KOMMISSIONEN

KOMMISSIONENS BESLUT
av den 20 juli 1999
beträffande ett förfarande enligt artikel 82 i EG-fördraget och artikel 54 i EES-avtalet
(Ärende nr IV/36.888 – Fotbolls-VM 1998)

[delgivet med nr K(1999) 2295]

(Endast den franska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

(2000/12/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT DETTA BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av Avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet,

med beaktande av rådets förordning nr 17 av den 6 februari 1962, första förordningen om tillämpning av fördragets artiklar 85 och 86 [1], senast ändrad genom förordning (EG) nr 1216/1999 [2], särskilt artikel 15.2 i denna,

med beaktande av kommissionens beslut av den 25 augusti 1998 om att inleda ett förfarande i detta ärende,

efter att ha gett berörda parter möjlighet att yttra sig om kommissionens invändningar enligt artikel 19.1 i förordning nr 17 och kommissionens förordning nr 99/63/EEG av den 25 juli 1963 om sådana förhör som avses i artikel 19.1 och 19.2 i rådets förordning nr 17 [3],

efter att ha hört Rådgivande kommittén för kartell- och monopolfrågor, och

av följande skäl:

I. **FAKTA**

A. FÖREMÅL FÖR BESLUTET

1. Detta beslut gäller den för slutspelet i fotbolls-VM 1998 officiellt utnämnda lokala organisationskommitténs (CFO) arrangemang i samband med dess försäljning av biljetter till allmänheten under 1996 och 1997.

B. CFO

2. Comité français d'organisation de la Coupe du monde de football 1998 (CFO) inrättades den 10 november 1992 som en icke-vinstdrivande organisation av det franska fotbollsförbundet (Fédération Française de Football – FFF) med godkännande av Internationella fotbollsförbundet (Fédération Internationale de Football Association – FIFA). CFO inrättades med det särskilda syftet att, inom de ramar för verksamheten som fastställts av FIFA, ansvara för all verksamhet som rörde det tekniska och logistiska genomförandet av slutspelet i fotbolls-VM 1998.

[1] EGT 13, 21.2.1962, s. 204/62.
[2] EGT L 148, 15.6.1999, s. 5.
[3] EGT 127, 20.8.1963, s. 2268/63.

C. SLUTSPELET

3. VM-slutspelet år 1998 inbegrep deltagande av 32 fotbollslag från länder runt om i världen. Slutspelet ägde rum efter att kvalturneringarna med totalt 172 landslag avslutats under 1997. Både Brasilien som vinnare av VM 1994 och Frankrike som värdnation var undantagna från kravet att kvalificera sig till slutspelet och deltog således inte i kvalturneringarna.

4. I den första delen av slutspelet, gruppspelet, som började den 10 juni 1998, delades lagen in i åtta grupper om fyra lag. Dessa gruppers sammansättning fastställdes genom lottning den 4 december 1997. Varje lag mötte sedan övriga lag i sin grupp i totalt tre matcher.

5. De lag som hamnade på första eller andra plats i sin grupp kvalificerade sig för slutspelets andra del, finalspelet. Denna del inbegrep med andra ord 16 lag i åttondelsfinaler, som följdes av fyra kvartsfinaler, två semifinaler, matchen om tredje pris samt, den 12 juli 1998, själva VM-finalen.

6. Tio fotbollsstadion runt om i Frankrike stod som värdar för matcherna i VM-slutspelet. Varje lag spelade sina tre matcher i gruppspelet på olika stadion. Enligt CFO skulle detta garantera att varje stadion skulle stå som värd för minst två lag som skulle sluta som gruppsegrare. När det gäller matcherna i finalspelet stod varje VM-stadion som värd för minst en åttondels- eller kvartsfinal.

D. BILJETTFÖRSÄLJNINGSARRANGEMANG

7. Som innehavare av samtliga rättigheter som rör fotbolls-VM fastställer FIFA bestämmelser för den allmänna organisatoriska inramningen både av kvalspelet och slutspelet. När det gällde de organisatoriska arrangemangen kring VM 1998 fastställde FIFA bestämmelser enligt vilka CFO ansvarade för alla frågor som rörde pris, fördelning och försäljning av biljetterna till slutspelsmatcherna ([4]), med förbehåll för FIFA:s godkännande av de övergripande arrangemangen ([5]).

E. ALLMÄNT OM FÖRDELNINGEN AV BILJETTER

8. Totalt gjorde CFO cirka 2 666 500 biljetter tillgängliga för vidare fördelning antingen direkt eller genom officiellt utnämnda försäljningskanaler. Biljetterna fördelades enligt följande:

— 28,12 %: fördelades av CFO till allmänheten,

— 23,33 %: fördelades av de nationella fotbollsförbunden till allmänheten,

— 6,58 %: fördelades av auktoriserade resebyråer till allmänheten runt om i världen,

— 13,48 %: fördelades av CFO till medlemmar i ”Famille du Football Français” ([6]),

— 13,15 %: fördelades av CFO till sponsorer,

— 7,51 %: fördelades av CFO som goodwill- och representationsprodukter, framför allt till företagskunder,

— 4,07 %: fördelades av CFO för övriga syften ([7]),

— 2,86 %: fördelades av CFO till offentliga kollektiv,

— 0,70 %: distribuerades till personer med funktionshinder,

— 0,20 %: osålda biljetter.

9. Intäkterna från biljettförsäljningen utgjorde 60 % av CFO:s totala intäkter.

F. BILJETTFÖRSÄLJNING TILL ALLMÄNHETEN

10. Totalt 1 547 300 biljetter till slutspelsmatcherna gjordes tillgängliga för direkt försäljning till allmänheten. Detta motsvarade 58,03 % av alla biljetter som fördelades, och inbegriper biljettförsäljning genom CFO (28,12 %), FIFA-anslutna nationella fotbollsförbund (23,33 %) och auktoriserade resebyråer runt om i världen (6,58 %), inklusive resebyråer som sålde biljetter i Europa.

([4]) Detta godkännande rörde dock inte de arrangemang som avses med detta beslut.
([5]) Artikel 34 i FIFA:s förordning *Coupe du Monde de la FIFA* av den 31 maj 1995.
([6]) Som utgörs av innehavare av fotbollslicenser och klubbmedlemmar i Frankrike.
([7]) Exempelvis ungdomsprogram.

11. Biljetter såldes till allmänheten antingen styckevis eller som ett paket om fem eller sex biljetter till olika matcher under namnet ”Pass France 98”. Detta beslut rör uteslutande CFO:s arrangemang för att under 1996 och 1997 sälja Pass France 98 och biljetter till de enskilda matcherna under slutspelet.

Försäljningens fördelning

12. De biljetter som såldes till allmänheten, vilket skedde både före och efter grupplottningen den 4 december 1997, fördelade sig sammanfattningsvis enligt följande:

Tabell 1

Försäljning till allmänheten av biljetter till VM-slutspelet

	Antal	Procent (1)
CFO:s försäljning före den 4 december 1997 till konsumenter med adress i Frankrike:		
— Pass France 98	393 200 (2)	14,75 %
— Biljetter till enskilda matcher	181 000	6,79 %
CFO:s försäljning efter den 4 december 1997 till konsumenter med address i EES:		
— Biljetter till enskilda matcher	175 500	6,58 %
De nationella fotbollsförbundens försäljning efter den 4 december 1997: (3):		
— Biljetter till enskilda matcher	622 150	23,33 %
Auktoriserade resebyråers försäljning efter den 4 december 1997 (3):		
— Biljetter till enskilda matcher	175 450	6,58 %
Totalt	1 547 300	58,03 %

(1) Uppgifterna återspeglar andelen av det totala antalet biljetter som fördelats/sålts till alla slutspelsmatcher.

(2) Uppgifterna återspeglar det totala antalet enskilda biljetter som sålts genom Pass France 98.

(3) Uppgifterna återspeglar den globala försäljningen.

Försäljningens fördelning över tiden

13. De särskilda datum och den fördelning över tiden som gäller för försäljningen till allmänheten genom de olika försäljningskanalerna var följande:

Den 27 november 1996–27 maj 1997: 393 200 biljetter i form av Pass France 98 såldes av CFO direkt till personer som kunde uppge en adress i Frankrike. Samtliga Pass France 98 hade sålts den 27 maj 1997.

Den 18 september–18 oktober 1997: Ansökningar från personer som kunde uppge en adress i Frankrike kunde ställas till CFO för 181 000 enskilda biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen.

Från och med den 4 december 1997 (dagen för grupplottningen): Efter grupplottningen distribuerade FIFA biljetter till de enskilda slutspelsmatcherna till de nationella fotbollsförbunden. De nationella fotbollsförbundens försäljning till allmänheten av biljetter till gruppspelet påbörjades strax därefter. Huvuddelen av de nationella fotbollsförbundens försäljning av biljetter till finalspelet skedde under själva slutspelet då det stod klart vilka av lagen som skulle gå vidare till finalspelet. Totalt 622 150 biljetter till samtliga slutspelsmatcher fördelades i olika kvantiteter till de nationella fotbollsförbunden runt om i världen.

Från och med den 15 december 1997: Biljetter till de enskilda slutspelsmatcherna distribuerades till resebyråer som auktoriserats att sälja biljetter inom UEFA-området ([8]) (nedan kallade europeiska resebyråer) ([9]). Av det totala antalet biljetter som tilldelats auktoriserade resebyråer runt om i världen fick de europeiska resebyråerna en initial tilldelning på 79 150 biljetter av CFO. CFO ställde ytterligare biljetter till de europeiska resebyråernas förfogande efter att de nationella fotbollsförbunden senare återlämnade osålda biljetter. Detta innebar att den totala tilldelningen av biljetter till de europeiska resebyråerna ökade med ungefär 25 %.

Från och med den 22 april 1998: CFO sålde direkt till allmänheten som kunde uppge en adress inom EES 175 500 biljetter till gruppspelet och åttondelsfinalerna.

Biljetter som såldes till allmänheten som "blinda biljetter"

14. Före grupplottningen den 4 december 1997 var sammansättningen hos de åtta grupperna till gruppspelet okänd, vilket följaktligen också gäller identiteten på de lag som skulle mötas i de enskilda matcherna under denna del. För varje gruppspelsmatch kände man därför bara till datum och plats. När det gäller finalspelet blev identiteten på de lag som skulle mötas känd först efter det att aktuella matcher under närmast föregående final-omgång spelats.

15. Med undantag för inledningsmatchen, där Brasilien skulle spela i egenskap av vinnare av föregående VM-slutspel 1994, innebar detta att de konsumenter som köpte biljetter till gruppspelsmatcherna före grupplottningen den 4 december 1997 gjorde detta "i blindo", det vill säga att de vid inköpstillfället inte kände till vilka lag som skulle mötas i matcherna.

16. Vid försäljningen av biljetter till finalspelsmatcher innebar detta också att de konsumenter som köpte sina-biljetter innan aktuella matcher i föregående omgång var spelade också gjorde detta i blindo.

Konsekvenser av grupplottningen den 4 december 1997

17. Grupplottningen den 4 december 1997, vilket gav allmänheten kännedom om vilka lag som skulle mötas i samtliga matcher under gruppspelet, hade i vissa europeiska länder långtgående effekter på intresset för turneringen och i synnerhet på efterfrågan på biljetter till vissa matcher, en efterfrågan som inte kunde tillgodoses av de kvoter som FIFA tilldelat vissa nationella fotbollsförbund.

G. CFO:s DIREKTFÖRSÄLJNING TILL ALLMÄNHETEN

Försäljning av Pass France 98

18. Pass France 98 bestod av ett paket med fem eller sex biljetter till olika matcher. Förutom inträde till matcher vid tre av de tio VM-stadions gav Pass France 98 sina innehavare rätt att vid ett enda stadion se samtliga gruppspelsmatcher och en åttondelsfinal ([10]). Gruppspelet och åttondelsfinalerna spelades under en period på mellan 13 och 20 dagar beroende på stadion.

19. Pass France 98 såldes och marknadsfördes uteslutande av CFO till privatpersoner som kunde uppge en adress i Frankrike och försäljningen skedde i god tid före grupplottningen den 4 december 1997, då det inte var känt vilka lag som skulle mötas i de olika matcherna. CFO ansåg det vara nödvändigt att sälja Pass France 98 före grupplottningen dels för att så långt som möjligt säkerställa att alla gruppspelsmatcher och åttondelsfinaler spelades inför en talrik publik, oavsett vilka lag som möttes, dels för att säkerställa tillräcklig finansiering för CFO inför slutspelet.

20. Totalt sålde CFO 393 200 "blinda" biljetter i form av Pass France 98 till allmänheten mellan den 27 november 1996 och den 27 maj 1997, vilket motsvarar cirka 15 % av det totala antalet biljetter som fanns tillgängliga till slutspelet och 6 % av CFO:s totala intäkter från biljettförsäljningen. Även om uppgifterna varierar från stadion till stadion, köptes mellan 71 % och 91 % av samtliga Pass France 98 som CFO sålde av privatpersoner med adress antingen i det departement i vilket stadion var beläget eller i omedelbart kringliggande departement.

Försäljning av biljetter till enskilda matcher

21. CFO:s försäljning till allmänheten av biljetter till enskilda matcher delades in i två omgångar:

([8]) UEFA (l'Union des associations européennes de football) organiserar olika fotbollsturneringar i Europa. Dess medlemmar inbegriper bland annat samtliga nationella fotbollsförbund i EES.

([9]) Rörde enbart matcher med åtminstone ett lag från UEFA-området.

([10]) Pass France 98 som rörde matcher på stadion i Saint-Denis gav inte köparen rätt att se slutspelets inledningsmatch. Pass France 98 för matcher på stadiona i Lyon och Nantes gav bara rätt att se matcher under gruppspelet eftersom ingen match under finalspelet spelades på dessa stadion.

Den första omgången (den 18 september–18 oktober 1997)

22. I den första försäljningsomgången bjöd CFO in personer som kunde uppge en adress i Frankrike att ansöka om cirka 181 000 biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen.

23. Ansökningar om att köpa dessa biljetter skulle lämnas in till CFO mellan den 18 september 1997 och den 18 oktober 1997. Efter att ha fatt in ungefär 1 043 000 ansökningar genomfördes en lottdragning den 19 december 1997 för att avgöra vilka sökande som skulle tilldelas biljetter. Försäljningen av biljetter till enskilda matcher under 1997 motsvarade ungefär 7 % både av det totala antalet biljetter som fanns tillgängliga till slutspelsmatcherna och av CFO:s totala intäkter från biljettförsäljningen.

Den andra omgången (från och med den 22 april 1998)

24. Under den andra försäljningsomgången, som inleddes den 22 april 1998, sålde CFO cirka 175 500 biljetter till enskilda matcher till personer som kunde uppge en adress i EES. Dessa biljetter rörde gruppspelsmatcherna (förutom inledningsmatchen) och åttondelsfinalerna. Vid denna försäljning var det känt vilka lag som skulle mötas vid gruppspelsmatcherna, medan lagen i varje åttondelsfinal kunde identifieras från en lista som inte innehöll fler än åtta deltagande lag från gruppspelet.

25. Av säkerhetsskäl fick högst cirka 10 % av de biljetter som CFO sålde under denna andra omgång tilldelas supportrar till lag som möttes i en viss match med tanke på det begränsade antal platser som då fanns tillgängliga för försäljning till ”icke-neutral” publik (se skäl 57). Samtliga övriga biljetter såldes uteslutande till så kallade neutrala åskådare, vilka kunde ges platser som särskilt reserverats för denna del av publiken.

26. Ungefär 45 % av de biljetter som gjordes tillgängliga under denna andra försäljningsomgång köptes av personer från EES som uppgav en adress utanför Frankrike, medan ungefär 38 % av samtliga sålda biljetter köptes av personer från länder vars lag kvalificerat sig till slutspelet ([11]).

H. FÖRSÄLJNING TILL ALLMÄNHETEN GENOM ANDRA FÖRSÄLJNINGSKANALER (EUROPEISKA RESEBYRÅER OCH NATIONELLA FOTBOLLSFÖRBUND)

27. De europeiska resebyråerna och de nationella fotbollsförbunden sålde samtliga biljetter till enskilda matcher som de tilldelades efter grupplottningen den 4 december 1997, då det blev känt vilka lag som skulle mötas i varje match under gruppspelet. Ingen av dessa försäljningskanaler sålde några Pass France 98 till allmänheten.

De europeiska resebyråernas försäljning till allmänheten av biljetter till enskilda matcher

Val av resebyråer

28. Efter sammanträden med kommissionen i mars 1997 inkom CFO den 11 juni 1997 med en anmälan som avsåg dess förslag till system för urval av resebyråer som skulle auktoriseras att sälja biljetter till slutspelsmatcherna inom UEFA-området (som bland annat inbegriper samtliga EES-länder). Med tanke på frågans, enligt anmälan, brådskande karaktär och efter att kommissionen bedömt CFO:s specifika förslag godkändes dessa arrangemang genom en administrativ skrivelse av den 30 juni 1997.

29. Även om CFO i sin anmälan angav huvuddragen för arrangemangen kring försäljningen av biljetter till slutspelsmatcherna, informerade CFO inte vid något tillfälle kommissionen om dess avsikt att genomföra de arrangemang som detta beslut har avseende på.

30. Den 24 november 1997 tillkännagav CFO genom ett pressmeddelande att 17 resebyråer hade valts ut för att sälja biljetter runt om i världen. Av dessa gavs fem ensamrätt att sälja biljetter inom UEFA-området.

CFO:s försäljning till europeiska resebyråer

31. De europeiska resebyråerna beställde det maximala antal biljetter som CFO hade reserverat för dem, det vill säga totalt ungefär 79 150. CFO tilldelade senare de europeiska resebyråerna ytterligare biljetter, vilket ökade denna siffra med omkring 25 %.

Beställningar Pass France 98

32. Såsom distributör av samtliga biljetter till slutspelet erbjöd CFO varje europeisk resebyrå att köpa 100 stycken Pass France 98 för vart och ett av de tio VM-stadiona. Totalt innebar detta att varje europeisk resebyrå erbjöds maximalt cirka 5 500 biljetter till enskilda matcher. De europeiska resebyråerna fick själva bestämma om de skulle beställa Pass France 98 före eller efter grupplottningen den 4 december 1997.

([11]) Vilket CFO bekräftade i sin skrivelse av den 4 juni 1998 (bilaga 3) som svar på kommissionens formella begäran om upplysningar av den 15 maj 1998.

33. Då de utsågs till auktoriserade försäljare och långt efter det att CFO slutfört försäljningen av Pass France 98, hade de europeiska resebyråerna redan bekräftat sin avsikt att beställa det maximala antal biljetter som de skulle få tillgång till i form av Pass France 98 efter grupplottningen den 4 december 1997. För de fem resebyråerna motsvarade detta totalt cirka 27 500 biljetter. Därmed, och oaktat att de europeiska resebyråerna skulle ha kunnat beställa och sälja biljetterna till gruppspelet före grupplottningen, erbjöds allmänheten samtliga dessa biljetter vid en tidpunkt då det var känt vilka lag som skulle mötas i dessa matcher.

34. Varje europeisk resebyrå tilläts sälja de biljetter som ingick i varje Pass France 98-paket som enskilda biljetter. De europeiska resebyråerna valde här att sälja de biljetter som de tilldelats i form av Pass France 98 på detta sätt.

Beställning av biljetter till enskilda matcher

35. Utöver att beställa Pass France 98 erbjöd CFO de europeiska resebyråerna att köpa biljetter till enskilda matcher under grupp- och finalspelet. De europeiska resebyråerna beställde i detta fall det maximala antalet enskilda biljetter som CFO ursprungligen ställde till deras förfogande för grupp- och finalspelet. Sammantaget beställde de europeiska resebyråerna 33 950 och 17 700 enskilda biljetter till grupp-respektive finalspelet.

De europeiska resebyråernas försäljning

36. Huvuddelen av de biljetter till grupp- och finalspelet som de europeiska resebyråerna erbjöd allmänheten såldes som en del av ett paket. Dessa paket innehöll, förutom själva biljetten, också andra tjänster såsom tillträde till representationsanläggningar och, för vissa matcher, också logi och resetjänster. Priserna återspeglade därför både biljettpriset och priset på dessa ytterligare tjänster, vilket avsevärt ökade priset för de konsumenter som ville köpa biljetter av de europeiska resebyråerna. De olika europeiska resebyråernas beslut att sälja biljetterna i paket tillsammans med andra tjänster fattades oberoende och utan någon inblandning från CFO:s sida.

De nationella fotbollsförbundens försäljning till allmänheten av biljetter till enskilda matcher

37. De biljetter till enskilda matcher som de nationella fotbollsförbunden sålde till allmänheten hade tilldelats dessa förbund på FIFA:s begäran. FIFA reserverade för sin del en tilldelning på upp till 20 % av alla tillgängliga biljetter (exklusive representationsbås och goodwillbiljetter) för att därefter fördela dessa mellan de nationella fotbollsförbunden. För detta ställde CFO cirka 25,2 % av biljetterna till FIFA:s förfogande (vilket motsvarade totalt 622 150 biljetter).

