II

(Retsakter hvis offentliggørelse ikke er obligatorisk)

KOMMISSION

KOMMISSIONENS BESLUTNING

af 15. maj 1974

om en procedure i henhold til artikel 85 i EØF-traktaten (IV/400 — aftaler mellem forhandlere af emballagehulglas)

(Den tyske, franske, italienske og nederlandske tekst er de eneste autentiske)

(74/292/EØF)

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det europæiske økonomiske Fællesskab, særlig artikel 85,

under henvisning til Rådets forordning nr. 17/62 af 6. februar 1962 [1], særlig artikel 1, 3 og 5,

under henvisning til de anmeldelser, som den 30. oktober 1962 i overensstemmelse med artikel 5, stk. 1, i forordning nr. 17/62 blev foretaget af dr. A. E. Rüdell på vegne af International Fair Trade Practice Rules Administration (IFTRA) i Vaduz (Liechtenstein) vedrørende en standardkontrakt vedrørende »regler om loyal konkurrence« eller »IFTRA-reglerne«, som anvendes af euopæiske fabrikanter af emballageglas,

efter at have foretaget kontrolundersøgelser i henhold til artikel 14, i forordning nr. 17/62 og efter at have hørt de interesserede parter i overensstemmelse med artikel 19, stk. 1, i den nævnte forordning og med bestemmelserne i forordning nr. 99/63/EØF af 25. juli 1963 [2],

under henvisning til udtalelse indhentet den 27. marts 1974 fra Det rådgivende Udvalg for Kartel- og Monopolspørgsmål i overensstemmelse med artikel 10, i forordning nr. 17/62.

[1] EFT nr. 13 af 21. 2. 1962, s. 204/62.
[2] EFT nr. 127 af 20. 8. 1963, s. 2268/63.

I. DE FAKTISKE OMSTÆNDIGHEDER

Nedenfor omtales de væsentligste omstændigheder vedrørende

A. de aftaler, som er indgået om anvendelse af »IFTRA-reglerne«

B. de aftaler i tilslutning hertil, der er indgået mellem deltagerne i IFTRA-reglerne

C. den pågældende industris struktur:

A. AFTALERNE VEDRØRENDE IFTRA-REGLERNE

1. Standardkontrakten vedrørende IFTRA-reglerne er blevet anmeldt i den tyske originalversion og senere i den franske version, som de franske deltagere har tilsluttet sig. Denne aftale indeholder nedennævnte bestemmelser. Ordene i parentes findes udelukkende henholdsvis i den tyske (T) og i den franske version (F).

»Gruppe A:

Reglerne i gruppe A omfatter de konkurrencemetoder, som i henhold til de gældende love er [F: anses som værende] illoyale og i strid med den frie konkurrence.

A.1. Salg under fremstillingsprisen og skadelig konkurrence

a) Det er illoyalt at sælge varer til en pris, der ligger under fremstillingsprisen, med det formål at bringe konkurrenterne i fare eller at ødelægge deres eksistens.

b) Det er illoyalt, at et firma ved at udnytte sin økonomiske styrke tilbyder eller sælger varer til en pris, der ligger under fremstillingsprisen, med det formål eller med den følge at opnå monopol på markedet.

c) Det er illoyalt systematisk at tilbyde varer til priser, der er lavere end en konkurrents, eller systematisk at blande sig i hans tilbud med det formål at bringe ham i fare eller at ødelægge ham; [F: dette indebærer ikke en forpligtelse til at tilpasse sig en konkurrents priser].

A.2. Diskrimination

a) Det er illoyalt at tilbyde eller indrømme købere, der befinder sig på samme omsætningstrin, forskellige priser, rabatter eller betingelser for tjenesteydelser af samme art og kvalitet og således ikke alene skade køberen, men også konkurrenten.

Herunder hører dog ikke forskelle i priser, rabatter eller betingelser, som svarer til forskelle som følge af køberens position eller funktion på det pågældende omsætningstrin, eller som svarer til forskellige indkøbte mængder.

Virksomheden kan frit vælge sine kunder, som den vil, [F: på betingelser i overensstemmelse med handelsbrug og i forhold til dets leveringsmuligheder], på den betingelse, at dette valg ikke har til formål eller til følge at opnå monopol.

b) Det er illoyalt at indrømme nogle købere særlige fordele, så som præmier, tilgift i form af de omhandlede varer ved køb af andre varer, ekstra service, provision af enhver art, kredit [F: uden at der pålægges dem hertil svarende renter], at tage uberettigede reklamationer i betragtning, eller at fakturere 2. kl. varer, fordele som fører til en prisreduktion, og som ikke indrømmes alle købere på samme vis [F: såfremt de er sammenlignelige].

c) Det er illoyalt at give mængderabat, årlig bonus eller enhver anden form for afslag, der er afhængig af den købte mængde, for så vidt denne mængde [F: som er fastsat i producentens salgsbetingelser i henhold til handelsbrug] ikke er nået; det er ligeledes illoyalt stiltiende at acceptere prisnedsættelser af denne art.

d) Det er illoyalt i forbindelse med afslutningen af en forretning at give tredjemand erstatning af nogen art eller andre fordele, som ikke er påkrævede ved lov og som ifølge deres formål og virkning må betegnes som uberettigede erstatninger.

A.3. Koblingssalg

Det er illoyalt at søge at afsætte overskudsvarer ved leveringen af varer af afgørende nødvendighed, som der er mangel på.

A.4. Efterligninger

Det er illoyalt at efterligne konkurrenters varemærker, firmanavne eller andre kendetegn med det formål at vildlede køberne.

A.5. Vildledende brug af lokkevarer

a) Det er illoyalt at sælge varer til en pris, der ligger under fremstillingsprisen, med det formål at give indtryk af, at virksomhedens priser i al almindelighed er særlig lave.

b) Det er særlig illoyalt at sælge varer til en pris, der ligger under fremstillingsprisen, med det formål at fremme salget af andre artikler og således kompensere det tab, der er lidt på lokkevarerne med det formål eller med den virkning at vildlede køberen.

A.6. Vildledning af købere og af konkurrenter

a) Det er illoyalt at fremsætte pristilbud eller at give løfter om rabat, kasserabat eller andre særbetingelser, såfremt opfyldelsen heraf ikke alvorligt påtænkes, eller allerede ved aftalens indgåelse [T: helt klart] er umulig.

Det er illoyal vildledning, hvis et firma hemmeligt afviger fra sine tilbud, [T: som er offentligt bekendtgjorte, og især hvis de er anført i] [F: eller fra] dets prislister, med henblik på at opnå fordele ved at udnytte og misbruge den tillid, som køberne og konkurrenterne har til prislistens gyldighed.

b) Det er illoyalt [T: forsætligt] at udstede falske fakturaer eller falske bilag [T: således at de heri anførte forretningsmæssige angivelser såsom pris, nedsættelser eller forhøjelser, opgørelse over biydelser o.s.v. gøres usande] [F: som gøres usande] ved angivelse af unøjagtige oplysninger eller ved, at vigtige enkeltheder udelades.

Der må formodes at foreligge illoyal vildledning, hvis fakturaerne ikke er enslydende med ordrebekræftelserne, uanset om det drejer sig om positive eller negative differencer, eller om reduceret mængde, som resulterer i en ændring i slutværdien.

c) Det er illoyalt at tilbyde eller at sælge varer med falske oplysninger om oprindelse, fabrikationsmåde [T: beskaffenhed og kvalitet] [F: råmaterialer] eller om anvendelsesmulighederne.

A.7. Bevis

Hvis det kommer til en retssag, kan man formode, at der foreligger illoyal konkurrence, hvis det kan bevises, at en virksomhed anvender priser, afslag eller betingelser, som er diskriminerende eller afviger fra de offentliggjorte prislister.

Virksomheden kan imødegå denne formodning ved at fremlægge overbevisende dokumentation eksempelvis for prisfald i forbindelse med en særlig [T: udelukkende midlertidig] afsætningssituation (f. eks. tvangssalg i tilfælde af konkurs eller likvidation).

Virksomheden kan også fremlægge bevis for, at prisen er nedsat, rabatten forhøjet eller de særlige fordele ydet til en enkelt kunde, udelukkende for effektivt at bekæmpe en konkurrents nye prisforanstaltninger.

Denne dokumentation anerkendes kun, hvis virksomheden godtgør, at den ikke har overskredet grænserne for lovligt selvforsvar, især at den udelukkende har tilpasset sin pris efter konkurrentens på det regionale marked uden at have underbudt denne.

Gruppe B:

Gruppe B omfatter de regler og principper, der betragtes som gængse i branchen, og som det [T: derfor af hensyn til de loyale forretningsmetoder kan være vigtigt] [F: af hensyn til bedømmelsen af de loyale forretningsmetoder er vigtigt] at følge.

B.1. Bundethed

De skriftlige eller mundtlige aftaler, der er indgået, er forpligtelser, som skal overholdes efter deres ånd og bogstav.

B.2. Prislister

Som følge af mængden af artikler er det almindelig praksis i branchen at offentliggøre og udsende individuelle bruttopris- og rabatlister.

