auk þess að selja vörur frá innlendum framleiðendum. Á þessum markaði eiga vörur sérleyfishafans í samkeppni við önnur sælgætisvörumerki. Sérleyfisveitandinn er með 30% markaðshlutdeild í sölu sælgætis til smásala. Hann á í samkeppni við nokkur innlend og fjölþjóðleg vörumerki, framleidd í sumum tilfellum af stórum fjölþættum matvæla fyrirtækjum. Mögulegir sölustaðir fyrir sælgæti eru margir, söluturnar, matvöruverslanir, mótuneyti og sérhæfðar sælgætisverslanir. Á markaði fyrir vélbúnað til að lita matvöru er markaðshlutdeild sérleyfisveitandans minni en 10%.

Flest skilyrði í sérleyfissamningnum má líta á sem nauðsynleg til að vernda hugverkarétt eða viðhalda sameiginlegri ímynd og orðstír sérleyfisnetsins og falla utan 1. mgr. 53. gr. Takmarkanir á sölu (samningssvæði og valvís dreifing) hvetja sérleyfishafa til að fjárfesta í litunarvélinni og sérleyfishugtakinu og þótt það sé ekki nauðsynlegt til að vernda sameiginlega ímyndina, þá stuðlar það að minnsta kosti að því að sameiginlega ímyndin haldist og vegur þannig á móti minni samkeppni innan vörumerkis. Ákvæðið um samkeppnisbann sem útilokar önnur sælgætisvörumerki frá þessum verslunum allan gildistíma samningsins gerir sérleyfisveitanda kleift að halda sama yfirbragði útsölastaða og hindra að keppinautar geti hagnast á verslunarkerkinu. Það hefur ekki í för með sér neina alvarlega útilokun í ljósi þess að sælgætisframleiðendur hafa aðgang að fjölda annarra mögulegra útsölastaða. Sérleyfissamningar þessa sérleyfisveitanda, að því leyti sem þeir falla undir 1. mgr. 53. gr., eru líklegir til að uppfylla skilyrði fyrir undanþágu samkvæmt 3. mgr. 53. gr.

2.6. Einkasala (Exclusive supply)

(202) Einkasala er skilgreind í c-lið 1 gr. hópundanþágu-reglugerðarinnar sem ýtrasta snið takmarkaðrar dreifingar að því er varðar takmörkun fjölda kaupenda: í samningnum kemur fram að birgirinn má aðeins selja einum kaupanda tiltekna vöru innan EES-svæðisins. Fyrir millistigsvörur og þjónustu merkir einkasala að það er aðeins einn kaupandi innan EES eða að það er aðeins einn kaupandi innan EES með tilliti til tiltekinnar notkunar. Einkasala er oft nefnd iðnaðarvörusala (industrial supply) þegar átt er við millistigsvörur eða -þjónustu.

(203) Einkasala eins og hún er skilgreind í c-lið 1. gr. hópundanþágu-reglugerðarinnar er undanþegin samkvæmt 1. mgr. 2. gr., sbr. 2. mgr. 3. gr. hópundanþágu-reglugerðarinnar allt að 30% markaðshlutdeild kaupandans jafnvel þótt beitt sé um leið öðrum vægum takmörkunum svo sem samkeppnisbanni. Fyrir ofan mörk markaðshlutdeilda gilda eftirfarandi leiðbeiningar við mat á einkasölu í einstökum tilvikum.

(204) Helsti samkeppnisskaðinn við einkasölu er útilokun annarra kaupenda. Markaðshlutdeild kaupandans á aðliggjandi innkaupsmarkaði er greinilega mikilvæg við mat á getu kaupandans til að „leggja á“ einkasölu sem útilokar aðgang annarra kaupenda að vörum. Mikilvægi kaupandans á fráliggjandi markaði ræður hins vegar úrslitum um hvort samkeppnisvandi kemur upp. Hafi kaupandinn engan markaðsstyrk á fráliggjandi markaði, er ekki að vænta mælanlegra neikvæðra áhrifa fyrir neytendur. Hins vegar má vænta neikvæðra áhrifa þegar markaðshlutdeild kaupanda á fráliggjandi vörusölumarkaði svo og á aðliggjandi innkaupsmarkaði er meiri en 30%. Þegar markaðshlutdeild kaupandans á aðliggjandi markaði er ekki meiri en 30% geta afleiðingarnar samt sem áður verið umtalsverð útilokunaráhrif, sérstaklega ef markaðshlutdeild kaupandans á fráliggjandi markaðnum er meiri en 30%. Í slíkum tilfellum kann að vera nauðsynlegt að afturkalla hópundanþáguna. Þegar fyrirtæki er ráðandi á fráliggjandi markað getur hvers kyns skuldbinding um að selja eingöngu eða að mestu aðeins til markaðsráðandi kaupanda auðveldlega haft marktæk samkeppnishamlandi áhrif.

(205) Það er ekki eingöngu staða kaupandans á aðliggjandi eða fráliggjandi markaði sem er mikilvæg heldur einnig umfang og tímalengd skuldbindinga hans um einkasölu. Þeim mun herra sem hlutfall bundinnar vörusölu er þeim mun marktækari er útilokunin líkleg til að verða. Þegar um er að ræða einkasölusamninga milli fyrirtækja sem ekki eru ráðandi til minna en fimm ára þarf að meta samkeppnishvetjandi og samkeppnishamlandi áhrif samninganna en samningar til lengri tíma en fimm ára eru í flestum tegundum fjárfestinga ekki taldir nauðsynlegir til að ná fram staðhæfðri skilvirkni eða skilvirknin er ekki nægjanleg til að veða á móti útilokunaráhrifum slíkra einkasölusamninga til langs tíma.

(206) Markaðsstaða kaupenda í samkeppni á aðliggjandi markaði er mikilvæg þar sem það er aðeins líklegt að það séu samkeppniskaupendur sem útilokast vegna skaðlegra samkeppnisáhrifa, þ.e. vegna kostnaðarauka, ef þeir eru töluvert minni en kaupandinn sem útilokar.

Útilokun samkeppniskaupenda er ekki mjög líkleg þegar þeir hafa svipaðan kaupandastyrk og geta boðið birgjum áþekka sölumöguleika. Í því tilfelli lokast mögulegir nýliðar aðeins frá markaðnum ef þeir eiga ekki möguleika á að tryggja sér vörur þar sem fjöldi stórra kaupenda gerir samninga um einkasölu við meirihluta birgja á markaðnum. Uppsöfnuð áhrif af þessu tagi kunna að leiða til afturköllunar hópundanþágu-reglugerðarinnar.

(207) Aðgangshindranir á vörusölustigi skipta máli þegar meta á hvort um er að ræða raunverulega útilokun. Svo fremi að það hafi í för með sér skilvirkni fyrir kaupendur í samkeppni að útvega vörurnar eða þjónustuna sjálfir með lóðréttri samþættingu við aðliggjandi markaði er útilokun líklega ekki mikið vandamál. Hins vegar geta aðgangshindranir iðulega verið umtalsverðar.

(208) Geta birgja til að vega móti þessu skiptir máli þar eð stórir birgjar láta það ekki auðveldlega viðgangast að þeir séu útilokaðir frá öðrum kaupendum. Hætta á útilokun er því aðallega þar sem birgjar eru veikir og kaupendur sterkir. Þegar birgjar eru sterkir getur einkasala verið samfara samkeppnisbanni. Þegar einkasölu fylgir samkeppnisbann fer um mat á því eftir þeim reglum sem mótaðar hafa verið um mat á skilyrðum um að söluaðili hafi aðeins eitt vörumerki á boðstólum. Þegar báðir aðilar hafa lagt í tengslasérgreindar fjárfestingar (ránsvandi) er samsetning einkasölu og samkeppnisbanns, þannig að báðir aðilar að iðnaðarvörusamningi hafa einkarétt í iðnaðarvörusamningum á viðskiptum við hinn, yfirleitt réttmæt, svo framarlega sem hvorugur aðilana er markaðsráðandi.

(209) Að lokum, viðskiptastig og eðli vörunnar skipta máli við útilokun. Útilokun er ekki jafn líkleg þegar millistigsvara á í hlut eða þegar varan er einsleit. Í fyrsta lagi hefur útilokaður framleiðandi sem notar tiltekið ílag yfirleitt meira svigrúm til að bregðast við eftirspurn viðskiptavina sinna heldur en heildsali/smásali hefur til að bregðast við kröfum endanlegs neytanda þar sem vörumerki kunna að skipta miklu máli. Í öðru lagi skiptir það minna máli fyrir kaupendur að hafa ekki aðgang að tiltekinni vörutegund ef varan er einsleit (homogeneous products) heldur en þegar varan er misleit (heterogeneous product), í mismunandi formi og með mismunandi eiginleika.

(210) Líklegt er að samkeppnishamlandi áhrif einsleitar millistigsvöru verði undanþegin ef ekki er um markaðsyfirráð að ræða. Varðandi endanlegar vörumerktar vörur eða sundurgreindar millistigsvörur þar sem aðgangshindranir eru til staðar kann einkasala að hafa í för með sér merkjanleg samkeppnishamlandi áhrif þar sem samkeppniskaupendur eru tiltölulega smáir miðað við kaupandann sem veldur útilokun jafnvel þó sá síðarnefndi sé ekki ráðandi á fráliggjandi markaðnum.

