



JURIDISKA FAKULTETEN  
vid Lunds universitet

Ironah Nzeribe

# Informationsutbyte

En studie av kommissionens syn på informationsutbyte mellan företag samt  
relaterade problem på B2B elektroniska marknadsplatser

Examensarbete  
20 poäng

Handledare: Katarina Olsson

Ämnesområde: Konkurrensrätt

Termin: Höstterminen 2001

# Innehåll

<b><u>1</u></b>	<b><u>INLEDNING</u></b>	<b>4</b>
1.1	<u>Bakgrund och syfte</u>	4
1.2	<u>Metod, material och avgränsningar</u>	4
1.3	<u>Disposition</u>	5
<b><u>2</u></b>	<b><u>ALLMÄNT OM INFORMATIONsutBYTE</u></b>	<b>7</b>
2.1	<u>Definition</u>	7
2.2	<u>Konkurrensbegränsande effekter</u>	7
<b><u>3</u></b>	<b><u>KOMMISSIONENS RAPPORTER M.M.</u></b>	<b>9</b>
3.1	<u>Inledning</u>	9
3.2	<u>1968 års samarbetsmeddelande</u>	10
3.3	<u>Seventh Report on Competition Policy</u>	10
3.4	<u>1994 års rapport om informationsutbyte</u>	12
<b><u>4</u></b>	<b><u>KOMMISSIONENS PRAXIS</u></b>	<b>13</b>
4.1	<u>De första kommissionsbesluten</u>	13
4.1.1	<u>IFTRA Glass Containers</u>	13
4.1.2	<u>COBELPA/VNP</u>	14
4.1.3	<u>Vegetable Parchment</u>	15
4.2	<u>Fatty Acids</u>	15
4.2.1	<u>Bakgrund</u>	15
4.2.2	<u>Kommissionens beslut</u>	16
4.2.3	<u>Kommentar</u>	17
4.3	<u>UK Tractors</u>	18
4.3.1	<u>Bakgrund</u>	18
4.3.2	<u>Kommissionens beslut</u>	18
4.3.3	<u>Målets behandling i domstolarna</u>	21
4.3.4	<u>Kommentar</u>	22
4.4	<u>Undantag enligt artikel 81.3</u>	23
4.5	<u>Praxisutvecklingen efter UK Tractors</u>	25
4.6	<u>Sammanfattande slutsatser</u>	27
<b><u>5</u></b>	<b><u>B2B ELEKTRONISKA MARKNADSPLATSER</u></b>	<b>30</b>

<u>5.1</u>	<u>Allmänt</u>	30
<u>5.2</u>	<u>B2Bs och konkurrens</u>	32
<b><u>6</u></b>	<b><u>INFORMATIONsutbyte på B2BS</u></b>	<b>35</b>
<u>6.1</u>	<u>Allmänt</u>	35
<u>6.2</u>	<u>Risk för konkurrensbegränsning</u>	36
<u>6.3</u>	<u>Åtgärder för att undvika konkurrensbegränsande effekter</u>	38
<u>6.3.1</u>	<u>Delägarnivå</u>	39
<u>6.3.2</u>	<u>Användarnivå</u>	40
<u>6.4</u>	<u>Sammanfattande slutsatser</u>	42
<b><u>7</u></b>	<b><u>AVSLUTANDE KOMMENTARER</u></b>	<b>43</b>

# Sammanfattning

När företag finner sig vara utsatta för hård konkurrens ökar deras benägenhet att hitta olika sätt att samarbeta. Informationsutbytesavtal är särskilt viktiga här. Genom dessa avtal kan företag samarbeta om att utbyta information med varandra, antingen direkt eller via en central förmedling. Den ökade kunskapen gör att företagen bättre kan planera produktion och distribution m.m. vilket leder till lägre kostnader. Informationen kan t.ex. avse volymer, priser, rabatter och andra affärsvillkor, eller leverantörer och kunder. Beroende på hur informationen samlas in och sprids kan en åtskillnad göras mellan avtal som enbart har ett statistiskt ändamål och sådana som möjliggör identifiering av enskilda företag. Den främsta anledningen till att informationsutbyte kan ådra sig intresse från kommissionen är den inneboende risken för otillåten samordning mellan konkurrenter. Informationsutbytesavtalet kan vara en del av ett konkurrensbegränsande förfarande men det kan också av egen kraft begränsa konkurrensen. Under alla omständigheter krävs en noggrann analys för att skilja mellan information som är neutral ur konkurrenssynpunkt och känslig information vars spridande mellan konkurrerande företag kan leda till snedvridning eller begränsning av konkurrensen.

I de första fallen där kommissionen tog upp informationsutbyte mellan företag var utbytet förenat med kartellsamverkan, oftast gällande prissamarbeta. I *Fatty Acids* förbjöd kommissionen för första gången ett informationsutbyte såsom i sig självt stridande mot artikel 81. Fallet var dessutom det första där parterna i ett informationsutbytesavtal bötfälldes. I *UK Tractors* tog kommissionen ytterligare ett viktigt steg genom att för första gången förbjuda ett informationsutbyte som inte avsåg priser. Detta fall är en mycket bra indikator på vilka uppgifter företag kan utbyta med varandra utan att göra sig skyldiga till överträdelser av EG-fördragets artikel 81. Kommissionen har vidare i sin beslutspraxis klargjort, att informationsutbyte inte behöver föregås av ett uttryckligt avtal då faktiskt utbyte av information behandlats som ett samordnat förfarande.

I praxis har framträtt ett antal omständigheter som avgör om ett informationsutbyte är i enlighet med kommissionens policy. Dessa faktorer relaterar framförallt till vilken typ av information som utbyts och vilken struktur den relevanta marknaden har. Ju mer individualiserad, detaljerad, och aktuell den utbytta informationen är, desto större risk för konkurrensskadliga effekter. Ju mer generell, aggregerad, och historisk informationen är, desto mindre risk för konkurrensbegränsning. Ju mer koncentrerad den relevanta marknaden är, desto större är risken att ett informationsutbyte leder till skadliga effekter på konkurrensen. En på sådana marknader redan betydande risk för otillåten samordning blir genom informationsutbytet ännu större. Utbytet får som generell regel inte möjliggöra identifiering av ett enskilt företags affärsbeteende.

Elektroniska marknadsplatser för företag ("B2Bs") kan erbjuda betydande effektivitetsvinster, men innebär också vissa risker i konkurrenshänseende. För företagen gäller att maximalt utnyttja de effektivitetsvinster en B2B kan ge utan att göra sig skyldiga till överträdelser av konkurrensrätten. Ett av de mest uppmärksammade problemen rör frågan om informationsutbyte. Informationsutbyte genom en B2B medför i sig inga nya konkurrensrättsliga problem, utan uppgiften blir istället att lösa traditionella problem i kontexten av B2B-teknologi. Beroende på hur en B2B är arrangerad kan konkurrensproblem uppkomma. Den konkurrensrättsliga analysen av informationsutbyte i en B2B-kontext bör göras på två nivåer: delägarnivå och användarnivå. Åtgärder måste vidtas så att en B2B inte struktureras på ett sätt som ger delägare, som också använder marknadsplatsen, tillgång till ur konkurrenssynpunkt känslig information de annars inte skulle fått tillgång till. I sina beslut angående e-marknadsplatserna *Covisint.com* och framförallt *Volbroker.com* indikerar kommissionen vilka förebyggande åtgärder, tekniska och organisatoriska, den kommer att leta efter. Det handlar om allt från förekomst av brandväggar och säkerhetsregler till var personal och företagsledning skall vara lokaliserade, rent geografiskt, i förhållande till moderföretagen. Även beträffande styrelsesammanträden bör delägarna ha en medvetenhet om de konkurrensrättsliga implikationerna av informationsutbyte. En B2B får inte heller publicera information som kan leda till koordinering av användarnas affärsbeteende. Bl.a. krävs att identifiering av enskilda företag inte är möjlig och att tillhandahållen information sprids på en icke-diskriminerande basis. Givet de allvarliga konsekvenserna av en överträdelse av artikel 81 är det mycket viktigt för företagen, att ha en medvetenhet om informationsrelaterade problem samt vidta erforderliga förebyggande åtgärder.

# Förkortningar

B2B	Business to business, företag interagerar med andra företag
B2C	Business to consumer, företag interagerar med konsumenter
CMLR	Common market law review
ECR	European Court Reports
EG	Europeiska gemenskapen
EGT	Europeiska gemenskapens tidning
EU	Europeiska unionen
F&U	Forskning och utveckling
FTC	Federal Trade Commission
KKV	Konkurrensverket
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OEM	Original Equipment Manufacturer
OFT	Office of Fair Trading

# 1 Inledning

## 1.1 Bakgrund och syfte

Genom avtal om informationsutbyte kan företag samla och sinsemellan utbyta en mängd olika slags information. Informationen sprids antingen direkt mellan företagen eller via en central förmedling. Om detta informationsutbytessystem gör att företagen ändrar sitt beteende på ett sätt som påverkar konkurrensstrukturen på den relevanta marknaden, kan systemet vara förbjudet enligt EG-fördragets artikel 81.1. Det handlar först och främst om en ökad risk för olika former av otillåten samordning mellan de företag som deltar i informationsutbytet. Samma problem uppkommer också i ett för rättsordningen nytt sammanhang, nämligen på de, till antalet, med allt snabbare takt växande elektroniska marknadsplatserna för handel mellan företag, s.k. "B2Bs". Publicering av marknadsdata på en sådan sajt kan leda till samma slags konkurrensproblem som vid traditionellt informationsutbyte. Dessutom kan det sätt på vilket en B2B är strukturerad eller drivs, i sig självt leda till problem i informationshänseende. Även om problematiken är densamma så är kontexten ny och har sina egna distinkta särdrag, vilket gör att den förtjänar att uppmärksammas särskilt.

Syftet med uppsatsen är att undersöka kommissionens syn på informationsutbyte mellan företag samt relaterade problem på B2B elektroniska marknadsplatser. Jag har haft för avsikt att uppsatsen skall vara koncentrerad och lättillgänglig, och till hjälp för den som snabbt vill skaffa sig en överblick över ämnet.

## 1.2 Metod, material och avgränsningar

Jag kommer att göra en grundlig undersökning av Europeiska kommissionens policy vad gäller informationsutbyte mellan företag. Därvid kommer jag att studera olika meddelanden och rapporter samt framförallt kommissionens beslutspraxis. Efter detta undersöker jag vilka informationsrelaterade problem som hänger samman med struktur och funktion hos B2Bs, samt hur de principer som traditionellt tillämpas vid den konkurrensrättsliga prövningen, appliceras på informationsutbyte i en B2B-kontext. Jag kommer också att presentera förslag på åtgärder som bör vidtas för att förhindra att en B2B e-marknadsplats i informationshänseende är arrangerad på ett ur konkurrenssynpunkt oacceptabelt sätt.

Till den inledande undersökningen av hur kommissionen förhållit sig till informationsutbyte har jag studerat i huvudsak meddelanden, rapporter samt beslut från kommissionen. Särskild uppmärksamhet ges fallen *Fatty Acids* och *UK Tractors*, som båda utgör milstolpar i kommissionens policy visavi

informationsutbytesavtal. Jag har också haft hjälp av vissa konkurrensrättsliga standardverk och juridiska artiklar.

Till den del av uppsatsen som behandlar B2B e-marknadsplatser har jag använt framförallt rapporter från konkurrensmyndigheter i Europa och USA samt juridiska artiklar, tal och pressmeddelanden från kommissionen. De konkurrensproblem som aktualiseras ser i allt väsentligt likadana ut i Europa och USA, och kommissionen bedriver ett nära samarbete med den amerikanska konkurrensmyndigheten FTC, varför en hel del material från denna myndighet använts. Endast ett begränsat antal granskningsbeslut finns att söka vägledning ifrån, bl.a. kommissionens beslut angående B2B e-marknadsplatserna *Covisint.com* och *Volbroker.com*.

Informationsutbyte mellan företag väcker många olika konkurrensrättsliga frågor. Uppsatsen är dock avgränsad på så sätt att jag inte kommer att studera de ekonomiska incitamenten för företagen att utbyta information, eller vilka eventuella skillnader, som trots de betydande likheterna, kan hittas vid en jämförelse mellan europeisk och amerikansk praxis rörande informationsutbyte. Informationsutbyte mellan företag kan också ha gynnsamma effekter på konkurrensen, t.ex. ökad konkurrens och effektivitet. Dessa potentiella fördelar kommer emellertid inte att beröras i uppsatsen. B2B e-marknadsplatser å sin sida, väcker fler konkurrensrelaterade frågor än just informationsutbyte. Dessa kommer bara att beröras i den mån de har betydelse för diskussionen om informationsutbyte.

### 1.3 Disposition

Uppsatsen kan sägas bestå av två delar. I den första delen, som omfattar kapitel ett till fyra, behandlas först och främst kommissionens policy angående informationsutbyte mellan företag, medan kapitel fem och sex specifikt behandlar informationsutbyte inom ramen för en B2B elektronisk marknadsplats. Kapitelinnehållet är enligt följande: Inledningsvis ges en formell definition av informationsutbytesavtal och en introduktion till därmed sammanhängande konkurrensproblem. Kapitel tre innehåller en genomgång av de riktlinjer kommissionen givit för bedömningen av informationsutbyte, medan det efterföljande kapitlet utgörs av en granskning av kommissionens beslutspraxis (samt i förekommande fall domar i förstainstansrätten och EG-domstolen). Denna genomgång har gjorts relativt grundlig eftersom läsaren därigenom ges en god bild av kommissionens sätt att resonera. Kapitlet avslutas med en sammanfattning. Kapitel fem är avsett att ge en introduktion till struktur och funktion hos B2B e-marknadsplatser, samt vilka allmänna konkurrensproblem som framträder på B2Bs. En grundläggande kännedom om B2Bs, samt relevanta allmänna konkurrensfrågor, är viktig för förståelsen av de problem som uppkommer i samband med B2B-relaterat informationsutbyte. Efter detta ges riktlinjer för analys av informationsutbyte i en B2B-kontext, varefter följer förslag på åtgärder för att undvika att en B2B struktureras eller drivs på ett sätt som i informationshänseende står i strid



med artikel 81. Sist i uppsatsen ligger ett kapitel med några korta avslutande kommentarer.

# 2 Allmänt om informationsutbyte

## 2.1 Definition

Ett informationsutbytesavtal kan formellt definieras som ett arrangemang genom vilket företag organiserar sig på ett sätt, som låter dem samla och utbyta information. Informationen skickas direkt mellan företagen eller till en gemensam central förmedling, som ansvarar för att samla och bearbeta denna information, innan den sänds tillbaka till deltagarna i den form och med den frekvens som överenskommits. Utbytet kan omfatta olika slags uppgifter, t.ex. priser, försäljningssiffror, eller produktionsnivåer och kan avse insamling av individuella eller aggregerade data. Individuella data är data avseende ett utpekad eller direkt eller indirekt identifierbart företag. Aggregerade data är data som avser minst tre företag. Data avseende två företag anses inte som aggregerad eftersom det blir möjligt för vart och ett av de två berörda företagen att genom avräkning komma fram till exakt vilka uppgifter som avser det andra företaget.<sup>1</sup>

## 2.2 Konkurrensbegränsande effekter

När information sprids, ökar mängden tillgänglig information inom den grupp av företag som deltar i informationsutbytet, vilket reducerar osäkerheten bland deltagarna.<sup>2</sup> I *Sugar case*<sup>3</sup> slog EG-domstolen fast att EG:s konkurrensrätt vilar på grundsatsen att varje ekonomisk aktör oberoende skall bestämma hur han agerar på marknaden. Han har då möjlighet att anpassa sig till konkurrenternas nuvarande eller förväntade uppträdande. Det är dock inte tillåtet för en ekonomisk aktör att söka försäkra sig om att hans affärsbeslut blir lyckosamma genom att försöka eliminera osäkerheten om konkurrenternas beteende genom kontakter med dem.<sup>4</sup> Denna princip är av grundläggande betydelse för kommissionens bedömning av informationsutbyte.

Det huvudsakliga skälet till att kommissionen kan ha invändningar mot informationsutbytesavtal är att dessa i vissa fall kan stödja otillåten samordning mellan konkurrerande företag. Informationsutbytet gör det lättare för

---

<sup>1</sup> Faull, Jonathan & Nikpay, Ali; *The EC Law of Competition*, 7 uppl., Oxford university press, Oxford 1999, (cit. Faull & Nikpay), s. 424.