B.3. Ødelæggende priser

Priserne bør beregnes, således at de dækker de omkostninger, som er beregnet efter en normal metode, og således at de giver leverandørerne mulighed for at opfylde deres forpligtelser over for staten, personale, kreditorer og leverandører.

Som følge heraf bør alle omkostningsposter, der efter en normal beregning må betragtes som nødvendige bestanddele af fremstillingsprisen, principielt tages med i beregningen af generalomkostningerne.

B.4. Opbevaring af kalkulations- og reklamationsmateriale

Hver fabrikant skal udarbejde og opbevare materiale vedrørende fastsættelsen af sine omkostninger.

Hver fabrikant skal opbevare sagerne om reklamation.

B.5. Køberens virksomhed

Leverandøren bør [F: i overenstemmelse med handelssædvane] kontrollere sin kundes virksomhed, før han giver rabatter eller indrømmer andre fordele ifølge handelssædvane for at undgå uberettiget diskriminering.

B.6. Kvalitet

[T: Producenterne kender kun 1. sortering]. Varer af mangelfuld kvalitet eksporteres ikke.

B.7. Fastsættelse af indholdet

[F: Det betragtes som forkasteligt at arbejde i den nederste halvdel af de ved lov fastsatte mål- og vægttolerancer].

Når der findes standardlister, retter man sig løbende efter dem.

Gruppe C: Oplysning om vildledende priser.

Enhver, der [F: med forbehold af lovregler, som finder anvendelse] lover sine konkurrenter oplysninger om sine faktiske priser for at udelukke usandheder i konkurrencen og som [T: derefter ikke eller ikke øjeblikkeligt giver meddelelse om prisfald eller giver unøjagtige meddelelser derom / F: derefter anvender andre priser og ikke giver oplysning om dette eller giver vildledende oplysninger], handler illoyalt.

Gruppe D: Ophør og erstatning

Enhver, som foretager sig konkurrencehandlinger, der efter nærværende regler er illoyale og stridende mod konkurrencen, kan blive krævet at ophøre hermed og at betale erstatning af enhver, som har undertegnet reglerne.

Undertegnelsen af reglerne medfører forpligtelse til at yde de medundertegnende erstatning for den skade, de har lidt ved overtrædelse af reglerne i gruppe C. Denne skade antages at beløbe sig til mindst 30 % af omsætningen ved den vildledende handling. Betalingen finder sted til fordel for alle de øvrige medundertegnende og fordeles mellem dem. Den skadelidte har altid adgang til at gøre en større skade gældende.

Gruppe E: Procedure

De følgende regler fastlægger den praktiske procedure i forbindelse med den objektive konstatering af de faktiske omstændigheder, afgivelsen af syn og skøn og afsigelsen af en voldgiftskendelse.

I. Syn og skøn

1. Anmodning om konstatering af de faktiske omstændigheder og om syn og skøn foretaget af International Fair Trade Practice Rules Administration — IFTRA — i Vaduz skal fremsendes med genpart; denne tilstilles den anden part i sagen, som skal tage stilling inden 2 uger, ligeledes ledsaget af en genpart.

2. Parterne i sagen skal give IFTRA alle nødvendige oplysninger og dokumenter til brug for den objektive afklaring af de faktiske omstændigheder.

3. IFTRA må kun anvende de forretnings- og driftsmæssige oplysninger, den har fået kendskab til, i forbindelse med sagen, og skal i øvrigt holde oplysningerne hemmelige.

. . . . . .

6. Efter anmodning kan alle, der har undertegnet reglerne, få kendskab til synet og skønnet med angivelse af de deltagende parter.

. . . . . .

II. Voldgift

Såfremt en part ikke vil godtage synet og skønnet og forpligte sig til at anvende det, kan den anden part anmode om en afgørelse fra en international voldgiftsdomstol.

III. Reglerne, der skal anvendes

Synet og skønnet og voldgiftsdomstolens afgørelser skal baseres på nærværende regler om loyal konkurrence og i øvrigt på billighed, men således at de begrænsninger overholdes, som skyldes lovgivningen om konkurrencebegrænsninger i den tabende parts hjemland . . .«

2. De produkter, der er omfattet af IFTRA-aftalen er forskellige beholdere af klart, halvmat og forskelligt farvet hulglas, nemlig:

a) flasker til drikkevarer (vin, spiritus, mineralvand, øl, limonade, frugtsaft), fødevarer (olie, eddike, mælk, youghurt), kemiske produkter, rengøringsmidler og til materialvarer;

b) konservesglas til konservesindustrien og til husholdningsbrug;

c) flakoner til pharmaceutiske, kosmetiske og andre produkter.

3. Af kontrolundersøgelser foretaget af Kommissionen fremgår det, at følgende virksomheder — eller de virksomheder, som har været deres forgængere — der fremstiller flasker (f), konservesglas (k) eller flakoner (fk), de anførte år har tilsluttet sig »IFTRA-reglerne« med hensyn til deres drikkeflasker (kolonne 1) eller flakoner og konservesglas (kolonne 2):

1	2	f	k	fk	
					TYSKLAND
1955	1965	x	x	x	AG der Gerresheimer Glashüttenwerke *(»Gerresheim«)*, i Düsseldorf-Gerresheim og dets datterselskaber
1955	1965	x	x		— Glashütte Achern GmbH, i Achern
1955		x			— Amberger Flaschenhütten GmbH, i Amberg
1955	1965	x	x		— Glashütte Budenheim GmbH, i Budenheim
1955	1965	x	x	x	— Oldenburgische Glashütte GmbH, i Oldenburg
1955		x			— Glashütte Heilbronn, i Heilbronn

1	2	f	k	fk	
1955	1965	x	x	x	Veba-Glas AG *(»Ruhrglas«)*, i Essen-Karnap
1955	1965	x	x	x	H. Heye Glasfabrik »Schauenstein« *(»Heye«)*, i Obernkirchen/Hannover
1955		x			Nienburger Glas, Himly, Holscher & Co. *(»Nienburg«)*, i Nienburg/Weser
1955		x			Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke Wiegand & Söhne GmbH, i Steinbach am Wald/Ofr.
1955	1965	x	x	x	Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke, i Kleintettau og Schleiden
1955	1965	x	x	x	Lüner Glashüttenwerke GmbH, i Altlünen, Post Lünen/West.
	1965	x	x	x	Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH, i Kipfenberg/Bayern
	1965		x		Noelle & von Campe Glashütte GmbH, i Boffzen/Weser ü/Höxter
	1965	x	x		Oberland-Glas, i Bad Wurzach/Allgäu
1955	1965	x	x	x	Spessarter Hohlglaswerke GmbH, i Lohr a. Main
1955	1965	x	x	x	Tettauer Glashüttenwerke AG, i Tettau/Oberfranken
	1965		x		Weck Glaswerk GmbH, i Bonn-Duisdorf
					BELGIEN
	1955		x	x	Verlica-Momignies S.A. *(»Verlica«)*, i Bruxelles
1955		x			Bouteilleries Belges Réunies S.A. *(»BBR«)*, i Jumet
1955/72	1955/72	x	x	x	Verreries de Fauquez S.A. (1), i Virginal-Fauquez
					NEDERLANDENE
1955	1955	x	x	x	N.V. Vereenigde Glasfabrieken *(»Schiedam«)*, i Schiedam
					FRANKRIG
1960		x	x	x	Boussois-Souchon-Neuvesel S.A. *(»BSN«)*, i Paris
1960		x	x		St-Gobain Emballage S.A. *(»St-Gobain«)*, i Neuilly-sur-Seine
1960/72		x			Verreries de Blanc-Misseron S.A. *(»Misseron«)*, i Valenciennes
1960		x			Verrerie Ouvrière d'Albi S.A., i Albi
1960		x			Verreries du Puy-de-Dôme S.A., i Paris
					ITALIEN
1961/71		x	x	x	Bordoni Miva Vetrerie Riunite SpA *(»Bordoni«)*, i Milano
1961/71		x			A.V.I.R. — Aziende Vetrarie Italiane Ricciardi SpA *(»Ricciardi«)*, i Napoli
1961/71		x			Vetreria Italiana Vetr.I. SpA, i Carcare (Savona) } *(»Vetri«)*
1961/71		x			Ve.Tri. — Vetreria Triveneta SpA, i Vicenza } *(»Vetri«)*

(1) Selskabet har været i likvidation siden 1. februar 1972.

4. Efter forberedende drøftelser mellem Gerresheim, Ruhrglas, Heye, Schiedam og de to belgiske sammenslutninger, der var forgængere for BBR og Verlica blev IFTRA-reglerne i marts 1955 vedtaget af de nævnte tyske, belgiske og hollandske fabrikanter for så vidt angår flasker og ligeledes anvendt på det belgiske og hollandske marked for så vidt angår konservesglas og flakoner.

I april 1960 blev IFTRA-reglerne for flasker undertegnet af fem franske producenter i en udgave, som var blevet ændret med henblik på forelæggelse for de franske myndigheder; dette er årsagen til de anførte forskelle mellem de anmeldte tekster på tysk og på fransk.

