

Věc C-95/04 P

British Airways plc

v.

Komise Evropských společenství

„Kasační opravný prostředek – Zneužití dominantního postavení – Letecká společnost – Dohody se zprostředkovateli služeb v cestovním ruchu – Prémie vázané na nárůst obrátu z prodeje letenek vydaných touto společností během určeného období ve srovnání s referenčním obdobím – Prémie poskytnuté nejen za letenky prodané po dosažení prodejního cíle, ale za veškeré letenky prodané během posuzovaného období“

Stanovisko generální advokátky J. Kokott přednesené dne 23. února 2006 . . . I - 2336

Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 15. března 2007 I - 2373

Shrnutí rozsudku

1. *Hospodářská soutěž – Dominantní postavení – Zneužití – Slevy za výsledky (Článek 82 ES)*

2. *Hospodářská soutěž – Dominantní postavení – Zneužití – Pojem*
[Článek 3 odst. 1 písm. g) ES a článek 82 ES]
3. *Hospodářská soutěž – Dominantní postavení – Zneužití – Uplatňování rozdílných podmínek při plnění stejné povahy*
[Článek 82 druhý pododstavec písm. c) ES]
4. *Hospodářská soutěž – Dominantní postavení – Zneužití – Uplatňování rozdílných podmínek při plnění stejné povahy*
[Článek 3 odst. 1 písm. g) ES a čl. 82 druhý pododstavec písm. c) ES]

1. Za účelem rozhodnutí o případné zneužívající povaze systému slev nebo premii podniku v dominantním postavení, které nepředstavují ani množstevní slevy či premie vázané výlučně na objem nákupů, ani věrnostní slevy či premie, neboť nezahrnuje na straně smluvních partnerů žádný závazek výlučného odběru ani závazek pokrýt určitý díl svých potřeb u podniku v dominantním postavení, je třeba posoudit celkové okolnosti, zejména kritéria a způsoby poskytnutí těchto slev nebo premii. Je nejprve třeba ověřit, zda mohou způsobit účinek vyloučení, tj. zda jsou na jedné straně způsobilé ztížit nebo dokonce znemožnit přístup na trh soutěžitelům podniku v dominantním postavení a na druhé straně způsobilé ztížit nebo dokonce znemožnit smluvním partnerům možnost volby mezi více zdroji zásobování nebo obchodními partnery. Dále je namístě zkoumat, zda jsou přiznané slevy a premie objektivně hospodářsky odůvodněny. Podniku je totiž dovoleno, aby prokázal, že je jeho premiový režim způsobující účinek vyloučení hospodářsky odůvodněn.

Pokud jde o účinek vyloučení, může takový účinek vyplývat ze slev nebo premii za výsledek, tzn. ze slev nebo premii, jejichž poskytnutí je podmíněno dosažením individuálně určených prodejních cílů s tím, že sazby premii závisejí na vývoji výše obrátu z nákupu nebo prodeje produktů podniku v dominantním postavení u každého smluvního partnera během určeného období.

Vazba smluvních partnerů na podnik v dominantním postavení a tlak na ně vyvíjený mohou být obzvláště silné v případě slev nebo premii poskytovaných na základě výše celkového obrátu ve vztahu k produktům tohoto podniku, tzn. pokud se tyto slevy a premie neurčují pouze v závislosti na nárůstu objemu nákupu nebo prodeje těchto produktů během posuzovaného období, ale také v závislosti na celkové výši obrátu z tohoto nákupu nebo prodeje.

Relativně mírné změny – ať již jde o zvýšení, či snížení – výše obrátu v souvislosti s produkty podniku v dominantním postavení tak mají nepřiměřené účinky pro smluvní partnery. Tak je tomu v případě, že dosažení cílů s sebou nese zvýšení prémie vyplácené za prodej nebo nákup těchto produktů během celého posuzovaného období, a nikoliv pouze za prodej nebo nákup realizovaný po dosažení uvedených cílů. Progresivní povaha zvýšených sazeb prémie vyvolává tedy velmi citelný marginální účinek s radikálními dopady na sazbu odměn za výkon při mírném snížení dosaženého obrátu.