(211) Þegar umtalsverð samkeppnishamlandi áhrif eru staðfest er undanþága samkvæmt 3 mgr. 53. gr. möguleg svo fremi að fyrirtækið sé ekki ráðandi. Vænta má skilvirkni þegar um er að ræða ránsvanda (4. og 5. liður, 116. mgr.) og er það líklegra fyrir millistigsvörur en endanlegar vörur. Önnur skilvirkni er ekki jafn líkleg. Möguleg stærðarhagkvæmni við dreifingu (6. liður, 116. mgr.) virðist ekki líkleg til að réttlæta einkasölu.

(212) Í tilfelli ránsvanda og enn fremur þegar um ræðir stærðarhagkvæmni við dreifingu myndi magnþvingun gagnvart birgi, svo sem krafa um lágmarkssölu, líklega vera úrræði sem takmarkar síður samkeppni.

(213) Dæmi um einkasölu:

Á markaði fyrir tiltekna gerð íhluta (markaður fyrir millistigsvörur) semur birgir A við kaupanda B um að hann þrói með eigin verkþekkingu og talsverðri fjárfestingu í nýjum vélum, aðra útgáfu af íhlutnum. B þarf að fjárfesta umtalsvert til að bæta nýja íhlutnum við. Samþykkt er að A selji eingöngu kaupanda B nýju vöruna í fimm ár frá því fyrst er komið inn á markaðinn. B er skuldbundinn til að kaupa nýju vöruna aðeins frá A í jafnlangan tíma, fimm ár. Bæði A og B mega halda áfram að selja og kaupa engu að síður aðrar útgáfur af íhlutnum annars staðar. Markaðshlutdeild kaupandans B á þeim markaði sem liggur að íhlutnum og á fráliggjandi markaði endanlegu vörunnar er 40%. Markaðshlutdeild birgis íhlutarins er 35%. Það eru tveir aðrir íhlutabirgjar með um 20-25% markaðshlutdeild og nokkrir litlir birgjar. Miðað við umfang

fjárfestingarinnar er líklegt að samningurinn uppfylli skilyrðin fyrir undanþágu vegna þeirrar hagkvæmni sem hann hefur í för með sér og takmarkaðra útilokunaráhrifa. Aðrir kaupendur eru útilokaðir hvað varðar tiltekna útgáfu vöru birgis með 35% markaðshlutdeild og það eru aðrir birgjar íhluta sem gætu þróað svipaðar nýjar vörur. Útilokun annarra birgja frá viðskiptum við B tekur að hámarki til 40% af markaðinum.

(214) Einkasala grundvallast á beinni eða óbeinni skuldbindingu um að birgirinn selji aðeins einum kaupanda. Magnþvingun gagnvart birgi felst í hvata í samningi milli birgis og kaupanda sem virkar með þeim hætti að hinn fyrrnefndi einbeiti sér einkum að sölu til eins kaupanda. Magnþvingun gagnvart birginum kann að hafa svipuð en þó mildari áhrif en einkasala. Mat á magnþvingunum mun vera háð því í hvað miklum mæli aðrir kaupendur eru útilokaðir frá aðliggjandi markaðnum.

2.7. Samtvinnun

(215) Samtvinnun er það þegar birgirinn gerir sölu einnar vöru háða kaupum annarrar tiltekinnar vöru hans eða annars aðila sem birgirinn tilnefnir. Fyrri varan er kölluð aðalvara en seinni varan er kölluð samtvinnuð vara. Ef eðli eða viðskiptanotkun varanna réttlætir ekki hlutlægt samtvinnunina getur slík sala verið misnotkun í skilningi 54. gr.⁽⁴⁰⁾ 53. gr. kann að gilda um lárétta samninga eða samstilltar aðgerðir samkeppnisbirgja sem setja sem skilyrði fyrir sölu einnar vöru að önnur vara sé einnig leyst út. Samtvinnun kann einnig að vera lóðrétt takmarkandi og falla undir 53. gr. þar sem hún leiðir til eins-vörumerkis skuldbindingar (sjá 138. til 160. mgr.) fyrir bundnu vöruna. Aðeins er fjallað um síðarnefnda tilvikið í þessum leiðbeiningum.

(216) Það ákvarðast fyrst og fremst af eftirspurn kaupendanna hvað skilur eina vöru frá annarri. Tvær vörur heyra ekki saman ef, svo framarlega, sem þær eru ekki samtvinnnaðar, kaupendurnir líta svo á að þeir kaupir vörurnar á tveim mismunandi mörkuðum. Þar eð neytendur vilja til dæmis kaupa skó með reimum er það orðin viðskiptavenja að skóframleiðendur selji skó með reimum. Því er sala á skóm með reimum ekki samtvinnun. Slíkar samsetningar eru oft orðnar viðtekin venja vegna þess að eðli vörunnar gerir það tæknilega erfitt að bjóða aðra vöruna án hinnar.

(217) Helstu neikvæðu áhrif samtvinnunar á samkeppni er hugsanleg útilokun bundnu vörunnar frá markaði. Samtvinnun felur í sér að kaupandinn er beittur að minnsta kosti einhvers konar magnþvingunum varðandi bundnu vöruna. Þegar þar við bætist ákvæði um samkeppnisbann varðandi bundnu vöruna aukast hugsanleg útilokunaráhrif á markaði bundnu vörunnar. Samtvinnun kann einnig að leiða til verðs fyrir ofan samkeppnisverð, einkum við þrjár aðstæður. Í fyrsta lagi þegar, séð frá sjónarhóli kaupandans, aðrar vörur geta að hluta til komið í stað aðalvörunnar og bundnu vörunnar. Í öðru lagi þegar samtvinnunin gefur svigrúm til verðmismununar eftir því hvaða gerð aðalvörunnar viðskiptavinurinn notar, til dæmis þegar sala blekhyllkja fylgir sölu ljósritunarvéla (talning (metering)). Í þriðja lagi þegar um er að ræða samninga til langs tíma eða í tilfelli eftirmarkaðar með upprunalega vöru sem hefur langan endurnýjunartíma, verður erfitt fyrir viðskiptavinina að sjá fyrir afleiðingar samtvinnunarinnar. Að lokum, kann samtvinnun bæði að hafa í för með sér hærri aðgangshindranir á markaði aðalvörunnar og á markaði bundnu vörunnar.

(218) Samtvinnun er undanþegin samkvæmt 1. mgr. 2. gr. sbr. 3. gr. hópundanþágu-reglugerðarinnar þegar markaðshlutdeild birgisins bæði á markaði bundnu vörunnar og á markaði aðalvörunnar er ekki meiri en 30%. Hún kann að vera sameinuð öðrum vægum lóðréttum takmörkunum svo sem samkeppnisbanni eða magnþvingunum tengdum aðalvörunni eða einkakaupum. Fyrir ofan mörk markaðshlutdeildarinnar er stuðst við eftirfarandi leiðbeiningar við mat á einstökum tilvikum.

(219) Markaðsstaða birgisins á markaði aðalvörunnar er augljóslega aðalatriði við mat á mögulegum samkeppnishamlandi áhrifum. Að jafnaði er þessi gerð samnings tilkomin að kröfu birgisins. Staða birgisins á markaði aðalvörunnar er aðalástæða þess að kaupandi getur átt erfitt með að neita skuldbindingu um samtvinnun.

(220) Við mat á markaðsstyrk birgisins er staða keppinauta á markaði aðalvörunnar mikilvæg. Svo fremi að keppinautar hans séu nógu margir og sterkir er ekki að vænta neinna samkeppnishamlandi áhrifa þar sem kaupendurnir hafa næg tækifæri til að kaupa aðalvöruna án bundnu vörunnar nema ef aðrir birgjar beita sams konar samtvinnun. Auk þess gefa aðgangshindranir á markað aðalvörunnar vísbendingar um

⁽⁴⁰⁾ Dómsúrskurður dómstóls Evrópubandalaganna í máli C-333/94 – P Tetrapak gegn framkvæmdastjórninni [1996] ECR I-5951, 37. mgr.

markaðsstöðu birgisins. Samtvinningur sem er beitt samhlíða skuldbindingu um samkeppnisbann varðandi aðalvöruna styrkir töluvert stöðu birgisins.

(221) Kaupandastyrkur er mikilvægur þar sem erfitt getur reynst að þvinga stóra kaupendur til að fallast á samtvinningun á þess að þeir fái í sinn hlut að minnsta kosti hluta hugsanlegrar skilvirkni. Samtvinningur sem ekki grundvallast á skilvirkni er því skaðleg, sérstaklega þegar kaupendur hafa ekki marktækan kaupandastyrk.