38. En överväldigande majoritet av de biljetter som FIFA tilldelade de nationella fotbollsförbunden såldes till allmänheten då det var känt vilka lag som skulle mötas i de olika matcherna.

39. Av de totalt 622 150 biljetter som tilldelades FIFA fördelades de som rörde gruppspelet mellan de nationella fotbollsförbunden runt om i världen efter grupplottningen den 4 december 1997. Samtidigt fördelade FIFA en liten del av sin tilldelning av biljetter till finalspelet mellan de nationella fotbollsförbunden. En klar huvuddel av biljetterna till finalspelet började FIFA dock tilldela de nationella fotbollsförbunden först efter att gruppspelet var slutspelat den 26 juni 1998 och efter att det stod klart vilka lag som skulle mötas i varje finalomgång under finalspelet.

40. De nationella fotbollsförbunden sålde därför samtliga biljetter till gruppspelet efter grupplottningen, då det var känt vilka lag som skulle mötas i dessa matcher. När det gäller finalspelet kunde nationella fotbollsförbund som fått en avsevärd tilldelning av biljetter [12] inte sälja huvuddelen av dessa biljetter till allmänheten förrän det blivit känt vilka lag som skulle mötas.

41. I tabell 2 (nedan) återges bland annat FIFA:s ungefärliga tilldelningar till de nationella fotbollsförbunden inom EES före slutspelets början den 10 juni för samtliga matcher under slutspelets första och andra del. Uppgifterna om biljetter till den andra delen motsvarar det maximala antal ”blinda” biljetter som dessa förbund kunde sälja till allmänheten [13]. Endast i illustrationssyfte redovisas FIFA:s tilldelning till de franska, engelska, italienska och skotska fotbollsförbunden.

[12] Endast de förbund vars lag gick vidare till finalspelet fick större tilldelningar av biljetter. Dessa tilldelningar kunde därför ske först efter att dessa lag blivit färdiga för finalspelet.

[13] Uppgifterna inbegriper därför inte FIFA:s tilldelning av biljetter efter att gruppspelet spelats färdigt den 26 juni 1998.

Tabell 2

FIFA:s tilldelning av biljetter till de nationella fotbollsförbunden inom EES före slutspelets början

	Förbund inom EES	Frankrike	England	Italien	Skottland
Inledningsmatchen	6 152	5	35	21	5 423 (1)
Gruppspelet (förutom inledningsmatchen)	153 983	13 355	16 840	14 113	5 926
Åttondelsfinaler	5 000	0	320	510	5
Kvartsfinaler–final	5 966	70	340	790	64
Tilldelat totalt	169 927	13 430	17 535	14 320	11 388

(1) Skottland mötte Brasilien i inledningsmatchen varför det skotska förbundets tilldelning av biljetter till denna match var avsevärt större än övriga förbunds.

I. VILLKOR FÖR ALLMÄNHETENS INKÖP AV BILJETTER DIREKT FRÅN CFO

CFO:s försäljning under 1996 och 1997

42. Före grupplottningen hade CFO under 1996 och 1997 sålt 574 200 biljetter direkt till allmänheten, vilket inbegriper försäljning av Pass France 98 (393 200) och enskilda biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen (181 000). Samtliga dessa biljetter, förutom dem till inledningsmatchen, sålde CFO som ”blinda” biljetter.

43. När det gäller denna försäljning kunde allmänheten köpa biljetter förutsatt att de kunde uppge en postadress i Frankrike till vilken biljetterna kunde sändas.

44. CFO informerade kommissionen i januari 1998 ([14]) om att allmänheten inte var tvungen att uppge franskt medborgarskap eller bevisa att de var hemmahörande i Frankrike för att kunna köpa biljetter som CFO sålde direkt, utan att detta villkor hade införts för att säkerställa en säker leverans av biljetterna. I juni 1998 ([15]) inkom CFO med ytterligare motiv för detta villkor genom att ange att det syftade till att säkerställa att biljetter bara såldes till så kallade neutrala åskådare. Detta motiv härrörde från CFO:s beslut att betrakta alla personer som kunde uppge en adress i Frankrike som neutrala åskådare ([16]).

45. CFO drog inga affärsmässiga fördelar av att kräva att privatpersoner som ville köpa biljetter under 1996 och 1997 skulle kunna uppge en adress i Frankrike. CFO:s intäkter från försäljningen av Pass France 98 och enskilda biljetter under 1996 och 1997 motsvarade cirka 8 % av CFO:s totala omsättning.

CFO:s försäljning under 1998

46. Då det gäller försäljningen av enskilda biljetter från den 22 april 1998 hade CFO ursprungligen tänkt sälja dessa biljetter enligt liknande arrangemang som de ovan beskrivna. Efter att kommissionen gripit in åtog sig CFO emellertid att sälja 175 500 biljetter på villkor att köparna kunde uppge en adress i EES ([17]).

J. VILLKOR FÖR ALLMÄNHETENS INKÖP AV BILJETTER FRÅN DE NATIONELLA FOTBOLLSFÖRBUNDEN OCH RESEBYRÅER

De nationella fotbollsförbunden

47. Även om de nationella fotbollsförbunden tilldelades biljetter från FIFA införde CFO villkor för deras återförsäljning (”Conditions Générales de Vente”). Dessa villkor inbegrep bland annat kravet att biljetter skulle kunna köpas av alla privatpersoner endast med begränsningar som rörde säkerheten. CFO försökte dock inte påverka de nationella fotbollsförbundens affärsmässiga beslut om hur dessa biljetter skulle säljas.

48. Enligt CFO:s kännedom var det bara det engelska fotbollsförbundet som begränsade försäljningen till allmänheten genom att det valde att enbart erbjuda biljetter till medlemmar i supporterklubbar. Syftet med detta var att undvika att biljetterna köptes av så kallade fotbollshuliganer.

([14]) Se CFO:s svarsskrivelse av den 27 januari 1998 efter kommissionens begäran om upplysningar av den 15 januari 1998.
([15]) Se CFO:s svarsskrivelse av den 4 juni 1998 efter kommissionens begäran om upplysningar av den 15 maj 1998.
([16]) Se punkt b på sidan 3 i CFO:s skrivelse till kommissionen av den 11 juni 1998.
([17]) Se kommissionens skrivelse av den 20 februari 1998 till CFO där kommissionen krävde att CFO skulle upphöra med de metoder som kommissionen ansåg vara otillåtna enligt artikel 82 i EG-fördraget.

Europeiska resebyråer

49. När det gäller de europeiska resebyråernas försäljning, och på begäran av kommissionen efter det att CFO inkommit med sin anmälan i juni 1997 ([18]), genomförde CFO arrangemang som innebar att varje resebyrå fick sälja biljetter inom hela EES. Dessutom lät CFO de europeiska resebyråerna sälja biljetter på det sätt som de själva valde, och försökte därmed inte påverka deras affärsmässiga beslut. Kommissionen har ingen kännedom om att någon europeisk resebyrå skulle ha begränsat försäljningen av biljetter till allmänheten, varken geografiskt eller på något annat sätt.

K. OLIKA SÄTT ATT RESERVERA BILJETTER SOM CFO SÅLDE TILL ALLMÄNHETEN UNDER 1996 OCH 1997

50. Under förutsättning att varje köpare kunde uppge en postadress i Frankrike, kunde allmänheten under 1996 och 1997 köpa Pass France 98 och enskilda biljetter direkt från CFO på följande sätt:

a) *Skriftlig reservation (Pass France 98 och enskilda biljetter)*: Pass France 98 och biljetter till enskilda matcher kunde skriftligen reserveras hos CFO. För enskilda biljetter som CFO skulle sälja genom lottningen den 19 december 1997 var det obligatoriskt att skicka in ett särskilt ansökningsformulär, som kunde hämtas på banken Crédit Agricoles kontor i Frankrike.

b) *Reservation via Minitel (endast Pass France 98)*: Pass France 98 kunde reserveras med hjälp av det elektroniska systemet Minitel, som är vida spritt i Frankrike. Allmänheten utanför Frankrike kunde bara utnyttja detta reservationssystem genom att abonnera på tjänsten Minitel genom Internet till en extra kostnad av 350 franska franc.

c) *Reservation via telefon (endast Pass France 98)*: Pass France 98 kunde reserveras via telefon. Det telefonnummer som angavs för detta syfte kunde inte nås av privatpersoner som ville ringa från en plats utanför Frankrike.

d) *Reservation genom Credit Agricoles kontor (endast Pass France 98)*: Pass France 98 kunde reserveras via Minitel hos 2 500 av Crédit Agricoles kontor i Frankrike.

L. CFO:s INFORMATION TILL ALLMÄNHETEN VIA INTERNET

51. Den 6 maj 1997 öppnade CFO en webbplats i syfte att ge allmänheten, både i och utanför Frankrike, information och råd bland annat om hur man kunde köpa biljetter till slutspelsmatcher.

52. I den information som gjordes tillgänglig för allmänheten utanför Frankrike angavs uttryckligen att CFO inte skulle sälja biljetter till privatpersoner utanför Frankrike ([19]). Dessa konsumenter råddes i stället att kontakta antingen en auktoriserad resebyrå eller deras respektive nationella fotbollsförbund för att köpa biljetter till slutspelsmatcherna ([20]). Den 6 maj 1997, då webbplatsen öppnades, hade en överväldigande majoritet av alla Pass France 98 redan sålts till privatpersoner som kunnat uppge en adress i Frankrike ([21]).

M. SÄKERHET

Europeiska konventionen om läktarvåld och olämpligt uppträdande vid idrottsevenemang, framför allt vid fotbollsmatcher (1985)

53. Då man organiserar ett fotbolls-VM aktualiseras säkerhetsfrågor som måste beaktas.

54. I detta avseende eftersträvade CFO en säkerhetspolicy som inbegrep principerna i Europeiska konventionen om läktarvåld och olämpligt uppträdande vid idrottsevenemang, framför allt vid fotbollsmatcher (1985) (nedan kallad 1985 års konvention). Enligt 1985 års konvention skall åtgärder vidtas för att förebygga eller kontrollera våld eller olämpligt uppträdande vid idrottsevenemang. De åtgärder som anges i 1985 års konvention anges en effektiv åtskillnad av rivaliserande supportergrupper och, för att säkerställa denna åtskillnad, en strikt kontroll över biljettförsäljningen ([22]). I 1985 års konvention föreskrivs dock inte några specifika åtgärder som skall vidtas för att åstadkomma denna segregering eller kontroll.

55. CFO beaktade också 1996 års riktlinjer från den ständiga kommittén för 1985 års konvention, och som särskilt rörde kontroll av försäljningen av biljetter till fotbollsmatcher förknippade med stora risker. I dessa riktlinjer upprepas betydelsen av att vidmakthålla en strikt kontroll över biljettförsäljningen för att säkerställa att rivaliserande supportergrupper skiljs åt under fotbollsmatcher ([23]).

([18]) Se skäl 28.

([19]) Se fråga 10 på den aktuella webbplatsen (http://www.france98.com/english/tickets/faq.html) den 13 augusti 1998. Dessa arrangemang bekräftades i olika pressmeddelanden från CFO, där man angav att CFO:s försäljning under 1996 och 1997 särskilt riktade sig till privatpersoner som är bosatta i Frankrike.

([20]) Se webbplatsen (http://www.france98.com/english/tickets/out_france.html) den 31 augusti 1998.

([21]) Den 1 april 1997 hade alla Pass France 98 för matcher vid åtta av de tio VM-stadiona sålts. Bara ett begränsat antal Pass France 98 av kategori 1 för matcher i Montpellier och Saint-Etienne fanns kvar för försäljning. Samtliga dessa såldes den 27 maj 1997.

([22]) Jfr. artikel 3.4 b och c i 1985 års konvention.

([23]) "Rekommendationer beträffande riktlinjerna för kontroll av biljettförsäljningen vid högriskmatcher (antagna vid det femte sammanträdet inom den ständiga kommittén för Europeiska konventionen om läktarvåld och olämpligt uppträdande vid idrottsevenemang, framför allt vid fotbollsmatcher (1985)" – Groupe de Travail Ad-hoc sur les Problemes Practiques (tillfällig arbetsgrupp för praktiska problem) (Strasbourg den 14 november 1996).

Säkerhetsöverväganden angående personer som köpt "blinda" biljetter

56. CFO har informerat kommissionen om ett expertutlåtande enligt vilket personer som köper Pass France 98 och enskilda "blinda" biljetter i allmänhet är fredliga åskådare som inte medför några säkerhetsrisker. Däremot ansåg CFO att försäljningen av biljetter till matcher mellan i förhand kända lag skulle dra till sig supportrar och därmed medföra avsevärt större säkerhetsrisker ([24]).

Åtskillnad av supportrar i samband med CFO:s biljettförsäljning

57. Med tanke på bestämmelserna i 1985 års konvention eftersträvade CFO att genomföra arrangemang som säkerställde att supportrar av lag som deltog i en viss match skulle placeras på motsatt sida av varje stadion. Platser i dessa områden skulle CFO klassificera som "lågriskplatser". Alla biljetter som tilldelades de nationella fotbollsförbund vars lag deltog i slutspelet, och som skulle säljas vidare till allmänheten, utgjordes därmed av biljetter till dessa platser. I allmänhet reserverades platser som inte var klassificerade som lågriskplatser till så kallade neutrala åskådare, det vill säga som inte ansågs stödja det ena eller det andra laget i en viss match. Av säkerhetsskäl och i enlighet med de arrangemang som tidigare antagits av arrangörer av VM-slutspel betraktade CFO privatpersoner från värdnationen (i detta fall Frankrike) som neutrala åskådare vid tilldelningen av biljetter till samtliga slutspelsmatcher.

CFO:s försäljning under 1996 och 1997

58. När det gäller CFO:s försäljning av Pass France 98 och enskilda biljetter till allmänheten under 1996 och 1997, då det inte var känt vilka lag som skulle mötas, betraktade CFO alla konsumenter som kunde uppge en adress i Frankrike som neutrala åskådare ([25]).

CFO:s försäljning under 1998

59. Vid försäljningen av enskilda biljetter till allmänheten efter den 22 april 1998, vilka rörde matcher under gruppspelet (där det var känt vilka lag som skulle mötas), skilde CFO mellan sökande med adress i ett av de två länder vars landslag skulle mötas i aktuell match och sökande med adress i ett annat EES-land. Den förstnämnda kategorin betraktades som supportrar till ett av de två lagen som möttes, och tilldelades följaktligen biljetter till platser i stadion som särskilt reserverats för denna supportergrupp. Den sistnämnda kategorin betraktades däremot som neutrala åskådare och tilldelades således platser som särskilt reserverats för denna grupp av åskådare.

De europeiska resebyråernas och de nationella fotbollsförbundens försäljning

60. För de europeiska resebyråernas försäljning krävde CFO att varje resebyrå skulle informera den om nationaliteten på kunder som de sålt biljetter till samt om vilket lag de var supportrar till. När det gäller fotbollsförbundens försäljning krävde CFO att få information om varje köpares identitet, inklusive vederbörandes namn och adress, samt information om vilket lag denna var supporter till.

Andra säkerhetsåtgärder

61. Förutom ovan redovisade arrangemang vidtog CFO åtgärder för att så långt som möjligt säkerställa att säkerheten upprätthölls under fotbollsmatcherna. Cirka 35 500 biljetter förblev med avsikt osålda av CFO för att i lämpliga fall säkerställa att supportrar till de mötande lagen verkligen hölls åtskilda. I detta sammanhang vidtog CFO också åtgärder för att förebygga svart försäljning eller förfalskning av biljetter.

N. CFO:s SYNPUNKTER PÅ OVAN REDOVISADE BAKGRUND

62. Under det muntliga förhöret menade CFO att det totala antalet biljetter som tilldelats allmänheten inbegrep 359 500 biljetter som särskilt sålts till medlemmar i Famille du Football Français i form av Pass France 98 och 18 550 biljetter som sålts till åskådare med funktionshinder.

63. Kommissionen godtar inte detta argument. Enskilda konsumenter runt om i EES var tvungna att uppfylla särskilda villkor för att räknas till dessa grupper, och dessa skilde sig från de villkor som gällde för de konsumenter som avses med detta beslut. Därmed kan de biljetter som gjorts tillgängliga för allmänheten inte anses inbegripa Pass France 98 som särskilt reserverats för medlemmar i Famille du Football Français och enskilda biljetter som reserverats för åskådare med funktionshinder. Kommissionen noterar att CFO i sina tidigare mellanhavanden med kommissionen själv alltid skilde mellan försäljningen av biljetter till allmänheten och försäljningen till medlemmar i Famille du Football Français och personer med funktionshinder.

([24]) Se CFO:s skrivelse av den 4 juni 1998 (punkt 24) som svar på kommissionens formella begäran om upplysningar av den 15 maj 1998.

([25]) Se CFO:s skrivelse till kommissionen av den 11 juni 1998 (s. 3 punkt b).

II. **RÄTTSLIG BEDÖMNING**

A. BESTÄMMELSER I ARTIKEL 82 EG-FÖRDRAGET OCH ARTIKEL 54 I EES-AVTALET

64. Enligt artikel 82 i EG-fördraget och artikel 54 i EES-avtalet skall ett företags missbruk av en dominerande ställning på den gemensamma marknaden eller inom en väsentlig del av denna vara, i den mån det kan påverka handeln mellan medlemsstater, oförenligt med den gemensamma marknaden och förbjudet. Sådant missbruk kan bland annat bestå i att direkt eller indirekt påtvinga någon oskäliga affärsvillkor eller att begränsa marknader till nackdel för konsumenterna.

B. FÖRETAG

65. En enhet som bedriver ekonomisk verksamhet skall, oavsett dess rättsliga ställning, betraktas som ett företag i den mening som avses i artikel 82 i EG-fördraget och artikel 54 i EES-avtalet. Med en ekonomisk verksamhet avses varje verksamhet som inbegriper ekonomisk handel, oavsett om den drivs i vinstsyfte eller ej. Med tanke på att CFO ansvarade för att distribuera 2,6 miljoner biljetter, varav ungefär 1,55 miljoner såldes till allmänheten, bedrev CFO ekonomisk verksamhet och skall därmed betraktas som ett företag i den mening som avses i artikel 82 i EG-fördraget och artikel 54 i EES-avtalet.

C. BERÖRDA MARKNADEN

66. De marknader som berörs kan fastställas genom att man granskar i vilken mån ett företags konkurrenter, om det finns några, kan styra företagets uppträdande och hindra det från att agera oberoende av konkurrenstrycket. Då man fastställer den berörda marknadens omfattning och den mån i vilken företagen kan agera oberoende på denna marknad, måste man bland annat överväga på vilket sätt konsumenterna kan förmodas reagera på ett ändrat pris på den aktuella produkten eller tjänsten. Den berörda marknaden anses i detta sammanhang normalt vara begränsad till en enda produkt eller tjänst om en liten men märkbar höjning av priset på produkten eller tjänsten (t.ex. med 10 %) inte leder till någon mätbar förändring av konsumenternas efterfrågan till förmån för substitut till den aktuella produkten eller tjänsten.

67. När det gäller CFO:s biljettförsäljning under 1996 och 1997 är det därför nödvändigt att överväga i vilken mån a) det fanns lämpliga substitut för försäljningen av biljetter till VM-matcher till allmänheten, b) det fanns lämpliga substitut för CFO:s försäljning av ”blinda” Pass France 98 till allmänheten under 1996 och 1997 och c) det fanns lämpliga substitut för CFO:s försäljning 1997 av ”blinda” enskilda biljetter till allmänheten.

Substitut för biljetter till slutspelet i fotbolls-VM

68. Slutspelet i fotbolls-VM är av en sådan karaktär att en ökning av biljettpriset med minst 10 % inte skulle ha lett till att efterfrågan från allmänheten avsevärt skulle ha skiftat till konkurrerande produkter. Detta beror framför allt på följande:

a) **Fotbollens popularitet i Europa och hela världen jämfört med andra idrotter**

Även om andra idrottsgrenar tilldrar sig ett stort regionalt intresse från allmänheten, är det bara fotboll som kan generera ett omfattande, varaktigt och lojalt stöd både i Europa och övriga världen. Dessutom skiljer sig olika idrottsgrenar åt, och en person som är intresserad av en idrott behöver inte nödvändigtvis vara intresserad av andra. De privatpersoner som vill närvara vid slutspelsmatcherna kan därför inte antas ha övervägt att besöka andra internationella evenemang inom andra idrotter ens om priset på biljetter till VM-matcherna skulle ha höjts med (minst) 10 %.

b) **Betydelsen av slutspelet i fotbolls-VM jämfört med andra fotbollsturneringar**

Fotboll spelas i många, om inte i alla, europeiska länder både på nationell och internationell nivå. På nationell nivå möts lokala lag vanligtvis varje vecka år efter år. På internationell nivå deltar de bästa spelarna från varje nation som kvalificerat sig i EM, vars slutspel äger rum vart fjärde år. Även om både de nationella och de europeiska turneringarna ofta har en stor publik, är det bara slutspelet i fotbolls-VM som ger allmänheten möjlighet att se och bedöma de bästa spelarna och de bästa lagen i världen i en enda turnering.

c) **Den tidsmässiga placeringen av slutspelet i fotbolls-VM jämfört med andra fotbollsturneringar i Europa**

Även om allmänheten skulle betrakta biljetter till EM-matcher som likvärdiga med biljetter till VM-slutspelet, kan biljetter till dessa båda evenemang inte anses vara utbytbara eftersom de båda evenemangen skiljs åt av en tid på två år.

d) **Den påvisbara efterfrågan på biljetter till VM-slutspelet jämfört med utbudet**

I de fall efterfrågan på biljetter avsevärt överstiger det tillgängliga utbudet är det inte troligt att konsumenterna skulle ändra sitt beteende vid en liten men märkbar höjning av biljettpriset. Med tanke på att det kom in cirka 1 043 000 ansökningar från privatpersoner som kunde uppge en adress i Frankrike för de 181 000 enskilda biljetter som CFO sålde under 1997, kan man anta att efterfrågan på biljetter i allmänhet skulle vara oförändrad även vid en prishöjning på minst 10 %.