<sup>2</sup> Faull & Nikpay, s. 425.

<sup>3</sup> *Sugar case*, Förenade målen 40-48, 50, 54-56, 111, 113 och 114/73 *Coöperatieve vereniging Suiker Unie m.fl. / Europeiska kommissionen* [1975] ECR s. 1663 (dom 16 december 1975).

<sup>4</sup> Carlsson, Kenny, Schuer, Lars och Söderlind, Erik; *Konkurrenslagen*, 2 uppl., Göteborg 1995, (cit. Carlsson m.fl.), s. 192.

företagen att övervaka konkurrenternas verksamhet, och kan t.ex. förenkla genomdrivandet av en kartell, eftersom det blir lättare att upptäcka försök till avvikelser från kartellstrategin, s.k. cheating. Informationsutbytet kan alltså vara en del av ett konkurrensbegränsande förfarande som prövas, eller kan komma att prövas, enligt artikel 81, men det kan också i sig självt orsaka en begränsning av konkurrensen, nämligen när det av egen kraft får företagen att förändra sitt beteende. I fallet *Rhône-Poulenc*<sup>5</sup> slog förstainstansrätten fast, att informationsutbyte som är en del av ett konkurrensbegränsande förfarande skall bedömas tillsammans med detta. I *VVVF* och *IFTRA-fallen* utvecklades och klargjordes detta av kommissionen.<sup>6</sup> Generellt gäller att det krävs en djupgående analys för att skilja mellan information som är neutral ur konkurrenssynpunkt, och information som utgör ett led i ett system att sinsemellan sprida information om orderingång, försäljning, investeringsplaner och priser, vilket skadar konkurrensen.<sup>7</sup> I kapitel 3 och 4 skall närmare undersökas vilka kriterier för denna prövning som ställts upp av kommissionen.

---

<sup>5</sup> *Rhône-Poulenc*, målet T-1/89 Rhône-Poulenc SA ./. Europeiska kommissionen [1991] ECR II s. 867 (dom 24 oktober 1991).

<sup>6</sup> 69/202/CEE, *VVVF*, (beslut 25 juni 1969), EGT 1969, L 168; 74/292/EEC, *IFTRA rules on glass containers*, (beslut 15 maj 1974), EGT 1974, L 160/1, och 75/497/EEC, *IFTRA Rules for Producers of Virgin Aluminium*, (beslut 15 juli 1975), EGT 1975, L 228/3; se även 94/815/EEC, *Cement Cartel*, (beslut 30 november 1994), EGT 1994, L 343/1.

<sup>7</sup> Carlsson m.fl., s. 193.

# 3 Kommissionens rapporter m.m.

## 3.1 Inledning

Kommissionen har behandlat frågan om informationsutbyte i ett antal olika publikationer. Först ut var det s.k. *Samarbetsmeddelandet*<sup>8</sup> från 1968 som tillkom som ett svar på den stora mängd förfrågningar som riktats till kommissionen, angående vilken attityd kommissionen ämnade inta gentemot olika former av samarbete mellan företag. En av de samarbetsformer som togs upp var just informationsutbyte, och kommissionen ansåg med andra ord att informationsutbytesavtal var en typ av samarbete som kunde prövas enligt EG:s konkurrensregler. Meddelandet kan sägas utgöra en första ansats att utveckla kriterier för den konkurrensrättsliga prövningen av informationsutbytesavtal. Principerna i *Samarbetsmeddelandet* är av relativt allmän karaktär och det skulle dröja ända till 1978 års *Seventh Report on Competition Policy*<sup>9</sup> innan kommissionen angav mer specifika kriterier för hur prövningen av informationsutbytesavtal skulle gå till. Prövningskriterierna låg i linje med *Sugar case* där domstolen, som nämnts tidigare, slog fast, att EG:s konkurrensrätt bygger på grundsatsen att varje ekonomisk aktör oberoende skall bestämma det handlingssätt han avser agera efter på marknaden. Företagen får alltså, utifrån allmänna antaganden, göra bedömningar av konkurrenternas nuvarande och förväntade uppträdande och anpassa sig därefter, men de får inte genom informationssamarbete försöka eliminera osäkerheten om konkurrenternas beteende. Slutligen kommer jag att behandla valda delar av rapporten *Information exchanges among firms and their impact on competition* från 1994.<sup>10</sup> Rapporten togs fram för användning inom kommissionen, och representerar inte nödvändigtvis kommissionens officiella position. I rapporten, som framförallt innehåller ekonomisk teori, undersöks incitamenten för informationsutbyte mellan företag och deras konsekvenser för välfärden, med tanke på utformningen av konkurrenspolicy på området. Överhuvudtaget fäster både kommissionen och domstolarna stor vikt vid ekonomiska kriterier vid tillämpningen av artikel 81, och rapporten ger en god inblick i den ekonomiska ramen för informationsutbyte mellan företag, samt innehåller också analyser och en del kritik av vissa av kommissionens beslut. Meddelandet och rapporterna skall nu undersökas närmare.

---

<sup>8</sup> European Commission: *Notice concerning agreements, decisions and concerted practices in the field of cooperation between enterprises*, EGT C 75/3, 29 juli 1968.

<sup>9</sup> European Commission: *Seventh Report on Competition Policy*, Brussels-Luxemburg, April 1978, (cit. *Seventh Report on Competition Policy*).

<sup>10</sup> Kühn, Kai-Uwe & Vives, Xavier: *Information exchanges among firms and their impact on competition*, June 1994, revised February 1995, Luxemburg 1995.

## 3.2 1968 års samarbetsmeddelande

Kommissionen framhöll till att börja med, att det är svårt att skilja mellan information som inte har någon påverkan på konkurrensen och beteende som begränsar konkurrensen. Följande avtal ansågs inte snedvrida eller begränsa konkurrensen:

Avtal vars enda syfte är:

- a) utbyte av åsikter eller erfarenheter
- b) gemensam marknadsundersökning
- c) gemensamt genomförande av komparativa studier av företag eller industrier
- d) gemensam bearbetning av statistik och kalkyleringsmodeller

Vad gäller överenskommelser som inte faller under artikel 85.1 EG-fördraget<sup>11</sup> påpekade kommissionen att:

Avtal vars enda syfte är gemensamt införskaffande av information som de olika företagen behöver för att bestämma sitt framtida marknadsbeteende fritt och självständigt, eller varje företags användande av ett gemensamt rådgivande organ, har inte till syfte eller effekt att begränsa konkurrensen.

Kommissionen erkände med andra ord en principiell rätt för företagen, att dra nytta av denna typ av avtal som ökar transparensen på marknaden, men informationsutbytet är otillåtet så snart det utgör ett led i en otillåten samordning mellan deltagarna.

Kommissionen betonade också att konkurrensbegränsningar i synnerhet kan uppträda på oligopolmarknader med homogena produkter. De svenska bensin- och flygmarknaderna kan tjäna som två enkla exempel på sådana marknader.

## 3.3 Seventh Report on Competition Policy

Kommissionen konstaterade till att börja med, att det i de flesta fall av informationsutbyte som varit upp till prövning, visats att deltagarna också ingått i vidare samarbetsavtal. Kommissionen angav inga specifika exempel på vilken typ av avtal det gällde, men som kommer att visas i undersökningen av kommissionens beslutspraxis handlade det främst om olika former av prissamarbete. Samtliga fall vid tiden för rapporten hade uppkommit på koncentrerade marknader med få köpare och säljare och informationen hade alltid varit tillgänglig bara för säljarna. I samtliga fall orsakade överens

---

<sup>11</sup> I uppsatsen förutsätts att läsaren är medveten om att artikel 85 numera heter 81. Jag kommer att använda den beteckning som förekommer i den text eller det rättsfall jag diskuterar. En hänvisning till artikel 85.1 i äldre litteratur eller praxis avser alltså den artikel som idag heter 81.1.

kommelsen en försvagning av priskonkurrensen såväl på inrikes som utrikes marknader.

Enligt kommissionen måste en viktig distinktion göras mellan informationsutbytesavtal som inte påverkar konkurrensen, och avtal där informationsutbytet måste anses snedvrída eller begränsa konkurrensen. Distinktionen kan bara göras från fall till fall, med beaktande av alla relevanta omständigheter. Kommissionen anger dock några generella prövningskriterier med hjälp av vilka ett tillåtet informationsutbyte kan skiljas från ett otillåtet. Dessa kriterier är:

- a) **typen av information företagen utbyter med varandra**
- b) **strukturen på den marknad där informationsutbytet sker**

Vad gäller typen av information klagade kommissionen, att den accepterar att nationella branschorganisationer, vilka företräder samma ekonomiska intressen i olika länder, utbyter statistik med varandra. Detta kan ske antingen direkt eller indirekt genom ett centralt rapportorgan, som anger produktions- och försäljningssiffror för den aktuella industrin, utan att identifiera individuella företag. Det är också i regel tillåtet att bryta ner och analysera informationen efter produkt, land eller tidsperiod, men kommissionen förbehåller sig då rätten att undersöka om en deltagare i informationsutbytet därigenom får möjlighet att identifiera andra deltagares affärsstrategier. Vid organiserat utbyte av information avseende individuella företag, t.ex. rörande försäljnings- och produktionssiffror, priser och rabattbestämmelser, eller betalnings- och leveransvillkor, är risken betydligt större att avtalet kommer att anses ha konkurrensbegränsande syfte, och därmed bedöms som otillåtet under artikel 85.1.

Gränsen mellan tillåtet och otillåtet utbyte av information bestäms alltså av distinktionen mellan rent statistiska arrangemang som inte främjar otillåtna samordnanden, och arrangemang som klart relaterar till individuella företag. Kommissionen gör klart att den inte accepterar, att fakturor eller annan information avseende ett enskilt företag, regelbundet rapporteras in till ett centralt organ. Denna typ av information utgör normalt företagshemligheter, och behövs inte för framställningen av periodisk statistik. I sådana fall är det, enligt kommissionens uppfattning, fullt tillräckligt att tillhandahålla jämförande uppgifter om levererade kvantiteter och omsättning för den aktuella perioden.

Kommissionen fäster alltid stort avseende vid strukturen på den relevanta marknaden och upprepar i rapporten varningen att det på oligopolmarknader finns en särskilt stark tendens för företagen att agera på ett sätt som liknar konkurrenternas. Den förbättrade kunskap om marknadsförutsättningarna som informationsutbytesavtal syftar till, stärker sambandet mellan företagen på så sätt att de ges möjlighet att reagera effektivt på varandras uppträdanden, vilket leder till en reducering av konkurrensen. När ett avtal ligger i gränslandet mellan tillåtet och otillåtet, måste parterna vara beredda på att

kommissionen granskar deras handlingar särskilt noga om tendenserna på den relevanta marknaden tyder på att det förekommer marknadsdelning och prissamarbete.

Kommissionen skiljer på information som utväxlas enbart mellan företagen, och information som kommer kunder och slutanvändare tillgodo. Informationsutbytesavtalen ökar vanligen endast säljarnas kunskap om marknaden. Detta hindrar köparna från att utnyttja den eventuella dolda konkurrens, som ändå lever kvar mellan säljarna på en oligopolmarknad, och sålunda från att förhindra att prisstrukturerna stelnar. När även köparna får del av informationen kan konkurrensfrämjande effekter uppstå, som väger upp nackdelarna, eftersom köparna då kan välja ut de bästa erbjudandena.

### 3.4 1994 års rapport om informationsutbyte

I rapporten *Information exchanges among firms and their impact on competition* diskuteras bl.a. vikten av vad den utbytta informationen används till. Författarna skiljer mellan marknadstransparens för kunder, publik marknadstransparens, och marknadstransparens för företag, privat marknadstransparens. Publik marknadstransparens är absolut nödvändig för att konkurrens skall kunna råda på en marknad. Om kunder inte hade möjlighet att göra informerade prisjämförelser skulle företagen kunna agera som monopolister, även på marknader med många aktörer, eftersom kunderna aldrig skulle kunna upptäcka och reagera på prissänkningar. Annonsering av priser medför generellt sett en ökning av både publik och privat marknadstransparens. Privat marknadstransparens, å andra sidan, ökar bara transparensen för de inblandade företagen. Om utbyte sker av information rörande t.ex. kostnader och produktionskvantiteter, ökar risken för samordning mellan företagen angående priser och produktionsmängd, vilket ger en skadlig effekt på konkurrensen.<sup>12</sup> Så vitt gäller effekterna på konkurrensen kan de två slagen av marknadstransparens med andra ord ses som raka motsatsen till varandra och förekomst av privat marknadstransparens kommer naturligtvis att väcka kommissionens intresse. Ovanstående distinktion är viktigt för förståelsen av kommissionens policy. Det är, vilket kommer att tydliggöras vid analysen av kommissionens beslut, meningslöst att tala om marknadstransparens utan att göra en åtskillnad mellan de två olika formerna.

---

<sup>12</sup> A.a. s. 92.

# 4 Kommissionens praxis

## 4.1 De första kommissionsbesluten

I de första fallen om informationsutbyte behandlade kommissionen framför allt utbyte av känslig information, oftast avseende priser och kostnader, på oligopolmarknader, där informationsutbytet stödde ett bredare otillåtet avtal eller samordnat förfarande. I samtliga dessa fall följer kommissionen de riktlinjer som drogs upp i *Seventh Report on Competition Policy*.

### 4.1.1 IFTRA Glass Containers

Fallet *IFTRA Glass Containers*<sup>13</sup> gällde ett avtal mellan de ledande europeiska tillverkarna av glasbehållare gällande s.k. ”fair trade practice rules”. Kommissionen fann att avtalet innehöll ett flertal klausuler, som trots att de framställdes som avsedda att förhindra orättvis handel, i själva verket innebar att företagen gavs möjlighet att vidta förenade åtgärder mot normala konkurrensmetoder. Avtalet bedömdes ha konkurrensbegränsande syfte. Bl.a. innehöll avtalet klausuler där det att systematiskt erbjuda lägre priser än en konkurrent betecknades som ”unfair” även om det erbjudna priset täckte kostnaderna. Konkurrenternas priser fick endast matchas, inte underskridas. Likaså ansågs det ”unfair” att avvika, öppet eller i hemlighet, från publicerade erbjudanden eller prislistor. Företag som bröt mot avtalet blev skyldiga att erlägga ”skadestånd”. Den konkurrensbegränsande karaktären hos avtalet förstärktes och kompletterades av att företagen, direkt eller indirekt, utbytte olika slags prisinformation med varandra. Kommissionen förklarade att det strider mot artikel 85.1, att en tillverkare till sina konkurrenter överför de essentiella beståndsdelarna av sin prispolicy, t.ex. prislistor, rabatter och övriga affärsvillkor han tillämpar, priser och tidpunkten då dessa ändras, samt speciella undantag, som medges vissa specifika kunder. Antagligen gäller detta även om en branschförening skulle omvandla informationen till en genomsnittlig prisnivå.<sup>14</sup> Kommissionen förklarade nämligen i *Steel Stockholders*<sup>15</sup>, att utbyte av genomsnittliga priser kan komma att ses som en rekommendation att grundpriset skall ligga på de rekommenderade nivåerna. Ett företag som av sina konkurrenter får prisinformation av det slag som nämns ovan hamnar i en situation där det besitter precis kunskap om konkurrenternas nuvarande och framtida agerande på deras respektive marknader, och kan sålunda anpassa sin egna priser för export in på dessa marknader.

---

<sup>13</sup> 74/292/EEC, *IFTRA rules on glass containers*, (beslut 15 maj 1974), EGT 1974, L 160/1.

<sup>14</sup> Carlsson; s. 193.

<sup>15</sup> 80/257/ECSC, *Steel Stockholders*, (beslut 8 februari 1980), EGT 1980, L 62/28.