(222) Þar sem merkjanleg samkeppnishamlandi áhrif koma fram kemur möguleg undanþága samkvæmt 3. mgr. 53. gr. til greina svo fremi að fyrirtækið hafi ekki ráðandi stöðu á markaðnum. Samtvinningur kann að stuðla að skilvirkni sem má rekja til sameiginlegrar framleiðslu eða sameiginlegrar dreifingar. Þegar birgirinn framleiðir ekki bundnu vöruna kann hagkvæmnin að stafa af því að birgirinn hefur keypt mikið magn bundnu vörunnar. Til að samtvinningur njóti undanþágu verður hins vegar að vera hægt að sýna fram á að neytendur njóti að minnsta kosti hluta kostnaðarlækkunarinnar. Samtvinningur er því venjulega ekki undanþegin þegar smásalinn getur fengið birgðir reglulega af sömu eða sambærilegri vöru á sömu eða hagstæðari kjörum en þeim sem birgirinn er beittir samtvinningun býður. Önnur skilvirkni kann að verða þegar samtvinningur stuðlar að því að tryggja ákveðna einsleitni og stöðlun gæða (sjá 8. virkni í 116. mgr.). Hins vegar verður að sýna fram á að jákvæðu áhrifunum sé ekki unnt að ná fram á jafn skilvirkan hátt með því að krefjast þess af kaupandanum að hann noti eða endurselji vörunar þannig að það uppfylli viðunandi lágmarksgæðastaðla án þess að krefjast þess að kaupandinn kaupi vörunar af birginum eða öðrum aðila sem sá síðastnefndi tilnefnir. Skilyrði um lágmarksgæðastaðla falla venjulega ekki undir 1. mgr. 53. gr. Þegar seljandi aðalvörunnar gerir kaupandanum að kaupa bundnu vöruna af tilteknum birgjum, til dæmis vegna þess að ekki er unnt að semja lágmarksgæðastaðla, kann það einnig að falla utan 1. mgr. 53. gr. sér í lagi þegar seljandi aðalvörunnar hefur ekki beina (fjárhagslega) hagsmuni af því að tilnefna birgi bundnu vörunnar.

(223) Litið er á áhrif verðs sem er hærra en samkeppnisverð sem takmörkun á samkeppni í sjálflu sér. Áhrif útilokunar fer eftir hlutfalli samtvinningarinnar af heildarsölu á markaði bundnu vörunnar. Um spurninguna hvað getur talist umtalsverð útilokun samkvæmt 1. mgr. 53. gr. má styðjast við mat á eins-vörumerkis skilyrðum. Fyrir ofan 30% mörk markaðshlutdeildar er undanþága samtvinningar ekki líkleg nema að því tilskyldu að augljós skilvirkni verði sem neytendur njóti að minnsta kosti að hluta. Undanþága er jafnvel enn ólíklegri þegar samtvinningur er samfara samkeppnisbanni að því er varðar bundnu vöruna eða aðalvöruna.

(224) Afturköllun hópundanþágunnar er líkleg þar sem engin skilvirkni leiðir af samtvinningun eða þar sem neytandinn nýtur ekki góðs af slíkri skilvirkni (sjá 222. mgr.). Afturköllun er einnig líkleg ef um er að ræða uppsöfnuð áhrif þegar meirihluti birgja beitir svipaðri samtvinningun án þess neytendur njóti að minnsta kosti að hluta til skilvirkinnar sem af samtvinningunni kann að leiða.

2.8. Hámarks- og leiðbeinandi endursöluverð

(225) Að teknu tilliti til útskýringa í 46. til 56. mgr. um leiðbeinandi endursöluverð, tekur hópundanþágu-reglugerðin til þess þegar endursölum er gefið leiðbeinandi verð eða að krafist er að endursali virði hámarksendursöluverð þegar markaðshlutdeild birgja fer ekki yfir 30% mörkin. Þegar mörk markaðshlutdeildar eru hærri og þegar um er að ræða afturköllun hópundanþágunnar er stuðst við eftirfarandi leiðbeiningar.

(226) Hugsanlegur skaði fyrir samkeppni við hámarks- og leiðbeinandi verð er í fyrsta lagi að endursalar einblíni á hámarks- og leiðbeinandi verð og getur leitt til þess að flestir eða allir notist við þau. Önnur hættu fyrir samkeppni er að hámarks- eða leiðbeinandi verð kunni að auðvelda samráð á milli birgja.

(227) Mikilvægasti þátturinn við mat á hugsanlegum samkeppnistakmarkandi áhrifum hámarks- eða leiðbeinandi endursöluverðs er staða birgisins á markaðnum. Því sterkari sem markaðsstaða birgisins er þeim mun meiri er hættan á því að hámarksendursöluverð eða leiðbeinandi endursöluverð leiði til þess að endursalar beiti því verði meira eða minna samræmt vegna þess að þeir geta notað það sem sameiginlegt viðmið. Þeim kann að reynast erfitt að víkja frá verði sem stóri birgirinn telur best að varan sé seld á. Við slíkar aðstæður kann sá háttur að krefjast hámarksendursöluverðs eða leiðbeinandi endursöluverðs að brjóta í bága við 1. mgr. 53. gr. ef það leiðir til samræmds verðstigs.

(228) Annar mikilvægasti þátturinn við mat á mögulegum samkeppnishamlandi áhrifum hámarksverðs og leiðbeinandi verðs er markaðsstaða keppinauta. Sá háttur að nota eða gefa út hámarks- eða leiðbeinandi verð, sér í lagi á þröngum fátkeppnismarkaði, getur stuðlað að samráði milli birgja með því að skiptast á upplýsingum um verðið sem þeir vilja helst og með því að minni líkur verða á því að endursöluverð lækki. Sá háttur að krefjast hámarksendursöluverðs eða að leiðbeina um endursöluverð sem getur leitt til slíkra áhrifa kann einnig að brjóta í bága við 1. mgr. 53. gr.

2.9. Aðrar lóðréttar takmarkanir

(229) Þær lóðréttu takmarkanir og samsetningar þeirra sem lýst er hér að ofan eru aðeins nokkur dæmi. Til eru aðrar takmarkanir og samsetningar sem ekki eru gefnar neinar beinar leiðbeiningar um hér. Þær verða hins vegar metnar samkvæmt sömu meginsjónarmiðum og stuðst við sömu almennu reglurnar og með sömu áherslum á markaðsáhrif.

EB-STOFNANIR

FRAMKVÆMDASTJÓRNIN

Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja
(Mál nr. COMP/M.2790 – Siemens/First Sensor Technology)

2002/EES/26/04

Mál sem hugsanlega verður tekið fyrir samkvæmt einfaldaðri málsmeðferð

1. Framkvæmdastjórninni barst 13. maí 2002 tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu samkvæmt 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽¹⁾, eins og henni var síðast breytt með reglugerð (EB) nr. 1310/97⁽²⁾, þar sem fyrirtækið Siemens Venture Capital Gesellschaft GmbH (SVC), sem stjórnað er af Siemens AG, öðlast í skilningi b-liðar 1. mgr. 3. gr. fyrrnefndrar reglugerðar sameiginleg yfirráð yfir First Sensor Technology GmbH (FST), sem nú er stjórnað af Deutsche Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH (DBG) og IKB Deutsche Industriebank (IKB), með kaupum á hlutabréfum og neitunarvaldi.
2. Viðskiptastarfsemi hlutaðeigandi fyrirtækja er sem hér segir:
 - SVC: áhættufjármagn,
 - DBG: fjárfestingar,
 - IKB: bankastarfsemi og fjárfestingar,
 - FST: þrýstiskynjarar og prenthausar.
3. Að undangenginni forkönnun telur framkvæmdastjórnin að samfylkingin, sem tilkynnt hefur verið, geti fallið undir gildissvið reglugerðar (EBE) nr. 4064/89. Þó er lokaákvörðun hvað þetta atriði varðar frestað um sinn. Með hliðsjón af tilkynningu framkvæmdastjórnarinnar um einfaldaða málsmeðferð við meðhöndlun tiltekinnar samfylkinga samkvæmt reglugerð ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽³⁾ er rétt að benda á að til greina kemur að taka þetta mál til meðferðar samkvæmt málsmeðferðinni sem kveðið er á um í henni.
4. Framkvæmdastjórnin gefur þriðju aðilum, sem eiga hagsmuna að gæta, kost á að koma hugsanlegum athugasemdum sínum varðandi fyrirhugaða aðgerð á framfæri við sig.

Athugasemdir verða að hafa borist framkvæmdastjórninni innan tíu daga frá birtingu þessarar tilkynningar í Stjórn. EB C 120, 23.5.2002. Athugasemdirnar má senda til framkvæmdastjórnarinnar um bréfasíma (nr. +32 2 296 43 01 eða 296 72 44) eða í pósti, með tilvísun til máls nr. COMP/M.2790 – Siemens/First Sensor Technology, á eftirfarandi heimilisfang:

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

⁽¹⁾ Stjórn. EB L 395, 30.12.1989, bls. 1, leiðrétt með Stjórn. EB L 257, 21.9.1990, bls. 13.

⁽²⁾ Stjórn. EB L 180, 9.7.1997, bls. 1, leiðrétt með Stjórn. EB L 40, 13.2.1998, bls. 17.

⁽³⁾ Stjórn. EB C 217, 29.7.2000, bls. 32.

**Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja
(Mál nr. COMP/M.2809 – Cinven/Carlyle/VUP)**

2002/EES/26/05

Mál sem hugsanlega verður tekið fyrir samkvæmt einfaldaðri málsmeðferð

1. Framkvæmdastjórninni barst 8. maí 2002 tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu samkvæmt 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽¹⁾, eins og henni var síðast breytt með reglugerð (EB) nr. 1310/97⁽²⁾, þar sem fyrirtækin Cinven, sem tilheyrir Cinven Group Limited, Breska konungsríkinu (Cinven), og Carlyle, sem er hlutafélag skráð á Caymaneyjum (Carlyle), öðlast í skilningi b-liðar 1. mgr. 3. gr. fyrrnefndrar reglugerðar sameiginleg yfirráð yfir ákveðnum eignum sem seldar voru af Vivendi Universal Publishing, Frakklandi (VUP-eignir) með kaupum á hlutabréfum í nýstofnuðum fyrirtækjum um sameiginlegt verkefni.
2. Viðskiptastarfsemi hlutaðeigandi fyrirtækja er sem hér segir:
 - Cinven: áhættufjármagnsviðskipti,
 - Carlyle: einkafjárfestingar,
 - VUP-eignir: útgáfustarfsemi á sviði læknisfræði og viðskipta, sem og skipulagning á sölusýningum.
3. Að undangenginni forkönnun telur framkvæmdastjórnin að samfylkingin, sem tilkynnt hefur verið, geti fallið undir gildissvið reglugerðar (EBE) nr. 4064/89. Þó er lokaákvörðun hvað þetta atriði varðar frestað um sinn. Með hliðsjón af tilkynningu framkvæmdastjórnarinnar um einfaldaða málsmeðferð við meðhöndlun tiltekinnar samfylkinga samkvæmt reglugerð ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽³⁾ er rétt að benda á að til greina kemur að taka þetta mál til meðferðar samkvæmt málsmeðferðinni sem kveðið er á um í henni.
4. Framkvæmdastjórnin gefur þriðju aðilum, sem eiga hagsmuna að gæta, kost á að koma hugsanlegum athugasemdum sínum varðandi fyrirhugaða aðgerð á framfæri við sig.

Athugasemdir verða að hafa borist framkvæmdastjórninni innan tíu daga frá birtingu þessarar tilkynningar í Stjtið. EB C 119, 22.5.2002. Athugasemdirnar má senda til framkvæmdastjórnarinnar um bréfasíma (nr. +32 2 296 43 01 eða 296 72 44) eða í pósti, með tilvísun til máls nr. COMP/M.2809 – Cinven/Carlyle/VUP, á eftirfarandi heimilisfang:

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

⁽¹⁾ Stjtið. EB L 395, 30.12.1989, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 257, 21.9.1990, bls. 13.

⁽²⁾ Stjtið. EB L 180, 9.7.1997, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 40, 13.2.1998, bls. 17.

⁽³⁾ Stjtið. EB C 217, 29.7.2000, bls. 32.

**Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja
(Mál nr. COMP/M.2817 – Barilla/BPL/Kamps)**

2002/EES/26/06

1. Framkvæmdastjórninni barst 8. maí 2002 tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu samkvæmt 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽¹⁾, eins og henni var síðast breytt með reglugerð (EB) nr. 1310/97⁽²⁾, þar sem fyrirtækin Fin.Ba S.p.A., sem tilheyrir Barilla Group (Barilla), Ítalíu og Banca Popolare di Lodi S.c.a.r.l. (BPL), Ítalíu, öðlast í skilningi b-liðar 1. mgr. 3. gr. fyrrnefndrar reglugerðar sameiginleg yfirráð yfir Kamps Ag (Kamps), Þýskalandi, með yfirtökuboði.
2. Viðskiptastarfsemi hlutaðeigandi fyrirtækja er sem hér segir:
 - Barilla: framleiðsla og sala á pasta og pastasósum, brauði og kökum, sem og rjómaísvörum,
 - BPL: bankastarfsemi á sviði lána- og fjármála,
 - Kamps: framleiðsla og sala á brauði og kökum.
3. Að undangenginni forkönnun telur framkvæmdastjórnin að samfylkingin, sem tilkynnt hefur verið, geti fallið undir gildissvið reglugerðar (EBE) nr. 4064/89. Þó er lokaákvörðun hvað þetta atriði varðar frestað um sinn.
4. Framkvæmdastjórnin gefur þriðju aðilum, sem eiga hagsmuna að gæta, kost á að koma hugsanlegum athugasemdum sínum varðandi fyrirhugaða aðgerð á framfæri við sig.

Athugasemdir verða að hafa borist framkvæmdastjórninni innan tíu daga frá birtingu þessarar tilkynningar í Stjtið. EB C 119, 22.5.2002. Athugasemdirnar má senda til framkvæmdastjórnarinnar um bréfasíma (nr. +32 2 296 43 01 eða 296 72 44) eða í pósti, með tilvísun til máls nr. COMP/M.2817 – Barilla/BPL/Kamps, á eftirfarandi heimilisfang:

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

⁽¹⁾ Stjtið. EB L 395, 30.12.1989, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 257, 21.9.1990, bls. 13.

⁽²⁾ Stjtið. EB L 180, 9.7.1997, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 40, 13.2.1998, bls. 17.

**Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja
(Mál nr. COMP/M.2785 – Publicis/Bcom3)****2002/EES/26/07**

1. Framkvæmdastjórninni barst 15. maí 2002 tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu samkvæmt 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽¹⁾, eins og henni var síðast breytt með reglugerð (EB) nr. 1310/97⁽²⁾, þar sem franska fyrirtækið Publicis Groupe SA (Publicis), öðlast í skilningi b-liðar 1. mgr. 3. gr. fyrrnefndrar reglugerðar yfirráð yfir Bcom3 Group, Inc, Bandaríkjunum (Bcom3), með kaupum á hlutabréfum.
2. Viðskiptastarfsemi hlutaðeigandi fyrirtækja er sem hér segir:
 - Publicis: auglýsingastarfsemi,
 - Bcom3: auglýsingastarfsemi og markaðssamskipti.
3. Að undangenginni forkönnun telur framkvæmdastjórnin að samfylkingin sem tilkynnt hefur verið geti fallið undir gildissvið reglugerðar (EBE) nr. 4064/89. Þó er lokaákvörðun hvað þetta atriði varðar frestað um sinn.
4. Framkvæmdastjórnin gefur þriðju aðilum, sem eiga hagsmuna að gæta, kost á að koma hugsanlegum athugasemdum sínum varðandi fyrirhugaða aðgerð á framfæri við sig.

Athugasemdir verða að hafa borist framkvæmdastjórninni innan tíu daga frá birtingu þessarar tilkynningar í Stjtið. EB C 124, 25.5.2002. Athugasemdirnar má senda til framkvæmdastjórnarinnar um bréfasíma (nr. +32 2 296 43 01 eða 296 72 44) eða í pósti, með tilvísun til máls nr. COMP/M.2815 – Publicis/Bcom3, á eftirfarandi heimilisfang:

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

⁽¹⁾ Stjtið. EB L 395, 30.12.1989, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 257, 21.9.1990, bls. 13.

⁽²⁾ Stjtið. EB L 180, 9.7.1997, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 40, 13.2.1998, bls. 17.

**Tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu fyrirtækja
(Mál nr. COMP/M.2807 – Casino/Laurus)**

2002/EES/26/08

Mál sem hugsanlega verður tekið fyrir samkvæmt einfaldaðri málsmeðferð

1. Framkvæmdastjórninni barst 16. maí 2002 tilkynning um fyrirhugaða samfylkingu samkvæmt 4. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽¹⁾, eins og henni var síðast breytt með reglugerð (EB) nr. 1310/97⁽²⁾, þar sem franska fyrirtækið Casino Group S.A. (Casino), öðlast í skilningi b-liðar 1. mgr. 3. gr. fyrrnefndrar reglugerðar full yfirráð yfir hollenska fyrirtækinu Laurus N.V. (Laurus) með kaupum á hlutabréfum.
2. Viðskiptastarfsemi hlutaðeigandi fyrirtækja er sem hér segir:
 - Casino: smásala og útvegur á almennum neytendavörum,
 - Laurus: smásala og útvegur á almennum neytendavörum.
3. Að undangenginni forkönnun telur framkvæmdastjórnin að samfylkingin, sem tilkynnt hefur verið, geti fallið undir gildissvið reglugerðar (EBE) nr. 4064/89. Þó er lokaákvörðun hvað þetta atriði varðar frestað um sinn. Með hliðsjón af tilkynningu framkvæmdastjórnarinnar um einfaldaða málsmeðferð við meðhöndlun tiltekinna samfylkinga samkvæmt reglugerð ráðsins (EBE) nr. 4064/89⁽³⁾ er rétt að benda á að til greina kemur að taka þetta mál til meðferðar samkvæmt málsmeðferðinni sem kveðið er á um í henni.
4. Framkvæmdastjórnin gefur þriðju aðilum, sem eiga hagsmuna að gæta, kost á að koma hugsanlegum athugasemdum sínum varðandi fyrirhugaða aðgerð á framfæri við sig.

Athugasemdir verða að hafa borist framkvæmdastjórninni innan tíu daga frá birtingu þessarar tilkynningar í Stjtið. EB C 124, 25.5.2002. Athugasemdirnar má senda til framkvæmdastjórnarinnar um bréfasíma (nr. +32 2 296 43 01 eða 296 72 44) eða í pósti, með tilvísun til máls nr. COMP/M.2807 – Casino/Laurus, á eftirfarandi heimilisfang:

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

⁽¹⁾ Stjtið. EB L 395, 30.12.1989, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 257, 21.9.1990, bls. 13.

⁽²⁾ Stjtið. EB L 180, 9.7.1997, bls. 1, leiðrétt með Stjtið. EB L 40, 13.2.1998, bls. 17.