Tlak vyvíjený na smluvní partnery podnikem v dominantním postavení, který poskytuje slevy nebo prémie vyznačující se takovými vlastnostmi, je o to silnější, pokud tento podnik drží o mnoho vyšší tržní podíl než jeho soutěžitelé. Za těchto okolností je pro soutěžitele uvedeného podniku obzvláště obtížné nabídnout oproti slevám nebo prémieům na základě celkového obrátu lepší podmínky. Díky svému citelně vyššímu tržnímu podílu představuje podnik v dominantním postavení zpravidla obchodního partnera, kterého na trhu nelze obejít. Nejčastěji mají slevy nebo

prémie poskytované v závislosti na výši celkového obrátu takovým podnikem v absolutní hodnotě větší význam než i velkorysejší nabídky jeho soutěžitelů. Aby uvedení soutěžitelé přilákali smluvní partnery podniku v dominantním postavení nebo aby od nich získali dostatečné množství objednávek, museli by jim nabídnout slevy nebo prémie s významně vyššími sazbami.

Pokud jde o posouzení existence hospodářského odůvodnění systému slev nebo prémieí zavedeného podnikem v dominantním postavení, provádí se toto posouzení na základě celkových okolností jednotlivého případu. Je třeba určit, zda z hlediska hospodářské soutěže nepříznivý účinek vyloučení, který je důsledkem takového systému, může být vyvážen nebo dokonce převážen výhodami ve formě efektivnosti, ze kterých má prospěch i spotřebitel. Pokud není účinek vyloučení tohoto systému spojen s výhodami pro trh a spotřebitele nebo pokud překračuje meze toho, co je nezbytné k dosažení těchto výhod, je uvedený systém zneužívající povahy.

(viz body 65, 67–75, 86)

2. Článek 82 ES se vztahuje nejen na jednání, která mohou způsobit přímou újmu spotřebitelům, ale rovněž na taková jednání, která jim způsobují újmu prostřednictvím ohrožení struktury účinné hospodářské soutěže zmíněné v čl. 3 odst. 1 písm. g) ES. Z toho vyplývá, že za účelem rozhodnutí o případné zneužívající povaze chování podniku v dominantním postavení není nutné zkoumat, zda bylo toto chování na úkor spotřebitelů ve smyslu čl. 82 druhého pododstavce písm. b) ES, ale postačí ověřit, zda mělo účinek omezující hospodářskou soutěž.

produktů podniku v dominantním postavení podle toho, zda smluvní partneři dosáhli svých cílů ve srovnání s referenčním obdobím, či nikoliv.

(viz body 138–139)

(viz body 106–107)

3. Systém slev nebo přemií za výsledek poskytovaných podnikem v dominantním postavení, který s sebou v případě dosažení cílů smluvními partnery nese zvýšení sazeb uvedených slev nebo přemií nejen ve vztahu k nárůstu obratu z nákupu nebo prodeje produktů podniku v dominantním postavení nad rámec těchto cílů, ale i ve vztahu k celkovému obratu z tohoto nákupu nebo prodeje dosaženého během posuzovaného období, vede k rozdílnému odměňování za plnění stejné povahy ve smyslu článku 82 druhého pododstavce písm. c) ES, tedy za nákup nebo prodej stejného množství
4. Zvláštní zákaz diskriminace stanovený v čl. 82 druhém pododstavci písm. c) ES je součástí systému, který v souladu s čl. 3 odst. 1 písm. g) ES zajišťuje, aby na vnitřním trhu nebyla narušována hospodářská soutěž. Obchodní chování podniku v dominantním postavení nesmí narušovat hospodářskou soutěž na předcházejícím nebo navazujícím trhu, tzn. hospodářskou soutěž mezi dodavateli nebo mezi odběrateli tohoto podniku. Smluvní partneři uvedeného podniku nesmí být v soutěži mezi sebou zvýhodňováni ani znevýhodňováni. Proto, aby byly splněny podmínky použití čl. 82 druhého pododstavce písm. c) ES, je třeba zjistit, že chování podniku v dominantním postavení na trhu je nejen diskriminační, ale že rovněž směřuje k narušení tohoto soutěžního vztahu, tzn. k narušení soutěžního postavení jedněch obchodních partnerů tohoto podniku ve vztahu k druhým.

V tomto ohledu nic neodporuje závěru, že diskriminace obchodních partnerů, kteří se nacházejí v soutěžním vztahu, může být považována za zneužívající od okamžiku, kdy chování podniku v dominantním postavení z hlediska celkových okolností projednávaného případu směřuje k narušení hospodářské soutěže mezi obchodními partnery. V takové situaci nelze požadovat, aby

byl dodatečně podán důkaz skutečného a kvantifikovatelného zhoršení soutěžního postavení jednotlivých obchodních partnerů.

(viz body 143–145)