De konkurrensskadliga effekterna av ett prisinformationssystem som detta är tydliga. Korah exemplifierar med att om en rabatt, som givits för att få en viktig order från en av ett fåtal leverantörer, omedelbart måste rapporteras till konkurrenterna, finns inget incitament att sänka priset. Även om konkurrenterna inte aktivt "hämnas" på det företag som först sänkte priset kommer de troligen att göra en liknande prissänkning när nästa stora order kommer. Konsekvensen blir att det företag som först erbjöd rabatten förmodligen inte ökar sin omsättning i det långa loppet.<sup>16</sup> Försök till prissänkningar blir alltså meningslöst. Jag vill här påpeka att samma problem uppkommer vid omedelbar rapportering av försäljningssiffror på oligopolmarknader. Sådan information reducerar den tid det skulle ta för övriga aktörer att upptäcka, om än på indirekt väg, att någon sänkt priset. Resultatet blir att även konkurrenterna sänker sina priser och på samma sätt som vid omedelbar rapportering av direkt prisrelaterade uppgifter minskar alltså värdet av att sänka priset.

#### 4.1.2 COBELPA/VNP

Vanligtvis finns ett uttryckligt avtal om informationsutbyte, men i fallet *COBELPA/VNP*<sup>17</sup> behandlade kommissionen ett faktiskt utbyte av information, utan föregående avtal, som ett samordnat förfarande. Fallet gällde ett arrangemang genom vilket ett antal belgiska och nederländska papperstillverkare i samförstånd utbytte information via sina respektive nationella branschorganisationer. Kommissionen förklarade, att den inte hade något att invända mot att nationella branschorganisationer samlade in och spred statistisk information beträffande den aktuella industrins produktion och försäljning, förutsatt att det inte gick att identifiera enskilda företag. I ifrågavarande fall utbyttes dock även information om de enskilda företagens månatliga produktion och försäljningssiffror, nedbrutet på pappersslag och destinationsland, uppgifter som vanligen hålls strängt hemliga. Dessutom underlättade företagen varandra om priser, rabatter och annan prisrelaterad information. Kommissionen ansåg att informationsutbytet därigenom gick över den gräns som skiljer ett lagligt informationssystem från ett förfarande som begränsar eller snedvrider konkurrensen. Överenskommelsen förklarades ogiltig trots att parterna gjort vissa ändringar för att försöka närma sig kommissionens förslag. Enligt kommissionen var den enda möjliga förklaringen till informationsutbytet en önskan att samordna affärsstrategierna, och att skapa konkurrensförhållanden som avvek från det normala. Kommissionen motsatte sig också överenskommelsen att utbyta prislistor, på den grund att det var lättare för företagen att få dem direkt av konkurrenterna. Kommissionen betraktade detta som ytterligare ett tecken på att företagen inte konkurrerade normalt med varandra.

---

<sup>16</sup> Korah, Valentine: *An Introductory Guide to EC Law and Practice*, Oxford, 2000, s. 221.

<sup>17</sup> 77/592/EEC, *COBELPA/VNP*, (beslut 8 september 1977), EGT 1977, L 242/10.

### 4.1.3 Vegetable Parchment

I likhet med ovan nämnda fall handlade *Vegetable Parchment*<sup>18</sup> om informationsutbyte i samband med bl.a. prissamarbete. Kommissionen förbjöd ett arrangemang genom vilket GVPA, en branschorganisation för tillverkare av vegetabiliska pergament, enligt individualiserad pris- och kostnadsinformation tillhandahållen av medlemmarna, fastställde den takt med vilken försäljningspriset skulle stiga på marknaderna i Danmark och Beneluxländerna, samt fr.o.m. vilken dag det nya priset skulle gälla. Besluten fattades vid diskussioner på organisationens sammanträden. Trots att en del av tillverkarna inte höjde sina priser vid den fastställda tidpunkten, eller tillämpade ett lägre pris än vad som föreslagits på organisationens sammanträden, beslutade kommissionen att alla branschorganisationens medlemmar som deltagit på mötena hade brutit mot artikel 85.1. Kommissionen menade att företag som närvarade vid de diskussioner där priser fastställdes, agerade på marknaden med vetskap om en klar snedvridning av konkurrensen, oavsett om, och i vilken grad, företagen följde besluten. Arrangemanget ledde till en koordinering av företagens ekonomiska aktiviteter och innebar att de ersatt normala konkurrensrisker med samarbete vilket ledde till marknadsförhållanden vilka avvek från det normala. Kommissionen påpekade också, att översändande av fakturor eller andra individuella uppgifter som normalt räknas som företagshemligheter utgjorde bevis på otillåten samordning, eftersom individuell information inte var nödvändig för framställning av handelsstatistik.

## 4.2 Fatty Acids

I samtliga de fall som redogjorts för ovan hängde informationsutbytet, som beskrivits, ihop med ett kartellsamarbete av något slag. I *Fatty Acids*<sup>19</sup> förbjöd kommissionen för första gången ett informationsutbyte, utan att det fanns några bevis på kartelluppträdande annat än själva informationsutbytet. Informationsutbytesavtalet stred med andra ord i sig självt mot EG:s konkurrensregler. Fallet markerar därför ett viktigt steg i kommissionens policy rörande informationsutbytesavtal. Det var dessutom det första fallet där kommissionen bötfällde parterna i ett informationsutbytesavtal.<sup>20</sup>

### 4.2.1 Bakgrund

Fallet rörde ett informationsutbytesavtal mellan fyra, senare tre, företag på marknaden för fettsyror. Marknaden i fråga hade tre huvudkonkurrenter och ett fyrtiotal mindre konkurrenter. Industrin hade en branschorganisation APAG, vars medlemmar stod för omkring 90 procent av den europeiska marknaden för fettsyror. De tre största tillverkarna hade en gemensam marknadsandel på 60 procent och var alla medlemmar i organisationen.

---

<sup>18</sup> 78/252/EEC, *Vegetable Parchment*, (beslut 23 december 1977) EGT 1978, L 70/54.

<sup>19</sup> 87/1/EEC, *Fatty Acids*, (beslut 2 december 1986), EGT 1987, L 3/17.

<sup>20</sup> Bissocoli, s. 94.

1977 startades inom ramen för APAG ett informationsutbyte avseende produktions- och försäljningsciffror. Som en grundläggande regel gällde att data avseende individuella företag inte skulle avslöjas. Inte heller skulle statistiska uppgifter presenteras som på indirekt väg kunde möjliggöra identifiering av individuella företag. Kommissionen motsatte sig inte denna form av informationsutbyte eftersom den uppfyllde de kriterier som ställts upp i *Seventh Report on Competition policy*.

Problemen började 1979. Företaget Unichema, som var marknadsledande med 30 procent, beslöt då ensidigt att göra vissa rationaliseringar och därmed minska sin produktionskapacitet, för att möta vad företaget uppfattade som en överkapacitet på marknaden. Unichema uttryckte en oro för att andra stora företag på marknaden skulle uppfatta dessa åtgärder som ett första steg på vägen mot att dra sig tillbaka från marknaden för fettsyror.<sup>21</sup> Unichema tog därför initiativet till en överenskommelse om informationsutbyte mellan de tre största producenterna. Informationsutbytet omfattade uppgifter om den totala årliga försäljningen för de tre närmast föregående åren, och framtida rapporter om total försäljning vilket skulle avges på kvartalsbasis. Överenskommelsen innehöll också en klausul, som föreskrev att informationsutbytet inte skulle genomföras av säljpersonal och inte heller skulle uppgifterna avslöjas för säljpersonalen på respektive företag.

#### **4.2.2 Kommissionens beslut**

Kommissionen menade att avtalet på flera grunder stred mot artikel 85.1. För det första var det möjligt att identifiera individuella företag, och parterna i överenskommelsen kunde därigenom på kvartalsbasis jämföra sina egna resultat med de två huvudkonkurrenternas, med ett mått av säkerhet som hade varit svårt eller t.o.m. omöjligt att uppnå om avtalet inte funnits. Kommissionen betonade också att marknads oligopolstruktur gjorde konkurrenssnedvridande effekter troliga.

Avtalet skapade ett klimat där ytterligare konkurrensbegränsande överenskommelser, som t.ex. kvoterings- eller prisöverenskommelser, skulle kunna bli möjliga. Det fanns inga bevis för att sådana överenskommelser fanns, men kommissionen menade att syftet med informationsutbytet i stort liknade en kvoteringsöverenskommelse, av den orsaken att det avsåg att motverka att parterna antog ett aggressivt konkurrensbeteende i förhållande till varandra och därtill även avsåg att stabilisera deras relativa marknadspositioner. Mot bakgrund av bl.a. detta avfärdade kommissionen företagets argument att informationsutbytet endast avsåg historiska transaktioner och var så ge

---

<sup>21</sup> Unichema var en av de största användarna av fettsyror och därför i hög grad vertikalt integrerade. Det framstår därför som tämligen oklart varför de fått detta intryck. Se vidare om detta: Kühn, Kai-Uwe & Vives, Xavier: *Information exchanges among firms and their impact on competition*, June 1994, revised February 1995, Luxemburg 1995, s. 94.

nerellt att överenskommelsen inte skulle kunna påverka ett enskilt företags konkurrensbeteende.

### 4.2.3 Kommentar

Av *Fatty Acids* kan man främst dra slutsatsen, att kommissionen kommer att angripa prisinformationsutbyte på oligopolmarknader, även när det finns litet eller inget bevis på kartellsamverkan mer än informationsutbytesavtalet självt.<sup>22</sup>

Fallet är också ett särskilt intressant exempel på vilken roll utbyte av information om enskilda företag kan spela för att understödja otillåtet samarbete. Uppfattningen hos de inblandade företagen tycks ha varit att det fanns ett behov av att minska överproduktion på marknaden. Detta skulle åstadkommas genom att mindre företag, som av de tre stora företagen uppfattades som olönsamma, helt enkelt upphörde med sin verksamhet. De stora företagen hade ett ansvar att, som Unichema uttryckte det, ”sanera” marknaden. Företagen använde den utväxlade informationen, tillsammans med annan information, för att noggrant analysera varifrån konkurrenternas största vinster kom. Kundövergångar mellan företagen betecknades som ”stulen” försäljning medan vinster i nya kunder, från utomstående producenter, sågs som legitima vinster. Yttranden från företagen tyder dock på att det funnits en förväntan på att efterfrågan från nya stora kunder skulle delas, för att på så sätt stabilisera marknadsandelarna.

Den aktuella marknaden utmärktes av, att det inte fanns ett givet pris utan istället kontrakt med enskilda kunder. Företagen kunde därför samordna sig på så sätt, att medan de avstod från att konkurrera med varandra om etablerade kunder, så intensifierades istället konkurrensen på den resterande marknaden. Därigenom skulle mindre företag förmås att lämna marknaden. För att de tre stora företagen skulle kunna genomföra denna strategi var noggrann övervakning av försäljningssiffrorna inom gruppen, d.v.s. information om enskilda företag, absolut nödvändig. Under den relevanta perioden redovisade de tre företagen, föga överraskande, kraftiga öknings av sina respektive marknadsandelar.<sup>23</sup>

Det fanns som sagt var inga bevis för att företagen haft en kvoterings- eller prisöverenskommelse även om det fanns starka indicier för att de agerat i åtminstone tyst samförstånd. Den omständighet att det var informationsavtalet som skapade nödvändiga förutsättningar för sådan samordning och att marknaden redan hade en begränsad konkurrens, gör dock att kommissionens beslut att förbjuda avtalet p.g.a. konkurrensbegränsande syfte, för mig redan av den anledningen framstår som tämligen okontroversiellt.

---

<sup>22</sup> Carlsson m.fl., s. 194.

<sup>23</sup> Kühn, Kai-Uwe & Vives, Xavier: *Information exchanges among firms and their impact on competition*, June 1994, revised February 1995, Luxembourg 1995, s. 95.

## 4.3 UK Tractors

Kommissionens beslut i *UK Tractors*<sup>24</sup> är en milstolpe vad gäller tillämpningen av artikel 81.1 på informationsutbytesavtal. Det var det första fallet där kommissionen förbjöd ett informationsutbyte som varken gällde priser eller kostnader eller understödde ett annat konkurrensbegränsande avtal eller förfarande. Dessutom utgör fallet ett konkret exempel på kommissionens inställning till utbyte av data, som visserligen är aggregerad, men likväl möjliggör identifiering av ett individuellt företags affärsbeteende. Sammantaget kan *UK Tractors* därför sägas markera ett andra viktigt skede i kommissionens policyutveckling på området.<sup>25</sup>

### 4.3.1 Bakgrund

Fallet gällde ett informationsutbytessystem mellan de åtta största tillverkarna och exportörerna av jordbrukstraktorer på den brittiska marknaden. Utbytet, som skedde inom ramen för branschorganisationen AEA, var mycket förfinat. Bearbetning och tillhandahållande av information sköttes av ett särskilt utvalt dataföretag, och medlemmarna kunde direkt ta del av uppgifterna genom datorkommunikation.

Den utbytta informationen var synnerligen detaljerad och omfattade huvudsakligen tre slags data:

- **Aggregerade försäljningssiffror för industrin som helhet**, nedbrutet på geografiskt område, nämligen län, säljarområden och postnummerområden, samt tidsperioder omfattande år, kvartal, månad vecka och dag.
- **Information om försäljning och marknadsandel för varje individuellt företag som deltog i informationsutbytet**, med detaljerad nedbrytning efter modell, produktgrupp, geografiskt område och tidsperiod.
- **Försäljningssiffror för återförsäljare tillhörande varje enskild medlems eget distributionsnätverk**, särskilt avseende import och export i deras respektive territorium.

### 4.3.2 Kommissionens beslut

Vid bedömningen av informationsutbytet tog kommissionen hänsyn till marknadsstrukturen, informationens art och det faktum att medlemmarna träffades regelbundet inom AEA vilket gav dem ett forum för kontakt. Enligt kommissionen ledde utbytet till en konkurrensbegränsning av två huvudskäl:

---

<sup>24</sup> 92/157/EEC, *UK Agricultural Tractor Registration Exchange*, (beslut 17 februari 1992), EGT 1992, L 68/19.

<sup>25</sup> Faull & Nikpay, s. 428.

- a) **dold konkurrens på en koncentrerad marknad förhindrades**
- b) **ökade inträdesbarriärer för icke-medlemmar.**

Resonemanget såg ut på följande vis:

Vad gäller den första typen av data, aggregerade försäljningssiffror, påpekade kommissionen, att den i princip inte hade något att invända mot att denna typ av uppgifter utbyttes, eftersom de inte identifierade individuella medlemmars prissättning. I detta specifika fall kunde kommissionen dock inte acceptera utbytet. Utbytet av aggregerade försäljningssiffror gjorde att företagen kunde identifiera enskilda konkurrenters försäljning. Så var fallet varje gång informationen avsåg färre än tio sålda traktorer, oavsett vilken specifik nedbrytning det var fråga om; geografiskt område, produkt eller tidsperiod.

Kommissionen menade att de mycket detaljerade uppgifterna om försäljningsvolymerna som låg bakom de två andra slagen av informationsutbyte, eliminerade det mått av osäkerhet och affärssekretess, som skulle kunna få konkurrenter på en koncentrerad marknad att agera oberoende i förhållande till varandra och priskonkurrera. På en marknad som den ifrågavarande var aktiv konkurrens endast möjlig om varje företag kunde hålla sina affärshandlingar hemliga, eller t.o.m. lyckades vilseleda sina konkurrenter. Den höga graden av marknadstransparens mellan företagen omöjliggjorde hemliga prissänkningar och dold konkurrens.<sup>26</sup> Informationsutbytet gav således företagen möjlighet att:

- fastställa konkurrenternas marknadspositioner och dessutom följa och övervaka förändringar i dessa,
- upptäcka försäljningsökningar och på vilka områden dessa hade skett, vilka produkter som stod för ökningen, samt se resultatet av eventuella marknadsföringsåtgärder,
- minska priskonkurrensen och
- snabbt reagera på förändringar rörande företagets marknadsandelar

Kommissionen förklarade att utbyte av information om försäljningssiffror för det egna företagets olika återförsäljare, i sig självt inte var otillåtet så länge uppgifterna inte lät företagen identifiera konkurrenternas försäljning och inte tillät inblandning i återförsäljares eller parallellimportörers aktiviteter. I det aktuella fallet menade kommissionen att det fanns en risk för att det skulle gå att identifiera enskilda företags försäljning. Riskerna förelåg varje gång det totala antalet sålda traktorer för industrin uppgick till färre än tio, vare sig siffran avsåg nedbrytning efter geografiskt område, produkt

---

<sup>26</sup> Kommissionen anmärkte att marknadstransparens är nödvändig för konkurrensen på en marknad med många köpare och säljare. På en koncentrerad marknad kan marknadstransparens dock öka konkurrensen endast så länge transparensen riktas mot konsumenterna, eller kommer dessa till godo. Kommissionen betonade att den brittiska traktormarknaden varken var en marknad med låg koncentration, eller en marknad där transparensen i något avseende riktades mot konsumenterna eller kom dem till godo.

eller tidsperiod. Kommissionen ansåg också att utbytet kunde utgöra ett hjälpmedel för att övervaka och i förlängningen påverka återförsäljare och parallellimportörer.