Substitut för de "blinda" Pass France 98 som CFO sålde till allmänheten under 1996 och 1997

69. De Pass France 98 som CFO sålde under 1996 och 1997 rörde matcher där det inte var känt vilka lag som skulle mötas. Efterfrågan på Pass France 98 begränsades därför till åskådare som inte var intresserade av att se ett visst lag eller vissa lag, men som ändå ville se en rad matcher vid ett stadion. Denna försäljning stod i bjärt kontrast till de nationella fotbollsförbundens och de europeiska resebyråernas försäljning av enskilda biljetter efter grupplottningen, då intresset för och efterfrågan på biljetter till slutspelsmatcherna hade ökat avsevärt.

70. Med tanke på det begränsade antal enskilda biljetter som varje nationellt fotbollsförbund bjöd ut långt senare, är det inte troligt att privatpersoner som ville köpa "blinda" Pass France 98 betraktade de biljetter som förbunden bjöd ut som substitut till "blinda" Pass France 98 som CFO sålde direkt under 1996 och 1997.

71. För de europeiska resebyråerna gäller liknande överväganden. Även om de europeiska resebyråerna skulle ha valt att sälja vissa eller alla biljetter i deras begränsade tilldelning i form av Pass France 98, skulle de förmodligen ändå ha sålt de flesta om inte alla dessa biljetter tillsammans med andra tjänster, vilket skulle ha höjt priset på Pass France 98 avsevärt. Därmed skulle allmänheten vid tiden för CFO:s försäljning av Pass France 98 under 1996 och 1997 inte ha ansett att de europeiska resebyråernas osäkra framtida försäljning på något sätt skulle kunna ersätta de biljetter som CFO sålde redan tidigare ([26]).

Substitut för de "blinda" enskilda biljetter som CFO sålde till allmänheten under 1997

72. När det gäller de 181 000 enskilda biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen som CFO sålde till allmänheten under 1997, tilldelades de nationella fotbollsförbunden bara ett mycket begränsat antal biljetter till dessa attraktiva matcher. Bara de förbund vars lag gick vidare från en omgång till en annan fick några större ytterligare tilldelningar, varav huvuddelen såldes till privatpersoner som ville stödja de lag som möttes. Med tanke på detta begränsade utbud är det inte troligt att de konsumenter som ville köpa biljetter till dessa matcher redan under 1997 skulle ha betraktat de nationella fotbollsförbunden som ett lämpligt biljettförsäljningsalternativ till CFO.

73. När det gäller de europeiska resebyråernas försäljning av biljetter till finalspelet gäller liknande överväganden med tanke på det begränsade antal biljetter som de tilldelats. Dessutom sålde de europeiska resebyråerna huvuddelen, om inte alla, sådana biljetter tillsammans med andra tjänster, vilket ökade priset på dessa biljetter avsevärt. Därmed skulle allmänheten vid tiden för CFO:s försäljning av 181 000 "blinda" enskilda biljetter till finalspelet under 1997 inte ha ansett att de europeiska resebyråernas framtida försäljning på något sätt skulle kunna ersätta de biljetter som CFO sålde redan tidigare ([27]).

Slutsats angående berörda marknader

74. På grundval av föregående analys anses de marknader som berörs av detta beslut utgöras av:

a) CFO:s försäljning under 1996 och 1997 av 393 200 "blinda" Pass France 98 till allmänheten,

b) CFO:s försäljning under 1997 av 181 000 "blinda" enskilda biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen till allmänheten.

CFO:s synpunkter angående berörda marknader

75. CFO anser att de marknader som berördes av försäljningen av biljetter till VM-slutspelet till allmänheten utgjordes av: a) marknaden för försäljning av Pass France 98 och b) marknaden för CFO:s, de nationella fotbollsförbundens och de europeiska resebyråernas försäljning av enskilda biljetter till alla slutspelsmatcher, oavsett om dessa såldes som "blinda" biljetter eller då det blivit känt vilka lag som skulle mötas. Denna syn skiljer sig från kommissionens slutsats såtillvida att CFO inte gör någon skillnad mellan sin försäljning av enskilda biljetter under 1997 respektive de tre officiella försäljningskanalernas försäljning under 1998.

([26]) Utan att ge någon förklaring kom CFO fram till en liknande slutsats om de europeiska resebyråernas biljettförsäljning i sin anmälan till kommissionen av den 11 juni: "[Alla resebyråer] utgör en särskild marknad…. Marknaden kan därmed, enligt CFO, definieras som marknaden för resebyråernas försäljning av biljetter till VM 1998" (punkt 6.1).

([27]) Se även fotnot 26.

76. Genom den indelning av berörda marknader som gjorts i detta beslut erkänns uttryckligen skillnaderna mellan Pass France 98 och enskilda biljetter. CFO:s argument att dess försäljning av ”blinda” enskilda biljetter under 1997 kunde substitueras av CFO:s och de andra försäljningskanalernas senare försäljning kan inte godtas. Syftet med att definiera berörda marknader är att identifiera de faktiska konkurrenter till ett företag som kan begränsa företagets uppträdande och hindra det från att agera oberoende av ett effektivt konkurrenstryck. En analys av villkoren för CFO:s försäljning av enskilda biljetter till finalspelet under 1997 bekräftar att CFO vid denna tidpunkt kunde agera helt utan konkurrens. Dessa biljetter rörde attraktiva matcher för vilka antalet ansökningar från konsumenter som kunde uppge en adress i Frankrike var nästan sex gånger större än antalet tillgängliga biljetter, trots att det vid försäljningstillfället inte var känt vilka lag som skulle mötas ([28]). Med tanke på dessa efterfrågenivåer och då konsumenterna under 1997 inte kan förmodas ha betraktat nationella fotbollsförbund eller europeiska resebyråer som realistiska alternativa försäljningskanaler, kunde CFO vid sin försäljning av dessa biljetter uppenbarligen agera som ett monopolföretag utan konkurrens från andra företag.

D. BERÖRD GEOGRAFISK MARKNAD

77. Med tanke på den stora efterfrågan på biljetter inom hela EES ([29]), utgjordes den geografiska marknaden för CFO:s försäljning till allmänheten av Pass France 98 och enskilda biljetter åtminstone av alla länder inom EES. Trots den stora efterfrågan på dessa biljetter innebar CFO:s försäljningsvillkor att man på ett onaturligt sätt begränsade försäljningen till privatpersoner som antingen var hemmahörande eller kunde uppge en adress i Frankrike.

CFO:s synpunkter på omfattningen av försäljningen av Pass France 98

78. Som svar på kommissionens invändningar och under det muntliga förhöret menade CFO att kravet att uppge en adress i Frankrike vid köp av Pass France 98 under 1996 och 1997 inte hade några effekter på konsumenter utanför Frankrike och att den geografiska marknaden därför inte sträckte sig utanför landet. Enligt CFO var det bara privatpersoner som bodde nära VM-stadiona som skulle ha varit intresserade av att köpa Pass France 98, dels med tanke på att det inte var känt vilka lag som skulle mötas vid de matcher som dessa biljetter avsåg, dels med tanke på de begränsningar som denna produkt innebar för köparen (framför allt kravet att antingen ordna logi nära ett stadion för en avsevärd tid eller att göra så många tur- och returresor mellan hemorten och stadion som krävdes för att närvara vid alla matcher).

79. Som stöd för detta argument hänvisade CFO kommissionen till bevis för att mellan 71 % och 91 % av alla Pass France 98 köptes av privatpersoner med hemvist antingen i det departement i vilket stadion var beläget eller i omedelbart angränsande departement. CFO åberopade också de europeiska resebyråernas beslut att inte erbjuda allmänheten att köpa Pass France 98 och de nationella fotbollsförbundens beslut att inte sälja biljetter i paket liknande Pass France 98 som bevis för att det inte fanns någon efterfrågan på Pass France 98 utanför Frankrike. Den geografiska marknaden för denna produkt skulle därför vara begränsad till boende i närheten av VM-stadiona i Frankrike.

80. Kommissionen godtar inte dessa argument. När det gäller försäljningen av Pass France 98 kan det inte uteslutas att ett stort antal konsumenter utanför Frankrike skulle ha velat köpa sådana biljetter med tanke på det intresse som VM-slutspelet tilldrog sig i hela Europa. För denna syn finner kommissionen delvis stöd i en bedömning av inköpsmönstren hos konsumenter utanför Frankrike vid CFO:s försäljning av biljetter till gruppspelet och åttondelsfinalerna från den 22 april 1998, vilka visade att konsumenter utanför Frankrike inte uteslutande var intresserade av att se matcher där deras eget landslag spelade ([30]).

81. Om konsumenter utanför Frankrike hade getts möjlighet att köpa Pass France 98 av CFO är det ganska troligt att ett avsevärt antal personer skulle ha valt att göra så många tur- och returresor som hade krävts för att de skulle kunna se samtliga matcher som Pass France 98 gav tillträde till. Även om detta framför allt gällde Pass France 98 för matcher i Lens med tanke på ortens närhet till den belgiska gränsen, är det rimligt att anta att konsumenter i andra länder skulle ha varit beredda att resa till andra spelorter som lätt kunde nås (exempelvis kunde stadiona i Bordeaux och Toulouse med lätthet nås av konsumenter i Spanien, medan stadion i Marseille var tillgänglig för konsumenter från Italien).

([28]) Försäljningen av sådana ”blinda” biljetter kan ställas mot försäljningen av biljetter till gruppspelet, där man för att maximera närvaron av supportrar sålde biljetter i form av paketet Pass France 98.

([29]) Vilket framgår av resultatet av CFO:s försäljning till EES-länder från den 22 april 1998, då 45 % av biljetterna såldes till konsumenter utanför Frankrike.

([30]) Se skäl 25 och 26 ovan: Även om cirka 38 % av de enskilda biljetter som CFO sålde efter den 22 april 1998 köptes av privatpersoner som uppgav en adress utanför Frankrike men i länder vars lag hade kvalificerat sig till VM-slutspelet, kunde bara 10 % av de biljetter som såldes efter denna dag köpas av supportrar till de lag som deltog i en viss match. Således var en avsevärd del av allmänheten utanför Frankrike intresserad av att se matcher där deras landslag inte skulle spela.

82. Oaktat de statistiska uppgifter som CFO hänvisar till är det dessutom helt tänkbart att ett stort antal konsumenter utanför Frankrike skulle ha velat ordna logi i eller i närheten av den stad i vilken ett värdstadion var beläget under den tid som gruppspelet varade (och om nödvändigt) också för åttondelsfinalerna. De skulle därmed ha kombinerat en garanterad närvaro vid en rad slutspelsmatcher med en längre vistelse på en plats som utgör en erkänt populär destination för utländska besökare.

83. De europeiska resebyråernas beslut att dela upp de Pass France 98 som de tilldelats och sälja dem som enskilda biljetter kan inte tolkas som ett bevis för en bristande efterfrågan på Pass France 98 utanför Frankrike. Deras försäljningsmetod, det vill säga att sälja enskilda biljetter tillsammans med andra tjänster, kan snarare förmodas bero på en strävan att maximera intäkterna jämfört med de intäkter de hade fått genom att sälja biljetterna i paketet Pass France 98. När det gäller de nationella fotbollsförbundens försäljning anser inte kommissionen att deras oförmåga att sälja biljetter i form av paket liknande Pass France 98 är relevant med tanke på den typ av biljetter de tilldelades ([31]) och bristen på ekonomiska incitament för dem att göra detta.

E. DOMINERANDE STÄLLNING

84. CFO utgjorde den enda kanalen för försäljning av ”blinda” Pass France 98 och enskilda biljetter till allmänheten under 1996 och 1997. Med tanke på dess förmåga att agera oberoende och därmed utan konkurrens hade CFO en dominerande ställning på de berörda marknaderna.

CFO:s ansvar som ett dominerande företag på berörda marknader

85. I enlighet med rättspraxis från Europeiska gemenskapernas domstol och Europeiska gemenskapernas förstainstansrätt har ett företag med en dominerande ställning ett särskilt ansvar för att inte låta dess uppträdande snedvrida konkurrensen på den gemensamma marknaden. Detta särskilda ansvars faktiska omfattning måste övervägas mot bakgrund av de särskilda omständigheterna i fallet och återspegla den försvagade konkurrensen ([32]).

86. Omfattningen av parternas ansvar måste därför övervägas mot bakgrund av den grad av dominans som parterna utövar och de särskilda förhållanden på marknaden som kan påverka konkurrensen.

87. Om man särskilt beaktar den avsevärda skillnaden mellan efterfrågan på och utbudet av Pass France 98 och enskilda biljetter till VM-slutspelet som CFO sålde till allmänheten under 1996 och 1997, hade CFO genom att i praktiken inneha ett försäljningsmonopol en obestridlig skyldighet att säkerställa att de slutspelsbiljetter som såldes under 1996 och 1997 gjordes tillgängliga för allmänheten inom hela EES på icke-diskriminerande villkor. Detta gäller oaktat att efterfrågan på vissa biljetter från konsumenter utanför Frankrike kan ha varit relativt liten jämfört med den franska allmänhetens efterfrågan. Även om undantag från denna princip kan vara tillämpliga, måste varje sådant undantag övervägas utifrån deras enskilda motiv och mot bakgrund av en objektiv bedömning av det minimum som krävs för att uppnå uppställda mål.

F. MISSBRUK

88. Med tanke på a) de försäljningsvillkor som CFO tillämpade på sin försäljning av ”blinda” biljetter under 1996 och 1997, b) den information om försäljningen som CFO lämnade på sin officiella webbplats för VM och som allmänheten utanför Frankrike rimligen måste ha kunnat förlita på och c) de begränsade sätt på vilka allmänheten utanför Frankrike kunde reservera biljetter, missbrukade CFO sin dominerande ställning på de berörda marknaderna genom att dess uppträdande innebar oskäliga affärsvillkor för personer med hemvist utanför Frankrike, och som resulterade i att marknaden begränsades till nackdel för dessa konsumenter.

([31]) Tilldelningen skulle bara ha gjort det möjligt att sälja ett mycket litet antal paket liknande Pass France 98.

([32]) Se förstainstansrättens dom av den 6 oktober 1994 i mål T-83/91, Tetra Pak II, Rec 1994, s. II-755, punkt 114 och 115. I sin dom av den 2 mars 1983 i mål 7/82, GUL, Rec 1983, punkt 483 hade EG-domstolen tidigare erkänt omfattningen av ett monopolföretags särskilda ansvar när det gäller diskriminering på grund av nationalitet eller hemvist. Domstolen ansåg (bland annat) att: ”En sådan vägran [att förvalta rättigheter] av ett företag som i praktiken har monopol på att tillhandahålla tjänster till alla personer som kan behöva dem, men som inte omfattas av en viss kategori av personer som företaget definierat på grundval av nationalitet eller hemvist, måste betraktas som missbruk av en dominerande ställning enligt artikel 86 första stycket i fördraget” (punkt 56).

Kravet att uppge en adress i Frankrike

89. Allmänheten utanför Frankrike kunde köpa biljetter direkt från CFO förutsatt att de uppgav en postadress i Frankrike till vilken biljetterna kunde levereras ([33]).

90. Vid tidpunkten för CFO:s försäljning av Pass France 98 och enskilda biljetter hade den franska allmänheten knappast några svårigheter att uppge en adress till vilken biljetterna kunde sändas. De flesta privatpersoner utanför Frankrike skulle dock endast genom fullständigt godtyckliga, opraktiska och speciella arrangemang ([34]) kunna ha köpt biljetter direkt från CFO under 1996 och 1997 ([35]). Medan det kan ifrågasättas om allmänheten utanför Frankrike någonsin fick tillräcklig information om att det gick att köpa biljetter direkt från CFO, fick kravet att köpare måste uppge en postadress i Frankrike till följd att allmänheten utanför Frankrike diskriminerades, eftersom personer med hemvist i Frankrike hade mycket bättre förutsättningar när det gällde att uppfylla detta krav.

91. Denna diskriminering bestod i praktiken i att CFO tillämpade oskäliga affärsvillkor för personer med hemvist utanför Frankrike och resulterade i att marknaden begränsades till nackdel för dessa konsumenter i samband med CFO:s försäljning av 393 200 biljetter i form av Pass France 98 och 181 000 biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen, vilket strider mot artikel 82 i EG-fördraget och artikel 54 i EES-avtalet.

CFO:s information om försäljningen

92. Från och med den 6 maj 1997 lämnade CFO på sin officiella webbplats för fotbolls-VM information om hur allmänheten i och utanför Frankrike kunde köpa biljetter till VM-slutspelet. Privatpersoner utanför Frankrike uppmanades att vända sig antingen till auktoriserade resebyråer eller till de nationella fotbollsförbunden. Det gavs ingen information om att biljetter kunde erhållas direkt från CFO. Dessutom informerades allmänheten om att CFO inte skulle sälja några biljetter direkt till allmänheten utanför Frankrike och att medborgare i andra länder än Frankrike som besökte landet, och som ville köpa biljetter till slutspelsmatcherna, måste kontakta ett nationellt fotbollsförbund eller en resebyrå.

93. Effekterna av denna information blev att efterfrågan på CFO:s försäljning av ”blinda” biljetter under 1997 antingen helt begränsades till franska medborgare eller åtminstone till personer med hemvist i Frankrike. Omvänt avskräckte denna information den icke-franska allmänheten eller åtminstone personer som inte hade sin hemvist i Frankrike från att försöka köpa enskilda biljetter direkt från CFO. Detta resulterade i att CFO vid sin försäljning av 181 000 biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen strikt begränsade marknaden till nackdel för allmänheten utanför Frankrike, vilket stred mot artikel 82 i EG-fördraget och artikel 54 i EES-avtalet.

Olika sätt att reservera biljetter direkt från CFO

94. Av de olika sätt på vilka allmänheten kunde reservera biljetter hos CFO kunde konsumenter med hemvist utanför Frankrike bara göra skriftliga reservationer. Reservationer via telefon gick bara att göra från Frankrike, medan reservationer via Minitel (ett informationssystem som används av och utformats särskilt för personer bosatta i Frankrike) bara kunde göras av personer bosatta utanför Frankrike genom att abonnera på Minitel via Internet, vilket skulle kosta dem 350 franska franc extra. På samma sätt kunde biljettreservationer genom Crédit Agricoles kontor bara göras i Frankrike.

95. Med tanke på den stora efterfrågan som förväntades ifråga om Pass France 98 jämfört med det begränsade utbudet av dessa, var det för allmänheten av högsta vikt att snabbt reservera biljetter. Därmed skulle konsumenter som bara kunde göra skriftliga reservationer ha haft en nackdel jämfört med dem som hade tillgång till andra, snabbare sätt att reservera biljetter.

96. När det gäller enskilda biljetter som såldes direkt av CFO under 1997 var allmänheten tvungen att skicka in ansökningar mellan den 18 september och den 18 oktober 1997. Även om dessa biljetter inte fördelades efter principen först till kvarn, gynnades privatpersoner med hemvist i Frankrike gentemot med personer med hemvist i andra EES-länder eftersom ansökningsformulären bara fanns att tillgå hos Crédit Agricoles kontor i Frankrike.

([33]) Svar på kommissionens formella begäran om upplysningar av den 15 januari 1998.
([34]) Exemplen inbegriper användning av en poste restante-adress eller av en ambassad som mellanhand.
([35]) Med tanke dels på hur CFO i sin försäljningsinformation betonade kravet att köpare måste vara bosatta i Frankrike, dels på upplysningen till allmänheten att CFO inte skulle sälja biljetter till allmänheten utanför Frankrike, kan man tvivla på att CFO i praktiken skulle ha låtit personer med hemvist utanför Frankrike använda sig av dessa alternativ.

97. De olika sätt som fanns tillgängliga för att köpa Pass France 98 och enskilda biljetter direkt hos CFO under 1996 och 1997 innebar därmed att personer med hemvist utanför Frankrike diskriminerades.