5. I 1961 blev IFTRA-reglerne undertegnet af de italienske producenter, som for deres hjemmemarked havde fastsat prislister for grønne og halvmatte flasker, men udelukkende for disse produkter. Uafhængigt af det forhold, at området for de omfattede produkter var mere begrænset for Italien end for de øvrige lande forblev italienske flaskeproducenters deltagelse sporadisk og vanskelig og ophørte i slutningen af 1971.

I 1965 undertegnede størstedelen af de tyske flakonproducenter IFTRA-reglerne for det tyske marked.

I begyndelsen af 1971 erklærede de franske flaskeproducenter, som havde undertegnet IFTRA-reglerne, sig villige til at udvide disse til at omfatte alt glas, der anvendes som emballage. Denne erklæring er dog ikke blevet fulgt. Misseron trak sig ud af IFTRA i maj 1972 med virkning fra den 31. december 1972.

6. IFTRA-reglerne omfatter eller omfattede følgende geografiske områder:

a) for klare og farvede flasker: det tyske, belgiske, luxembourgske og hollandske marked siden 1955 og det franske marked siden 1960;

b) udelukkende for halvmatte og grønne flasker: det italienske marked fra 1962 til 1971;

c) for konservesglas og flakoner i alle nuancer:
   — markederne i Benelux siden 1955
   — det tyske marked siden 1965.

7. Det fremgår af de af Kommissionen foretagne undersøgelser, at anvendelsen af aftalen om IFTRA-reglerne er blevet drøftet inden for rammerne af en struktureret organisation under møder, henholdsvis

a) i et snævert udvalg, det såkaldte »repræsentanter for IFTRA-underskriverne«, som består af delegerede fra følgende virksomheder:
   — siden 1955: Gerresheim, Ruhrglas, Schiedam, BBR,
   — siden 1958: Verlica,
   — siden 1960: St-Gobain, BSN, Misseron,
   — fra 1962 til 1971: Bordoni (St-Gobain-gruppen)
   — fra 1966 til 1971: Ricciardi og VETRI,
   — siden 1966: Heye,
   — siden 1969: Nienburg;

b) på den årlige generalforsamling af IFTRA-underskriverne.

8. Omkostningerne ved administrationen af IFTRA-aftalen og til advokatrådgivning (ved Dr. Rüdell) dækkes ved bidrag fra de virksomheder, der er tilsluttet reglerne, der først udgjorde 0,02 % af omsætningen det foregående år af de omfattede produkter. Siden 1963 er et samlet fast bidrag blevet fordelt på de enkelte lande og blevet opkrævet af de enkelte nationale sammenslutninger hos de medlemmer, der deltager i IFTRA-aftalen, på grundlag af deres omsætning.

I 1972 var det samlede årlige bidrag på 100 000 sfrs. (schweizerfrank), som blev fordelt efter følgende nøgle:

tyske underskrivere	42,00 %
belgiske underskrivere	5,68 %
franske underskrivere	37,00 %
italienske underskrivere	9,64 %
hollandske underskrivere	5,68 %.

9. Siden den 29. januar 1960 har møder i »repræsentanter for IFTRA-underskriverne« fundet regelmæssigt sted 3 gange om året, hvoraf et umiddelbart forud for den årlige generalforsamling. IFTRA-møderne er de sidste 3 år blevet holdt:

— den 4. februar 1970 i Bruxelles
— den 12. juni 1970 i Ajaccio (generalforsamling)
— den 28. oktober 1970 i Rom
— den 25. januar 1971 i Amsterdam
— den 25. juni 1971 i Hamborg (generalforsamling)
— den 21. oktober 1971 i Bruxelles
— den 2. februar 1972 i Paris
— den 8. juni 1972 i Bruxelles
— den 18. november 1972 i Bruxelles.

På mødet i februar 1972 blev der blandt andet fremlagt en beretning over de kontrolundersøgelser, som Kommissionens tjenestegrene havde foretaget i løbet af de foregående måneder. På de to sidste møder i 1972 drøftede man spørgsmålet om en eventuel ændret udforming af IFTRA-reglerne.

10. Det fremgår af referaterne fra IFTRA-møderne, at de behandlede spørgsmål navnlig drejede sig om at aftalen for så vidt angår

a) fastsættelsen af eksportpriserne på grundlag af de indenlandske priser, der kræves af deltagerne i bestemmelseslandet (se punkterne 11 og 12 nedenfor) — og

b) kendskab til de omtalte deltageres respektive priser ved hjælp af udveksling af prislister, forretningsbetingelser og rabatter samt meddelelse om enhver ændring af eller afvigelse fra priserne (se punkterne 13 til 18).

a) **Fastsættelse af eksportpriserne**

11. Ved fastsættelsen af eksportpriserne på grundlag af de indenlandske priser, der kræves af medkontrahenterne i bestemmelseslandet, er de deltagende gået ud fra følgende betragtninger, der er sammenfattet i referaterne af møderne mellem IFTRA-repræsentanterne den 27. januar 1959, 18/19. januar 1961 og 29. marts 1966 og af generalforsamlingerne den 24. juni 1966 og 30. maj 1967:

En nedsættelse af de indenlandske priser med henblik på at modstå konkurrencen fra lavere udenlandske tilbud koster den nationale producent mere end den udenlandske, for da førstnævnte råder over den største del af markedet, falder hans fortjeneste for de største mængder. Den producent, der dominerer et marked (»naturlig priceleader«) fastsætter frit sine priser på dette marked og informerer de øvrige producenter derom. Disse fastsætter deres eksportpriser for det pågældende land på grundlag af disse oplysninger, idet de aldrig ville kunne sælge dyrere end den producent, der dominerer markedet, og heller ikke kan håbe at erobre markedet ved lavere priser, som den nationale producent straks ville følge med en generel nedgang i salgspriserne som resultat. Da omkostninger og lønninger er i stadig stigning, ser alle producenter sig nødsaget til at foretage gentagne forhøjelser. Den, som først forhøjer priserne, er »priceleader«, hvis de andre følger ham.

12. Den praktiske anvendelse af det således fastlagte princip belyses af de konkrete tilfælde, der er blevet behandlet på IFTRA-møder efter anmeldelsen af reglerne (datoerne i parantes henviser til referaterne fra disse møder; GF angiver, at der var tale om en generalforsamling).

i) Gerresheim beklager, at de franske og italienske producenter af flakoner endnu ikke har undertegnet IFTRA-reglerne, for en fransk og en italiensk producent udbyder varerne i Tyskland til priser, der afviger fra de tyske priser; dette skyldes åbenbart et utilstrækkeligt kendskab til markedet. (24. januar 1963, punkt 8).

ii) På forespørgsel fra Schiedam vedrørende nogle fordele, som en belgisk fabrik — der var medlem af den sammenslutning, der gik forud for BBR — havde ydet i strid med salgskontrakten, meddeles det, at en rabat på 2 % ved betaling inden 8 dage er blevet ydet virksomheden Coca-Cola for derigennem at tilpasse sig den pris, en udenforstående hollandsk producent anvendte (24. januar 1963, punkt 7 in fine. 21. maj 1963, punkt 7).

iii) BBR oplyser, at efter en stigning i salgspriserne i Tyskland kræver de tyske bryggerier at få leveret til de indenlandske priser i Belgien. Dr. Rüdell anfører, at der ikke ved eksport er pligt til at anvende priserne i producentlandet, og at kravet ikke kan begrundes ved forbudet i artikel 85, stk. 1, litra d mod at diskriminere mellem købere, for i overgangsperioden i forbindelse med dannelsen af fællesmarkedet er levering til eksport ikke det samme som indenlandske leveringer, og de ulige vilkår påfører ikke efterspørgerne en konkurrencemæssig ulempe (24. januar 1963, punkt 3 og 4; 21. maj 1963 punkt 3 og 4).

iv) De italienske delegerede forespørger, om det forhold, at de tyske producenter af flasker fastsætter deres priser i Italien på samme niveau som de italienske, der ligger ca. 50 % under de tyske priser, udgør en utilladelig dumping. Dr. Rüdell svarer nej hertil (21. maj 1963, punkt 5).

v) Det oplyses, at Gerresheim har vanskeligheder med Bundeskartellamt som følge af en klage fra en tysk vineksportør, som havde påstået, at hans flaskeleverandør — en forhandler i Antwerpen — havde forhøjet sine priser på en måde, der ikke kunne godtages som følge af en aftale mellem Gerresheim og BBR. Gerresheim forklarer, at det ikke har forlangt en tilpasning af de belgiske priser til dets egne priser, men kun under en diskussion af tekniske normer har meddelt BBR, at priserne på flasker, der udbydes af den pågældende forhandler i Tyskland, ikke svarer til den belgiske prisliste for eksport til Tyskland (18. januar 1965, punkt 2 b; GF 29. april 1965, punkt 1 a).