Den ekonomiska analysen av den relevanta marknaden är av central betydelse. Marknaden var starkt koncentrerad och konkurrensen var redan försvagad. De deltagande företagen hade tillsammans en marknadsandel på c:a 88 procent, varav de fyra största innehade en gemensam marknadsandel på drygt 77 procent, som steg till 80 procent efter att ett av företagen, Ford New Holland, tagits över av Fiat. Den starka koncentrationen förstärktes av att inte alla små leverantörer var aktiva inom alla hästkraftkategorier. På marknaden för traktorer med många hästkrafter fanns bara tre eller fyra konkurrerande företag. Importen från andra europeiska länder var mycket liten och övervakades dessutom noggrant av de brittiska tillverkarna. Samtidigt var importen från länder utanför EG närmast obefintlig. Konsumenterna var spridda över hela Storbritannien och märkestrohet var ofta en avgörande faktor vid valet av traktor. Efterfrågan på marknaden var därför både utspridd och oelastisk, vilket minskade konkurrenstrycket på de inhemska leverantörerna och stärkte deras position. Vidare karakteriserades marknaden av höga inträdesbarriärer, beroende på att det i branschen fanns ett behov av ett finmaskigt nätverk för distribution och service, något som nya företag naturligtvis saknade. Kommissionen menade att informationsutbytet begränsade konkurrensen mellan medlemmar och icke-medlemmar även om det i princip var möjligt för vilken som helst tillverkare eller importör att gå med i utbytet. Om en leverantör valde att inte gå med, missgynnades han av det faktum att han inte fick tillgång till den detaljerade och precisa marknadsinformation som var tillgänglig för medlemmarna i utbytet. Detaljkunskaper om försäljningsmönster för traktorer på marknaden gjorde att medlemmarna kunde stärka sina positioner gentemot icke-medlemmar. Om en leverantör valde att gå med i utbytet måste han avslöja sin exakta försäljning nedbrutet på produkt och små geografiska områden, vilket skulle medföra att etablerade leverantörer blev medvetna om det nya marknadsinträdet och kunde försvara sina positioner genom selektiva åtgärder ämnade att "tygla" den nye medlemmen. Varken att stå utanför eller gå med i informationsutbytet var alltså ett bra alternativ för de mindre företagen. Med beaktande av den stagnerade marknaden och den stora affärsmässiga betydelsen av omedelbar tillgång till information om marknadsandelar, utgjorde informationsutbytet *i sig självt* en barriär mot marknadsinträde, eller åtminstone en nackdel för företag som inte var medlemmar i organisationen.

Deltagarna i utbytet hävdade att den utväxlade informationen endast avsåg transaktioner som låg bakåt i tiden och inte framtida planerade affärshandlingar. Eftersom informationsutbytet avsåg historisk information hade det ingen effekt på den aktuella marknaden. Kommissionen accepterade inte detta resonemang utan framhöll att på en marknad lik den ifrågavarande, där efterfrågan stagnerat eller var i avtagande, kunde konkurrenternas framtida affärsbeteende i stort sett bestämmas med ledning av uppgifter om historiska transaktioner. Ju mer precis informationen om sålda kvantiteter och mark

nadsandelar var, och ju närmare den låg i tiden, desto större effekt skulle informationen ha på det framtida beteendet hos företagen på marknaden.<sup>27</sup> Kommissionen menade dock, att fr.o.m. en viss tidpunkt måste marknadsinformation avseende transaktioner bakåt i tiden anses historisk i verklig mening, och därmed upphöra att ha en reell inverkan på företagens framtida beteende. I det aktuella fallet ansåg kommissionen, att ett årligt utbyte av ett år gamla försäljningssiffror avseende individuella företag på ifrågasatt marknad, med nedbrytning på modell, kunde anses vara kommersiella uppgifter utan märkbar konkurrensnedvidande effekt på marknaden.

### 4.3.3 Målets behandling i domstolarna

Några av parterna i avtalet överklagade kommissionens beslut till förstainstansrätten och ifrågasatte både de ekonomiska och de juridiska slutsatser kommissionen kommit fram till. Klagandena hävdade bl.a. att kommissionen aldrig tidigare förbjudit ett avtal, som bara avsett utbyte av försäljningsuppgifter, och att ett sådant system inte kunde anses lika farligt som ett avtal om utbyte av pris- eller kostnadsinformation. Klagandena hävdade också att eftersom kommissionen inte kunde bevisa att avtalet hade faktiska konkurrensbegränsande effekter på marknaden, utgjorde beslutet en per se tillämpning av artikel 85.1, som stod i motsats till kommissionens tidigare policy och till gemenskapsdomstolarnas praxis.

Förstainstansrätten fann dock för kommissionen. I en dom från oktober 1994 fastställde domstolen både den ekonomiska analysen och slutsatserna i beslutet.<sup>28</sup> Domstolen bekräftade att fastän informationssystemet inte omfattade prisinformation så garanterade utbytet av information avseende individuella tillverkare och återförsäljare, en fullständig transparens mellan medlemmarna i organisationen beträffande förhållandena på marknaden. Domstolen menade, liksom kommissionen, att med hänsyn till marknads kännetecken skulle denna transparens förstöra all kvarvarande ”dold konkurrens” mellan handlarna och eliminera all osäkerhet avseende konkurrenternas förmodade affärsbeteende. Domstolen betonade vidare att informationssystemet i sin helhet var otillåtet, eftersom det lät producenterna övervaka parallellimport, vilket ledde till avsevärd diskriminering mellan företag som var medlemmar i organisationen, och icke-medlemmar. Företag som inte var medlemmar riskerade högre kostnader och inträdesbarriärer, på grund av osäkerhet beträffande konkurrenternas affärsbeteende. Domstolen förklarade också att frånvaron av bevis på konkurrensbegränsande effekter inte utgjorde något hinder för tillämpning av artikel 85.1, eftersom denna artikel tillsammans med artikel 3 (f) i Romfördraget, förbjuder såväl faktiska som potentiella konkurrensbegränsande effekter, så länge de har en märkbar effekt på marknaden.

---

<sup>27</sup> Kommissionen hänvisade i detta avseende till EG-domstolens dom i *Züchner*, målet 172/80 *Züchner* ./ Bayerische Vereinsbank AG, [1981] ECR 2021, (dom 14 juli 1981).

<sup>28</sup> *Fiatagri*, målet T- 34/92 *Fiatagri* och *New Holland Ford* ./ Europeiska kommissionen, [1994] ECR II-905, (dom 27 oktober 1994).



En av deltagarna i informationsutbytet, New Holland Ford, överklagade förstainstansrättens dom till EG-domstolen, som dock i sin dom från maj 1998 avslag överklagandet i sin helhet.<sup>29</sup> Domstolen bekräftade att tillämpningen av artikel 85 omfattar både faktiska och potentiella konkurrensbegränsande effekter på den gemensamma marknaden, och specificerade, att ett konkurrensbegränsande avtal kan falla utanför artikeln endast om det har en obetydlig effekt.

#### 4.3.4 Kommentar

Ett av falllets intressanta särdrag var att utbytet baserades på detaljerade registreringsuppgifter som industrin fick sig tillhandahållen av det brittiska transportdepartementet. En konsekvens härav var att alla försök till "fusk" eller andra avvikelser, omedelbart skulle upptäckas av de övriga deltagarna. Kommissionen betonade som tidigare nämnts i sitt beslut, att just det att ett företag kan hålla sina affärshandlingar hemliga, eller rent av vilseleda sina konkurrenter, är en förutsättning för att konkurrens ska kunna existera på en i hög grad koncentrerad marknad. Kommissionen poängterade vidare, att det faktum att ett det var en nationell myndighet som gjorde uppgifter tillgängliga för industrin vilka möjliggjorde identifiering av individuella företag, inte hindrade att artikel 85 tillämpades för att bedöma de inblandade företagens beteende.<sup>30</sup>

Den enligt min uppfattning viktigaste kritik som kan riktas mot kommissionens beslut (såväl som domstolarnas domar) gäller påståendet att informationsutbyte kan fungera som en inträdesbarriär. Kommissionens argumentation bygger på tanken att företag som inte är medlemmar i ett informationsutbyte med nödvändighet hamnar i ett konkurrensmässigt underläge jämfört med företag som deltar i utbytet. Om det verkligen är så att det förekommer otillåten samordning på en marknad, vilken stöds av ett informationsutbytesavtal, skulle inträdande företag kunna dra fördel av de högre priser avtalet skulle orsaka, utan att behöva vara med i utbytet. För att ett informationsutbytesavtal skall påverka marknadsinträde måste det ha effekten att förenkla samordning av s.k. predatory pricing<sup>31</sup> från de redan etablerade företagens sida som respons på ett marknadsinträde. Detta är en teoretisk möjlighet, men den roll informationsutbytet då spelar, är ingen annan än den att underlätta otillåten samordning i allmänhet. Påverkan på marknadsinträde kan då inte utgöra ett separat argument. Vidare menade kommissionen i beslutet, att industrin befann sig i en tillbakagång och karakteriserades av överkapacitet.

---

<sup>29</sup> *New Holland Ford*, målet C-8/95 *New Holland Ford* /. Europeiska kommissionen, [1998] ECR I-3175 (dom 28 maj 1998).

<sup>30</sup> Departementet kan under vissa förutsättningar ha gjort sig skyldig till brott mot Romfördragets artikel 5. Det följer nämligen av denna artikels andra punkt, läst tillsammans med artikel 3 f och artikel 85 (nuv. art. 81), att föreskrifter i internationell lagstiftning eller nationella administrativa förfaranden, inte får hindra tillämpningen av EG:s konkurrensregler. Se vidare *UK Tractors* p. 49.

<sup>31</sup> Mycket lågt offererat pris i syfte att driva bort konkurrenter.

I en sådan situation är nya marknadsinträden varken sannolika eller önskvärda (utom möjligen av effektivare företag).<sup>32</sup>

Till sist skall nämnas att kommissionen inte bötfällde parterna i *UK Tractors*, vilket är särskilt anmärkningsvärt eftersom avtalet var i bruk i hela tolv år innan det anmäldes till kommissionen. Korah tror att förklaringen möjligen kan ligga i att *UK Tractors* var det första fallet där informationsutbytet inte avsåg priser.<sup>33</sup>

#### 4.4 Undantag enligt artikel 81.3<sup>34</sup>

Även om artikel 81.1 givits ett mycket brett tillämpningsområde, har det förekommit att informationsutbytesavtal medgivits undantag enligt artikel 81.3. Kommissionen har vid flera tillfällen uttryckt att samarbete mellan företag, särskilt mellan små och medelstora företag, är nödvändigt för att företagen skall bli konkurrenskraftiga både på den europeiska och den internationella marknaden. Därför kan informationsutbyten, som i princip har konkurrensbegränsande effekter, ändå komma ifråga för undantag enligt artikel 81.3, förutsatt att de kriterier som anges i artikeln är uppfyllda. Bäst förutsättningar att undantag beviljas föreligger då informationsutbytet är en del av ett avtal om forskning och utveckling. Denna typ av avtal främjar vanligen produktion eller distribution av varor såväl som tekniskt och ekonomiskt framåtskridande vilket är några av de krav som ställs för att undantag skall kunna meddelas. Dessutom måste avtalet tillförsäkra konsumenterna en skälig del av den vinst som därigenom uppnås. Vidare föreskriver artikel 81.3 att avtalet inte får innebära att företagen åläggs begränsningar som inte är nödvändiga, eller att företagen ges möjlighet att sätta konkurrensen ur spel för en väsentlig del av varorna.

Dessa kriterier tillämpades för första gången i fallet *Marine Paint Association*<sup>35</sup> från 1967. Kommissionen beviljade där undantag för ett informationsutbytesavtal mellan arton producenter av marinfärg. Överenskommelsen syftade till att parterna skulle utbyta tekniska kunskaper om framställning av marinfärger, samt att färgerna skulle säljas i gemensam förpackning och under gemensamt varumärke.

Tjugo år senare, i fallet *X/Open Group*<sup>36</sup>, beviljade kommissionen undantag för ännu ett informationsutbyte mellan självständiga företag. Denna gång gällde det ett utbyte av teknisk information beträffande ett visst datasystem.

---

<sup>32</sup> Kühn, Kai-Uwe & Vives, Xavier: *Information exchanges among firms and their impact on competition*, June 1994, revised February 1995, s. 101 f.

<sup>33</sup> Korah, Valentine; *Cases and materials on EC competition Law*, Hart Publishing, Oxford, 1997, s. 242.

<sup>34</sup> Kapitlet bygger på studier av kommissionsbeslut. Argumentation och disposition har inspirerats av Bissocoli, s. 97 f.

<sup>35</sup> 67/454/EEC *Transocean Marine Paint Association*, (beslut 27 juni 1967), EGT 1967, L 163/10.

<sup>36</sup> 87/69/EEC *X/Open Group*, (beslut 6 februari 1987), EGT 1987, L 35/36.

Informationen avsåg systemets tillämpning på olika maskiner och en bedömning av marknadstrenden för produkten (avseende förväntad efterfrågan och distributionsvillkor). Företagen utbytte dock ingen information om försäljningssiffror. Kommissionen, som stödde sig på syftet med informationsutbytet och typen av information, bedömde att avtalet inte begränsade parternas frihet att på ett oberoende sätt bestämma det handlingssätt de avsåg att agera efter på marknaden. Dessutom menade kommissionen, att fördelarna med skapandet av en öppen industristandard, d.v.s. att mjukvaran kunde användas i olika maskiner och att användarna erbjöds möjlighet att växla mellan hård- och mjukvara från olika källor, gott och väl uppvägde eventuell begränsning av konkurrensen. *X/Open Group* gjorde resultatet av samarbetet tillgängligt med största möjliga spridning och på snabbast möjliga sätt. Avtalet bidrog till att främja tekniska framsteg genom att skapa en gemensam miljö för mjukvara att köras med Unix operativsystem. Konsumenterna gagnades av detta eftersom de erbjöds program som klarade uppgifter för vilka inga program hade existerat om det inte vore för informationsutbytet. Slutligen gjorde inte avtalet, att det blev möjligt för de inblandade företagen att sätta konkurrensen ur spel för en väsentlig del av varorna i fråga.

I anslutning härtill kan nämnas, att deltagarna i informationsutbytet i *UK Tractors*, medan utredningen av fallet pågick, skickade in en anmälan för undantag. Kommissionen avslag dock denna med motiveringen att det saknades bevis, både för att avtalet medförde några konkurrensbefrämjande effekter, och för att avtalet var nödvändigt.<sup>37</sup> Förstainstansrätten fastställde beslutet och pekade på att eftersom kraven som ställs för undantag är kumulativa, så var kommissionen tvungen att avslå ansökan om ett av kraven inte var uppfyllda. I det aktuella avtalet var det uppenbart, att utbytet av försäljningsvolym och marknadsandelar för individuella tillverkare och återförsäljare inte var nödvändigt. Snarare var det så, att de konkurrensfördelar som systemet medförde, t.ex. olika slags after-sales services och garantier, på ett enkelt sätt kunnat uppnås genom utbyte av aggregerad industridata.

Slutligen bör också *Nuevo Cegam*<sup>38</sup> nämnas. Fallet gällde den italienska marknaden för vissa riskförsäkringar. Kommissionen medgav undantag för ett system, genom vilket branschorganisationen *Nuevo Cegam*, på basis av information om medlemmarnas riskerfarenhet, framställde en gemensam prislista för standardpremier för varje slags risk. Med andra ord begränsades friheten för företagen att själva bestämma premierna. Den ekonomiska grunden för beslutet, var att medlemmarna hade små marknadsandelar och annars skulle få stora svårigheter att fastställa premier.

