



Folketingets Sundheds- og Ældreudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

3. maj 2018

Besvarelse af spørgsmål 788 alm. del stillet af udvalget den 5. april efter ønske fra Flemming Møller Mortensen (S).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren redegøre for, om det vil være i strid med konkurrenceloven, hvis tobaksfirmaer indgik eksklusivaftaler med detailhandelskæder om, at disse kæder kun måtte føre specifikke tobaksfirmaers mærker?

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr. 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

Jeg har bedt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen om at besvare spørgsmålet om, hvorvidt de beskrevne eksklusivaftaler er i overensstemmelse med konkurrenceloven.

Konkurrence og Forbrugerstyrelsen oplyser:

”Der findes ikke et absolut forbud mod eksklusivaftaler i konkurrencereglerne. Indgåelsen af eksklusivaftaler kan udgøre en overtrædelse af konkurrencelovens § 6 og/eller § 11, men det afhænger bl.a. af deres nærmere indhold og forholdene på markedet. Omvendt vil nogle eksklusivaftaler være lovlige efter konkurrencereglerne. Det afgørende er, om en eksklusivaftale og den økonomiske og retlige kontekst den er indgået i, vurderes at være i strid med de to forbudsbestemmelser i konkurrencereglerne: Konkurrencelovens § 6 forbyder virksomheder m.v. at indgå aftaler, som direkte eller indirekte har til formål eller følge at begrænse konkurrencen. Konkurrencelovens § 11 og forbyder én eller flere virksomheder m.v. at misbruge en dominerende stilling.

Den konkurrenceretlige vurdering af en eksklusivaftale mellem en tobaksleverandør og en detailhandelskæde afhænger af en række konkrete, specifikke omstændigheder, der ville skulle undersøges. Det vil være centralt at undersøge, hvorvidt eksklusivaftalen har en mærkbar markedsafskærmende virkning, dvs. hvorvidt aftalen gør det vanskeligt for aktuelle eller potentielle konkurrenter at agere effektivt i konkurrencen på det pågældende marked. En række faktorer vil have betydning for en sådan vurdering, herunder fx aftalernes omfang og dækning, aftaleparternes markedsandele, mulige adgangsbarrierer til markedet, i hvilket omfang konkurrerende firmaers produkter begrænses i de pågældende detailhan-

delskæder, og hvilken betydning dette samlet vil have for konkurrencen på det pågældende marked.”

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen