

C.K. Chokolades samhandelsbetingelser og bonusaftaler

Rådsmødet den 28. april 1999

1. Resumé

C.K. Chokolade har anmeldt sine samhandelsbetingelser og bonusordninger. Aftalerne blev anmeldt 30. juni 1998 med henblik på en erklæring efter § 9, subsidiært en fritagelse efter § 8. Anmodningen om fritagelse er senere trukket tilbage. Der er tale om aftaler om salg af chokolade og andre konfekturprodukter til grossister og detailkæder. De vigtigste varemærker er Ritter-sport, Fazer, Katjes og Mentos. Det relevante marked omfatter således salg af konfekturprodukter til grossister og detailhandel i Danmark.

Aftalerne indeholder rabat- og bonussatser, samt vilkår for at opnå disse. Af vilkårene fremgår bl.a. at C.K. Chokolades kunder skal købe alle aftaleprodukter hos C.K. Chokolade for at opnå bonus.

Aftalekomplekset anses på det foreliggende grundlag ikke for at være omfattet af konkurrencelovens § 6, og kan derfor meddeles en ikke- indgrebserklæring jf. konkurrencelovens § 9. Herved lægges der vægt på C.K. Chokolades begrænsede markedsandel, samt det forhold, at C.K. Chokolades aftagere må antages at have stor købstyrke.

2. Afgørelse

Bonusordningerne og samhandelsbetingelserne anses efter de foreliggende oplysninger ikke for at falde ind under forbudet i konkurrencelovens § 6.

Bonusordningerne og samhandelsbetingelserne kan herefter meddeles en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

Det understreges, at erklæringen om ikke-indgreb for bonusaftalerne og samhandelsbetingelserne afgives på baggrund af de oplysninger, rådet har kendskab til. Såfremt grundlaget for C.K. Chokolades ansøgning ændrer sig, eller rådet modtager nye oplysninger, vil rådet ikke længere været bundet af denne erklæring

3. Sagsfremstilling

3.1 Indledning

C.K. Chokolade A/S har 30. juni 1998 anmeldt sine samhandelsbetingelser og bonusordning med anmodning om en ikke-indgrebserklæring efter konkurrencelovens § 9, subsidiært fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.

Samhandelsbetingelserne og bonusordningen regulerer samhandelen med selskabets kunder, og der er tale om en vertikal aftale mellem leverandør og detailed/grossistled.

Den 4. september 1998 har C.K. Chokolade meddelt, at anmeldelsen trækkes tilbage for så vidt angår de generelle samhandelsbetingelser.

Den 16. december 1998 har C.K. Chokolades advokat meddelt, at ansøgningen om individuel fritagelse, jf. konkurrencelovens § 8, trækkes tilbage i sin helhed.

Herefter resterer alene anmodningen om ikke-indgrebserklæring efter konkurrencelovens § 9 for bonusordningerne.

3.2 Parterne

C.K. Chokolade A/S sælger konfekturprodukter til de danske grossister og detailkæder. Selskabet blev pr. 1. januar 1998 solgt til den finske Fazer-koncern.

Ritter Sport (chokolade) udgør størstedelen af C.K. Chokolades omsætning, men herudover leverer selskabet bl.a. mærkevarerne Fazer (bolsjer, karameller mv. i poser) Katjes (lakrids og vingummi), Mentos (mintpastiller), Smint (mintpastiller) og Pez (frugtpastiller til børn) til det danske marked.

Den anden part i aftalerne er grossister og dagligvarekæder (dvs. FDB, Dansk Supermarked, Dagrofa mv.) i Danmark.

3.3 Aftalerne

3.3.1 De generelle samhandelsbetingelser

Samhandelsbetingelserne fastlægger bl.a. betalings- og leveringsbetingelser. Derudover fastlægges omsætnings- og kvantumsrabatter, der beregnes på basis af årets indkøb, ex post.

- a. Omsætningsrabatten gives som en fast rabat beregnet efter det sidste års køb. Rabatten gives efter en progressiv skala og er gældende pr. leverings/udleveringsadresse.
- b. Kvantumsrabatten gives efter størrelsen pr. ordre og er baseret på at der minimum købes hver 14. dag. Kvantumsrabat kan opnås hvis der minimum købes ind for X kr. pr. ordre. Denne rabat er ligeledes reguleret efter en progressiv skala.

Begge rabatter er afhængige af, at der, indkøbt fra C.K. Chokolade, aktivt lagerføres det varesortiment C.K.'s konsulenter aktiverer hos grossisternes kunder.

C.K. Chokolade har ved brev af 4. september 1998, fremført at selskabet ønskede at trække sine samhandelsbetingelser tilbage fra anmeldelsen, idet selskabet ikke mente, at samhandelsbetingelserne var omfattet af aftalebegrebet og dermed af konkurrenceloven.

Styrelsen skal hertil anføre, at samhandelsbetingelserne er en integreret del af selskabets handel med kunderne, og disse betingelser og vilkår vil derfor indgå i den samlede aftale med grossister/detailkæder, med mindre disse udtrykkeligt tager afstand fra dem. Dertil kommer at der i bonusaftalen, der underskrives af aftalens parter, henvises til de generelle samhandelsbetingelser. EF-domstolen har i en række tilfælde anset en leverandørs ensidige fastsættelse af samhandelsbetingelser for omfattet af aftalebegrebet i art. 85's forstand. Det er derfor nødvendigt at vurdere samhandelsbetingelserne i forhold til konkurrencelovens § 6.

3.3.2 Bonusaftalen

Bonusaftalen indeholder tre bonussystemer, der aftales ex ante:

- c. Kundegruppebonus. Denne bonus forudsætter en årlig omsætning over en vis størrelse. Kunder med over X kr. i årlig omsætning opnår efter en progressiv skala mellem X og X % i bonus.
- d. Stigningsbonus, der beregnes af årets indkøb i forhold til sidste års indkøb. Bonusskalaen er progressiv.
- e. Præstations/loyalitätsbonus, der udelukkende omfatter Ritter Sport, og som giver rabat pr. plade, såfremt visse kvartalsmål realiseres. Hvis alle 4 kvartalsmål realiseres ydes der yderligere rabat.

I tilknytning til e) er indføjjet en passus om at "det forudsættes, at gruppen ikke ensidigt anvender prisparameteret for at opnå målet".

C.K. Chokolade har ved brev af 5. marts 1999 meddelt, at C.K. Chokolade har taget styrelsens foreløbige vurdering af denne bestemmelse til efterretning, og at bestemmelsen herefter er frafaldet

For alle tre bonussystemer (c, d, e) gælder, at al bonus er betinget af, at alle de af aftalen

omfattede produkter udelukkende indkøbes hos C.K. Chokolade.

A-e er kumulative og der kan opnås maksimalt X % rabat plus X øre pr. plade Ritter-sport, hvilket svarer til omkring X % rabat i forhold til nettoindkøbsprisen, ekskl. moms. Mindre kunder kan opnå display- og pallerabatter (nettopriser). Her kan opnås mellem X-X % rabat på Ritter Sport og mellem X-X % rabat på andre varer. Kunder, der handler til nettopriser, er ikke afskåret fra at opnå bonus af typerne c, d og e. Derimod kan kunder der handler til nettopriser ikke opnå omsætnings- og kvantumsrabatter. Det står den enkelte kunde frit for at vælge rabatform.

3.4 Det relevante marked

3.4.1 Produktmarkedet

Konfekturmarkedet er kendetegnet ved at en stor del af afsætningen i detailhandelen foregår som impuls køb. Dvs. at kunden bliver fristet i indkøbssituationen, uden på forhånd at have planlagt indkøb af f.eks. chokolade eller lakrids. Dette gør, at der er en vis grad af substitutionsmuligheder mellem de forskellige produkttyper, hvor prisen må antages at spille en vis rolle.

Samtidig er det dog styrelsens opfattelse, at en afgrænsning af markedet som "konfekturmarkedet i Danmark", alene på baggrund af at der er tale om impulsvarer med visse substitutionsmuligheder, vil være for bred og ikke tager hensyn til f.eks. forskelle i produkters egenskaber eller smag.

Den præcise grænse kan dog være vanskelig at fastlægge, og i det efterfølgende tages der udgangspunkt i det bredere konfekturmarked, da det ikke har afgørende betydning for den efterfølgende vurdering. Det relevante produktmarked er derfor defineret som markedet for konfekturprodukter.

3.4.2 Det geografiske marked

Aftalen omfatter distributionen til det danske marked. C.K. Chokolade er eneimportør af de af aftalen omfattede produkter og selskabet har i anmeldelsen afgrænset det geografiske marked til Danmark. Omkring 62 % af forsyningen til det danske konfekturmarked i 1997 var importeret. Aftaler om levering til detailkæder og grossister indgås og organiseres imidlertid i altovervejende grad på nationalt plan. Der er gennemgående tale om mærkevarer, der forudsætter generel markedsføring. Det taler for at det relevante geografiske marked afgrænses til Danmark. Ifølge C.K. Chokolade kan parallelimport af Ritter Sport til Danmark ikke betale sig. Priserne i Tyskland ligger i gennemsnit X % lavere end i Danmark, eksklusiv moms og afgifter. Samtidig kan det fastslås at nogle af aftalepunkterne gør parallelimport af aftaleprodukterne vanskelig. Såfremt detailkæderne ønsker Ritter Sport og samtidig vil opnå rabat er der, jf. aftalen, kun et geografisk marked man kan handle på: nemlig det danske. Den danske chokoladeafgift er p.t. 14,20 kr. pr. kg, men den kan ikke tillægges væsentlig betydning i denne forbindelse, da den pålægges al chokolade. Med udgangspunkt i anmeldelsen og under hensyntagen til at distribution og markedsføring i altovervejende grad er national, finder styrelsen at det relevante geografiske marked skal afgrænses til Danmark.