vi) Den belgiske industri har genvundet sin stilling på markedet for sterilisationsglas takket være en ny model, som har gjort det muligt at forhøje priserne med 10 %. Dette er blevet meddelt de

tyske producenter, der i Belgien solgte under de tyske priser for at forsvare det belgiske marked mod import fra øst. Da importkontingentet for indførsel fra øst nu overholdes, forekommer sådanne prisnedslag ikke længere at være nødvendige (18. januar 1965, punkt 2 c).

vii) Ruhrglas oplyser, at et andelsselskab til indkøb af flasker, som på grund af mangel på service og lager ikke var blevet indrømmet forhandlerrabat, havde opnået en sådan rabat fra en italiensk producent (GF 24. juni 1966 punkt IV. 1). Det drejede sig imidlertid om gule flasker, der ikke er omfattet af de IFTRA-regler, som italienerne har undertegnet (26. oktober 1966, punkt 3).

viii) I forbindelse med en strid i 1961 vedrørende den tyske virksomhed Wecks eksport af konservesglas havde Schiedam ikke kunnet bevise hvilke priser, Weck tog i Nederlandene. En sådan bevisførelse ville kunne lettes, såfremt producenterne, foruden deres indenlandske priser, også fastsatte prislister for eksport og meddelte hinanden disse (26. oktober 1966, punkt 6; GF 30. maj 1967, punkt IV. 3).

ix) Ruhrglas ville have spurgt de italienske delegerede (der ikke var til stede) om det var en underskrivende virksomhed, som havde underskredet de tyske priser med 20-30 % i forbindelse med leveringen til et tysk bryggeri af flere millioner brune 0,5 Euro-flasker. Dette vil man imidlertid få kendskab til, så snart flaskerne efter påfyldning kommer ud i omsætningen. Såfremt der er tale om en IFTRA-underskriver opstår spørgsmålet, om der skal åbnes en procedure med henblik på den objektive konstatering af de faktiske omstændigheder (28. oktober 1970, punkt 4. c).

b) **Udveksling af prisoplysninger**

13. Da fastsættelsen af eksportpriserne afhænger af kendskab til de indenlandske priser, som deltagerne i bestemmelseslandet tager, er spørgsmålet om oplysning om prislister, rabatter, salgsbetingelser og om afvigelser (direkte fra producent til producent eller gennem nationale kontorer eller et europæisk centralkontor) blevet diskuteret ved talrige lejligheder af IFTRA-underskriverne.

14. Efter de italienske flaskeproducenters tiltrædelse i slutningen af 1961 blev det pålagt en eller flere virksomheder i hvert land at centralisere de nationale producenters lister over priser, rabatter og salgsbetingelser og at meddele dem til de tilsvarende virksomheder i udlandet.

Enhver ændring i listen over priser, rabatter og salgsbetingelser skulle meddeles. Desuden skulle der efter anmodning herom gives oplysninger om ændringer, der blev foretaget i enkelte tilfælde, idet enhver deltager havde ret til at indhente oplysninger, når en kunde hævdede at have fået mere fordelagtige pristilbud (referat fra »repræsentanternes« møder den 12. oktober 1961, 23. januar 1962, 4. maj 1962, brev fra Dr. Rüdell til deltagerne af 6. november 1962).

15. Senere blev der i 1962 oprettet nationale prisoplysningskontorer — i Paris for flakoner og i Bonn (senere Düsseldorf) for flasker, sidst i 1963 i Bruxelles for emballage-glasvarer i almindelighed — som blev stillet til rådighed for IFTRA-deltagerne med hensyn til alle oplysninger om de respektive markeder. Kontorerne i Paris og i Bruxelles blev nedlagt i slutningen af 1969.

16. Udvekslingen af oplysninger blev gjort til genstand for indgående behandling på generalforsamlingen for IFTRA-underskriverne, der blev afholdt i Napoli den 30. maj 1967 og som nedenfor gengives på grundlag af punkterne IV, 3 og IV, 5 i referatet fra generalforsamlingen:

De nationale producenter udveksler deres prislister og har lovet at oplyse hinanden om enhver pris, de fastsætter under deres egen prisliste. En producent, der eksporterer varer, kan også have interesse i at udarbejde en eksportprisliste og i at give den nationale producent meddelelse herom. I begyndelsen skal han også oplyse priserne ved enkelte spredte udførsler.

Erfaringen viser, at det er at foretrække, at denne udveksling sker på nationalt plan, gennem et neutralt kontor, der klassificerer oplysningerne om afvigelserne uden at videregive dem til alle deltagerne, der kun har ret til at indhente en oplysning, når de vil undersøge en kundes påstand. Det er på denne måde, at de tyske, belgiske og franske producenter har stillet deres nationale kontorer for udveksling af prisoplysninger til rådighed for de andre IFTRA-underskrivere, og det anbefales de italienske og nederlandske producenter at gøre det samme. Et løfte om udveksling af prisoplysninger er ikke indeholdt i IFTRA-reglerne, der indskrænker sig til at drage konsekvenserne af et sådant løfte inden for gruppe C. Erfaringen har vist, at det er formålstjenstligt at erstatte det simple løfte, der er afgivet uden for reglerne, med en detaljeret aftale om et kontor for udveksling af prisoplysninger.

17. Efter opløsningen af de franske og belgiske kontorer blev det i begyndelsen af 1970 bestemt, at udvekslingen skulle fortsætte direkte mellem producenterne, »men det må påses, at der ikke derved gives

anledning til mistanke om, at en sådan direkte udveksling af oplysninger fører til pristilpasning over for enkelte kunder« (mødet den 4. februar 1970, punkt 5).

18. Det fremgår af et antal konstaterede tilfælde af meddelelse af oplysninger, givet af Schiedam, BBR og Saint-Gobain til andre IFTRA-underskrivere, og navnlig til de andre »repræsentanter« for underskriverne (hvoraf de seneste er dateret 11. august, 28. september og 29. oktober 1971 for Schiedam's vedkommende, 22. oktober og 31. december 1971 for BBR's vedkommende og 22. januar 1971 for Saint-Gobain's vedkommende), at de meddelte oplysninger omhandlede de nye prislister, der skulle gælde fra en given dato, ændringerne i disse prislister og nævnene på virksomheder, der var indrømmet særpriser.

B. DE TILKNYTTEDE AFTALER

IFTRA-underskriverne har endvidere behandlet beslægtede spørgsmål, der ikke direkte følger af selve reglerne, navnlig vedrørende

a) tilpasning af priserne inden for fællesmarkedet gennem anvendelse af et fælles kalkulationsskema (punkterne 19 og 20 nedenfor) — og

b) den generelle indførelse af frankoprissystemet (punkterne 21 og 22).

a) Fælles kalkulationsskema

19. Da forskellen i salgspriserne mellem producenterne og mellem de nationale markeder skyldtes forskelle i måden, hvorpå fremstillingsprisen blev beregnet — nogle tog udgangspunkt i produktets vægt, andre i vanskelighederne ved dets fremstilling — blev det besluttet at udarbejde et fælles kalkulationsskema »for at undgå, at den gradvise toldafvikling får kunder og videresælgere til at benytte sig af forskellene mellem de nationale kalkulationssystemer til egen fordel og til skade for producenterne« (beretninger fra generalforsamlingerne den 24. juni 1966, 30. maj 1967 og 6. juni 1969).

20. Det skema, der blev udarbejdet i januar 1970, består af en liste med definitioner af de forskellige omkostningsposter, der skal lægges til grund, og som konteres henholdsvis efter vægt og maskintimer (eller begge med 50/50 % fordeling) eller pr. artikel. Dette skema gør det muligt for brugerne at nå frem til parallelle — om ikke identiske — kurver over fremstillingsprisen. Det er »bestemt til fastsættelse af salgsprisen og ikke til fabrikkernes interne administration. Selskaberne ... beregner deres fremstillingspriser efter den traditionelle metode, men skal derefter sammenholde dem med fremstillingspriserne efter IFTRA-skemaet ... for at undgå alvorlige fejl« (protokollat fra mødet mellem sagkyndige i fremstillingspriser den 12. januar 1971). Skemaet anvendes ensartet for flaskefabrikation af IFTRA-underskriverne. Nogle (Ruhrglas, Schiedam, Saint-Gobain) anvender det også for fabrikation af flakoner. Der er i 1972 indledt undersøgelse vedrørende en eventuel tilpasning af skemaet med henblik på dets generelle anvendelse for fabrikation af flakoner.

b) Indførelse af frankoprissystemet

21. Da brugerne og videresælgerne sammenligner ikke blot priserne, men også salgsbetingelserne, indførte IFTRA-underskriverne i 1960 systemet med pris franko bane eller kundens plads.

Efter at BBR havde meddelt IFTRA-generalforsamlingen i juni 1966, at store tapperier i forskellige lande i Europa, som beskæftiger sig med samme vare, begyndte at koncentrere deres indkøb i de lande, hvor priserne er lavest, blev vigtigheden af frankoprisen, der allerede anvendtes, anført ved denne lejlighed (pkt. IV, 3, i beretningen) og igen på generalforsamlingen i maj 1967:

»Frankoprisen kombinerer varens pris med de gennemsnitlige transportomkostninger. Dette system gør salg over lange afstande lettere, fordi man undgår den skadelige sammenligning mellem den lavere pris fra den nærliggende fabrik og den højere pris fra den fjerntliggende fabrik, og det begrænser distributionsnettet på en naturlig og forretningsmæssig måde. Således kunne de distributionsnet, som er nærmere bestemt ved beregningen af frankoprisen, træde i stedet for landegrænserne på en mere økonomisk måde« (pkt. III, 3, i beretningen).

I en intern meddelelse af 17. maj 1968 fra Ruhrglas vedrørende en anmodning fra bryggeriet Heineken i Rotterdam om pris »ab fabrik« i stedet for frankopris anføres det, at dette »rejser principspørgsmål i henseende til IFTRA-reglerne. Der kan således **ikke** træffes en ensidig beslutning for vort vedkommende, før vi har talt med alle de vestlige leverandører (Gerresheim, BBR, Schiedam og Dr. Rüdell)«.

Endelig blev der på IFTRA's generalforsamlinger i juni 1966, juni 1969 og juni 1970 henvist til sagen vedrørende et amerikansk multinationalt selskab, der brugte hulglas og havde produktionsanlæg i Frankrig og Tyskland, og som efter at have konstateret, at pri-

serne var lavere i Tyskland, ville foretage indkøb i dette land og lade varerne levere direkte til sin franske fabrik. Den tyske producent afslog med den begrundelse, at han anvendte prisen franko plads.

22. Efter at IFTRA-underskrivernes salgsdirektører havde konstateret, at alle lande anvendte priser franko bane eller franko plads, der indbefatter en »standardemballage« — et begreb, som er forskelligt fra land til land — blev dette problem undersøgt af en gruppe sagkyndige. Palletemballage med en bakke og overtræk af varmekrympeplast, der anses for at være bedst egnet til behovet, blev udvalgt og lagt til grund som standardemballage i frankoprisen med indekset 100 til beregning af de dertil svarende forhøjelser og rabatter (beretning fra generalforsamlingen den 6. juni 1969, pkt. 3).

C. EMBALLAGEGLASINDUSTRIENS STRUKTUR

23. Emballageglasindustrien kan opdeles i to store sektorer:

a) flasker og balloner,

b) flakoner af enhver art og konservesglas.

Disse to sektorer er karakteriseret ved et relativt begrænset antal virksomheder:

24. *I Tyskland*

— Gerresheim — der er et 75 %-datterselskab af Owens Illinois — har omkring 40 % af emballagehulglasmarkedet, inden for hvilken sektor det i 1969/1970 har nået en årsomsætning på 434,6 mill. DM;

— Veba-Glas (Ruhrglas) dækker omkring 24 % af emballagehulglasmarkedet; dets årsomsætning i 1971 var på omkring 400 mill. DM, heraf 50 mill. i konservesglas;

— Heye har en markedsandel på 10-12 % for så vidt angår flasker til drikkevarer; det har inden for dette vareområde en årsomsætning på omkring 100 mill. DM.

Resten indehaves af Nienburg og et vist antal små virksomheder, der næsten alle har underskrevet IFTRA-reglerne.

De fire virksomheder Gerresheim, Veba-Glas, Heye og Nienburg dækker tilsammen omkring 88 % af det tyske marked for glasflasker.

25. *I Belgien* findes i øjeblikket kun to virksomheder; BBR for flasker og Verlica for konservesglas og flakoner. Disse havde begge i 1970 en årsomsætning på omkring 1,2 milliarder bfr. De står i forbindelse med hinanden og med det franske konsortium Saint-Gobain gennem finansielle interesser og fælles administration.

26. *I Nederlandene* findes kun en enkelt stor virksomhed, Schiedam (kontrolleret med 60 % af BSN siden januar 1973), som i 1971 havde en årsomsætning på 133 mill. gylden. Dette faktiske monopol svækkes af Glasindustrie Dongen N.V., som særlig fabrikerer konservesglas og flasker til ikke-alkoholholdige drikkevarer og af indførsler fra Tyskland og Belgien, som udgør den største del af samhandlen med emballageglas i fællesmarkedet. En af Schiedams væsentlige interesser — hvilket virksomheden har givet udtryk for under flere IFTRA-møder — har været at forsøge at dæmme op for denne strøm, som truede dets position.

27. *I Frankrig* dominerer to mægtige grupper flaske- og flakonmarkedet og delvis brugsindustrierne:

— BSN har mere end 50 % af det franske glasflaskemarked, 50 % af konservesglas- og 25 % af flakonmarkedet. I disse sektorer har det i 1971 haft en årsomsætning på henholdsvis 420, 41 og 66 mill. ffr. Hvad angår forbrugerne af emballageglas, dækker BSN 45 % af ølmarkedet, 30 % af mineralvand og soft drinks og 70 % af babymaden, hvilket sikrer det betydningsfulde afsætningsmarkeder.

— Saint-Gobain Emballage har omkring 40 % af det franske flaske- og konservesglasmarked og Saint-Gobain Desjonquères omkring 75 % af flakonmarkedet.

Ved siden af disse to grupper findes to mellemstore virksomheder — Verrerie Christallerie d'Arques J. G. Durand et Cie, der kontrolleres af Saint-Gobain, og Verreries Mécaniques Champenoises, i hvilken BSN har en mindretalsinteresse — og fire små virksomheder — hvoraf tre har underskrevet IFTRA — som kun dækker en ringe procentdel af det franske emballageglasmarked.

Blandt disse sidste har la Verrerie de Blanc-Misseron omkring 1,5 % af det franske flaskemarked.

28. *I Italien* dækker grupperne Saint-Gobain (Bordoni-Miva), Ricciardi (i hvilken Saint-Gobain har en interesse på 25 %) og Vetri — som er samlet i sammenslutningen COVIR, og som var underskrivere af IFTRA indtil slutningen af 1971 — omkring 40 % af hele flaskeproduktionen.

29. *I Storbritannien,* dækker de tre førende engelske glasværker — United Glas Ltd., Beatson Clark & Co. og Rockware Glass Ltd. — omkring 70 til 80 % af emballageglasset. Disse virksomheder har ikke underskrevet IFTRA-reglerne. Indførslen af hulglas i de oprindelige EF-lande fra Det forenede Kongerige, som svingede mellem 5793 t (1961) og 4 248 t (1965), faldt i 1966 til 1 649 t og har siden svinget omkring dette tal (1971: 1 655 t).

30. *I Danmark* dækker Kastrup-Holmegård Glasværker ca. 80 % af markedet for emballageglas. Virksomheden har ikke underskrevet IFTRA-reglerne.

31. Sammenfattende kan det fastslås, at inden for den del af fællesmarkedet — Tyskland, Benelux og Frankrig — hvor IFTRA-reglerne stadig finder anvendelse, består den europæiske emballageglasindustri af 8 store virksomheder og af ca. 20 mindre virksomheder, der fremstiller produkter, som i det væsentlige er homogene. Efterspørgslen inden for denne sektor er i løbet af de sidste par år steget betydeligt, navnlig som følge af overgangen fra glas, der bruges mange gange til engangsglas og som følge af udviklingen af glasemballage til brug for produkter så som lægemidler, kosmetik og visse fødevarer.

Som følge af denne udvikling har visse producenter af emballageglas undertiden befundet sig i en situation med underkapacitet. Den betydelige vækst i samhandlen med emballageglas mellem medlemsstaterne skyldes således delvis, at disse virksomheder selv har henvendt sig til udenlandske konkurrenter for at forsyne visse af deres kunder, eller at sidstnævnte har søgt nye forsyningskanaler.

II. ANVENDELIGHEDEN AF ARTIKEL 85, STK. 1, I EØF-TRAKTATEN

A. AFTALER MELLEM VIRKSOMHEDER

32. I nærværende tilfælde foreligger der et kompleks af aftaler. Disse aftaler har deres oprindelse i aftalepartnernes tilslutning til et fælles regelsæt kaldet »regler om loyal konkurrence« eller IFTRA-reglerne (jfr. punkt 1 — 12) samt senere ordninger mellem virksomhederne som er blevet protokolleret ved IFTRA-møderne. De omtalte aftaler udfylder eller bidrager til gennemførelsen af IFTRA-reglerne ved en udveksling af prisoplysninger (punkt 13 — 18), udarbejdelse og anvendelse af et fælles priskalkulationsskema (punkt 19 og 20) og førelse af et frankopris-system (punkt 21 og 22).

B. KONKURRENCEBEGRÆNSNINGER

a) IFTRA-reglerne

33. Eftersom der består til tider væsentlige forskelle mellem lovgivningen i de enkelte medlemslande dels for så vidt angår bekæmpelse af illoyal konkurrence dels for så vidt angår beskyttelse af forbrugerne, vil valget af et fælles regelsæt for virksomheder fra flere medlemsstater nødvendigvis være vilkårligt. En aftale vedrørende håndhævelsen af sådanne regler kan således medføre, at virksomhederne — i deres eget land, eller i lande hvortil de eksporterer — anvender regler, der er strengere end de der ellers ville gælde i det pågældende land. Kommissionen tager ikke i nærværende beslutning stilling til om visse af de regler, som er gengivet under punkt 1 kan billiges eller ej, såfremt de optræder i den nationale lovgivning eller på anden måde.