⁽³⁾ Stjtið. EB C 217, 29.7.2000, bls. 32.

**Engin andstaða gegn tilkynntri samfylkingu fyrirtækja
(Mál nr. COMP/M.1855 – Singapore Airlines/Virgin Atlantic)**

2002/EES/26/09

Framkvæmdastjórnin ákvað 23.3.2000 að mótmæla ekki framangreindri tilkynntri samfylkingu og lýsa því yfir að hún samrýmdist hinum sameiginlega markaði. Þessi ákvörðun byggist á b-lið 1. mgr. 6. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 4064/89. Óstytt útgáfa af ákvörðuninni er eingöngu fáanleg á ensku og verður birt eftir að viðskiptaleyndarmál, sem kunna að koma þar fram, hafa verið felld brott. Ákvörðunin er fáanleg:

- í pappírsútgáfu á söluskrifstofum opinberrar útgáfustarfsemi Evrópubandalaganna,
- í tölvutæku formi í „CEN“-útgáfu af CELEX- gagnagrunninum, undir skjalanúmeri 300M1855. CELEX er tölvuvætt skjalakerfi sem hefur að geyma réttarreglur Evrópubandalagsins. Unnt er að fá frekari upplýsingar um áskrift hjá:

EUR-OP,
Information, Marketing and Public Relations (OP/4B)
2, rue Mercier
L-2925 Luxembourg
sími: (352) 29 29 424 55, bréfasími: (352) 29 29 427 63.

**Orðsending frá framkvæmdastjórninni varðandi framlengingu á
rammareglum bandalagsins um aðstoð á sviði rannsókna og þróunar**

2002/EES/26/10

Í 9. gr. rammareglu framkvæmdastjórnarinnar um aðstoð á sviði rannsókna og þróunar⁽¹⁾ er kveðið á um að „framkvæmdastjórnin muni endurskoða rammareglurnar innan fimm ára. Henni er einnig heimilt að breyta þeim hvenær sem er, í samvinnu við aðildarríkin, ef nauðsyn krefur með tilliti til stefnu í samkeppnismálum eða til að taka mið af öðrum stefnumiðum bandalagsins eða alþjóðlegum skuldbindingum“.

Til þess að hafa nægan tíma til að ganga frá þessari endurskoðun ákvað framkvæmdastjórnin í febrúar 2001 að halda áfram að beita núverandi rammareglum þar til nýjar reglur um ríkisaðstoð á sviði rannsókna og þróunar hefðu verið gefnar út, þ.e. eigi síðar en 30. júní 2002, og birti hún orðsendingu þar að lútandi⁽²⁾ Í þessu sambandi gaf framkvæmdastjórnin einnig öllum hagsmunaaðilum kost á að gera athugasemdir við þau málefni sem yrðu tekin til meðferðar á meðan endurskoðunin færi fram.

Í kjölfar frekari umræðu um þessa endurskoðun, og að teknu tilliti til allra athugasemda sem hafa borist, hefur framkvæmdastjórnin nú ákveðið að halda áfram að beita núverandi rammareglum á sviði rannsókna og þróunar þar til 31. desember 2005.

⁽¹⁾ Stjtið. EB C 45,17.2.1996, bls. 5. Rammareglunum var breytt með orðsendingu framkvæmdastjórnarinnar um breytingu á rammareglum bandalagsins um aðstoð á sviði rannsókna og þróunar (Stjtið. EB C 48,13.2.1998, bls. 2).

⁽²⁾ Stjtið. EB C 78,10.3.2001, bls. 24.

**Tilkynning samkvæmt 5. gr. reglugerðar (EBE) nr. 3975/87 frá
14. desember 1987⁽¹⁾ varðandi COMP/38.284/D2 (Air France/Alitalia)**

2002/EES/26/11

Með bréfi frá 12. nóvember 2001 tilkynntu Air France og Alitalia framkvæmdastjórninni um nokkra samstarfssamninga og báðu um neikvætt vottorð samkvæmt 2. mgr. 3. gr. reglugerðar (EBE) No 3975/87 eða undanþágu samkvæmt 5. gr. sömu reglugerðar.

Framkvæmdastjórnin hefur komist að raun um að umræddir samningar falla undir 1. mgr. 81. gr. sáttmálans, en hefur ekki tekið afstöðu til þess hvort 3. mgr. 81. gr. gildir. Í samræmi við 5. gr. reglugerðar ráðsins (EBE) nr. 3975/87, gefur framkvæmdastjórnin hagsmunadílum kosta á að senda sér athugasemdir sínar varðandi samstarfssamningana milli Air France og Alitalia, innan 30 daga frá því að þessi tilkynning birtist í Stjtið. EB OJ C 111, 8.5.2002, til:

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

bréfasími: (0032-2) 296 98 12

tölvupóstur: Eduardo.Martinez-Rivero@cec.eu.int or
Michel.Lamalle@cec.eu.int

⁽¹⁾ Stjtið. EB L 374, 31.12.1987, bls. 1.

Skrá yfir útgefin skjöl framkvæmdastjórnarinnar(*)**2002/EES/26/12**

Framkvæmdastjórnin hefur birt eftirfarandi skjöl:

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 9. febrúar 2000 um yfirlýsingu um að samfylking samrýmist sameiginlega markaðinum og samningnum um Evrópska efnahagssvæðið (Mál COMP/M.1641 – Linde/AGA). Sjá nánar í Stjtið. EB L 120, 7.5.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 14. mars 2000 um yfirlýsingu um að samfylking samrýmist sameiginlega markaðinum og samningnum um Evrópska efnahagssvæðið (Mál COMP/M.1663 – Alcan/Alusuisse. Sjá nánar í Stjtið. EB L 90, 5.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 20. september 2000 um hluta af ítalska kortinu yfir byggðastyrki fyrir tímabilið 2000 - 2006 varðandi svæði sem eiga rétt á undanþágu samkvæmt c-lið 3. mgr. sáttmálans. Sjá nánar í Stjtið. EB L 105, 20.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 21. desember 2000 um aðstoð finnskra stjórnvalda til fyrirtækisins Ojala-Yhtymä Oy. Sjá nánar í Stjtið. EB L 105, 20.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 3. apríl 2001 um yfirlýsingu um að samfylking samrýmist sameiginlega markaðinum og samningnum um Evrópska efnahagssvæðið (Mál COMP/M.2139 – Bombardier/ADtranz). Sjá nánar í Stjtið. EB L 69, 12.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 12. júní 2001 um aðstoð þýskra stjórnvalda til fyrirtækisins Technische Glaswerke Ilmenau GmbH, Þýskalandi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 62, 5.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 20. júní 2001 um yfirlýsingu um að samfylking samrýmist sameiginlega markaðinum og samningnum um Evrópska efnahagssvæðið (Mál nr. COMP/M.2201 – MAN/Auwärter). Sjá nánar í Stjtið. EB L 116, 3.5.2001.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 3. júlí 2001 um aðstoð sem spænsk stjórnvöld hafa veitt og áforma að veita vegna endurskipulagningar á fyrirtækinu Babcock Wilcox España SA. Sjá nánar í Stjtið. EB L 67, 9.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 18. júlí 2001 um málsmeðferð samkvæmt 81. gr. EB-sáttmálans og 53. gr. EES-samningsins – Mál COMP/E-1/36.490 – Graphite electrodes. Sjá nánar í Stjtið. EB L 100, 16.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 19. september 2001 um ríkisaðstoð sem Holland áformar að veita í formi þróunaraðstoðar í tengslum við hátæknidýpkunarpræmi í lýðveldinu Djibútí. Sjá nánar í Stjtið. EB L 105, 20.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 19. september 2001 um ríkisaðstoð ítalskra stjórnvalda til fyrirtækisins Enichem SpA. Sjá nánar í Stjtið. EB L 75, 16.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 10. október 2001 um aðstoð þýskra stjórnvalda til fyrirtækisins Zeitzer Maschinen, Anlagen, Geräte ZEMAG GmbH. Sjá nánar í Stjtið. EB L 62, 5.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 23. október 2001 um ráðstafanir og aðstoð þýskra stjórnvalda í þágu fyrirtækisins Santana Motor. Sjá nánar í Stjtið. EB L 92, 9.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 23. október 2001 um skort á tæmandi og óháðri rannsókn á gjöldum og tæknilegum skilmálum sem La Poste beitti gagnvart póstoffyrirtækjum fyrir aðgang að takmarkaðri þjónustu. Sjá nánar í Stjtið. EB L 120, 7.5.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 30. október 2001 um úrgangsförgunarkerfi sem komið var á af hollenskum stjórnvöldum fyrir ónýta bíla. Sjá nánar í Stjtið. EB L 68, 12.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 28. nóvember 2001 um aðstoð þýskra stjórnvalda í þágu stálfyrirtækisins Georgsmarienhütte Holding GmbH. Sjá nánar í Stjtið. EB L 91, 6.4.2002.