3.4.3 C.K. Chokolades position på det relevante marked

C.K. Chokolade havde i 1997 en omsætning på X kr., svarende til en markedsandel på mellem 5-10 % af det totale salg af konfektur på det danske marked. Disse tal må forventes at være steget i 1998 som følge af Fazer-koncernens køb af C.K. Chokolade.

På konfekturmarkedet findes en lang række udbydere med stærke varemærker (Kraft-Freia-Marabou, Toms, Master Foods, Leaf, Haribo). De har hver deres stærke positioner på de forskellige segmenter af konfekturmarkedet. På markedet for blok- og pladechokolade i Danmark, havde C.K. Chokolade en markedsandel (volumen) på X %.

Selskabets fem største kunder er FDB, Dansk Supermarked, Dagrofa, Supervib og Sügro. Disse

kunder må antages tilsammen at have en markedsandel for detailsalg af konfekturer på det danske marked på over 75 %.

Dansk Supermarked er en fuldt integreret grossist- og detailkæde. FDB (delvis), Dagrofa, Supervib og Sügro er indkøbsorganisationer, der også medvirker til koordinering af detailkædernes markedsføring. Der er imidlertid ingen forpligtelse for detaillisten til ikke at købe fra andre end den centrale indkøbsorganisation.

Bonusordninger i stil med C.K. Chokolades er generelt forefindende også hos de andre store leverandører i branchen. Der er dog ikke hos andre leverandører tilknyttet betingelser om eksklusiv købsforpligtelse og ordrefrekvens.

Aftagerne, detailkæderne og grossisterne, er kendetegnet ved store koncentrationer, der giver sig udslag i en vis købermagt.

Mht. adgangen til det relevante marked har leverandørerne overfor styrelsen oplyst, at den største barriere for adgangen til markedet er rettigheder til mærkevarer. Markedet er i høj grad præget af mærkevarer, og da alle stærke mærker i forvejen i altovervejende grad er repræsenteret på det danske marked, må den potentielle konkurrence på markedet antages at være forholdsvis beskedent.

4. Vurdering

C.K. Chokolade og de danske konfektregrossister/detailkæder udøver erhvervsvirksomhed, og er derfor omfattet af konkurrencelovens § 2.

Bonusbetingelserne er en aftale, der underskrives af parterne og som regulerer samhandelen mellem parterne. Tilsvarende opstiller samhandelsbetingelserne vilkår, som forhandleren skal acceptere, og der foreligger derfor aftaler i konkurrencelovens § 6' forstand.

C.K. Chokolade er en del af en koncern, der har over 1 mia. kr. i omsætning. Bonus- og samhandelsbetingelserne er derfor ikke omfattet af undtagelsesbestemmelserne i konkurrencelovens § 7.

Aftaleparterne er ikke del af samme koncern, jf. konkurrencelovens § 5.

Bonus- og samhandelsbetingelserne er ikke omfattet af nogen gruppefritagelse, jf. konkurrencelovens § 10 eller EU-fritagelse, jf. konkurrencelovens § 4.

Bonus- og samhandelsbetingelserne skal derfor behandles efter konkurrencelovens § 6.

4.1 Vurdering i forhold til konkurrencelovens § 6

C.K. Chokolades samhandelsbetingelser og bonusaftaler regulerer og fastlægger samhandelen mellem en importør og de danske grossister og detailkæder. C.K. Chokolade markedsfører sig direkte over for forhandlerne og forbrugerne, men distributionen foregår via grossister. C.K. Chokolade leverer til de største detailkæder og er dermed repræsenteret på størstedelen af det danske marked.

C.K. Chokolades rabat- og bonusordninger indeholder vilkår, der fastslår at såfremt grossister vil opnå bonus og rabat, skal alle aftaleprodukter udelukkende indkøbes fra C.K. Chokolade (jf. vilkårene for at opnå rabat af typerne a og b, samt for at opnå bonus af typerne c, d og e i afsnit 3.3). Vilklårene kan gøre det vanskeligt for alternative importører at komme ind på markedet og grossister tilskyndes til at fravælge andre leverandører. Derudover kan vilklårene medvirke til at begrænse mulighederne for parallelimport af C.K. Chokolades produkter.

Under hensyntagen til C.K. Chokolades begrænsede markedsandel, samt det forhold, at C.K. Chokolades aftagere gennemgående er store detailkæder med stor købsstyrke, vurderes C.K. Chokolades bonusordninger og samhandelsbetingelser samlet set ikke at have en sådan markedspåvirkning, at de falder ind under forbudet i konkurrencelovens § 6, stk. 1.

C.K. Chokolades bonusordninger og samhandelsbetingelser kan derfor meddeles en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.