---

<sup>37</sup> Parterna hade fört fram argumentet, att användningen av detaljerad försäljningsinformation gjorde det möjligt för varje medlem att utveckla nya produkter snabbare, planera produktionen och övervaka distributörer bättre. Kommissionen ansåg dock, att nackdelarna med den ovan beskrivna konkurrensbegränsningen, vägde tyngre än de påstådda fördelarna

<sup>38</sup> 84/191/EEC *Nuevo Cegam*, (beslut 30 mars 1984), EGT 1984, L 99/29.

## 4.5 Praxisutvecklingen efter UK Tractors<sup>39</sup>

Efter kommissionens beslut i *UK Tractors* har antalet anmälningar för undantag av informationsutbytessystem ökat kraftigt. Kommissionen har därigenom givits möjlighet att ytterligare klargöra sina riktlinjer för hur företagen skall göra för att sätta upp lagliga informationsutbytessystem.

Fallet *EUDIM*<sup>40</sup> gällde ett informationssystem mellan de tio medlemmarna i European United Distributors Installation Materials Association, en branschorganisation för VVS-grossister. Kommissionen beviljade undantag enligt artikel 85.3 för utbyte av, dels leverantörspriser, dels detaljerad försäljningsinformation rörande kostnader, försäljningsvolym, och marknadsandelar. De tio företagen agerade huvudsakligen i olika medlemsstater.

Kommissionen fann att utbytet av leverantörspriser, både på aggregerad och individuell nivå, inte hade någon märkbar effekt på konkurrensstrukturen på VVS-grossistmarknaden, och enbart hade effekten att sänka det pris till vilket leverantörerna sålde produkter till de grossister som var medlemmar i EUDIM. Däremot ansågs att detaljerad försäljningsinformation avseende kostnader, volym och marknadsandelar, i princip var känslig information, som inte fick utbytas på oligopolistiska marknader. Vid den aktuella tidpunkten fanns omkring 3000 VVS-grossister i Europa, vilka tillsammans sålde mer än en miljon olika produkter. Medlemmarna i EUDIM hade marknadsandelar, nationellt och i Europa, på mellan 1.3 och 11%. Eftersom marknaden var så starkt fragmenterad och därför inte kunde betraktas som oligopolistisk samt att medlemmarna i EUDIM hade så små marknadsandelar, bedömde kommissionen att utbytet av detaljerad sälj- och marknadsinformation, endast hade en mycket liten effekt på konkurrensförhållandena på marknaden. Ett företag som inte var medlem i EUDIM, *Van Marcke N.V.*, begärde att kommissionen skulle ändra sitt beslut. *Van Marcke* menade att kommissionen felaktigt bedömt koncentrationen på marknaden, EUDIM-medlemmarnas styrka på marknaden, och informationsutbytets konkurrensbegränsande effekter. Kommissionen har dock avslagit överklagan och bekräftat sin bedömning i 1996 års fall.<sup>41</sup>

I *CEPI-Cartonboard*<sup>42</sup> beviljade kommissionen undantag för ett utbyte av statistisk information mellan tillverkare av kartong som tillsammans stod för omkring 90 % av den europeiska marknaden. Informationsutbytet anmäldes för undantag i samband med undersökningen av ett kartellsamarbete. Särskilt intressant är att kommissionen i beslutet förklarar, att som generell regel gäller att bedömningen av ett informationsutbyte mellan medlemmar i en kartell, kan skilja sig från bedömningen av avtal som bara handlar om utbyte

---

<sup>39</sup> Kapitlet bygger på studier av kommissionsbeslut. Argumentation och disposition har inspirerats av Bissocoli, s. 98 f.

<sup>40</sup> *EUDIM*, anmälan enligt förordning 17/62, ärende nr IV/33.815, EGT1996, C 111/8.

<sup>41</sup> Se *Van Marcke-EUDIM*, ärende nr IV/33.815, (beslut 6 augusti 1998), vilket ännu inte publicerats.

<sup>42</sup> *CEPI-Cartonboard*, ärende nr IV/34.936/E1, EGT 1996, C310/3, (19 oktober 1996).

av information mellan konkurrenter. I det förra fallet kan till och med ett utbyte av statistisk information förbjudas, eftersom utbytet i en sådan situation kan utgöra ett verktyg som underlättar olaglig samordning. I det senare fallet är utbyte av statistisk information tillåtet så länge det inte möjliggör identifiering av enskilda företags affärsbeteende.

Föreningen och dess medlemmar hade redan från början lovat, att inte diskutera något slag av detaljerad information, att inte diskutera eller på något sätt under mötena kommentera den utbytta informationen, och att inte utbyta någon information avseende priser eller framtida produktion. Medlemmarna i CEPI-Cartonboard utbytte alltså inte några detaljerade uppgifter, men kommissionen motsatte sig spridandet av viss statistisk och aggregerad information, och tvingade parterna att acceptera flera tillägg till det anmälda systemet. Framför allt när informationen bara avsåg två eller ett fåtal producenter, krävde kommissionen att data som brutits ned på enskilt land, aggregerades med data för andra länder eller med data avseende andra slags produkter i samma land. I det specifika fallet krävde kommissionen att information avseende den portugisiska marknaden måste aggregeras med information om den spanska marknaden eftersom det bara fanns två portugisiska producenter. Information avseende en typ av vegetabiliska pergament i Norge var tvungen att aggregeras med data avseende en annan typ av produkt i samma land. Information avseende vissa produktsegment i Finland fick inte utbytas, eftersom det inte fanns tillräckligt många företag på marknaden, för att undvika identifiering av enskilda företags affärsbeteende. Kommissionen krävde också att statistik över säljorder, dels skulle aggregeras i två produktkategorier (i stället för fyra), dels skulle spridas varannan vecka (i stället för varje), och dels skulle avse hela Europa (i stället för varje enskilt land). Slutligen förbjöd kommissionen allt utbyte av aggregerade försäljningsprognoser för varje slags produkt i ett enskilt land.

Korah informerar att kommissionen för närvarande utreder informationssystem, som är avsevärt mindre detaljerade, än vad som var fallet i *UK Tractors*.<sup>43</sup> Denna omständighet, tillsammans med det tidigare nämnda förhållandet att antalet anmälningar för undantag av informationssystem ökat kraftigt speglar, enligt min uppfattning, en betydande osäkerhet bland europeiska företag om hur ett informationssystem skall upprättas för att få kommissionens godkännande. Ett exempel på ett problemområde är frågan om informationens ålder. I *UK Tractors* ansågs t.ex. utbyte av ett år gamla försäljningssiffror vara acceptabelt ur konkurrenssynpunkt medan utbyte av färskare uppgifter (på kvartals- månads- och dagligbasis) ansågs konkurrensbegränsande. Till grund för beslutet låg bl.a. att den brittiska traktormarknaden utmärktes av stark koncentration och stagnation. Fallet ger därmed begränsad vägledning för hur färsk information som får utbytas mellan företag i teknologidrivna industrier på dynamiska marknader med låg koncentration.

---

<sup>43</sup> Korah, Valentine; *An Introductory Guide to EC Law and Practice*, Oxford, 2000, s. 223.

## 4.6 Sammanfattande slutsatser

De första kommissionsbesluten gällde fall där informationsutbytet var sammankopplat med ett kartellsamarbete, oftast gällande priser. Kommissionen har därefter i *Fatty Acids* förbjudit ett informationsutbyte såsom i sig självt stridande mot artikel 81 samt även bötfällt parterna. Kommissionen fann att informationsavtalet möjliggjorde identifiering av enskilda medlemmars affärsbeteende och skapade en miljö där det fanns risk för ytterligare konkurrensbegränsningar. Nästa viktiga steg togs i *UK Tractors* där kommissionen för första gången förbjöd ett informationsutbyte som inte avsåg priser. Kommissionen ansåg att informationsavtalet ledde till en begränsning av konkurrensen av två huvudskäl, nämligen genom att det förhindrade dold konkurrens på en koncentrerad marknad samt ökade inträdesbarriärerna för icke-medlemmar.

Ett antal faktorer har framträtt i kommissionens beslutspraxis som avgör om ett informationsutbyte är i enlighet med konkurrensrätten. Dessa faktorer relaterar framförallt till vilken typ av information som utbyts och vilken strukturen på den relevanta marknaden är. En tredje faktor är informationens användningsområde. Notera att informationsutbytet inte behöver föregås av ett uttryckligt avtal, då kommissionen i praxis (*COBELPA/VNP*) behandlat faktiskt utbyte av information som ett samordnat förfarande.

**Typen av information.** När det gäller bedömningen av den utbytta informationens art måste flera olika omständigheter beaktas. Den första frågan gäller informationens detaljeringsgrad. Är informationen aggregerad, d.v.s. omfattar fler än tre företag, och avser totala siffror för regioner eller länder, innebär det en mindre risk för konkurrensskadliga effekter än om informationen är individuell, d.v.s. avser ett direkt eller indirekt identifierbart företag. Ett informationsutbytes konkurrensskadliga effekt ligger i om utbytet möjliggör identifiering av känsliga uppgifter om enskilda företag, t.ex. uppgifter om kostnader, volymer, vinst eller marknadsandelar. Identifiering av enskilda företag är naturligtvis möjlig vid utbyte av individuella data, men också vid vissa fall av utbyte av aggregerad data. Man måste därför när man konfronteras med ett till synes generellt informationsutbytessystem, verkligen försäkra sig om att graden av aggregering är så hög att identifiering av enskilda företag förhindras. Ett exempel på information som med fördel kan utbytas är officiella statistiska uppgifter om en viss industri eller bransch, förutsatt att eventuell nedbrytning på produkt, land, eller tidsperiod inte gör det möjligt för en part i utbytet att identifiera konkurrenternas affärsbeteende. I senare praxis har kommissionen förklarat att som generell regel gäller, att bedömningen av informationsutbyte som sker inom ramen för ett kartellsamarbete, kan skilja sig från bedömningen av utbyte som sker mellan konkurrenter som inte ingår i en kartell. I det förstnämnda fallet kan t.o.m. utbyte av statistisk information förbjudas, eftersom informationsutbytet i en sådan situation kan tjäna som ett verktyg för underlättande av otilåten samordning.

Den andra frågan rör informationens ålder. Ju aktuellare informationen är desto större betydelse har den för att eliminera osäkerhet om konkurrenternas beteende, och skadar alltså konkurrensen i högre grad än jämförelsevis sett äldre data, s.k. historisk information. Uppgifter om framtida produktionsnivåer, investeringsplaner, planerade kapacitetsförändringar och andra känsliga uppgifter är exempel på information som i hög grad eliminerar osäkerhet om konkurrenternas beteende och därför sannolikt förbjuds. Sådana uppgifter har dessutom mycket liten chans att kvalificera för undantag. I *UK Tractors* ansågs ett årligt utbyte av årgamla försäljningssiffror avseende enskilda företag nedbrutet på modell inte ha märkbar konkurrensnedvridande effekt. Hur snabbt uppgifter blir inaktuella varierar mellan olika branscher och marknader. En faktor som ökar sannolikheten för att ett informationsutbyte skall leda till negativa effekter på konkurrensen, är om informationsutbytet sker mycket snabbt, t.ex. via e-post eller genom en branschorganisation. En annan faktor är den frekvens med vilken utbyte sker, ju oftare desto större risk för otillåten samordning.

**Marknadsstruktur.** Graden av marknadskoncentration är mycket viktig för bedömningen av vilka effekter ett informationsutbytesavtal får på konkurrensen. Sannolikheten att ett informationsutbyte skall leda till en begränsning av konkurrensen, är störst på oligopolmarknader. Eftersom deltagarna är få blir det lättare att identifiera ett enskilt företags affärsbeteende. Det är också lättare att upprätthålla och dölja ett otillåtet samarbete än på andra marknader. Redan utan kontakter mellan företagen kan de agera samordnat genom medvetet parallellt uppträdande (vilket i och för sig inte är otillåtet). Ett informationsutbyte underlättar ytterligare möjligheten till otillåtet samarbete, t.ex. marknadsuppdelning eller uttalat eller tyst prissamarbete. Medvetet parallellt uppträdande kan alltså i förening med informationsutbyte leda till otillåten samordning. Ett informationsutbyte som är lagligt på en konkurrensutsatt marknad kan således vara olagligt på en marknad med oligopolistisk struktur och begränsad konkurrens.

**Informationens användningsområde och möjligheter till undantag.** Kommissionen har påtalat betydelsen av vem som får del av den ökade marknadstransparens, som blir följd av informationsutbyte. Om de konkurrerande företagen är de enda som får del av informationen, föreligger en jämförelsevis stor risk för negativa effekter på konkurrensen. Omvänt anses att ju mer spridd informationen är, t.ex. till konsumenter och slutanvändare, desto mindre är risken att den kan ligga till grund för någon form av konkurrensskadlig samordning, eftersom företagens informationsövertag över konsumenter och potentiellt nyinträdande företag minskar. Detta slags utbyte kan med andra ord ha konkurrensbefrämjande effekt. Argumentet torde förutsätta att informationen är sådan till sin karaktär att konsumenterna kan förstå och använda den.

Informationsutbytesavtal har beviljats undantag i fall där kraven på konkurrensbefrämjande effekt och nödvändighet m.m. varit uppfyllda, t.ex. i fall då

informationsutbytet fungerat som ett stöd för mindre företag som deltagit i utbytet.



# 5 B2B elektroniska marknadsplatser

## 5.1 Allmänt

Den mest grundläggande distinktionen mellan olika former av e-handel<sup>44</sup> görs mellan B2C, där företag interagerar med konsumenter, och B2B, där företag interagerar med varandra. Enligt uppskattningar finns idag över 900 B2B e-marknadsplatser över hela världen, inom så skilda sektorer som luftfart, jordbruk, byggnadsindustri, elektroniska komponenter, energi, miljö-tjänster, pappers-, plast- och stålindustri, samt telekommunikationer etc.<sup>45</sup> I nyligen presenterade prognoser för B2B e-handeln i Europa spås omsättningen växa från 61 miljarder EUR under år 2000 till över 1500 miljarder EUR år 2005.<sup>46</sup>

Hur en B2B e-marknadsplats fungerar beror i första hand på vilka mål den specifika marknadsplatsen är designad för att uppnå och vilken teknologi som använts för att uppnå dessa mål. Eftersom alla marknadsplatser är olika och eftersom den använda teknologin är relativt ny, varierar funktionen hos varje särskild B2B avsevärt.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> Begreppet e-handel, e-trade, är inte entydigt. I den s.k. IT-propositionen (Regeringens proposition 1999/2000:86, *Ett informationssamhälle för alla*, s. 104.) ges en definition av e-handel som innefattar ”alla situationer där parter utväxlar affärsinformation via olika former av telekommunikation och där minst en part har ett ekonomiskt intresse av kommunikationen.” Konkurrensverket påpekar i sin rapport: *E-handel i Sverige – en explorativ studie*, 2001, s.12, att denna definition överensstämmer mer med det vidare engelska begreppet e-commerce, som av OECD definieras på följande sätt: ...”concerned specifically with business occurring over networks which use non-proprietary protocols that are established through an open standard setting process such as the Internet. As used here the term ”business” broadly means all activity that generates value both within a firm (internally) and with suppliers and customers (externally). In this sense it would include internal networks (e.g. extranets). Some of this activity may result in monetary transactions and some will not”. OECD:s kommitté för konkurrensrätt: *Competition issues in electronic commerce*. [www.oecd.org/daf/clp/Roundtables/e-com.pdf](http://www.oecd.org/daf/clp/Roundtables/e-com.pdf) (senast besökt 2001-06-07).

<sup>45</sup> OFT 308, *E-commerce and its implications for competition policy, Discussion paper 1*. A report compiled by the Frontier Economics Group for the Office of Fair Trading, August 2000, (cit. OFT Report), s. 29. [www.oft.gov.uk/html/rsearch/reports/oft308.htm](http://www.oft.gov.uk/html/rsearch/reports/oft308.htm) (senast besökt 2001-06-08).

<sup>46</sup> Executive Report, analysbrevet om hela IT-industrin, 5 februari 2001. *IDC: E-handeln mellan företag omsätter 1500 miljarder EUR år 2005*. <http://exr.idg.se/exr/2001/06/010205.htm> (senast besökt 2001-11-13).

