

Дело C-95/04 P

British Airways plc срещу Комисия на Европейските общности

„Обжалване — Злоупотреба с господстващо положение — Авиокомпания — Споразумения, сключени с пътническите агенции — Премии, свързани с нарастването на продажбите на билети, издадени от тази компания, през определен период спрямо референтен период — Премии, предоставени не само за билетите, продадени след постигането на продажбените цели, а за всички билети, продадени през съответния период“

Заключение на генералния адвокат г-жа J. Kokott, представено на
23 февруари 2006 г. I - 2336
Решение на Съда (трети състав) от 15 март 2007 г. I - 2373

Резюме на решението

1. *Конкуренция — Господстващо положение — Злоупотреба — Отстъпки за постигнати цели*
(член 82 ЕО)

2. *Конкуренция — Господстващо положение — Злоупотреба — Понятие (член 3, параграф 1, буква ж) ЕО и член 82 ЕО)*
3. *Конкуренция — Господстващо положение — Злоупотреба — Прилагане на различни условия по отношение на еквивалентни сделки (член 82, втора алинея, буква в) ЕО)*
4. *Конкуренция — Господстващо положение — Злоупотреба — Прилагане на различни условия по отношение на еквивалентни сделки (член 3, параграф 1, буква ж) ЕО и член 82, втора алинея, буква в) ЕО)*

1. За да се прецени евентуалното наличие на злоупотреба от страна на предприятие с господстващо положение при прилагането на система от отстъпки или премии, които не представляват нито отстъпки или премии за количество, свързани изключително с обема на покупките, нито отстъпки или премии за лоялност, тъй като тази система не съдържа никакво задължение за контрагентите да се снабдяват изключително или поне до определен процент от нуждите си от предприятието с господстващо положение, е необходимо да се преценят обстоятелствата в тяхната съвкупност, и по-специално критериите и условията за предоставяне на тези отстъпки или премии. Следва първо да се провери дали те могат да окажат отстраняващ ефект, с други думи — дали са в състояние, от една страна, да затруднят или лишат конкурентите на предприятието с господстващо положение от достъп до пазара, а от друга страна, да затруднят или лишат неговите контрагенти от избор между различни източници на снабдяване или различни търговски партньори. По-нататък следва да се проучи дали съществува обективно икономическо основание за отпуснатите отстъпки и

премии. Всъщност е допустимо предприятието да докаже, че премиалната му система, която оказва отстраняващ ефект, е икономически обоснована.

Отстраняващият ефект може да произтича от отстъпки или премии за постигнати цели, с други думи, чието предоставяне е свързано с постигането на индивидуално определени продажбени цели, тъй като размерът на премиите зависи от изменението на оборота, реализиран от покупките или продажбите на стоките на предприятието с господстващо положение от всеки контрагент през определен период.

Задължението на контрагентите към предприятието с господстващо положение и упражняваният върху тях натиск могат да са особено силни в случая, когато отстъпките или премиите се прилагат върху общия оборот от стоките на това предприятие, с други думи когато тези отстъпки

ки или премии не зависят единствено от нарастването на покупките или продажбите на тези стоки през отчетния период, а се простират и върху всички покупки или продажби. По този начин дори и относително скромно изменение — независимо дали нарастване или намаляване — на оборота от стоките на предприятието с господстващо положение има несъразмерно големи последици за контрагентите. Такъв е случаят, когато постигането на целите води до нарастване на премията, изплащана върху продажбите или покупките на тези стоки през целия отчетен период, а не само върху продажбите или покупките, реализирани след постигането на споменатите цели. Прогресивният характер на увеличениния размер премии оказва твърде осезаем ефект в граничните случаи с радикален ефект върху размера на премията за постигнати резултати като последица от едно леко намаление на реализирания оборот.

