

Mål 27/76

**United Brands Company och United Brands Continentaal BV
mot Europeiska gemenskapernas kommission**

"Chiquita-bananer"

Sammanfattning av domen

1. *Konkurrens – dominerande ställning – relevant marknad – avgränsning – kriterier*
(artikel 86 i EEG-fördraget)
2. *Konkurrens – dominerande ställning på marknaden – begrepp*
(artikel 86 i EEG-fördraget)
3. *Konkurrens – dominerande ställning – bevis – marknadsandel*
(artikel 86 i EEG-fördraget)
4. *Konkurrens – dominerande ställning – bedömningskriterier – företags lönsamhet*
(artikel 86 i EEG-fördraget)
5. *Konkurrens – dominerande ställning – missbruk – försäljningsförbud för distributörer*
(artikel 86 i EEG-fördraget)
6. *Konkurrens – dominerande ställning vid distribution av en produkt – säljvägran – förutsättningar – missbruk*
(artiklarna 3 f och 86 i EEG-fördraget)
7. *Konkurrens – dominerande ställning – missbruk – utslagning av en konkurrent – påverkan på handeln mellan medlemsstater – obetydlig påverkan på handeln*
(artikel 86 i EEG-fördraget)

8. *Konkurrens – dominerande ställning – missbruk – tillämpning av diskriminerande priser*
(artikel 86 i EEG-fördraget)
9. *Konkurrens – dominerande ställning – missbruk – oskäligen försäljningspriser – begrepp*
(artikel 86 i EEG-fördraget)
1. Möjligheterna till konkurrens enligt artikel 86 i fördraget skall bedömas i förhållande till ifrågasvarande produkts utmärkande egenskaper samt med hänsyn till det klart angivna geografiska område inom vilket produkten saluförs och där konkurrensförhållandena är tillräckligt enhetliga för att man skall kunna bedöma verkan av det berörda företagets ekonomiska styrka. För att ifrågasvarande produkt skall kunna anses utgöra en marknad, som i tillräckligt hög grad skiljer sig från marknaden för andra produkter, måste produkten genom sina utmärkande egenskaper kunna särskiljas från andra produkter så att produkten endast i en begränsad omfattning kan bytas ut mot dessa andra produkter och endast utsätts för konkurrens av dessa andra produkter i en knappt märkbar omfattning.
2. Med begreppet dominerande ställning i artikel 86 avses den situationen att ett företag har en sådan ekonomisk maktställning att det får möjlighet att hindra upprätthållandet av en effektiv konkurrens på den relevanta marknaden genom att företagets ställning tillåter det att i betydande omfattning agera oberoende i förhållande till konkurrenter, kunder och i sista hand konsumenter. Förekomsten av en dominerande ställning grundar sig i allmänhet på en kombination av flera faktorer som var för sig inte nödvändigtvis är avgörande.
3. En aktör kan endast ha en dominerande ställning på en viss produktmarknad om denne lyckats uppnå en icke obetydlig andel av denna marknad. Ett företag behöver dock inte ha satt all konkurrens ur spel för att ha en dominerande ställning.
4. Ett företags ekonomiska styrka kan inte bedömas på grundval av dess lönsamhet. En låg vinstmarginal eller till och med tillfälliga förluster är inte oförenliga med en dominerande ställning liksom höga vinster kan vara förenliga med en situation där det råder effektiv konkurrens. Den omständigheten att det tidvis kan vara fråga om medelmåttig eller bristande lönsamhet måste be-

- dömas mot bakgrund av det berörda företags totala verksamhet.
5. Den omständigheten att ett företag förbjuder sina auktoriserade distributörer att under vissa förhållanden återförsälja ifrågasvarande produkt utgör ett missbruk av en dominerande ställning genom att förbudet begränsar avsättningsmöjligheterna till nackdel för konsumenterna och påverkar handeln mellan medlemsstater särskilt genom att de nationella marknaderna avskärmats.
 6. Ett företag som har en dominerande ställning då det gäller distributionen av en vara – en vara som åtnjuter goodwill genom att den har ett märke som är välkänt och uppskattat av konsumenterna – får inte inställa sina leveranser till en gammal kund, som iakttar rådande handelsbruk, när denna kunds beställningar inte på något sätt är onormala. Ett sådant beteende skulle stå i strid med de mål som anges i artikel 3 f i fördraget och som närmare förtydligas i artikel 86, bl.a. i punkterna b och c, eftersom en säljvägran skulle begränsa avsättningsmöjligheterna till nackdel för konsumenterna och ge upphov till en diskriminering som slutligen skulle kunna leda till att en handelspartner slås ut från den relevanta marknaden.
 7. Då ett företag, som innehar en dominerande ställning och som är etablerat inom den gemensamma marknaden, strävar efter att slå ut en konkurrent, som också är etablerad på den gemensamma marknaden, är det oväsentligt om detta beteende berör handeln mellan medlemsstater så snart som det är klarlagt att den omständigheten att konkurrenten slagits ut kommer att återverka på konkurrensstrukturen inom den gemensamma marknaden.
 8. En strategi med olika priser, vilken gör att ett företag som har en dominerande ställning kan tillämpa olika villkor för likvärdiga transaktioner gentemot sina handelspartner, varigenom dessa får en konkurrensnackdel, utgör missbruk av en dominerande ställning.
 9. Ett missbruk av en dominerande ställning enligt artikel 86 a) kan bestå i att ett alltför högt pris tillämpas som inte står i rimlig proportion till det ekonomiska värdet på den transaktion som genomförts. Frågan om priset är alltför högt eller inte skulle bl.a. kunna bedömas på ett objektivt sätt om en beräkning görs, där produktens försäljningspris och självkostnadspris jämförs. En sådan jämförelse skulle utvisa hur stor vinstmarginalen är.