<sup>47</sup> Nourry, Alex & Lawrence, Maddi: *B2Bs: Overcoming the antitrust concerns*, Global counsel, October 2000, (cit. Nourry & Lawrence), s. 2. [www.lawdepartment.net/global](http://www.lawdepartment.net/global). Alex Nourry är partner och Maddi Lawrence är senior lawyer i EG-/konkurrensrättsgruppen på Clifford Chance i London. Deras artikel behandlar B2B-relaterade konkurrensproblem med beaktande av både europeisk och amerikansk praxis.

B2B e-marknadsplatser<sup>48</sup> kan allmänt sett beskrivas som mjukvarusystem som låter ett stort antal köpare och säljare sköta försäljnings- och upphandlingsaktiviteter på Internet. I sitt enklaste utförande handlar B2Bs om att ta en eller flera affärshandlingar såsom lokalisering, identifiering, förhandling om, beställning av, mottagning från, samt betalning till en leverantör, och lägga denna process på Internet.<sup>49</sup> De flesta B2Bs är inriktade på en viss industri och sammanför varje länk i leverantörskedjan. En del sajter bygger på ett auktionssystem: Sajten visar aktuella erbjudanden från olika sälj företag, och köparna lägger bud. Andra sajter använder en börsmodell (eng. exchange): B2Bn driver en neutral plattform som samlar köpare och säljare och låter dem agera under strikta spelregler, varpå sajten erhåller betalning för varje genomförd transaktion.<sup>50</sup> Många B2Bs är dock mer än bara enkla plattformar för handel. I sina mer komplicerade former tillhandahåller de tilläggstjänster inom logistik och projektmanagement, och det finns ofta en modul som låter användarna få tillgång till uppgifter om t.ex. marknadsinformation, handelsmönster och statistik.<sup>51</sup> B2Bs kan även förväntas expandera in på områden som bl.a. samordning av produktdesign mellan en leverantör och en kund.<sup>52</sup>

Alla varor som köps och säljs på elektroniska handelsplatser för företag, faller inom en av två generella kategorier, nämligen direkt eller indirekt input. Direkt input, eller tillverkningsinput, är råvaror eller komponenter, som är menade att användas direkt i tillverkningsprocessen, och som kommer att användas i köparens slutprodukt eller säljas av en återförsäljare. Som exempel kan nämnas det stål en biltillverkare använder vid tillverkningen av en bilkaross. Indirekt input, eller driftsinput, å andra sidan används för underhåll, reparationer eller drift, och blir inte en del av slutprodukten. Kontorsmateriel och materiel för fastighetsskötsel utgör exempel på sådana varor. Distinktionen har betydelse för vilken typ av B2B-lösning som passar bäst.<sup>53</sup> Den har också direkt betydelse vid bedömningen av informationsutbyte mellan företag då informationsutbyte avseende direkt input, naturligt nog

---

<sup>48</sup> I uppsatsen kommer oftast det kortare uttrycket "B2B" att användas som en förkortning för B2B e-marknadsplats. I engelskspråkig litteratur refereras ibland till vissa B2B e-marknadsplatser som "exchanges", alltså utbyten eller börser.

<sup>49</sup> DeSanti, Susan S.; *The evolution of electronic B2B marketplaces*. Paper prepared for the FTC public workshop "Competition policy in the world of B2B electronic marketplaces", 29<sup>th</sup> June 2000, (cit. DeSanti) s. 2. [www.ftc.gov/bc/b2b/b2bdesanti.htm](http://www.ftc.gov/bc/b2b/b2bdesanti.htm) (senast besökt 2001-08-08).

<sup>50</sup> Rule, Charles F., Plotkin, Mark E., och Fanelli, Michael J.: *B2B or collusion? That is the question Antitrust Enforcers will ask of Business-to-Business Sites*, April 2000, s. 1. [www5.law.com/dc-shl/display.cfm?id=2972&query=young](http://www5.law.com/dc-shl/display.cfm?id=2972&query=young) (senast besökt 2001-10-24). Andra sätt att bestämma priser på en B2B inkluderar kataloger och förhandlingar. En B2B:s inkomster kan förutom från transaktionsavgifter också komma ifrån reklamintäkter eller serviceavgifter knutna till exempelvis tillhandahållande av industriinformation. Se om detta Jones Harbour, s. 4.

<sup>51</sup> Nourry & Lawrence, s. 2.

<sup>52</sup> DeSanti, s. 2.

<sup>53</sup> *Entering the 21<sup>st</sup> Century: Competition Policy in the world of B2B Electronic Marketplaces*. A Report by the Federal Trade Commission, October 2000, (cit. FTC Report), del I, s. 6. [www.ftc.gov/os/2000/10/b2breport.pdf](http://www.ftc.gov/os/2000/10/b2breport.pdf).

medför större risker för konkurrensen än utbyte av information avseende indirekt input.

Det bör också sägas några ord om B2B e-marknadsplatsernas ägarstruktur. Ägarförhållandena skiljer sig åt mellan olika B2Bs. Det enklaste sättet att dela in B2Bs efter ägarskap är att skilja mellan B2Bs som ägs och drivs av en tredje part, s.k. oberoende B2Bs, respektive B2Bs som ägs och drivs av deltagarna själva. Många B2Bs är hybrider av dessa två huvudtyper och ägs till viss del av deltagarna, vare sig det är köpar- eller säljarföretag. På samma sätt finns det gradskillnader när det gäller i vilken utsträckning deltagarna i en B2B utövar inflytande i företagsledningen.<sup>54</sup>

Som ett konkret exempel på en B2B kan nämnas *Covisint*, en joint venture mellan fem stora biltillverkare – General Motors Corp., Ford Motor Co, Daimler-Chrysler AG, Renault SA och Nissan – och två IT-företag – Commerce One, Inc. och Oracle Corp. – skapad för att tillhandahålla tjänster åt företag i bilindustrins leveranskedja (d.v.s. företag i produktions-, frakt- och distributionsledet). Medlemmarna, d.v.s. företag anslutna till B2Bn, använder sajten bl.a. till att genomföra online-auktioner, projektmanagement, övervaka konsumtion och lagernivåer i realtid och dela olika slags information med sina handelspartners. Covisint beskriver marknadsplatsen som ”the central hub where OEMs and suppliers of all sizes come together to do business in a single business environment using the same tools and user interface, plus one user id and password.” Covisint växer kontinuerligt och de flesta av medlemmarna har anslutit sig efter att ha bjudits in av en affärspartner som redan är medlem. Andra medlemmar som t.ex. företag, som tillhandahåller kataloginnehåll, har bjudits in för att lägga sina kataloger online.<sup>55</sup> Ett besök på Covisint eller någon annan B2B är att rekommendera för den som vill bilda sig en uppfattning om hur sajterna fungerar. Även om de delar där själva handeln äger rum naturligtvis endast är tillgänglig för medlemmar och följaktligen kräver användarnamn och lösenord, så finns ofta en hel nyttig information att tillgå för utomstående besökare. För förklaringar av specifika B2B-relaterade termer rekommenderar jag *Atlas Commerce: Glossary of B2B Terms*<sup>56</sup>, eller *Morgan Stanley Dean Witter B2B Report, Appendix III: B2B Glossary*.<sup>57</sup>

## 5.2 B2Bs och konkurrens

En av de största fördelarna med B2Bs, ur ett konkurrensperspektiv, är deras förmåga att hjälpa företagen att hitta varandra, samt att snabbt och enkelt tillhandahålla information om produkters pris, kvalitet och tillgång. Genom att tillåta utbyte i realtid av sådan information, reducerar B2Bs de kostnader

---

<sup>54</sup> Jones Harbour, s. 5.

<sup>55</sup> Denna och ytterligare information finns att hämta på Covisints hemsida [www.covisint.com](http://www.covisint.com)

<sup>56</sup> [www.atlascommerce.com/ebusiness/glossary.html](http://www.atlascommerce.com/ebusiness/glossary.html)

<sup>57</sup> [www.msdcw.com/institutional/eEnterpriseSoftware/b2breport/b2b\\_appendix3.pdf](http://www.msdcw.com/institutional/eEnterpriseSoftware/b2breport/b2b_appendix3.pdf)

köpare och säljare har för att lokalisera och förhandla med varandra. Information om tillgång och efterfrågan avslöjas snabbare och mer precist än offline. Allt detta ökar effektivitet och produktivitet och leder i slutändan till stor konsumentnytta genom bättre och billigare produkter.<sup>58</sup>

På minussidan finns att B2Bs, genom att eliminera osäkerhet och öka transparensen för transaktionerna, kan öka samordningen i koncentrerade industrier. Beroende på hur B2Bn är strukturerad kan den anses underlätta otillåtna överenskommelser, t.ex. om priser, mellan deltagarna.<sup>59</sup> Internetteknologin i sig möjliggör spridande av information till köpare och säljare, på vilken som helst given B2B, om alla olika slags aktiviteter kunderna ägnar sig åt på marknadsplatsen. Varje transaktion som äger rum på Internet kan spåras i detalj. Deltagarna i en B2B kan bl.a. få kunskap om köparnas och säljarnas identitet, vilken mängd som köpts, datum och klockslag för transaktionen, och hur många gånger en viss kund tittade på en specifik produkt innan köpet genomfördes.<sup>60</sup> Problemen ser likadana ut i Europa och USA. Med tanke på det, och på det nära samarbetet mellan amerikanska och europeiska konkurrensmyndigheter, är det tillrådligt att beakta båda konkurrensrättsregimerna vid etablerandet av en B2B.<sup>61</sup>

Diskussionen om de konkurrensproblem som B2Bs kan medföra, har handlat främst om två problemområden:

- Risken för olaglig samordning eller koordinering av aktiviteter här rörande från pristransparens, och informationsutbyte mellan konkurrenter.
- I vilken utsträckning det finns möjlighet till fritt tillträde till B2Bs och risken att köpare, säljare eller konkurrerande service providers utestängs från marknaden eller en väsentlig del av den.<sup>62</sup>

Konkurrensvårdande myndigheter i både USA och Europa, t.ex. Federal Trade Commission och EU-kommissionen m.fl., har konstaterat att dessa problem inte är nya för konkurrensrätten, och att traditionella konkurrensrättsliga regler, instrument och analysmetoder därför räcker till för att hantera dem.<sup>63</sup> Frågan blir istället hur frågor om informationsutbyte och andra traditionella konkurrensproblem skall lösas i en B2B kontext.

---

<sup>58</sup> Jones Harbour s. 5 ff.

<sup>59</sup> A.a.

<sup>60</sup> FTC Report del I, s. 4 f.

<sup>61</sup> I sitt tal *Competition in the new economy*, 10:e internationella konferensen om konkurrens, speech/01/232, Berlin 2001-05-21, betonade Mario Monti att kommissionen noga ska undersöka varje B2B:s funktion och påverkan på marknaden. Denna undersökning skall göras i nära samarbete med andra konkurrensmyndigheter som t.ex. nationella konkurrensmyndigheter i EU, och Federal Trade Commission och Department of Justice i USA. [www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/232/0/RAPID&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/232/0/RAPID&lg=EN) (senast besökt 2001-06-08).

<sup>62</sup> Nourry & Lawrence, s. 3 f.

<sup>63</sup> Se t.ex. FTC Report del III, s. 1, och Mario Montis tal *Competition in the new economy* nämnt ovan.

Ett av de första fall som varit uppe till bedömning är det tidigare nämnda *Covisint.com*, som godkändes av EU-kommissionen i juli 2001. Kommissionen påpekade i sitt comfort letter till parterna att

...”the agreements show that Covisint is open to all firms in the industry on a non-discriminatory basis, is based on open standards, allows both shareholders and other users to participate in other B2B exchanges, does not allow joint purchasing between car manufacturers or for automotive-specific products, and provides for adequate data protection, including firewalls and security rules.”<sup>64</sup>

Även FTC godkände Covisint, men förbehöll sig rätten att göra ytterligare undersökningar i framtiden, när B2Bn startat sin verksamhet och mer information finns tillgänglig för bedömning av eventuella konkurrensproblem.<sup>65</sup> FTC bekräftade vidare att varje B2B måste bedömas individuellt, med beaktande av dess särskilda karakteristika. Uttalandet är i linje med det förhållningssätt som antagits i EU.<sup>66</sup>

Innan den specifika undersökningen av informationsutbyte på B2Bs skall en viktig processrättslig fråga kort beröras. Frågan, som ofta förbises, gäller samspelet mellan EG:s fusionskontrollförordning (förordning (EEG) nr 4064/89 om kontroll av företagskoncentrationer) och förordning 17/62 om tillämpning av fördragets artiklar 85 och 86. Många av de tänkbara konkurrensproblem som omgärdar B2Bs, t.ex. utbyte av i konkurrenshänseende känslig information, och risken för otillåten samordning, relaterar till marknadsplatsens funktion i praktiken. Fusionsförordningen gäller snarare själva skapandet av marknadsplatsen. Med andra ord måste en B2Bs funktion prövas enligt artikel 81 och 82, vilket kan kräva en analys under en process enligt förordning 17/62, även om tillstånd medgivits under fusionskontrollförordningen. Hittills har inte uppkommit några fall där detta ansetts nödvändigt.<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> *Commission clears the creation of the Covisint automotive Internet marketplace*, DN:IP/01/1155, 2001-07-31.

[www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/01/1155|0|RAPID&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/01/1155|0|RAPID&lg=EN).

<sup>65</sup> Re: Covisint, file no. 001 01 0121. [www.ftc.gov/os/2000/09/covisintchrysler.htm](http://www.ftc.gov/os/2000/09/covisintchrysler.htm) (senast besökt 2001-06-08).

<sup>66</sup> Se t.ex. Monti, Mario: *Barriers in cyberspace*, tal på konferens i Bryssel, 2000-09-18. [www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/00/315|0|RAPID&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/00/315|0|RAPID&lg=EN) (senast besökt 2001-08-08).

<sup>67</sup> Mario Monti: *Competition in the new economy*, speech/01/232, 2001-05-21, s. 8. [www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/232|0|RAPID&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/232|0|RAPID&lg=EN) (senast besökt 2001-06-08).

# 6 Informationsutbyte på B2Bs

## 6.1 Allmänt

Frågan om konkurrensskadligt informationsutbyte tycks vara ett av de B2B-relaterade problem som rönt mest uppmärksamhet hos konkurrensmyndigheter, både i Europa och USA. Federal Trade Commission framhåller att informationsutbyte inom en B2B, under vissa omständigheter kan hjälpa en B2B:s medlemmar att åstadkomma viktiga effektivitetsvinster, och förenklar möjligheten för deltagarna att agera snabbt och konkurrenskraftigt på marknaden för att möta utmaningar. Det finns dock en klar risk att informationsutbytet gör, att deltagande företag genom B2Bn kan få tillgång till konfidentiella uppgifter om konkurrenternas priser, kostnader och produktionsnivåer vilket kan underlätta samarbete kring priser och andra konkurrensmedel. Därigenom skadas konkurrensen, dels på marknaden för de varor som köps och säljs på den aktuella B2Bn, dels på produktmarknader ”downstream”. FTC noterar i sin rapport, vilken sammanfattar vad som kom fram vid ett av myndigheten anordnat seminarium i ämnet B2Bs, att samma faktorer som möjliggör en B2B:s effektivitetsvinster, nämligen det samarbete som en B2B i sig innebär, samt de möjligheter Internet ger till ett effektivt utbyte av information, också har potentialen att medföra faror för konkurrensen. Detta gäller särskilt i förbindelse med informationsutbyte. Den allt utom lätta uppgiften blir då att avgöra när ett informationsutbyte gagnar konkurrensen, och när det i stället sannolikt skadar konkurrensen.<sup>68</sup>

Den brittiska konkurrensmyndigheten OFT framhåller att elektroniska marknadsplatser kan utgöra ett forum för konkurrenter att utbyta information som är känslig ur affärssynpunkt, vilket ökar risken för otillåten samordning:

”Internet technology might seem to offer the ideal micro-climate for collusion, due to increased communication and transparency in the market, as well as the potential for more frequent market interactions.”<sup>69</sup>

OFT påpekar, att eftersom det finns många fördelar med att företag kan ta del av olika slags marknadsdata, skulle det vara fel av konkurrensmyndigheter, att hindra informationsutbyte i andra fall än då utbytet medför en allvarlig risk för otillåten samordning. Ett bättre sätt för myndigheterna att närma sig detta skulle vara att utfärda riktlinjer för vilka data som får göras tillgängliga för konkurrenter, och på vilket sätt detta skall ske. Utgångspunkten skulle då vara den rättspraxis som redan finns på området.<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> FTC Report del III, s. 3.