CFO:s argument i frågan om missbruk

98. I sitt svar på kommissionens meddelande om invändningar menade CFO att man enligt kommissionens praxis och domstolens rättspraxis inte skulle ha missbrukat en dominerande ställning, eftersom vissa av de villkor som gäller för tillämpning av artikel 82 i EG-fördraget ([36]) inte var uppfyllda:

Uppträdande som snedvrider konkurrensen

99. CFO menade att ett uppträdande som strider mot artikel 82 måste snedvrida konkurrensen på en viss marknad till nackdel för det dominerande företagets konkurrenter eftersom denna bestämmelse inte direkt syftar till att tillvarata konsumenternas intressen ([37]). CFO hävdade därför att dess uppträdande inte omfattas av artikel 82 eftersom kravet att uppge en adress i Frankrike vid försäljningen av biljetter under 1996 och 1997 inte påverkade konkurrensens struktur på de berörda marknaderna.

100. Kommissionen avfärdar denna tolkning av artikel 82. Även om man vid tillämpning av artikel 82 ofta måste bedöma effekterna av ett företags uppträdande på konkurrensens struktur på en viss marknad, kan frånvaron av sådana effekter inte motivera att artikeln inte skulle tillämpas. Konsumenternas intressen skyddas faktiskt av artikel 82 genom att dominerande företag förbjuds att agera på ett sätt som antingen motverkar en fri och fungerande konkurrens eller är till direkt nackdel för konsumenterna. Därmed kan artikel 82 vid behov tillämpas på situationer där ett dominerande företags uppträdande direkt strider mot konsumenternas intressen, även om detta uppträdande inte har några effekter på konkurrensstrukturen. Detta har uttryckligen erkänts av domstolen ([38]).

Affärsmässig fördel

101. CFO menade att ett företag endast missbrukar sin dominerande ställning genom att utnyttja de möjligheter som uppstår på grund av denna ställning om det drar affärsmässiga fördelar som det inte skulle ha kunnat göra i en normal situation med en tillräckligt effektiv konkurrens. CFO drog varken ekonomiska eller konkurrensmässiga fördelar genom att kräva att konsumenter kunde uppge en adress i Frankrike vid biljettförsäljningen under 1996 och 1997. Därmed skulle CFO inte ha dragit några affärsmässiga fördelar av sin verksamhet.

102. Kommissionen avfärdar detta argument. Även om bevis för att ett dominerande företag skulle ha tillförsäkrat sig en ekonomisk eller konkurrensmässig fördel till följd av sina åtgärder skulle ge stöd för slutsatsen att missbruk förekommit, är de inte nödvändiga för att dra en sådan slutsats ([39]). I detta fall blev effekten av CFO:s åtgärder att personer med hemvist utanför Frankrike diskriminerades. Detta innebar en indirekt diskriminering grundad på nationalitet, vilket strider mot gemenskapens grundläggande principer. Ett sådant uppträdande kan i detta fall inte anses falla utanför artikel 82 bara för att CFO som ett dominerande företag inte lyckades dra en affärsmässig eller annan fördel av sina åtgärder.

([36]) Alla synpunkter från CFO i denna fråga rör i samma grad tillämpningen av artikel 54 i EES-avtalet.
([37]) I detta sammanhang menade CFO att artikel 82 skall tolkas mot bakgrund av artikel 3.1 g i EG-fördraget, i vilken föreskrivs att konkurrensen inom den inre marknaden inte får snedvridas.
([38]) EG-domstolen, 21.2.1973, Continental Can, mål 6/72, [1973] REG 215 punkt 26: "[Artikel 82] avser inte bara villkor som direkt skadar konsumenternas intressen, utan också sådana som skadar dessa intressen genom deras effekter på en effektiv konkurrensstruktur…".
([39]) Exempelvis kräver mål som rör en oskälig prissättning att man bedömer om och i vilken omfattning ett dominerande företag tagit ut ett för högt pris i förhållande till produktens eller tjänstens ekonomiska värde. Den grad i vilken företaget därmed skulle ha dragit en affärsmässig fördel som den inte skulle ha kunnat dra under normala konkurrensvillkor måste vanligtvis fastställas innan man kan dra några slutsatser om oskäliga priser.

Begränsning av marknader

103. CFO bestrider kommissionens åsikt att man enligt artikel 82 b missbrukade sin dominerande ställning genom att begränsa försäljningen av Pass France 98 och enskilda biljetter till nackdel för konsumenter utanför Frankrike av följande skäl:

a) Om de europeiska resebyråerna hade beslutat att sälja Pass France 98, vilket CFO hade räknat med, skulle någon sådan begränsning av marknaden inte ha skett eftersom konsumenter utanför Frankrike skulle ha kunnat köpa Pass France 98 utan att behöva uppge en adress i Frankrike. När det gäller försäljningen av enskilda biljetter innebar CFO:s uppträdande inte någon begränsning av marknaden eftersom var och en av de tre försäljningskanalerna vid olika tillfällen bjöd ut biljetter till allmänheten i hela EES.

b) Enligt domstolens tidigare rättspraxis ([40]) missbrukar ett företag sin dominerande ställning enligt artikel 82 b genom att begränsa marknaden endast om det drar fördel av det bristande konkurrenstrycket genom att inte lyckas öka sin lönsamhet på ett sätt som det skulle ha tvingats till under normala konkurrensförhållanden. Med tanke på att antalet biljetter av nödvändighet var begränsat och då CFO:s försäljningsvillkor inte hade några effekter på den berörda produktens kvalitet, hävdade CFO att ett eventuellt konkurrenstryck på marknaden inte skulle ha resulterat i någon sådan ökning av CFO:s lönsamhet. Därmed skulle dess uppträdande inte kunna anses utgöra missbruk enligt artikel 82 b.

104. Kommissionen avfärdar båda dessa argument. Såsom dominerande företag på den berörda marknaden hade CFO en skyldighet att inte begränsa biljettförsäljningen på ett onaturligt sätt, oavsett om de andra ekonomiska aktörerna kunde sälja eller faktiskt sålde sådana biljetter. När det gäller CFO:s argument om tillämpningen av artikel 82 b fick kravet på en adress i Frankrike onekligen till följd att den geografiska marknaden för CFO:s biljettförsäljning under 1996 och 1997 begränsades till nackdel för konsumenter med hemvist utanför Frankrike. Dessa arrangemang utgör ett missbruk av CFO:s dominerande ställning enligt den specifika ordalydelsen i artikel 82 b. Denna slutsats strider inte på något sätt mot de tidigare mål som CFO hänvisar till ([41]). CFO:s argument att man inte kunde ha ökat sin lönsamhet under normala konkurrensförhållanden är därför inte relevant.

G. SÄKERHET

105. Det är viktigt att säkerställa en effektiv säkerhet vid fotbollsmatcher, och detta kan under vissa förhållanden motivera att arrangörerna genomför biljettförsäljningen genom särskilda arrangemang. För att fastställa om, och i så fall i vilken omfattning, säkerhetsmässiga överväganden kan motivera arrangemang som annars skulle anses strida mot gemenskapslagstiftningen, måste varje del av dessa arrangemang bedömas för sig utifrån en objektiv bedömning av vad som krävs för att uppnå rimliga säkerhetsmål.

Säkerheten vid fotbollsmatcher

106. CFO:s främsta intresse var att i enlighet med 1985 års konvention säkerställa att supportrar till motståndarlagen vid en viss match skildes åt vid varje VM-stadion.

107. CFO försökte skilja supportrarna åt genom att tilldela de nationella fotbollsförbund vars lag skulle mötas i en viss match biljetter till platser på motsatta sidor av stadion. Därmed sålde CFO inte några ”blinda” biljetter till rivaliserande supportergrupper, utan gjorde dem tillgängliga först då det blivit känt vilka lag som skulle mötas i varje match.

108. De ”blinda” biljetter som CFO under 1996 och 1997 sålde rörde platser som reserverats för neutrala åskådare. CFO sålde dessa biljetter uteslutande till privatpersoner som kunde uppge en adress i Frankrike, vilka vid samtliga matcher betraktades som neutrala åskådare. CFO har dock tidigare

([40]) Mål som nämns av CFO: Mål 41/90 Hofner, Rec. 1991, s. I-1979 och mål 179/90 Merci, Rec. 1991, s. I-5889.
([41]) Se fotnot 40.

hänvisat kommissionen till ett expertutlåtande om att konsumenter som köper ”blinda” biljetter i allmänhet är fredliga åskådare som inte utgör någon särskild säkerhetsrisk. Denna analys tycks vara rimlig med tanke på att konsumenter som köper sådana biljetter uppenbarligen gör detta för att de vill se en fotbollsmatch oavsett vilka lag som möts och därmed inte motiveras av sitt stöd till något visst lag.

109. Därav följer att varje konsument, oavsett nationalitet, som köper ”blinda” biljetter i princip inte bör betraktas som supporter till något lag vid överväganden som rör säkerheten. Därmed bör dessa konsumenter i princip inte omfattas av de arrangemang enligt 1985 års konvention som går ut på att skilja rivaliserande supportergrupper åt. Den skyldighet att uppge en adress i Frankrike som ålades de konsumenter som under 1996 och 1997 önskade köpa ”blinda” biljetter av CFO var därför onödig och bidrog inte i någon nämnvärd omfattning till att förbättra säkerheten vid fotbollsmatcherna.

CFO:s synpunkter på säkerhetsarrangemangen

110. I sitt svar på kommissionens invändningar och under det muntliga förhöret försökte CFO motivera sina diskriminerande försäljningsarrangemang på säkerhetsmässiga grunder. Om man under 1996 och 1997 hade sålt biljetter till allmänheten i hela EES, skulle enligt CFO supportrar till de deltagande lagen sannolikt ha hamnat i de delar av stadion som reserverats för neutrala åskådare. CFO ansåg därför att man vid biljettförsäljningen under 1996 och 1997 inte kunde behandla samtliga åskådare i hela EES som neutrala utan att bryta mot bestämmelserna i 1985 års konvention och tillhörande riktlinjer, vilka kräver att supportrar till motståndarlagen effektivt skiljs åt.

111. CFO hävdade också a) att det inte var möjligt att sälja ”blinda” biljetter under 1996 och 1997 och besluta var biljettinnehavarna skulle placeras vid en senare tidpunkt då det blivit känt vilka lag som skulle mötas i varje match och b) att man inte kunde jämföra CFO:s försäljning av biljetter under 1996 och 1997 till privatpersoner som kunde uppge en adress i Frankrike med dess försäljning under 1998 till privatpersoner som kunde uppge en adress i EES. Skälen till detta var enligt CFO att försäljningen under 1998 ägde rum efter grupplottningen, då det blivit känt vilka lag som skulle mötas i slutspelets första del.