34. At betegne en aftale som »regler om loyal konkurrence« er ikke tilstrækkeligt til at unddrage den fra EØF-traktatens artikel 85, stk. 1's anvendelsesområde. I det foreliggende tilfælde indeholder aftalen et antal bestemmelser, der, selvom de fremtræder som rettet mod illoyal optræden, giver deltagerne mulighed for indgreb rettet mod normale former for konkurrence. Som følge heraf har disse bestemmelser som deres væsentligste og reelle formål at begrænse konkurrencen mellem deltagerne på bekostning af forbrugerne af emballageglas.

35. Dette gælder navnlig bestemmelserne A.1. c og A.7. Punkt A.1.c betegner det som illoyalt systematisk at underbyde en konkurrents priser med det formål at bringe hans eksistens i fare eller at ødelægge ham, og det selv om underbydelsen ikke sker til lavere pris end fremstillingsprisen. Regel A.7., sidste sætning tillader, med henblik på at imødegå en konkurrents prismæssige foranstaltninger, kun tilpasning til denne konkurrents priser, men ikke underbydelse deraf.

Disse bestemmelser sigter således mod at forhindre konkurrencemæssig handlemåde, ved at den økonomisk bedst ledede og mest rentable virksomhed fastsætter priser, der ligger under konkurrentens, eller anvender introduktionspriser og -rabatter.

Inden for fællesmarkedet sikrer disse bestemmelser, at en fabrikant af emballage, der er tilsluttet aftalen, ikke, når han eksporterer til en anden deltagers område, forstyrrer prisniveauet på dette marked og anvender lavere priser der end de, der anvendes af den part, som anses som den nationale eller lokale prisfører (jfr. navnlig pkt. 11). Disse bestemmelser

har følgelig til formål at hindre priskonkurrencen mellem de deltagende.

Dette mål, der ganske vist ikke følger direkte af selve bestemmelsernes tekst på grund af den forsigtige formulering, der er anvendt, fremgår klart af de tilfælde og eksempler, der er blevet behandlet på IFTRA-møderne og af reglernes anvendelse i praksis (punkt 12).

36. De øvrige bestemmelser om priser, rabatter og forretningsbetingelser, nemlig punkt A.2.a (som forbyder diskriminerende priser, rabatter og vilkår), punkt A.6.a, andet afsnit (som forbyder hemmeligt at afvige fra tilbud og prislister) og punkt A.7., første afsnit (der formoder, at der allerede foreligger et illoyalt forhold, hvis prislisterne fraviges, hemmeligt eller ej) har ligeledes i det foreliggende tilfælde til formål at forhindre normal og lovlig konkurrencemæssig adfærd og især at begrænse konkurrencen på priser og vilkår mellem de deltagende virksomheder.

Det konkurrencebegrænsende formål træder endnu tydeligere frem, hvis man sammenholder disse bestemmelser med parternes ordninger med henblik på udveksling af prislister, rabatter og respektive salgsbetingelser (punkt 14-17 og 40-45 nedenfor).

37. Blandt »reglerne og principperne, der er gængse i branchen«, og som er indeholdt i gruppe B i aftalen, har punkt B.2. vedrørende offentliggørelse af individuelle prislister og rabatter til formål at muliggøre anvendelse og kontrol af de ovenfor nævnte bestemmelser i gruppe A vedrørende priser og rabatter. Punkt B.6., der forbyder eksport af varer af mangelfuld kvalitet — i det foreliggende tilfælde flasker, hvis farve ikke er fuldendt — har til formål at supplere de ovenfor nævnte bestemmelser i gruppen A, for eksport af sådanne produkter, der selvsagt vil ske til lavere priser, ville på bestemmelsesmarkedet have den samme konkurrencemæssige virkning som en underbydning af de priser, der tages af den prisførende virksomhed på dette marked.

Selv om bestemmelserne i gruppe B ikke angives at være bindende, kan de ikke have noget andet mål end at forstærke de praktiske virkninger af konkurrencebegrænsningerne. Dette følger af den sammenhæng, hvori bestemmelserne findes, og af den omstændighed, at aftaleparterne kun kan tænkes at have tilsluttet sig bestemmelserne i gruppe B for at anvende dem.

38. Ifølge de deltagende »betegner punkt C det kun som illoyalt at krænke et eventuelt afgivet løfte om oplysninger, for oplysning om en pris, der er ophævet, falsk eller meddelt for sent har til følge at vildlede konkurrenten, der handler i tillid til løftet om oplysninger« og »har ikke til formål eller følge at et sådant løfte og dertil svarende prisoplysninger skal gives, men det forudsættes«.

Denne argumentation virker ikke overbevisende. Den søger at sondre mellem — en angiveligt uden for IFTRA-aftalen — indgået forpligtelse for en fabrikant til at meddele den ene eller anden af sine konkurrenter oplysninger om sine priser og en forpligtelse, som den samme fabrikant har påtaget sig inden for rammerne af aftalen til hurtigt, præcist og fuldstændigt at meddele sådanne oplysninger. Når virksomheder af den størrelse og anseelse som de foreliggende beslutter at meddele sådanne oplysninger til konkurrenter, sker det selvsagt for at underrette dem korrekt og fuldstændigt. Punkt C sigter derfor klart til at indføre det nedenfor under punktum 40 — 45 behandlede prisudvekslingssystem mellem alle parterne i IFTRA-aftalen.

39. Overholdelsen af de ovenfor anførte konkurrencebegrænsninger sikres gennem

i) punkt D., 1. afsnit, der giver hver enkelt aftalepart mulighed for at kræve »erstatning« af den, der foretager konkurrencemæssige handlinger, som i aftalen betegnes som illoyale,

ii) punkt D., 2. afsnit, der forpligter en aftalepart til at erstatte den skade, han forvolder de andre aftaleparter ved »ikke eller ikke øjeblikkeligt at give meddelse om sine prisnedsættelser eller ved at give unøjagtige meddelelser derom« (den tyske version af punkt C) eller ved at anvende andre priser end de meddelte (den franske version).

Sidstnævnte bestemmelse har ikke til formål at dække et påstået tab, men at indføre en stor kontraktsbestemt straf — mindst 30 % af den til grund liggende omsætning. Det pågældende beløb fordeles mellem alle de øvrige aftaleparter. Straffen pålægges den, der overtræder de nedenfor behandlede regler om udveksling af prisoplysninger.

b) **Udveksling af prisoplysninger**

40. Den restriktive karakter af de ovenfor behandlede bestemmelser forstærkes og suppleres af forskellige aftaler, der er indgået inden for rammerne af IFTRA-møderne, vedrørende, direkte eller indirekte, udveksling mellem konkurrenter af deres respektive prislister, rabatter og vilkår samt vedrørende ændringer og individuelle afvigelser derfra (punkterne 14 til 18).

41. De deltagende har hertil anført:

i) Tilslutning til IFTRA-reglerne indebærer ingen forpligtelse for en producent til at erklære, at han ikke på diskriminerende måde vil fravige sine priser, og til at give oplysninger om sine priser. Men anvendelsen af de loyale konkurrenceregler forudsætter, at en underskriver af reglerne er rede til at meddele prisoplysninger i form af »normalpriserklæringer« til markedet herunder til konkurrenter, for ellers ville punkt A.2.a (der forbyder diskriminerende priser, rabatter og vilkår) og punkt A.6. a) 2. afsnit (der forbyder hemmelig afvigelse fra tilbud og listepriser) ikke kunne anvendes.

ii) Priserne bliver ikke meddelt konkurrenterne førend de er blevet bragt til »markedets« (dvs. virksomhedens repræsentanter, videreforhandlere og kunder) kendskab i form af cirkulærer, prislister, tilbud eller kontraktafslutning. Meddelelserne sker senere eller højest samtidig med at »markedet« bliver underrettet og har til formål at undgå, at oplysningerne gennem kundekredsen når fordrejede frem til konkurrenterne.

42. Disse argumenter er ikke holdbare:

i) Udveksling af prisoplysninger mellem konkurrenterne er en integreret del af IFTRA-aftalen idet det udgør en forudsætning for anvendelsen af bestemmelserne A.1.c. og A.7. sidste sætning, som forbyder at sælge til lavere priser end konkurrenterne (jfr. punkt 35 ovenfor). Punkt C forudsætter i øvrigt udtrykkeligt udveksling af prisoplysninger mellem konkurrenter.

ii) Det er i det foreliggende tilfælde uvæsentligt hvorvidt prisoplysningerne meddeles konkurrenterne før eller efter de er blevet meddelt »markedet«; prisændringerne i glasemballageindustrien meddeles nemlig tilstrækkeligt tidligt aftagerne i god tid inden iværksættelsen, således at disse kan tage dem i betragtning ved fastsættelsen af deres egne priser efter emballering; hvis derfor en producent, efter at have meddelt sine hjemmemarkedskunder de priser, rabatter og salgsbetingelser, som han vil anvende fra en given dato, videregiver disse oplysninger til konkurrenterne der er tilsluttet IFTRA-aftalen, vil disse være i stand til at tilpasse deres eksportpriser til denne producents priser i det pågældende land.