<sup>69</sup> OFT Report, s. 4.

<sup>70</sup> A.a. s. 5.

## 6.2 Risk för konkurrensbegränsning

Frågan om ett visst givet informationsutbytesavtal begränsar konkurrensen, kan bara avgöras från fall till fall. FTC menar i sin rapport att åtminstone fem relevanta omständigheter måste beaktas vid denna analys. I allt väsentligt överensstämmer dessa punkter med vad som framträtt i kommissionens praxis för traditionellt informationsutbyte inom ramen för en branschorganisation. FTC:s uttalade B2B-perspektiv och tydliga affärsorientering gör att jag ändå tycker att en särskild redogörelse för rapporten är motiverad.

För det första, menar FTC, måste strukturen fastställas på den marknad där B2Bn agerar. Allt annat oförändrat så gäller att ju högre grad av marknadskoncentration, desto större risk för konkurrensskadliga effekter. Till exempel kan under vissa omständigheter ett ökat informationsflöde på en B2B marknadsplats med många köpare och få säljare, driva upp priserna. På samma sätt gäller, allt annat oförändrat, att ju större marknadsandel som kontrolleras av de företag som deltar i informationsutbytet, desto större är risken för konkurrensskadliga effekter. Å andra sidan kan låga inträdesbarriärer till marknaden för de varor som köps och säljs på B2Bn, göra det möjligt för nytillkomna företag att omintetgöra alla utsikter informationsutbytet har att underlätta otillåten samordning. Slutligen är homogeniteten för produkter eller företag på marknaden, köp- och säljföretagens speciella karaktäristika, de typiska transaktionernas särdrag, och de fördelar ett företag skulle kunna få genom att bryta mot en prisöverenskommelse, ytterligare faktorer som är relevanta för analysen. I korthet gäller alltså att ju mindre känslig en marknad är för otillåten samordning, desto mindre sannolikt är det att informationsutbyte genom en B2B ökar risken för sådan samordning.

För det andra måste undersökas vilken relation parterna i informationsutbytet har till varandra. Att konkurrenter utbyter information mellan sig innebär vanligen, men inte alltid, en större risk för skadliga effekter än informationsutbyte mellan icke-konkurrenter.

För det tredje måste beaktas vilken typ av information som är föremål för utbyte. Utbyte av information avseende priser, kostnader eller affärsstrategier utgör en större risk för konkurrensen än utbyte av jämförelsevis mindre känslig information. T.ex. gäller, att informationsutbyte avseende direkt input medför större risker för konkurrensen än informationsutbyte avseende indirekt input.

Den fjärde riskfaktorn är informationens ålder. Att dela information om möjligen inträffande eller framtida priser, är i allmänhet förenat med större risker än om informationen gäller transaktioner bakåt i tiden.

För det femte måste beaktas om informationen finns att tillgå på något annat sätt än genom B2Bn. Utbyte av information som är unik för själva B2Bn medför sannolikt större faror för konkurrensen än utbyte av information som

går att erhålla på annat sätt; och att utbyta information som kan hittas på annat håll, men endast med stor svårighet, medför sannolikt större risker för konkurrensbegränsning än om ifrågavarande information kan hittas lika lätt på annat håll än på B2Bn. En av deltagarna på FTC:s seminarium, som var chef för en B2B på vilken bedrevs handel med utländsk valuta, gav följande exempel som väl illustrerar problematiken: Innan B2Bs dök upp, kände leverantörerna på marknaden bara till den lilla del av kundtransaktionerna där de själva var med och lade bud. Nu däremot, befinner sig leverantörer som äger en B2B på den aktuella marknaden, i en position där de kan få kännedom om varje transaktion en viss kund är inblandad i, vare sig de själva är inblandade i transaktionen eller inte. B2Bs har dessutom medfört en hittills oöverträffad förmåga att övervaka priser i realtid. Denna möjlighet för konkurrerande säljareföretag att få ögonblicklig information om varandras bud och priser medför en betydande risk för otillåten samordning.

Även exklusivitetspolicies kan öka risken för otillåten samordning. Om deltagarna i en B2B har möjlighet och incitament att i hemlighet bedriva en del av sin handel utanför B2Bn, kan eventuella planer på otillåten samordning ointetgöras. Exklusivitet kan helt stänga av möjligheten att "fuska". Dessutom ökar exklusivitet värdet på den utbytta informationen. T.ex., om Säljare A kan se vad Säljare B sålt på en B2B och också känner till att Säljare B, p.g.a. B2Bns exklusivitetpolicy, är tvungen att sköta hela sin försäljning via B2Bn, då vet A ganska mycket om B:s försäljning. Om det däremot inte finns någon exklusivitetpolicy, kan det mycket väl vara så att B företar endast en mycket liten del av sin försäljning på B2Bn, vilket dramatiskt minskar värdet av den information A fått tillgång till via B2Bn. Exemplet gäller för övrigt i lika hög grad för företag som köper varor genom en B2B.<sup>71</sup>

FTC anger ytterligare konkreta exempel på hur informationsutbyte genom en B2B kan underlätta otillåten samordning. Bl.a. uttrycktes en oro för att ägarna till B2Bn skulle dela känslig information endast med varandra, och för att säljareföretag, som också är delägare i en B2B, på en koncentrerad marknad, skulle kunna komma överens om ett system, som skulle låta dem se B2B-data om konkurrenternas priser, vilket skulle kunna leda till en tyst olaglig prissamordning. Chansen att denna samordning blir framgångsrik ökar tack vare de förbättrade möjligheter till övervakning en B2B e-marknadsplats ger. En annan farhåga var att köparna på en B2B skulle kunna komma överens om, att genom B2Bn utbyta information om deras inköp av input, vilket skulle kunna leda till en tyst olaglig samordning beträffande priserna de skulle begära för sin output, eller vilken kvantitet av varorna som skulle produceras. Ett sådant system skulle också kunna erbjuda ett sätt att upptäcka avvikelser från detta tysta arrangemang. Vidare finns möjligheten, att köparföretag skulle kunna komma överens om, att genom B2Bn dela information avseende transaktionsvillkor, såsom betalningsalternativ,

---

<sup>71</sup> FTC Report del III, s. 7-10.



förfallodagar, finansieringsvillkor eller garantier, och att detta skulle kunna leda till en slags standardisering av dessa villkor.<sup>72</sup>

Exemplen speglar vad Nourry och Lawrence kallar två olika nivåer av konkurrensproblem:

- **Delägarnivå**, d.v.s. utbyte av information mellan konkurrerande företag i deras egenskap av delägare i den joint venture som inrättats för att driva B2Bn.
- **Användarnivå**, d.v.s. utbyte av information mellan konkurrenter i egenskap av användare av en B2B.<sup>73</sup>

Den konkurrensrättsliga analysen av ett informationsutbytessystem på en given B2B, måste enligt författarna alltså göras på båda dessa nivåer. På delägarnivå gäller, att kommissionen såväl som amerikanska konkurrensmyndigheter kommer att kräva att B2Bn inte arrangeras på ett sådant sätt att delägare ges tillgång till ur affärshänseende känslig information de annars inte skulle fått ta del av, eller som skulle kunna leda till direkt eller indirekt fastställande av priser. Arrangemang som ger delägare tillgång till konfidentiell information om konkurrerande företag, kommer med all sannolikhet att anses som otillåtna. På användarnivå måste uppmärksammas, att när konkurrerande företag använder en marknadsplats, åtgärder måste vidtas för att garantera att känslig information om parterna inblandade i transaktionen, såväl som information om själva transaktionen, inte blir tillgängliga för andra användarföretag, med vilka de konkurrerar.<sup>74</sup> Jag anser att detta är ett mycket ändamålsenligt sätt att betrakta problemet och jag kommer därför att låta detta synsätt ligga till grund för bedömningen av vilka åtgärder som bör vidtas för att undvika konkurrensskadliga effekter.

### 6.3 Åtgärder för att undvika konkurrensbegränsande effekter

Vid valet av åtgärder för att förhindra konkurrensskadligt informationsutbyte är det av central betydelse att dessa ser till att obehöriga eller konkurrerande företag inte kan komma åt känslig information.<sup>75</sup> Problemet hanteras lämpligen på delägar- respektive användarnivå såsom föreslagits i föregående kapitel.

---

<sup>72</sup> FTC Report del III, s. 4.

<sup>73</sup> Nourry & Lawrence, s. 4.

<sup>74</sup> A.a.

<sup>75</sup> McKenna, Cameron: *B2B marketplaces: Competition issues*, (cit. McKenna), s. 3. [www.law-now.com/hottopics/B2B\\_Marketplaces.pdf](http://www.law-now.com/hottopics/B2B_Marketplaces.pdf) (senast besökt 2001-11-30).

### 6.3.1 Delägarnivå

På delägarnivå måste åtgärder vidtas på ett tidigt stadium. B2Bn bör etableras som en självständig enhet och detta bör avspeglas i dokumentationen. Mekanismer måste finnas på plats, som garanterar att aktieägare och företagsledare som också är deltagare på marknadsplatsen, inte har tillträde till information som kan vara känslig ur affärssynpunkt.<sup>76</sup>

I ett nyligen fattat beslut angående sajten *Volbroker.com*<sup>77</sup> indikerar kommissionen vilka slags skyddsåtgärder den kommer att leta efter vid prövningen av B2B joint ventures. Transaktionen, som anmäldes till kommissionen under artikel 81, gällde etableringen av en elektronisk joint venture mellan sex stora banker (Deutsche Bank, UBS AG, Goldman Sachs, Citibank, JP Morgan och Natwest) avsedd att utveckla och driva en elektronisk marknad för handel med valutaoptioner. Kommissionen utfärdade ett comfort letter under artikel 81.3 efter att parterna redovisat följande åtgärder för att hantera de konkurrensproblem informationsutbytet skulle kunna medföra:

- Ingen i Volbroker.com's personalstyrka eller företagsledning kommer att ha kontraktsrättsliga eller andra skyldigheter gentemot något av moderföretagen och vice versa.
- Volbroker.com's personal och företagsledning kommer att arbeta på en geografiskt skild plats i förhållande till moderföretagen.
- Representanter för moderföretagen i Volbroker.com's företagsledning kommer inte att få tillgång till ur affärshänseende känslig information om vare sig varandra eller tredje part.
- Moderföretagen kommer inte att få tillgång till den informationsteknologi och de kommunikationssystem Volbroker.com använder.
- Moderföretagen kommer också att tillse att samtliga i företagets personalstyrka och företagsledning förstår och erkänner vikten av att upprätthålla konfidentialitet för kommersiellt känslig information, och att sanktioner utfärdas för brott mot denna policy.

Andra B2B-operatörer har också tagit denna fråga på allvar. T.ex. meddelade amerikanska *Metalsite.com* vid starten av marknadsplatsen sin avsikt att skapa interna kontrollmekanismer, för att försäkra sig om att företagets anställda inte avslöjar känslig information. Innan dessa kontrollfunktioner kommit på plats hade endast två av totalt 130 anställda tillgång till ifrågavarande uppgifter. Dessutom är företagets policy att ha en konkurrensrättsjurist närvarande vid varje styrelsemöte.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> A.a.

<sup>77</sup> Se European Commission Press Release IP/00/896, 2000-07-31, *Commission approves the Volbroker.com electronic brokerage joint venture between six major banks.*

[www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/00/896|0|AGED&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/00/896|0|AGED&lg=EN) (senast besökt 2001-10-30).

<sup>78</sup> Nourry & Lawrence, s. 5.

Som generell regel gäller att parterna i en B2B joint venture måste se till att de endast avslöjar information, som är nödvändig för att analysera eller etablera den joint venture som skall driva B2Bn. Brandväggar<sup>79</sup>, som förhindrar att information passerar mellan anställda och företagsledning, och andra skyddsåtgärder i linje med beslutet i *Volbroker.com*, bör också finnas på plats. Förslagsvis bör företagen i förebyggande syfte också anta följande protokoll vad gäller styrelsesammanträden och andra möten:

- Upprättande av en skriftlig dagordning inför varje möte.
- Dagordningen bör godkännas av en jurist.
- De punkter och ämnen som tas upp i dagordningen skall följas strikt.
- Väsentliga sidodiskussioner mellan medlemmarna skall undvikas.<sup>80</sup>

Samma försiktighet vad gäller diskussion av känslig information som rekommenderas vid ovannämnda möten bör också iakttas om websidan tillhandahåller ett diskussionsforum. Samtliga dessa fora bör behandlas som branschorganisationer.<sup>81</sup>

Oberoende s.k. ”neutramediaries”, som erbjuder B2Bs oberoende tjänster för ”monitoring, compliance and enforcement”, mildrar en del av de informationsrelaterade konkurrensproblemen. Genom användandet av en neutramediary kan parterna visa berörda konkurrensmyndigheter att de inte utnyttjar den information som ackumuleras genom B2Bn till att underlätta otillåten samordning.<sup>82</sup> Neutramediaries kan också – på samma sätt som jurister – ge råd till en B2B eller bistå i styrelsearbetet. Företagen måste dock vara väl medvetna om att de själva bär ansvaret för att de inte bryter mot konkurrensreglerna.<sup>83</sup>

### 6.3.2 Användarnivå

Innan information avseende specifika transaktioner publiceras på en B2B:s hemsida måste åtgärder också vidtas för att försäkra att detta inte leder till en koordinering av deltagarnas affärsbeteende. För att minimera risken för att publiceringen av uppgifterna får konkurrensbegränsande konsekvenser bör B2Bs, enligt Nourry och Lawrence, följa ett antal principer framvuxna

---

<sup>79</sup> Eng. *firewall*. Ett system designat för att förhindra obehörig tillgång till eller från ett privat nätverk. Brandväggar kan införas i både hård- och mjukvara, eller i en kombination av båda. De används ofta för att förhindra att obehöriga internetanvändare bereder sig tillgång till privata nätverk anslutna till internet, särskilt vad gäller intranets. Alla meddelanden som kommer in i eller lämnar intranätet passerar genom brandväggen, som undersöker varje meddelande, och blockerar dem som inte motsvarar de specificerade säkerhetskriterierna. Källa: [www.webopedia.com](http://www.webopedia.com).

<sup>80</sup> Nourry & Lawrence, s. 5 f.

<sup>81</sup> McKenna, s. 3. Om branschorganisationer se vidare Carlsson m.fl. s. 201 ff.

<sup>82</sup> Foy, Agnes: *US antitrust officials take the lead in electronic marketplaces*. [www.hightech-women.com/exchanges.html](http://www.hightech-women.com/exchanges.html) (senast besökt 2001-11-13).

<sup>83</sup> McKenna, s. 9.

ur europeiska och amerikanska konkurrensmyndigheters praxis om informationsutbyte:

- Om B2Bn använder sig av ett auktionssystem, bör detta om möjligt låta köpare och säljare behålla sin anonymitet. Om detta inte är möjligt bör sajten åtminstone garantera att specifika uppgifter rörande en bestämd transaktion bara redovisas öppet för parterna i transaktionen.
- Den information som publiceras får inte göra det möjligt för användarna att identifiera enskilda företag. Om möjligt och lämpligt bör aggregerade data användas.
- Informationen bör samlas in och spridas av en tredje part, inte av användarföretagen själva.
- Information, särskilt om priser, måste vara historisk. Var gränsen går för vad som anses som historisk information vid tillämpningen av artikel 81, beror på vilken den aktuella industrin är, och den takt med vilken informationen åldras och upphör att vara känslig i konkurrenshänseende (i den meningen att en publicering av informationen skulle leda till en förändring av företagets beteende på marknaden). T.ex. i teknologidrivna industrier, är det sannolikt att informationen blir historisk snabbare än i vissa andra industrier.
- Den föreslagna användningen av information som tillhandahålls på sajten eller under transaktionerna måste uppges för användarna redan från början.
- Information publicerad på sajten skall helst vara tillgänglig för både köpare och säljare, och inte bara för ett slags användare. Om informationen bara görs tillgänglig för säljarna, kan detta ge dem ett orättvist övertag i förhandlingarna med köparna.
- Tillhandahållen information måste spridas på en icke-diskriminerande basis.
- Deltagarna bör oberoende fatta beslut om på vilket sätt de önskar använda den data som publiceras på sajten. Den enhet som är ansvarig för insamling och spridande av data bör inte analysera eller kommentera uppgifterna (särskilt inte med avseende på konkurrenssituationen på marknaden eller prisprognoser), och deltagarna bör inte diskutera informationen med konkurrenter eller andra deltagare.