(*) Íslenska þýðingin á titlunum er til bráðabirgða.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 28. nóvember 2001 um aðstoð þýskra stjórnvalda í þágu fyrirtækisins EKO Stahl GmbH. Sjá nánar í Stjtið. EB L 70, 13.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 5. desember 2001 varðandi málsmeðferð samkvæmt 82. gr. EB-sáttmálans (COMP/37.859 – De Post-La Poste). Sjá nánar í Stjtið. EB L 61, 2.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 11. desember 2001 um aðstoð spænskra stjórnvalda við kolaiðnaðinn á árinu 2001. Sjá nánar í Stjtið. EB L 82, 26.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 20. desember 2001 um aðstoð sem belgísk stjórnvöld áforma að veita fyrirtækinu Sidmar NV. Sjá nánar í Stjtið. EB L 105, 20.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 20. desember 2001 um ráðstafanir sem þýsk stjórnvöld áforma að hrinda í framkvæmd í þágu stálfyrirtækisins Georgsmarienhütte Holding GmbH. Sjá nánar í Stjtið. EB L 105, 20.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 30. janúar 2002 um dýraheilbrigðisskilyrði og dýravottorð vegna innflutnings á lifandi nautgripum og svínum frá tilteknum þriðju löndum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 71, 13.3.2002.

Tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 2002/6/EB frá 18. febrúar 2002 um formsatriði varðandi skráningu skipa sem koma til og/eða fara úr höfnum aðildarríkja bandalagsins. Sjá nánar í Stjtið. EB L 67, 9.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 28. febrúar 2002 um að samþykkja áætlun sem Lúxemborg lagði fram til að uppræta svínapest í villisvínum á tilteknum svæðum í Lúxemborg. Sjá nánar í Stjtið. EB L 61, 2.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 28. febrúar 2002 um að samþykkja breytta áætlun sem Austurríki lagði fram til að uppræta svínapest í villisvínum í Neðra-Austurríki. Sjá nánar í Stjtið. EB L 61, 2.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 28. febrúar 2002 um breytingu á ákvörðunum 95/233/EB og 96/482/EB að því er varðar innflutning á lifandi alifuglum frá þriðju löndum að því er varðar Búlgaríu og um niðurfellingu á ákvörðun 96/483/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 61, 2.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 28. febrúar 2002 um breytingu á ákvörðun 97/222/EB að því er varðar innflutning á kjötvörum frá Lettlandi og Póllandi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 61, 2.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 4. mars 2002 í kjölfar beiðni frá Austurríki varðandi sérstaka fyrirkomulagið sem kveðið er á um í 3. gr. tilskipunar 93/38/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 68, 12.3.2002.

Tilmæli framkvæmdastjórnarinnar frá 4. mars 2002 um að draga úr díoxín, fúron og PCB í fóðri og matvælum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 67, 9.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 5. mars 2002 um breytingu á ákvörðun 2001/783/EB að því er varðar verndar- og eftirlitssvæði í tengslum við blátungu á Ítalíu. Sjá nánar í Stjtið. EB L 63, 6.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 7. mars 2002 um úthlutun á innflutningskvótum fyrir eftirlitsskyld efni samkvæmt reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (EB) nr. 2037/2000 um efni sem eyða ósonlaginu á tímabilinu 1. janúar til 31. desember 2002. Sjá nánar í Stjtið. EB L 94, 11.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 7. mars 2002 um breytingu á ákvörðun 1999/283/EB um dýraheilbrigðisskilyrði og –vottorð vegna innflutnings á nýju kjöti frá tilteknum löndum Afríku og einkum að því er varða Botsvana og um breytingu á ákvörðun 2000/585/EB um dýraheilbrigðisskilyrði og –vottorð vegna innflutnings á villibráð og ræktaðri villibráð og kanínukjöti frá þriðju löndum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 72, 14.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 7. mars 2002 um breytingu á ákvörðun 93/402/EB um dýraheilbrigðisskilyrði og –vottorð vegna innflutnings á nýju kjöti frá löndum Suður-Ameríku einkum að því er varðar Argentínu. Sjá nánar í Stjtið. EB L 66, 8.3.2002.

Tilmæli framkvæmdastjórnarinnar frá 11. mars 2002 um sameiginlegt evrópskt eyðublað fyrir aldur, menntun og fyrri störf (curricula vitae). Sjá nánar í Stjtið. EB L 79, 22.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 11. mars 2002 um merkingu og notkun svínakjöts við beitingu 11. gr. tilskipunar ráðsins 2001/89/EB varðandi Þýskaland. Sjá nánar í Stjtið. EB L 68, 12.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 11. mars 2002 um endurnýjun og breytingar á skilyrðum fyrir að veita heimild til að fjarlægja svín frá bújörðum sem eru á verndar- og eftirlitssvæðum sem komið hefur verið á fót á Spáni í tengslum við svínapest og um skilyrði fyrir markaðssetningu og notkun svínakjöts við beitingu 11. gr. tilskipunar ráðsins 2001/89/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 68, 12.3.2002.

Tilskipun framkvæmdastjórnarinnar frá 2002/26/EB 13. mars 2002 um sýnatöku- og greiningaraðferðir vegna opinbers eftirlits með magni okratoxíns A í matvælum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 75, 16.3.2002.

Tilskipun framkvæmdastjórnarinnar frá 2002/27/EB of 13. mars 2002 um breytingu á tilskipun 98/53/EB um sýnatöku- og greiningaraðferðir vegna opinbers eftirlits með magni tiltekinnna mengunarefna í matvælum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 75, 16.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 14. mars 2002 um breytingu á ákvörðun 96/587/EB um birtingu á skrá yfir viðurkenndar stofnanir sem aðildarríkin hafa tilkynnt um í samræmi við tilskipun ráðsins 94/57/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 73, 15.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 15. mars 2002 um nákvæmar reglur um framkvæmd tilskipunar ráðsins 91/492/EBE að því er varðar hámarks magn og aðferðir við greiningu á tilteknu sjávarlífeitri í tvískelja lindýrum, skrápdyrum, möttuldýrum og sæsniglum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 75, 16.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 15. mars 2002 um tiltekna heilbrigðisskoðanir í tengslum við uppskeru og vinnslu á tilteknum tvískelja lindýrum ef magn skelfiskseiturs sem orsakar minnistap (amnesic shellfish poison (ASP)) er yfir mörkunum sem um getur í tilskipun ráðsins 91/492/EBE. Sjá nánar í Stjtið. EB L 75, 16.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 18. mars 2002 um vistfræðilegar viðmiðanir er veita á umhverfismerki bandalagsins fyrir skófatnað og um breytingu á ákvörðun 1999/179/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 77, 20.3.2002.

Tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 2002/24/EB frá 18. mars 2002 um gerðarviðurkenningu á vélknúnum ökutækjum á tveimur eða þremur hjólum og afturköllun á tilskipun ráðsins 92/61/EBE. Sjá nánar í Stjtið. EB L 124, 9.5.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 20. mars 2002 um breytingu og leiðréttingu á ákvörðun 2002/79/EB um tiltekin skilyrði í tengslum við innflutning á jarðhnetum og tilteknum vörum úr jarðhnetum sem eru upprunnar eða sendar frá Kína og ákvörðun 2002/80/EB um tiltekna skilmála vegna innflutnings á fikjum, heslihnetum, pístasíuhnetum og tilteknum vörum úr þeim sem eru upprunnar eða sendar frá Tyrklandi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 78, 21.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 21. mars 2002 um breytingu á ákvörðun 94/360/EB um lægri tíðni eftirlits með ástandi tiltekinnna afurðasendinga sem eru fluttar inn frá þriðju löndum samkvæmt tilskipun ráðsins 90/675/EBE. Sjá nánar í Stjtið. EB L 80, 23.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. mars 2002 um vistfræðilegar viðmiðanir er veita á umhverfismerki bandalagsins fyrir gólfduka úr hörðu efni. Sjá nánar í Stjtið. EB L 94, 11.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. mars 2002 um vistfræðilegar viðmiðanir er veita á umhverfismerki bandalagsins fyrir sjónvörp. Sjá nánar í Stjtið. EB L 87, 4.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. mars 2002 um leiðréttingu á ákvörðun 2000/275/EB um jafngildi tiltekinnna flokka ökuskrteina. Sjá nánar í Stjtið. EB L 87, 4.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. mars 2002 um breytingu á ákvörðun 93/198/EBE um tiltekna fyrirmynd að eyðublöðum vegna dýraheilbrigðisskilyrða og –vottorða vegna innflutnings á

