

## **Cauza C-95/04 P**

### **British Airways plc împotriva Comisiei Comunităților Europene**

„Recurs — Abuz de poziție dominantă — Companie aeriană — Acorduri încheiate cu agențiile de voiaj — Prime legate de creșterea vânzărilor de bilete emise de această companie în decursul unei perioade determinate în raport cu o perioadă de referință — Prime acordate nu numai pentru biletele vândute după realizarea obiectivului de vânzări, ci pentru toate biletele vândute în decursul perioadei luate în considerare”

Concluziile avocatului general J. Kokott prezentate la 23 februarie 2006 . . . . I - 2336  
Hotărârea Curții (Camera a treia) din 15 martie 2007 . . . . . I - 2373

#### **Sumarul hotărârii**

- 1. Concurență — Poziție dominantă — Abuz — Rabaturi de obiective (art. 82 CE)*

2. *Concurență — Poziție dominantă — Abuz — Noțiune*  
[art. 3 alin. (1) lit. (g) CE și art. 82 CE]
3. *Concurență — Poziție dominantă — Abuz — Aplicarea unor condiții inegale la prestații echivalente*  
[art. 82 al doilea paragraf lit. (c) CE]
4. *Concurență — Poziție dominantă — Abuz — Aplicarea unor condiții inegale la prestații echivalente*  
[art. 3 alin. (1) lit. (g) CE și art. 82 al doilea paragraf lit. (c) CE]

1. Pentru a aprecia, în ceea ce privește o întreprindere aflată în poziție dominantă, eventualul caracter abuziv al unui sistem de rabaturi sau de prime care nu constituie nici rabaturi sau prime de cantitate, legate exclusiv de volumul achizițiilor, nici rabaturi sau prime de fidelitate, întrucât respectivul sistem nu presupune niciun angajament din partea cocontractanților de exclusivitate sau de acoperire a unei anumite cote din necesarul lor de la întreprinderea aflată în poziție dominantă, trebuie apreciate toate împrejurările, în special criteriile și modalitățile de acordare a acestor rabaturi sau prime. Trebuie mai întâi să se verifice dacă acestea pot produce un efect de eliminare, cu alte cuvinte dacă sunt apte, pe de o parte, să facă mai dificil, chiar imposibil, accesul pe piață al concurenților întreprinderii aflate în poziție dominantă și, pe de altă parte, să facă mai dificilă, chiar imposibilă, pentru cocontractanții acesteia alegerea între mai multe surse de aprovizionare sau parteneri comerciali. Trebuie să se stabilească în continuare dacă există o justificare economică obiectivă a rabaturilor și a primelor consimțite. Într-adevăr, unei întreprinderi îi este permis să demonstreze că sistemul său de prime care produce un efect de eliminare este justificat din punct de vedere economic.

În ceea ce privește efectul de eliminare, acesta poate rezulta din rabaturi sau din prime de obiective, și anume acelea a căror acordare este legată de realizarea obiectivelor de vânzări definite individual, procentul primelor depinzând de evoluția cifrei de afaceri provenite din achizițiile sau din vânzările produselor întreprinderii aflate în poziție dominantă de către fiecare cocontractant într-o perioadă determinată.

Legarea cocontractanților de întreprinderea aflată în poziție dominantă și presiunea exercitată asupra acestora pot fi deosebit de puternice în cazul unor rabaturi sau al unor prime aplicate cifrei de afaceri globale referitoare la produsele acestei întreprinderi, cu alte cuvinte atunci când aceste rabaturi sau aceste prime nu se raportează numai la creșterea achizițiilor sau a vânzărilor acestor produse în decursul perioadei luate în considerare, ci se aplică de asemenea tuturor acestor achiziții sau vânzări. În acest fel, variații proporțional modeste — fie că sunt în sensul creșterii sau al

reducerii – ale cifrelor de afaceri referitoare la produsele întreprinderii aflate în poziție dominantă produc efecte disproporționate asupra cocontractanților. Aceasta este situația atunci când realizarea obiectivelor determină creșterea primei plătite pentru vânzările sau achizițiile acestor produse în decursul întregii perioade luate în considerare, iar nu numai pentru vânzările sau achizițiile realizate după ce obiectivele menționate au fost realizate. Caracterul progresiv al procentelor de prime majorate creează un efect foarte pronunțat la atingerea limitei, cu efecte radicale asupra procentelor primelor de rezultat ca o consecință a unei ușoare reduceri a cifrei de afaceri realizate.

Presiunea exercitată asupra cocontractanților de către o întreprindere aflată în poziție dominantă care acordă rabaturi sau prime ce prezintă astfel de caracteristici este și mai importantă în cazul în care această întreprindere deține cote de piață cu mult superioare celor ale concurenților săi. În aceste condiții, este deosebit de dificil pentru concurenții întreprinderii menționate să supraliciteze în comparație cu rabaturile sau cu primele bazate pe cifra de afaceri globală. Din cauza cotei sale de piață mult mai ridicate, întreprinderea aflată în poziție dominantă constituie în general un partener comercial inevitabil pe piață. Cel mai frecvent, rabaturile sau primele

acordate de o astfel de întreprindere pe baza cifrei de afaceri globală primează, în termeni absoluți, chiar și în fața ofertelor celor mai generoase ale concurenților acesteia. Pentru a atrage cocontractanții întreprinderii aflate în poziție dominantă sau pentru a primi de la aceștia un volum de comenzi suficient, concurenții ar trebui să le ofere procente de rabaturi sau prime net superioare.

În ceea ce privește aprecierea justificării economice a unui sistem de rabaturi sau de prime pus în aplicare de o întreprindere aflată în poziție dominantă, aceasta se efectuează pe baza tuturor împrejurărilor cauzei. Este necesar să se determine dacă efectul de eliminare care rezultă dintr-un astfel de sistem, dezavantajos pentru concurență, poate fi contrabalansat, chiar depășit, de avantajele în termeni de eficacitate care profită deopotrivă consumatorului. Dacă efectul de eliminare al acestui sistem nu are nicio legătură cu avantajele pentru piață și pentru consumatori sau dacă depășește ceea ce este necesar pentru a realiza aceste avantaje, acest sistem trebuie să fie considerat abuziv.

(a se vedea punctele 65, 67-75 și 86)

2. Articolul 82 CE nu vizează numai practicile susceptibile să cauzeze un prejudiciu imediat consumatorilor, ci și pe cele care le cauzează acestora prejudicii prin faptul că aduc atingere unei structuri concurențiale efective, precum cea menționată la articolul 3 alineatul (1) litera (g) CE. Rezultă că, pentru a aprecia eventualul caracter abuziv al comportamentului unei întreprinderi aflate în poziție dominantă, nu este necesar să se examineze dacă acesta a cauzat un prejudiciu consumatorilor în sensul articolului 82 al doilea paragraf litera (b) CE, ci este suficient să se verifice dacă a avut un efect restrictiv asupra concurenței.

(a se vedea punctele 106 și 107)

3. Un sistem de rabaturi sau de prime de obiective acordate de o întreprindere aflată în poziție dominantă care, în cazul realizării obiectivelor de către cocontractanți, determină creșterea procentului respectivelor rabaturi sau prime nu numai pentru achizițiile sau vânzările marginale de produse ale întreprinderii dominante care depășesc aceste obiective, ci pentru totalitatea acestor achiziții sau vânzări realizate în decursul perioadei avute în vedere, are drept efect remunerarea la niveluri diferite a prestațiilor echivalente în sensul articolului 82 al doilea paragraf litera (c) CE, și anume achiziționarea sau vânzarea aceleiași

cantități de produse ale întreprinderii dominante, în funcție de realizarea sau nu a obiectivelor de către cocontractanți în raport cu perioada de referință.

(a se vedea punctele 138 și 139)

4. Interdicția expresă a discriminării prevăzută la articolul 82 al doilea paragraf litera (c) CE face parte din regimul care asigură, conform articolului 3 alineatul (1) litera (g) CE, că nu este denaturată concurența pe piața internă. Comportamentul comercial al întreprinderii aflate în poziție dominantă nu trebuie să denatureze concurența pe o piață situată în amonte sau în aval, cu alte cuvinte concurența între furnizori sau între clienți ai acestei întreprinderi. Cocontractanții întreprinderii menționate nu trebuie să fie favorizați sau defavorizați în raporturile de concurență dintre ei. În consecință, pentru ca toate condițiile de aplicare a articolului 82 al doilea paragraf litera (c) CE să fie întrunite, este necesar să se constate nu numai faptul că întreprinderea aflată în poziție dominantă pe o piață are un comportament discriminatoriu, ci și că respectivul comportament urmărește să denatureze acest raport concurențial, cu alte cuvinte să aducă atingere poziției concurențiale a unei părți dintre partenerii comerciali ai acestei întreprinderi în raport cu alții.

În această privință, nimic nu se opune ca discriminarea partenerilor comerciali care se află în raport de concurență să poată fi considerată abuzivă din momentul în care comportamentul întreprinderii aflate în poziție dominantă urmărește, având în vedere toate împrejurările speței, să determine o denaturare a concurenței între acești parteneri comerciali. Într-o astfel de situație, nu

s-ar putea impune să se facă, în plus, proba unei deteriorări efective și cuantificabile a poziției concurențiale a partenerilor comerciali considerați în mod individual.

(a se vedea punctele 143-145)