Dertil kommer, at sålænge en producent ikke ændrer sine prislister, rabatter og salgsbetingelser er dette ensbetydende med at de også er gældende for fremtidige forretninger.

43. Det er i strid med EF-traktatens artikel 85, stk. 1 såfremt en producent videregiver væsentlige oplysninger om sin prispolitik til sine konkurrenter, såsom prislister, rabatter og salgsbetingelser, indhold og dato for ændringer deri, samt de individuelle afvigelser herfra som indrømmes enkelte angivne kunder.

En virksomhed, der giver sine konkurrenter sådanne oplysninger om sin prispolitik, gør det kun, fordi den i medfør af aftalen med disse konkurrenter om anvendelse af IFTRA-reglerne har en rimelig grad af vished for, at disse følger en lignende prispolitik ved leveringen til det marked, hvor denne virksomhed er prisfører; den søger således at fjerne muligheden af uforudsete eller uforudselige reaktioner fra konkurrenternes side og dermed en stor del af den risiko, der normalt følger af enhver ensidig ændring af handlemåde på markedet.

44. En virksomhed, der har modtaget oplysninger fra sine konkurrenter om de priser disse anvender, herunder særlige priser og rabatter for bestemte varer overfor visse navngivne kunder, har et nøje kendskab til de nævnte konkurrenters nuværende og fremtidige handlemåde på deres respektive markeder og kan som følge heraf tilpasse sin prispolitik ved eksport til disse markeder.

45. Under hensyn til de oplysninger, som de pågældende virksomheder allerede råder over, er de oplysninger, de udveksler, af overordentlig stor betydning for hver enkelt virksomheds fastlæggelse af sin prispolitik ved eksport til de pågældende øvrige medlemsstater.

Aftalen om udveksling af prisoplysninger har følgelig til formål at begrænse og fordreje konkurrencen mellem de deltagende virksomheder inden for fællesmarkedet.

c) **Kalkulationsskema**

46. Virksomhedernes anvendelse af et fælles kalkulationsskema til beregning af fremstillingsomkostningerne til brug for fastsættelsen af salgspriserne (punkterne 19 og 20) har til formål at supplere aftalen vedrørende IFTRA-reglerne og udvekslingen af prisoplysninger ved at øve direkte indflydelse på de delta-

gende virksomheders prisdannelsesproces og ved at lette det for disse, at sammenligne deres respektive priser og følgelig at koordinere deres markedsadfærd.

47. Kommissionen har i sin meddelelse om samarbejde mellem virksomheder (1) under punkt II.1.d., ganske vist udtalt, at den ikke anser de aftaler som konkurrencebegrænsende, der udelukkende har til formål at indføre et fælles kalkulationsskema, som ikke indeholder bestemte beregningssatser.

Denne meddelelse finder dog ikke anvendelse i det foreliggende tilfælde for den pågældende aftale har ikke udelukkende til formål at indføre et fælles kalkulationsskema men udgør kun en del af et aftalekompleks, der har til formål at begrænse konkurrencen på priser, rabatter og vilkår.

d) **Frankoprissystemet**

48. Frankoprissystemet (pkt. 21), der anvendes af IFTRA-parterne med udelukkelse af alle andre prissystemer, består i, inden for et givet område at anvende ensartede leveringspriser, som indeholder en fastsat gennemsnitsfragt i stedet for de reelle fragtomkostninger for produkterne fra oprindelsesstedet til bestemmelsesstedet. Dette system, der senere er suppleret med en fælles justering for emballageomkostninger (pkt. 22), har til formål at neutralisere de konkurrencemæssige fordele, som de forskellige emballageglasfabrikanter kunne opnå i kraft af deres fjernere eller nærmere beliggenhed i forhold til aftagerne. Det tilgodeser den fjernereliggende kunde på bekostning af den nærmereliggende. Eftersom prisen er den samme for begge, betaler den nærmereliggende kunde højere fragtomkostninger end dem, som sælgeren rent faktisk har afholdt, medens den fjernereliggende kunde drager fordelen af en rabat i forhold til de reelle udgifter ved transporten. Eftersom salg alene kan ske efter dette system, er salget af de omhandlede produkter uden videre betinget af aftagerens accept af deres levering franko bestemmelsesstedet, dvs. de er betinget af en tillægsydelse, som ikke nødvendigvis er forbundet med salget af produktet, eftersom aftagerne af emballageglas som oftest råder over deres egne transportmidler. De omhandlede virksomheders kollektive anvendelse af et sådant ensartet prissystem med levering franko bestemmelsesstedet, med udelukkelse af alle andre prissystemer, medfører imidlertid, at konkurrencen mellem disse virksomheder og deres aftagere af emballageglas fordrejes.

49. Sammenfattende kan det siges, at det sammenhængende, institutionaliserede system med tilknyttede sanktioner, som følger af aftalerne vedrørende (a) de IFTRA-regler, der ovenfor er rejst indvendinger imod, (b) udvekslingen af prisoplysninger mellem aftaleparterne (c), det fælles priskalkulationsskema og (d) frankoprissystemet, har væsentligt og reelt til formål ikke at sikre loyal konkurrence, men at begrænse konkurrencen særligt for så vidt angår priser, rabatter og vilkår mellem de deltagende virksomheder for så vidt angår de pågældende produkter.

50. De anførte aftaler forårsager væsentlige konkurrencebegrænsninger på grund af

i) arten af de pågældende produkter; de flasker, konservesglas og flakoner, der er omfattede af disse aftaler, anvendes i meget vidt omfang som emballage for ikke mindst fødevarer, lægemidler og kosmetiske produkter til masseforbrug (punkt 2),

ii) den i meget stort omfang homogene karakter ved disse produkter,

iii) det begrænsede antal og størrelsen af virksomheder, som fremstiller disse produkter, og som er tilsluttet aftalen ligesom omfanget af de omfattende transaktioner (punkterne 24 til 28),

iv) den omstændighed, at konkurrence inden for denne industrigren praktisk talt kun finder sted med hensyn til priser, rabatter og vilkår.

C. PÅVIRKNING AF SAMHANDELEN INDEN FOR FÆLLESMARKEDET

51. De ovennævnte aftaler vedrører samhandelen med emballageglas inden for fællesmarkedet. De øver en direkte indflydelse på eksportprisdannelsen for de pågældende produkter for så vidt angår de virksomheder, der er tilsluttet aftalen og som følge deraf handelsstrømmen mellem medlemsstaterne. De er egnet til at opdele markedet mellem de prisførere inden for branchen, som deltager i aftalen og er således egnet til at skade gennemførelsen og funktionsdygtigheden

(1) EFT nr. C 75 af 29. 7. 1968, s. 3, berigtiget ved EFT nr. C 84 af 28. 8. 1968, s. 14.

af det fælles marked mellem staterne. De er følgelig i stand til at påvirke handelen mellem medlemsstater.

Betingelserne for at anvende artikel 85, stk. 1 er således opfyldt.

III. UANVENDELIGHED AF ARTIKEL 85, STK. 3

52. Kun den aftale, som knytter sig til IFTRA-reglerne er anmeldt til Kommissionen, og den er anmeldt som »typekontrakt«. Det drejer sig imidlertid i virkeligheden om en kollektiv aftale mellem de omhandlede virksomheder. Denne fejlagtige betegnelse påvirker imidlertid ikke gyldigheden af anmeldelsen.

53. I forbindelse med anmeldelsen har de deltagende anført følgende vedrørende de 4 betingelser i art. 85, stk. 3:

a) »En distribution af varerne uden illoyale forhold fremmer en konkurrence på ydelser (»Leistungswettbewerb«) og svarer til behovene ved industriel masseproduktion«;

b) »Forbrugerne i EØF-landene som industrilande lider skade ved illoyal konkurrence og har fordel af en konkurrence på ydelser«;

c) »Eftersom aftaleparterne vil fremme en konkurrence på ydelser og bekæmpe illoyal konkurrence, har de brug for konkurrenceregler«;

d) »Konkurrencen begrænses ikke af de deltagende«.

Parterne har senere under høringen baseret hele deres argumentation på, at artikel 85, stk. 1 ikke finder anvendelse på den anmeldte aftale og har ikke forsøgt nogen yderligere retfærdiggørelse med henblik på anvendelsen af artikel 85, stk. 3, end ikke subsidiært.

54. I det foreliggende tilfælde sikrer aftalen vedrørende IFTRA-reglerne, der er gennemgået ovenfor (punkterne 35-39), ikke på nogen måde forbrugerne en rimelig andel af de mulige fordele herved. Den omstændighed, at de mest rentable virksomheder ved salg til områder med højere priser er forpligtede til at tilpasse sig til den nationale eller regionale prisførers udbud, medfører tværtimod en ulempe for forbrugerne af emballageglas i det pågældende land eller område.

Bestemmelserne vedrørende priser, rabatter og vilkår, der er behandlet ovenfor, udelukker den eneste mulige konkurrence i den pågældende branche. En sådan aftale kommer alene de deltagende produktionsvirksomheder til gode og giver ikke forbrugerne andel i fordelene.

55. De omtalte bestemmelser giver yderligere de deltagende virksomheder mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer. Som følge af markedsstrukturen for emballageglas inden for fællesmarkedet (punkterne 24-31) giver stillingen, som de deltagende virksomheder indtager på dette marked, de konkurrencebegrænsende foranstaltninger, som virksomhederne træffer, en betydelig rækkevidde. En begrænsning eller fordrejning af konkurrencen på priser, rabatter og vilkår mellem virksomhederne fører til en udelukkelse af konkurrencen inden for fællesmarkedet for en væsentlig del af de pågældende varer.

Som følge af disse grunde kan artikel 85, stk. 3 ikke anvendes på den anmeldte aftale vedrørende IFTRA-regler.

56. Aftalen vedrørende udveksling af prisoplysninger og afvigelser fra opgivne priser, som blev indgået i året forud for anmeldelsen (punkt 14), er ikke nævnt i denne anmeldelse. Heller ingen af de senere aftaler vedrørende denne udveksling af oplysninger, eller vedrørende udarbejdelse af et fælles priskalkulationsskema eller vedrørende frankoprissystemet har været gjort til genstand for en anmeldelse, endsige en meddelelse til fuldstændiggørelse af anmeldelsen af oktober 1962. Som følge heraf kan disse aftaler, der er forbudt i medfør af artikel 85, stk. 1, og uden retsvirkning fordi de ikke er anmeldt ikke gøres til genstand for en beslutning om anvendelse af artikel 85, stk. 3.

57. Selv om de havde været anmeldt, kunne de imidlertid ikke fritages fra forbudet i medfør af den nævnte bestemmelse. Udvekslingen af prisoplysninger kommer nemlig kun deltagerne i IFTRA-aftalen tilgode. Forbrugerne kender derimod kun de priser, som forlanges af dem af de producenter, hos hvem de er kunder. Hverken fabrikanter, der ikke deltager i aftalen, eller mellemhandlere eller de endelige forbrugere, har adgang til de dokumenter, som udveksles mellem deltagerne. Hvad angår de to ikkeanmeldte aftaler, så har de som udtalt formål, for så vidt angår kalkulationsskemaet, at forhindre, »at kunder og mellemhandlere udnytter forskellene mellem de forskellige nationale priskalkulationssystemer til egen

fordel og til skade for producenterne« (pkt. 19) og for så vidt angår frankoprissystemet at forhindre »den skadelige sammenligning mellem den lave pris nær ved fabrikken og den højere pris længere væk« (punkt 21). Forbrugerne kan således ikke antages at få nogen andel i den fordel, som måtte være følgen af disse konkurrencebegrænsende aftaler.

Hertil kommer, at disse aftaler, under hensyn til de grunde, som er angivet under punkt 55, ikke opfylder betingelsen i artikel 85, stk. 3, b.

IV. ANVENDELIGHED AF ARTIKEL 3, PAR. 1 I FORORDNING Nr. 17/62

58. De deltagende virksomheder har under høringen fremført, at omend aftalen ikke er blevet generelt ophævet, er den dog ikke blevet anvendt i flere år. Det samme gælder med hensyn til udvekslingen af prisoplysninger, for selv om dette spørgsmål har været genstand for mange overvejelser på IFTRA-møderne, er det dog aldrig blevet fastlagt ved formelle internationale kontrakter.

På tidspunktet for Kommissionens kontrolundersøgelser i slutningen af året 1971 fandt IFTRA-møderne imidlertid stadig sted regelmæssigt (punkt 9) og udvekslingen af oplysninger fungerede stadig (punkt 18).

I slutningen af året 1971 har alle de italienske producenter og i slutningen af 1972 (punkt 5) har den franske producent Verreries de Blanc-Misseron S.A. formelt ophævet deres deltagelse i IFTRA-aftalen (punkt 5). Siden da har visse andre deltagere — især de tyske virksomheder Gerresheim, Veba-Glas, Heye et Nienburg — ligeledes opsagt deres deltagelse med virkning fra 31. december 1973.

Det må derfor pålægges de øvrige endnu deltagende virksomheder straks at træffe alle nødvendige forholdsregler for at bringe de konstaterede overtrædelser til ophør —

TRUFFET FØLGENDE BESLUTNING:

Artikel 1

Nedenstående bestemmelser udgør en overtrædelse af artikel 85, stk. 1 i traktaten om oprettelse af Det europæiske Fællesskab.

a) følgende bestemmelser i aftalen betegnet »regler om loyal konkurrence« indgået mellem de i artikel 4 nævnte emballageglasfabrikanter:

A.1.c) vedrørende systematisk underbyden af en konkurrent,

A.2.a) vedrørende ydelse af diskriminerende priser, rabatter og vilkår til købere,

A.6.a) andet afsnit, vedrørende hemmelig afvigen fra tilbud og prislister,

A.7. der opstiller en formodning for, at det er illoyalt af fravige de offentliggjorte prislister; uanset om det sker hemmeligt eller ej, og som med henblik på at imødegå en konkurrents nye prisforanstaltninger kun tillader tilpasning til denne konkurrents priser, ikke underbyden deraf,

B.2. vedrørende offentliggørelse af individuelle prislister og rabatter,

B.6. vedrørende forbud mod at eksportere varer af mangelfuld kvalitet,

og

C. vedrørende oplysninger om vildledende priser.

b) aftalerne indgået mellem de omhandlede virksomheder vedrørende udveksling af oplysninger om deres respektive priser, rabatter og vilkår

c) aftalen vedrørende anvendelse af et priskalkulationsskema og

d) aftalen vedrørende kollektiv og udelukkende anvendelse af et frankoprissystem.

Artikel 2

Der meddeles afslag på ansøgning for den under artikel 1 a) nævnte aftale om anvendelse af EØF-traktatens artikel 85, stk. 3.

Artikel 3

Det pålægges de virksomheder, der deltager i de aftaler, der er omtalt i artikel 1, straks at bringe de konstaterede overtrædelser til ophør.

Artikel 4

Denne beslutning er rettet til følgende virksomheder:

1. Gerresheimer Glas Aktiengesellschaft
   D - 4000 Düsseldorf-Gerresheim
   Heyestraße 99

2. Veba-Glas AG
   D - 4300 Essen 12
   Ruhrglasstraße 50

3. H. Heye Glasfabrik »Schauenstein«
D - 4962 Obernkirchen/Hannover

4. Himly, Holscher & Co. KG
Glasfabrik Wilhelmshütte
D - 3070 Nienburg/Weser
Gr. Drakenburger Straße 132

5. Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke
Wiegand & Söhne GmbH
D - 8641 Steinbach am Wald/Ofr.

6. Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke
D - 8641 Kleintettau/Ofr.

7. Lüner Glashüttenwerke GmbH
D - 4628 Altlünen/Post Lünen/Westf.
Döttelbeckstraße 89

8. Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH
D - 8831 Kipfenberg/Bayern

9. Noelle & von Campe Glashütte GmbH
D - 3474 Boffzen/Weser über Höxter
Sollingstraße 14

10. Oberland Glas GmbH
Glasfabrik Dr. Harry Wiegand
D - 7954 Bad Wurzach/Allgäu

11. Spessarter Hohlglaswerke GmbH
D - 8770 Lohr am Main
Rodenbacher Straße 38

12. Tettauer Glashüttenwerke AG
D - 8641 Tettau/Oberfranken

13. Weck Glaswerk GmbH
D - 5300 Bonn-Duisdorf

14. Verlica-Momignies S.A.
avenue de l'Astronomie 23
B - 1030 Bruxelles

15. Bouteilleries Belges Réunies S.A.
rue Wauters 59
B - 6040 Jumet

16. N.V. Vereenigde Glasfabrieken (United Glasswork)
Buitenhavenweg 114-116
NL - Schiedam

17. Boussois-Souchon-Neuvesel (BSN) S.A.
22, boulevard Malesherbes
F - 75008 Paris

18. Saint-Gobain Emballage S.A.
63, rue de Villiers
F - 92209 Neuilly-sur-Seine

19. Verreries de Blanc-Misseron S.A.
26, rue de Mons
F - 59 300 Valenciennes

20. Verrerie Ouvrière d'Albi S.A.
146, avenue Dembourg
F - 81003 Albi

21. Verreries du Puy-de-Dôme S.A.
25, rue du Général Foy
F - 75008 Paris

22. Bordoni Miva Vetrerie Riunite SpA
Palazzo Saint-Gobain
Via E. Rogmagnoli
I - 20 146 Milano

23. Aziende Vetrarie Italiane Ricciardi AVIR SpA
Largo Vasto a Chiaia 82
I - 80 121 Napoli

24. Vetreria Italiana VETR.I. SpA
Via Garibaldi 101
I - 17 043 Carcare (Savona)

Udfærdiget i Bruxelles, den 15. maj 1974.

På Kommissionens vegne
François-Xavier ORTOLI
Formand