tömdum kindum og geitum frá þriðju löndum og um breytingu á viðauka E við tilskipun ráðsins 91/68/BE um dýraheilbrigðisskilyrði sem gilda um viðskipti innan bandalagsins með kindur og geitur. Sjá nánar í Stjtið. EB L 91, 6.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. mars 2002 um níundu breytingu á ákvörðun 2001/327/EB varðandi takmörkun á flutningi á dýrum sem hætta er á að geti smitast af gin- og klaufaveiki. Sjá nánar í Stjtið. EB L 82, 26.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. mars 2002 um breytingu á ákvörðunum 2001/925/EB og 2002/33/EB um að framlengja og aðlaga tilteknar verndarráðstafanir og nákvæm skilyrði í tengslum við svínapest á Spáni. Sjá nánar í Stjtið. EB L 82, 26.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 27. mars 2002 um að fella tímabundið niður markaðssetningu á hlaupsælgæti sem inniheldur fæðuaukefnið E 425 koniak. Sjá nánar í Stjtið. EB L 84, 28.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 27. mars 2002 um breytingu á ákvörðun ráðsins 2000/766/EB og ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar 2001/9/EB að því er varðandi smitandi heilahrörmun og föður sem inniheldur dýrapróttin. Sjá nánar í Stjtið. EB L 84, 28.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 27. mars 2002 um tilteknar verndarráðsstafrnar að því er varðar ákveðnar fisk- og fiskeldisafurðir sem eru ætlaðar mönnum til neyslu og eru fluttar inn frá Myanmar. Sjá nánar í Stjtið. EB L 84, 28.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 27. mars 2002 að því er varðar verndarráðsstafrnar sem kveðið er á um í ákvörðun 2001/699/EB að því er varðar fisk- og fiskeldisafurðir frá Vietnam. Sjá nánar í Stjtið. EB L 84, 28.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 27. mars 2002 að því er varðar tilteknar verndarráðstafafrnar að því er varðar alifuglakjöt og tilteknar fisk- og fiskeldisafurðir sem eru ætlaðar mönnum til neyslu og eru fluttar inn frá Taílandi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 84, 28.3.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 8. apríl 2002 um tímabundna markaðssetningu á tilteknum frætegundum sem uppfylla ekki kröfur tilskipunar ráðsins 69/208/EEB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 99, 16.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 8. apríl 2002 um viðurkenningu, að meginreglu til, á að skjölin sem lögð voru fram til nákvæmrar rannsóknar í því skyni að bæta hugsanlega níkóbífen, trítósulfúron og bifenasate við í I. viðauka við tilskipun ráðsins 91/414/EEB um markaðssetningu plöntuvarnarefna, séu fullnægjandi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 92, 9.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 9. apríl 2002 um breytingu á ákvörðunum 93/24/EEB, 93/244/EEB og 2001/618/EB að því er varðar skrá yfir aðildarríki og héruð sem eru laus við Aujeszky-veiki og héruð þar sem viðurkenndar áætlanir um að uppræta Aujeszky-veiki eru í gangi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 93, 10.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 10. apríl 2002 um breytingu á ákvörðun 2001/393/EB að því er varðar vottun vegna innflutnings á tilteknum sýklalausum eggjum frá þriðju löndum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 99, 16.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 10. apríl 2002 um áttundu breytingu á ákvörðun 2000/284/EB um skrá yfir viðurkenndar sæðingarstöðvar vegna innflutnings á hrossasæði frá þriðju löndum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 101, 17.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 12. apríl 2002 um breytingu á ákvörðun 2000/666/EB og ákvörðun 2001/106/EB að því er varðar gerð fyrirmyndar að skrá yfir viðurkenndar sóttkvíar eða miðstöðvar vegna innflutnings á fuglum í aðildarríkjunum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 99, 16.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 12. apríl 2002 um að segja upp KSE/Sviss samningnum frá 28. júlí 1956 um að koma á aðþjólægri járnbrautargjaldskrá vegna flutnings á kóli og stáli um svissneskt yfirráðasvæði. Sjá nánar í Stjtið. EB L 96, 13.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 12. apríl 2002 um breytingu á ákvörðun ráðsins 95/514/EB um jafngildi skoðana sem framkvæmdar eru í þriðju löndum á korni til fræframleiðslu og jafngildi fræja sem eru framleidd í þriðju löndum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 96, 13.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 15. apríl 2002 um breytingu á ákvörðun ráðsins 98/320/EB um skipulagningu á tímabundinni tilraun varðandi söfnun fræja og prófanir samkvæmt tilskipunum ráðsins 66/400/EBE, 66/401/EBE, 66/402/EBE og 69/208/EBE. Sjá nánar í Stjtið. EB L 99, 16.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 18. apríl 2002 um skrá yfir viðurkennd svæði að því er varðar *Bonamia ostreae* og/eda *Marteilia refringens*. Sjá nánar í Stjtið. EB L 103, 19.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 18. apríl 2002 um notkun þriggja sláturhúsa, í samræmi við ákvæði 7. gr. II. viðauka við tilskipun ráðsins 92/119/EBE, af hálfu Ítalíu. Sjá nánar í Stjtið. EB L 103, 19.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 18. apríl 2002 um tiltekna verndarráðstafanir varðandi svínapest í Þýskalandi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 103, 19.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 19. apríl 2002 um viðurkenningu á áætlunum í því skyni að fá stöðu viðurkenndra svæða og viðurkenndra eldisstöðvar í ósamþykktum svæðum að því er varðar einn eða fleiri fisksjúkdóma veirublóðeitrunar og smitandi blóðmyndandi frumudauða. Sjá nánar í Stjtið. EB L 104, 20.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 19. apríl 2002 um viðurkenningu, að meginreglu til, á að skjölin sem lögð voru fram til nákvæmrar rannsóknar í því skyni að bæta hugsanlega klóþíaníðin og *Pseudozyma flocculosa* við í I. viðauka við tilskipun ráðsins 91/414/EBE um markaðssetningu plöntuvarnarefna, séu fullnægjandi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 104, 20.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 22. apríl 2002 um skrá yfir viðurkennd svæði og eldisstöðvar að því er varðar einn eða fleiri fisksjúkdóma veirublóðeitrunar og smitandi blóðmyndandi frumudauða. Sjá nánar í Stjtið. EB L 106, 23.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. apríl 2002 um breytingu á ákvörðun 2000/159/EB um bráðabirgðasamþykki á áætlun þriðju landa um efnaleifar samkvæmt tilskipun ráðsins 96/23/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 116, 3.5.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 25. apríl 2002 um breytingu á ákvörðun 94/278/EB að því er varðar innflutning á hunangi. Sjá nánar í Stjtið. EB L 116, 3.5.2002

Tilskipun framkvæmdastjórnarinnar 2002/35/EB frá 25. apríl 2002 um breytingu á tilskipun ráðsins 97/70/EB um að setja samræmdar reglur um öryggi fiskiskipa sem eru 24 metrar að lengd og lengri. Sjá nánar í Stjtið. EB L 112, 27.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 26. apríl 2002 um breytingu á ákvörðunum 2001/925/EB, 2002/33/EB og 2002/209/EB um að framlengja tiltekna verndarráðstafanir og nákvæm skilyrði að því er varðar svínapest á Spáni. Sjá nánar í Stjtið. EB L 112, 27.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 26. apríl 2002 um skrá yfir vörur sem ber að skoða á landamæraskoðunarstöðvum samkvæmt tilskipun ráðsins 97/78/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 121, 8.5.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 29. apríl 2002 um viðurkenningu á „RINAVE – Registro Internacional Naval, SA“ í samræmi við 3. mgr. 4. gr. tilskipunar ráðsins 94/57/EB. Sjá nánar í Stjtið. EB L 113, 30.4.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 2. maí 2002 um breytingu á ákvörðun 93/402/EBE um dýraheilbrigðisskilyrði og –vottorð vegna innflutnings á nýju kjöti frá Suður-Ameríku, einkum að því er varðar Argentínu. Sjá nánar í Stjtið. EB L 116, 3.5.2002.

Ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar frá 2. maí 2002 um niundu breytingu á ákvörðun 2000/284/EB um skrá yfir viðurkenndar sæðingarstöðvar vegna innflutnings á hrossasæði frá þriðju löndum. Sjá nánar í Stjtið. EB L 116, 3.5.2002.

Reglur um upplýsingaskipti – tæknilegar reglugerðir**2002/EES/26/13**

Tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 98/34/EB frá 22. júní 1998 sem setur reglur um tilhögun upplýsingaskipta vegna tæknilegra staðla og reglugerða og reglna um þjónustuskristofur upplýsingasamfélagsins (Stjtið. EB L 204, 21.7.1998, bls. 37 og Stjtið. EB L 217, 5.8.1998, bls. 18).

Tilkynningar um drög að innlendum tæknilegum reglugerðum sem hafa borist framkvæmdastjórninni.