Натискът върху контрагентите, упражняван от предприятие с господстващо положение, което предоставя отстъпки или премии от такъв характер, се засилва още повече, когато това предприятие притежава пазарен дял, значително по-голям от този на неговите конкуренти. При тези условия за конкурентите на споменатото предприятие е особено трудно да предложат по-изгодни отстъпки или премии от основаните на общия оборот. Поради чувствително поголемия си пазарен дял предприятието с господстващо положение по правило представлява неизбежен търговски партньор. Най-често отстъп-

ките или премията, давани от такова предприятие въз основа на общия оборот, сериозно надвишават в абсолютна стойност дори и най-щедрите предложения на неговите конкуренти. За да привлекат контрагентите на предприятието с господстващо положение или за да получат от тях достатъчен обем поръчки, споменатите конкуренти трябва да им предложат отстъпки или премии със забележимо по-висок размер.

Що се отнася до преценката на икономическото основание на система от отстъпки или премии, въведена от предприятие с господстващо положение, тя се извършва въз основа на всички обстоятелства в конкретния случай. Важно е да се установи дали предимствата с оглед на ефективността, които са в полза и на потребителите, могат да неутрализират или дори да надделеят над отстраняващия ефект, произтичащ от подобна неблагоприятна за конкуренцията система. Ако отстраняващият ефект на тази система няма отношение към предимствата за пазара и потребителите или ако той надхвърля необходимото за постигането на тези предимства, споменатата система трябва да се смята за злоупотреба.

(вж. точки 65, 67—75 и 86)

2. Член 82 ЕО се отнася не само до практики, които могат да нанесат пряка вреда на потребителите, но и до практики, които им нанасят вреда, като накърняват структурата на ефективната конкуренция, както е посочена в член 3, параграф 1, буква ж) ЕО. Оттук следва, че за да прецени дали поведението на дадено предприятие с господстващо положение по своя характер евентуално представлява злоупотреба, не е необходимо да се разглежда въпросът дали то е нанесло вреда на потребителите по смисъла на член 82, втора алинея, буква б) ЕО, а е достатъчно да се провери дали то има ограничителен ефект върху конкуренцията.

(вж. точки 106—107)

3. Система от отстъпки или премии за постигнати резултати, предоставяни от предприятие с господстващо положение, която при постигане на целите от страна на контрагентите включва нарастване на размера на посочените отстъпки или премии не само върху покупките или продажбите на стоките на предприятието с господстващо положение над тази граница след постигане на посочените цели, но и върху всички покупки или продажби, реализирани в течение на съответния период, има за последица да се възнаграждават в различна степен еквивалентни сделки по смисъла на член 82, втора алинея, буква в) ЕО, а именно покупката или продаж-

бата на едно и също количество стоки на господстващото предприятие, в зависимост от това дали контрагентите са постигнали своите цели спрямо референтния период.

(вж. точки 138—139)

4. Специалната забрана за дискриминация по член 82, втора алинея, буква в) ЕО е част от правния режим, който съгласно член 3, параграф 1, буква ж) ЕО гарантира ненарушаването на конкуренцията в рамките на вътрешния пазар. Търговското поведение на предприятие с господстващо положение не трябва да нарушава конкуренцията на пазара, който е нагоре и надолу по веригата, с други думи конкуренцията между доставчиците или между клиентите на това предприятие. Контрагентите на споменатото предприятие не трябва да бъдат поставяни в по-благоприятно или по-неблагоприятно положение при конкуренцията помежду им. Следователно за удовлетворяването на всички условия за прилагането на член 82, втора алинея, буква в) ЕО е важно да се установи, че поведението на пазара на едно предприятие с господстващо положение е не само дискриминационно, но и с тенденция да нарушава конкурентните отношения, с други думи да накърнява конкурентното положение на част от търговските партньори на това предприятие спрямо други.

В това отношение няма пречка дискриминацията спрямо търговските партньори, които се намират в отношения на конкуренция помежду си, да се смята за злоупотреба от момента, в който поведението на предприятието с господстващо положение би могло, с оглед на всички обстоятелства по случая, да доведе до изкривяване на конкуренцията между тези търговски партньори. В такава ситуа-

ция не може да се изисква да се предостави и доказателство за действително и количествено измеримо влошаване на конкурентното положение на търговските партньори, разгледани поотделно.

(вж. точки 143—145)