FTC nämner i sin rapport flera olika mer konkreta exempel på hur informationsutbyte kan utformas för att minimera dess konkurrensbegränsande effekter. T.ex. kan B2Bn begränsa den mängd information som är tillgänglig för vissa av deltagarna i onlineauktioner eller börser. En B2B:s server kan programmeras så att den på fragmenterade globala marknader ger leverantörerna tillgång till relativt sett mycket information, medan den på en koncentrerad marknad begränsar den mängd information leverantörerna får tillgång till. På vissa B2Bs kan säljarna bara se andra säljares priser, men inte deras namn, alternativt se hur deras egen senaste offert förhåller sig till andra säljares offerter. Onlinekataloger kan också segmenteras så att säljarna inte kan se vilka priser konkurrenterna noterar, och köparna inte kan se vad andra

köpare fått betala. B2Bn kan också använda sig av ”non-disclosure-” och konfidentialitetsavtal med användarna.<sup>84</sup>

## 6.4 Sammanfattande slutsatser

B2Bs kan hjälpa företagen att åstadkomma viktiga effektivitetsvinster och öka produktiviteten. Informationsutbyte genom en B2B medför i sig inga nya konkurrensrättsliga problem. Uppgiften blir istället att lösa traditionella problem i kontexten av B2B-teknologi. För företagen gäller att maximalt utnyttja de effektivitetsvinster B2Bs kan ge utan att göra sig skyldiga till överträdelser av konkurrensrätten. Beroende på hur B2Bn är strukturerad eller drivs kan informationsutbytesrelaterade konkurrensproblem uppkomma. Den konkurrensrättsliga analysen bör göras på två nivåer: delägarnivå och användarnivå. Åtgärder måste vidtas så att B2Bn inte struktureras på ett sätt som ger delägare, som också använder marknadsplatsen, tillgång till ur konkurrenssynpunkt känslig information, de annars inte skulle fått tillgång till. Kommissionens beslut angående e-marknadsplatserna *Covisint.com* och framförallt *Volbroker.com* ger en mycket god bild av vilka förebyggande åtgärder, tekniska och organisatoriska, kommissionen kommer att leta efter. Det handlar om förekomsten av alltifrån brandväggar och säkerhetsföreskrifter till hur företagsledning och personal skall vara lokaliserade rent geografiskt i förhållande till moderföretagen, samt vilken utbildning och vilka föreskrifter som riktas till anställda i företaget. Även beträffande styrelsesammanträden bör delägarna ha en medvetenhet om de konkurrensrättsliga implikationerna av informationsutbyte. En B2B får inte heller publicera information vilken kan leda till koordinering av användarnas affärsbeteende. T.ex. bör B2Bs som använder sig av ett auktionssystem låta köpare och säljare behålla sin anonymitet. Utbytt information, särskilt om priser, måste vara historisk. Informationen bör samlas in av tredje part. Identifiering av enskilda företag får inte vara möjlig och informationen måste spridas på en icke-diskriminerande basis.

---

<sup>84</sup> FTC Report del III, s. 11 f.

## 7 Avslutande kommentarer

Målet med uppsatsen har varit att undersöka kommissionens syn på informationsutbyte mellan företag samt relaterade problem på B2B e-marknadsplatser. Undersökningen av kommissionens beslutspraxis har visat hur kommissionen vid bedömningen beaktar både karaktären på den utbytta informationen och strukturen på den relevanta marknaden samt att analysen kan baseras såväl på ett konkurrensbegränsande syfte hos informationsavtalet, som konkurrensbegränsande effekter. Den allvarligaste kritik som riktats mot kommissionens praxis gäller stånpunkten att informationsutbyte kan tjäna som en inträdesbarriär (*UK Tractors*). Kritiken är enligt min uppfattning inte obefogad och ett bemötande från kommissionens och domstolarna i ett nytt rättsfall vore önskvärt.

Som framgått i uppsatsen verkar det som om företagen, trots den vägledning kommissionens praxis ger, inte finner det helt lätt att veta hur informationssystemen skall upprättas för att få kommissionens godkännande. Problemen hänger givetvis samman med att varje fall måste bedömas för sig, med beaktande av alla relevanta omständigheter. Ta till exempel principen att utbyte av aktuella uppgifter innebär större risk för överträdelse av konkurrensreglerna än utbyte av historiska uppgifter. Hur gammal måste informationen vara för att lagligen kunna utbytas? Utgången kommer att bli olika i varje fall eftersom svaret beror på hur fort informationen förlorar sin aktualitet, vilket i sin tur beror på vilken industri det gäller, vilka de inblandade företagen är samt alla andra relevanta marknadsförhållanden. Det sedan en tid emotsedda kommissionsmeddelandet om informationsutbyte kommer förhoppningsvis bidra till ökad klarhet, men ändrar inte det faktum att den konkurrensrättsliga bedömningen bara kan göras från fall till fall.

Frågan hur B2B e-marknadsplatser skall arrangeras för att inte medföra informationsrelaterade konkurrensproblem är ett intressant och mycket aktuellt ämne. B2Bs medför en informationsackumulering utan motsvarighet på traditionella marknadsplatser och tillgänglighet av kommersiellt känslig information på en B2B medför stora risker för otillåten samordning. T.ex., om företag i realtid kan få uppgifter om exempelvis konkurrenternas priser och sedan snabbt anpassa sig därefter, innebär det naturligtvis mycket stora risker för att inblandade företag hamnar i situationer där deras agerande är oförenligt med artikel 81 i EG-fördraget. Med tanke på de allvarliga konsekvenserna av brott mot artikel 81, är det av stor vikt att parterna redan från början söker råd av konkurrensrättslig expertis. I uppsatsen har förslag lämnats på åtgärder som bör vidtas vid etablerandet och driften av en B2B för att förhindra utbyte av konfidentiell information. Frågan är om dessa åtgärder verkligen räcker för att förhindra konkurrensbegränsande effekter. Problemet var föremål för debatt på FTC:s seminarium. Hos vissa av deltagarna uttrycktes en oro bl.a. för att traditionella brandväggar och andra tekniska lösningar kommer att visa sig ineffektiva p.g.a. den nödvändiga integratio

nen av leverantörernas och B2B-sajtens datasystem. En annan deltagare menade att: "there is no firewall that can be constructed to separate the board members from the information required to fulfill their fiduciary duty vis-à-vis the exchange".<sup>85</sup> För en mer positiv utveckling talar att B2Bs ofta har ett inneboende incitament att se till att skyddsåtgärderna får önskad effekt. Användarna av en e-marknadsplats vill ju typiskt sett inte se att känsliga uppgifter om deras affärsverksamhet visas öppet för andra företag.

Än så länge verkar det som om kommissionen antagit en vänta-och-se-attityd gentemot B2Bs och helt enkelt låter framtiden utvisa om olika tekniska och organisatoriska åtgärder kan förhindra utbyte av kommersiellt känslig information. Precis som vid traditionellt informationsutbyte kommer bedömningen att göras från fall till fall och i takt med att B2B e-marknadsplatserna ökar i antal, och kommer i gång med sin verksamhet, kan vi nog vänta oss fler vägledande rättsfall. Beslutet angående Volbroker.com ger visserligen en fingervisning om vilka åtgärder kommissionen kräver men gäller trots allt en viss typ av B2B på en viss typ av marknad. B2Bs kan som bekant vara arrangerade på en mängd olika sätt, där olika arrangemang kan förväntas medföra olika risker för otillåten samordning i samband med informationsutbyte.

---

<sup>85</sup> FTC Report del III, s. 12.

# Litteraturförteckning

## Böcker och artiklar

Bissocoli, Eugenio F; *Trade associations and information exchange under US antitrust and EC competition law*, World Competition, Kluwer Law International. Printed in Great Britain 2000.

Carlsson, Kenny, Schuer, Lars och Söderlind, Erik; *Konkurrenslagen*, 2 uppl., Fritzes förlag, Göteborg 1995.

Faull, Jonathan & Nikpay, Ali; *The EC Law of Competition*, 7 uppl., Oxford university press, Oxford 1999.

Korah, Valentine; *An introductory guide to EC Competition Law and Practice*, Hart Publishing, Oxford 2000.

Korah, Valentine; *Cases and materials on EC competition Law*, Hart Publishing, Oxford 1997.

## Offentligt tryck

### Svenskt

*E-handel i Sverige – en explorativ studie*, Konkurrensverkets rapportserie 2001:1.

Regeringens proposition 1999/2000:86, *Ett informationssamhälle för alla*.

### Europeiskt

European Commission: Kühn, Kai-Uwe & Vives, Xavier; *Information exchanges among firms and their impact on competition*, June 1994 revised February 1995, Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities, 1995.

European Commission: *Notice concerning agreements, decisions and concerted practices in the field of cooperation between enterprises*, EGT C 75/3, 29 juli 1968.

European Commission: *Seventh Report on Competition Policy*, 1978.



## Internetkällor

*Entering the 21<sup>st</sup> Century: Competition Policy in the world of B2B Electronic Marketplaces*. A Report by the Federal Trade Commission, October 2000. [www.ftc.gov/os/2000/10/b2breport.pdf](http://www.ftc.gov/os/2000/10/b2breport.pdf) .

Executive Report, analysbrevet om hela IT-industrin, 5 februari 2001. *IDC: E-handeln mellan företag omsätter 1500 miljarder EUR år 2005*. <http://exr.idg.se/exr/2001/06/010205.htm> (senast besökt 2001-11-13).

DeSanti, Susan S.: *The evolution of electronic B2B marketplaces*. Paper prepared for the FTC public workshop "Competition policy in the world of B2B electronic marketplaces", July 29, 2000. [www.ftc.gov/bc/b2b/b2bdesanti.htm](http://www.ftc.gov/bc/b2b/b2bdesanti.htm). (senast besökt 2001-10-31).

Foy, Agnes: *US antitrust officials take the lead in electronic marketplaces*. [www.hightech-women.com/exchanges.html](http://www.hightech-women.com/exchanges.html) (senast besökt 2001-11-13).

Jones Harbour, Pamela: *B2B basics and antitrust issues. Comments regarding e-commerce antitrust issues*. Federal Trade Commission workshop on emerging issues for competition policy in the e-commerce environment, May 7-8 2001. [www.ftc.gov/opp/ecommerce/comments/harbour.htm](http://www.ftc.gov/opp/ecommerce/comments/harbour.htm), (senast besökt 2001-05-09).

McKenna, Cameron: *B2B marketplaces: Competition issues*. [www.law-now.com/hottopics/B2B\\_Marketplaces.pdf](http://www.law-now.com/hottopics/B2B_Marketplaces.pdf) (senast besökt 2001-11-30).

Monti, Mario: *Competition in the new economy*, Speech /01/232, 2001-05-21, s. 8.

[www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/232|0|RAPID&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/232|0|RAPID&lg=EN) (senast besökt 2001-06-08).

Monti, Mario: *Barriers in cyberspace*, Speech /00/315, 2000-09-18. [www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/00/315|0|RAPID&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/00/315|0|RAPID&lg=EN) (senast besökt 2001-08-08).

Nourry, Alex & Lawrence, Maddi: *B2Bs: Overcoming the antitrust concerns*, Global counsel, October 2000. [www.lawdepartment.net/global](http://www.lawdepartment.net/global) .

OFT 308, *E-commerce and its implications for competition policy, Discussion paper 1*. A report compiled by the Frontier Economics Group for the Office of Fair Trading, August 2000. [www.oft.gov.uk/html/rsearch/reports/oft308.htm](http://www.oft.gov.uk/html/rsearch/reports/oft308.htm) (senast besökt 2001-06-08).

Rule, Charles F., Plotkin, Mark E., and Fanelli Michael J.: *B2B or collusion? That is the question Antitrust Enforcers will ask of Business-to-Business Sites*, April 2000.

[www5.law.com/dc-shl/display.cfm?id=2972&query=young](http://www5.law.com/dc-shl/display.cfm?id=2972&query=young) (senast besökt 2001-10-24).

Re: Covisint, file no 001 01 0121.

[www.ftc.gov/os/2000/09/covisintchrysler.htm](http://www.ftc.gov/os/2000/09/covisintchrysler.htm) (senast besökt 2001-06-08).

Atlas Commerce: Glossary of B2B Terms,

[www.atlascommerce.com/ebusiness/glossary.html](http://www.atlascommerce.com/ebusiness/glossary.html) (senast besökt 2001-06-08).

Morgan Stanley Dean Witter B2B Report, Appendix III: B2B Glossary,

[www.msdc.com/institutional/eEnterpriseSoftware/b2breport/b2b\\_appendix3.pdf](http://www.msdc.com/institutional/eEnterpriseSoftware/b2breport/b2b_appendix3.pdf) (senast besökt 2001-06-08).

Webopedia, [www.webopedia.com](http://www.webopedia.com) (senast besökt 2001-06-08).

## **Pressmeddelanden**

European Commission Press Release, DN:IP/00/896, 2000-07-31. *Commission approves the Volbroker.com electronic brokerage joint venture between six major banks.*

[www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/00/896|0|AGED&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/00/896|0|AGED&lg=EN) (senast besökt 2001-10-30).

European Commission Press Release, DN:IP/01/1155 : *Commission clears the creation of the Covisint automotive Internet marketplace*, 2001-07-31.

[www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/01/1155|0|RAPID&lg=EN](http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/01/1155|0|RAPID&lg=EN) (senast besökt 2001-10-30).

## **B2B e-marknadsplatser**

[www.covisint.com](http://www.covisint.com)

[www.metalsite.com](http://www.metalsite.com)

[www.volbroker.com](http://www.volbroker.com)

# Rättsfallsförteckning

## EG-domstolen och Förstainstansrätten

*Sugar cases*, förenade målen 40-48, 50, 54-56, 111, 113 och 114/73 Coöperatieve vereniging Suiker Unie m.fl. ./.. Europeiska kommissionen [1975] ECR s. 1663, (dom 16 december 1975).

*Züchner*, målet 172/80 Züchner ./.. Bayerische Vereinsbank AG [1981] ECR s. 2021, (dom 14 juli 1981).

*Rhône-Poulenc*, målet T-1/89 Rhône-Poulenc SA ./.. Europeiska kommissionen [1991] ECR II s. 867, (dom 24 oktober 1991).

*Fiatagri*, målet T- 34/92 Fiatagri och New Holland Ford ./.. Europeiska kommissionen, [1994] ECR II-905, (dom 27 oktober 1994).

*New Holland Ford*, målet C-8/95 New Holland Ford ./.. Europeiska kommissionen, [1998] ECR I-3175, (dom 28 maj 1998).

## Europeiska kommissionen

69/202/CEE, *VVVF*, (beslut 25 juni 1969), EGT 1969, L 168/22.

74/292/EEC, *IFTRA rules on glass containers*, (beslut 15 maj 1974), EGT 1974, L 160/1.

75/497/EEC, *IFTRA Rules for Producers of Virgin Aluminium*, (beslut 15 juli 1975), EGT 1975, L 228/3.

77/592/EEC, *COBELPA/VNP*, (beslut 8 september 1977), EGT 1977, L 242/10.

78/252/EEC, *Vegetable Parchment*, (beslut 23 december 1977), EGT 1978, L 70/54.

80/257/ECSC, *Steel Stockholders*, (beslut 8 februari 1980), EGT 1980, L 62/28.

84/191/EEC, *Nuevo Cegam*, (beslut 30 mars 1984), EGT 1984, L 99/29.

87/1/EEC, *Fatty Acids*, (beslut 2 december 1986), EGT 1987, L 3/17.

87/69/EEC, *X/Open Group*, (beslut 6 februari 1987), EGT 1987, L 35/36.

92/157/EEC, *UK Agricultural Tractor Registration Exchange*, (beslut 17 februari 1992), EGT 1992, L 68/19.

94/815/EEC, *Cement Cartel*, (beslut 30 november 1994), EGT 1994, L 343/1.

*EUDIM*, ärende nr IV/33.815, EGT 1996, C 111/8, (17 april 1996).

*CEPI/Cartonboard*, ärende nr IV/34.936/E1, EGT 1996, C 310/3, (19 oktober 1996).