112. CFO:s argument att man inte kunde ha betraktat alla privatpersoner i EES som neutrala vid försäljningen under 1996 och 1997 avfärdas. I 1985 års konvention hänvisas särskilt till behovet att säkerställa att rivaliserande supportergrupper skiljs åt (bland annat) genom en strikt kontroll av biljettförsäljningen. CFO:s policy att det var nödvändigt att betrakta samtliga privatpersoner som inte kunde uppge en adress i Frankrike som potentiella rivaliserande supportrar vid biljettförsäljningen under 1996 och 1997 var överdriven eftersom man inte beaktade att de konsumenter som köper biljetter vid en tidpunkt då det inte är känt vilka lag som kommer att mötas i allmänhet är fredliga åskådare. CFO har dessutom tidigare själv[42] bekräftat att konsumenter som köper ”blinda” biljetter inte skulle utgöra någon särskild säkerhetsrisk. CFO handlade därmed fel då man på säkerhetsmässiga grunder betraktade privatpersoner som inte kunde uppge en adress i Frankrike, och som ville köpa biljetter av CFO under 1996 och 1997, som potentiella rivaliserande supportrar.

113. Även om konsumenter som köpte ”blinda” biljetter med rätta kunde ha ansetts utgöra en särskild säkerhetsrisk (vilket kommissionen inte godtar), är det emellertid ytterst otroligt att någon person som köpt en ”blind” biljett (vilken därmed ger tillträde till en del av stadion som reserverats för neutrala åskådare), och som av en slump hamnar på en match där dennas egna lag spelar, skulle ha hamnat intill eller i närheten av supportrar till motståndarlaget. Detta eftersom de sistnämnda supportrarna, efter att ha köpt ”blinda” biljetter, också måste ha haft turen att ha hamnat vid en match där deras lag spelar och i en del av stadion som reserverats för neutrala åskådare. Därmed är risken att CFO, om man under 1996 och 1997 hade sålt biljetter på icke-diskriminerande grunder, skulle ha kunnat bryta mot bestämmelserna i 1985 års konvention statistiskt sett obetydlig.

[42] Se CFO:s skrivelse av den 4 juni 1998 (punkt 24) som svar på kommissionens formella begäran om upplysningar av den 15 maj 1998.

114. Mot denna bakgrund är CFO:s argument att man inte kunde tilldela innehavare av ”blinda” biljetter platser efter att det blivit känt vilka lag som skulle mötas och att de försäljningsarrangemang som tillämpades under 1998 inte kan jämföras med dem som tillämpades tidigare inte relevanta för detta beslut (se skäl 111).

H. EN AVSEVÄRD ANDEL AV DEN GEMENSAMMA MARKNADEN

115. Med tanke på att CFO hade en dominerande ställning på berörda marknader och då CFO beslutade om på vilka villkor konsumenter inom hela EES kunde köpa Pass France 98 och enskilda biljetter under 1996 och 1997, omfattade CFO:s dominerande ställning åtminstone hela EES, och därmed en avsevärd del av den gemensamma marknaden, i den mening som avses i artikel 82 i fördraget.

I. EFFEKTER PÅ HANDELN MELLAN MEDLEMSSTATERNA

116. När det gäller försäljningen av biljetter på berörda marknader tillämpade CFO försäljningsvillkor för allmänheten som fick till följd att en överväldigande majoritet av alla personer med hemvist utanför Frankrike inte fick tillträde till dessa marknader. Därmed påverkade kravet att konsumenterna skulle kunna uppge en adress i Frankrike vid försäljningen av Pass France 98 och enskilda biljetter under 1996 och 1997 avsevärt handeln mellan medlemsstaterna.

CFO:s synpunkter på effekterna på handeln

117. CFO:s argument när det gäller dess uppträdandes effekter på handeln mellan medlemsstaterna övervägs ovan i skäl 78–83.

J. ANMÄLAN AV DEN 11 JUNI 1997

118. I sitt svar på kommissionens meddelande om invändningar hävdade CFO att man hade redogjort för de allmänna arrangemangen för fördelningen av biljetter i sin anmälan av den 11 juni 1997 och att eventuella invändningar mot dessa skulle ha framförts vid detta tillfälle. CFO hävdade vidare att man, då kommissionen inte gjorde några sådana invändningar, rimligen kunde anta att dess allmänna arrangemang kring biljettförsäljningen var förenliga med gemenskapslagstiftningen. CFO anser därför att kommissionens beslut att inleda ett förfarande enligt artikel 81 och 82 mot CFO strider mot principen om berättigade förväntningar som tidigare definierats av domstolen.

119. Kommissionen avfärdar CFO:s argument på denna punkt. Även om kommissionen godtar att CFO i sin anmälan förklarade på vilket sätt biljettförsäljningen skulle ske genom varje officiell försäljningskanal, kände kommissionen vid den aktuella tidpunkten inte till kravet att konsumenterna måste uppge en postadress i Frankrike för att kunna köpa biljetter av CFO under 1996 och 1997 ([43]). I själva verket uppgav CFO formellt att Pass France 98, även om det i första riktade sig till fotbollssupportrar och den lokala och regionala allmänheten, faktiskt skulle finnas tillgängliga för alla ([44]).

120. Ett företag som anmäler särskilda avtal eller arrangemang kan rent principiellt inte heller vid ett senare tillfälle tillåtas hävda att det skulle ha rätt att anta att avtal eller arrangemang som inte redovisats i anmälan, men som skulle ha kunnat meddelats kommissionen samtidigt som anmälan gjordes, skulle vara förenliga med bestämmelserna i EG-fördraget. Eftersom CFO:s anmälan endast gällde de arrangemang som rörde det förslagna systemet för urval av de resebyråer som skulle auktoriseras att sälja biljetter till slutspelsmatcherna i Europa, var kommissionen bara skyldig att granska dessa arrangemang. Kommissionen kan därför inte vid en senare tidpunkt klandras för sitt beslut att inleda ett förfarande i fråga om andra arrangemang, som den inte fått någon formell begäran att granska.

K. BÖTER

121. Enligt artikel 15 i förordning (EG) nr 17 får kommissionen ålägga ett företag, som uppsåtligen eller av oaktsamhet överträder bestämmelserna i artikel 82 i EG fördraget och artikel 54 i EES-avtalet, böter om lägst ettusen och högst en miljon euro, eller ett högre belopp som dock inte får överstiga tio procent av föregående räkenskapsårs omsättning.

([43]) Det bör också noteras att CFO vid tiden för sin anmälan redan hade sålt samtliga Pass France 98 till allmänheten enligt de aktuella arrangemangen.
([44]) Punkt 4.1 ii i CFO:s anmälan av den 11 juni 1997.

122. Det otillåtna agerande som detta beslut avser, och som innebar att konsumenter som inte kunde uppge en adress i Frankrike diskriminerades jämfört med dem som kunde det, innebar indirekt en diskriminering på grundval av nationalitet eftersom CFO på ett onaturligt sätt och genom sin dominerande ställning begränsade biljettförsäljningen till personer med hemvist i en enda medlemsstat. Detta I agerande strider mot grundläggande gemenskapsrättsliga principer.

123. Kommissionen noterar att de arrangemang kring biljettförsäljningen som CFO tillämpade liknade dem som antagits för tidigare VM-slutspel och att de frågor som uppstått kring tillämpningen av gemenskapens konkurrensregler är otillräckliga för att man med lätthet skall kunna dra några slutsatser utifrån kommissionens tidigare beslut eller domstolens rättspraxis. Kommissionen drar därför slutsatsen att CFO vid den aktuella tidpunkten inte kände till att dess arrangemang kring försäljningen av biljetter under 1996 och 1997 stred mot gemenskapslagstiftningen.

124. Kommissionen medger också att CFO vidtog de åtgärder som man ansåg vara nödvändiga för att säkerställa att arrangemangen kring försäljningen av biljetter till VM-slutspelet 1998 uppfyllde gemenskapslagstiftningen och den nationella lagstiftningen genom formella och informella kontakter med kommissionen och de franska konkurrensmyndigheterna. Kommissionen noterar också CFO:s beslut att på kommissionens begäran ändra sina försäljningsarrangemang för att konsumenter i hela EES skulle få möjlighet att reservera 175 500 enskilda biljetter hos CFO under 1998.

125. Allt missbruk av en dominerande ställning skall normalt sanktioneras genom böter vars storlek skall bestämmas med hänsyn till överträdelsens svårighetsgrad och varaktighet. Mot bakgrund av det ovan anförda anser dock kommissionen att det är lämpligt att endast ådöma CFO ett symboliskt bötesbelopp på 1 000 euro. Detta är dock inte ett tillvägagångssätt som skall följas i alla liknande framtida fall.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Comité français d'organisation de la Coupe du monde de football 1998 (CFO) har brutit mot artikel 82 i EG-fördraget och artikel 54 i EES-avtalet genom att tillämpa diskriminerande villkor för sin försäljning till allmänheten under 1996 och 1997 av biljetter till VM-slutspelet. Dessa arrangemang innebar att konsumenter utanför Frankrike påtvingades oskäliga avtalsvillkor vilket ledde till att marknaden med avseende på försäljningen av 393 200 biljetter i form av paketet Pass France 98 och 181 000 biljetter till inledningsmatchen, kvarts- och semifinalerna, matchen om tredje pris samt finalen begränsades till nackdel för dessa konsumenter.

Artikel 2

CFO åläggs att betala ett bötesbelopp på 1 000 euro för den överträdelse som avses i artikel 1.

Artikel 3

Bötesbeloppet skall betalas i euro inom tre månader från delgivningen av detta beslut till följande konto:

Konto nummer 310-0933000-43
Europeiska kommissionen

Banque Bruxelles-Lambert
Agence Européenne
Rond Point Schuman/Schumanplein 5
B-1040 Bryssel

Efter tre månader skall dröjsmålsränta löpa automatiskt till den räntesats som Europeiska centralbanken tillämpar på sina återköpstransaktioner (repor) den första arbetsdagen i den månad då detta beslut fattas plus 3,5 procentenheter.

Artikel 4

Detta beslut riktar sig till:

Comité français d'organisation de la Coupe du monde de football 1998 (CFO)
23–25, rue de Berri
F-75008 Paris.

Detta beslut är verkställbart enligt artikel 256 i EG-fördraget.

Utfärdat i Bryssel den 20 juli 1999.

På kommissionens vägnar

Karel VAN MIERT

Ledamot av kommissionen