Tilvísun ⁽¹⁾	Titill	Lok þriggja mánaða stöðvunartímabils ⁽²⁾
2002-139-B	Drög að konunglegum úrskurði um framkvæmd ákvæða í lögum frá 30. júní 1994 um verndun einkalífs gegn hlerun, upptöku og skráningu á einkasamskiptum og -fjarskiptum, og 2. mgr. 109. gr. c í lögum frá 21. mars 1991 um endurskipulagningu á tilteknum opinberum viðskiptafyrirtækjum	3.7.2002
2002-141-B	Drög að konunglegum úrskurði um breytingu á konunglegum úrskurði frá 15. mars 1968 um almennar reglur um tæknileg skilyrði sem vélknúin ökutæki og eftirvagnar þeirra, hlutar og öryggisbúnaður verða að uppfylla í því skyni að gera illa varða vegfarendur sýnilegri öðumönnum strætisvagna og langferðabífið sem eru yfir fimm tonn	⁽³⁾
2002-144-F	Fyrirmæli um skilyrði fyrir gildi sprengiprófs fyrir áburð úr ammóníumnítrati sem inniheldur meira en 28% köfnunarefnis miðað við massa	⁽³⁾
2002-158-A	Fyrirmæli ráðherra á sviði samgangna, nýsköpunar og tæknimála um breytingu á fyrirmælum um sjúkraflog, björgunarflug og almenningsoftför	19.7.2002
2002-159-NL	IV. breyting á reglugerð um kartöflurækt sem gefin var út af verslunarráði fyrir akuryrkjuvörur 1997	19.7.2002
2002-160-NL	III. breyting á reglugerð um æxlisýki sem gefin var út af verslunarráði fyrir akuryrkjuvörur 1999	19.7.2002
2002-161-NL	Drög að úrskurði um framkvæmd á tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 2000/76 frá 4. desember 2000 um sorpbrennslu (Stjtið. EB L 332) (Úrskurður um brennslu úrgangsefna)	23.7.2002
2002-162-S	Ákvæði um veiðar og villt dýr sem tilheyra ríkinu	23.7.2002
2002-163-NL	Úrskurður um reglur um umbúðir, umbúðaúrgang, pappír og pappa (Úrskurður um eftirlit með umbúðapappír, pappír og pappa)	25.7.2002
2002-164-I	Drög að úrskurði um greiningaraðferðir til að ganga úr skugga um að hunang uppfylli skilyrði tilskipunar 2001/110/EB	30.7.2002
2002-165-NL	Úrskurður um asbest og vörur sem innihalda asbest (Úrskurður um asbestvörur)	30.7.2002
2002-166-A	Fyrirmæli ráðherra á sviði landbúnaðar og skógræktar, umhverfis og vatnsstjórnunar um tilgreiningu á mjög eitruðum efnum og eitrefnum í eitrefnaskrá (Fyrirmæli um eitrefnaskrá, 2002)	5.8.2002
2002-167-UK	Breskar tengisniðskröfur 2000, punkt-í-punkt-rádióendurvarpkerfi sem starfrækt er á tíðnisviðum fastaþjónustunnar sem úthlutað er af RA, 4. útg. (febrúar 2002)	5.8.2002

Tilvísun ⁽¹⁾	Titill	Lok þriggja mánaða stöðvunartímabils ⁽²⁾
2002-168-F	Drög að fyrirmælum um breytingu á fyrirmælum frá 26. október 1982 um innihaldsefni í tyggigúmmíi	5.8.2002
2002-169-B	Konunglegur úrskurður um breytingu á konunglegum úrskurði frá 21. nóvember 2001 um sérstakar reglur um tilgreiningu á magni við markaðssetningu á tilteknu fljótandi eldsneyti í miklu magni	5.8.2002

⁽¹⁾ Ár – skráningarnúmer – upprunaaðildarríki.

⁽²⁾ Á þessu tímabili er ekki heimilt að samþykka drög.

⁽³⁾ Ekkert stöðvunartímabil vegna þess að framkvæmdastjórnin hefur samþykkt ástæður fyrir aðkallandi samþykki sem tilkynningarríkið bar fyrir sig.

⁽⁴⁾ Ekkert stöðvunartímabil þar sem ráðstöfunin varðar tækniforskriftir eða aðrar kröfur í tengslum við skatta- eða fjármálaráðstafanir samkvæmt þriðja undirliði annarrar málsgreinar 11. mgr. 1. gr. tilskipunar 98/34/EB.

⁽⁵⁾ Upplýsingameðferð lokið.

Framkvæmdastjórnin vekur athygli á dómi frá 30. apríl 1996 í málinu „CIA Security“ (C-194/94 – Dómasafn I, bls. 2201) þar sem dómstóllinn úrskurðaði að túlka bæri 8. og 9. gr. tilskipunar 98/34/EB (áður 83/189/EBE) á þann hátt að einstaklingar geti skírskotað til þeirra fyrir innlendum dómstóli og að dómstólnum bæri skylda til að neita að beita innlendri tæknilegri reglugerð sem ekki hefði verið tilkynnt samkvæmt tilskipuninni.

Þessi dómur staðfestir orðsendingu framkvæmdastjórnarinnar frá 1. október 1986 (Stjtið. EB C 245, 1.10.1986, bls. 4).

Því leiðir brot á tilkynningarskyldunni til þess að viðkomandi tæknilegar reglugerðir gilda ekki og því er ekki hægt að framfylgja þeim gagnvart einstaklingum.

Nánari upplýsingar um tilkynningarnar fást hjá stjórnsýsludeildum ríkjanna sem eru taldar upp hér að aftan.

**SKRÁ YFIR STJÓRNSÝSLUDEILDIR SEM ANNAST
UMSÝSLU VEGNA TILSKIPUNAR 98/34/EB****BELGÍA**

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

Me Hombert

Sími: (32-2) 738 01 10

Bréfasími: (32-2) 733 42 64

X 4 0 0 : O = G W ; P = C E C ; A = R T T ; C = B E ; D D A : R F C -
822=CIBELNOR(A)IBN.BE

Tölvupóstfang: cibelnor@ibn.be

Me Descamps

Sími: (32 2) 206 46 89

Bréfasími: (32 2) 206 57 45

Tölvupóstfang: normtech@popost.eunet.be

DANMÖRK

Erhvervsfremme Styrelsen

Dahlerups Pakhus

Lagelinie Allé 17

DK-2100 København Ø

Hr. Keld Dybkjær

Sími: (45) 35 46 62 85

Bréfasími: (45) 35 46 62 03

X400:C=DK;A=DK400;P=EFS;S=DYBKJAER;G=KELD

Tölvupóstfang: kd@efs.dk

ÞÝSKALAND

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Referat V D 2

Villnomblerstraße 76

D-53123 Bonn

Herr Shirmer

Sími: (49 228) 615 43 98

Bréfasími: (49 228) 615 20 56

X400:C=DE;A=BUND400;P=BMW;O=BONN1;S=SHIRMER

Tölvupóstfang: Shirmer@BMW.Bund400.de

GRIKKLAND

Ministry of Development

General Secretariat of Industry

Michalacopoulou 80

GR-115 28 Athens

Sími: (30 1) 778 17 31

Bréfasími: (30 1) 779 88 90

ELOT

Acharnon 313

GR-11145 Athens

Mr. E. Melagrakis

Sími: (30 1) 212 03 00

Bréfasími: (30 1) 228 62 19

Tölvupóstfang: 83189@elot.gr

SPÁNN

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 2 a , Despacho 6276

E-28006 Madrid

Mrs. Nieves García Pérez

Sími: (34-91) 379 83 32

Mrs. María Ángeles Martínez Álvarez

Sími: (34-91) 379 84 64

Bréfasími: (34-91) 575 56 29/575 86 01/431 55 51

X400:C=ES;A=400NET;P=MAE;O=SEPEUE;S=D83-189

FRAKKLAND

Délégation interministérielle aux normes

SQUALPI

64-70 allée de Bercy – télédod 811

F-75574 Cedex 12

Madame S. Piau

Sími: (33 1) 53 44 97 04

Bréfasími: (33 1) 53 44 98 88

Tölvupóstfang: suzanne.piau@industrie.gouv.fr

X400:C=FR;A=ATLAS;O=TEDECO;S=IDMI-SQUAL

ÍRLAND

NSAI

Glasnevin

Dublin 9

Ireland

Mr. Owen Byrne

Sími: (353 1) 807 38 66

Bréfasími: (353 1) 807 38 38

X400:C=IE;A=EIRMAIL400;P=NRN;O=NSAI;S=BYRNEO

Tölvupóstfang: byrneo@nsai.ie

ÍTALÍA

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

Mr. P. Cavanna
Sími: (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

Mr. E. Castiglioni
Sími: (39 06) 47 05 30 69/47 05 26 69
Bréfasími: (39 06) 47 88 77 48
Tölvupóstfang: Castiglioni@minindustria.it

LÚXEMBORG

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

M. J.P. Hoffmann
Sími: (352) 46 97 46 1
Bréfasími: (352) 22 25 24
Tölvupóstfang: jean-paul.hoffmann@eg.etat.lu

HOLLAND

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

Mh. IJ. G. van der Heide
Sími: (31 50) 523 91 78
Bréfasími: (31 50) 523 92 19

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

AUSTURRÍKI

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

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

PORTÚGAL

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

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

FINNLAND

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

Mr. Petri Kuurma
Sími: (358 9) 160 36 27
Bréfasími: (358 9) 160 40 22
Tölvupóstfang: petri.kuurma@ktm.vn.fi
Vefsetur: <http://www.vn.fi/ktm/index.html>
X400:C=FI;A=MAILNET;P=VN;O=KTM;S=TEKNISET;G=
MAARAYKSET

SVÍÐJÓÐ

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

Mrs. Kerstin Carlsson
Sími: (46) 86 90 48 00
Bréfasími: (46) 86 90 48 40
Tölvupóstfang: kerstin.carlsson@kommers.se
X400:C=SE;A=400NET;O=KOMKOLL;S=NAT NOT POINT
Vefsetur: <http://www.kommers.se>

BRESKA KONUNGRÍKIÐ

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
Sími: (44) 17 12 15 14 88
Bréfasími: (44) 17 12 15 15 29
X400:S=TI, G=83189, O=DTI, OU1=TIDV, P=HMG DTI,
A=Gold 400,
C=GB
Tölvupóstfang: uk98-34@gt.net.gov.uk
Vefsetur: <http://www.dti.gov.uk/strd>

EFTA – ESA

Eftirlitsstofnun EFTA (DRAFTTECHREGESA)

Rue de Trèves 74

1040 Bruxelles

Sími: + 32 2 286 1811

Bréfasími: +32 2 286 1800

Tölvupóstfang: DRAFTTECHREGESA @surv.efta.be