

Europeiska gemenskapernas officiella tidning

ISSN 1024-3054

L 30

fyrtiotredje årgången

4 februari 2000

Svensk utgåva

Lagstiftning

Innehållsförteckning

I Rättsakter vilkas publicering är obligatorisk

.....

II Rättsakter vilkas publicering inte är obligatorisk

Kommissionen

2000/74/EG:

- ★ **Kommissionens beslut av den 14 juli 1999 om ett förfarande enligt artikel 82 i EG-fördraget (IV/D-2/34.780 — Virgin/British Airways) ⁽¹⁾ [delgivet med nr K(1999) 1973]** 1

2000/75/EG:

- ★ **Kommissionens beslut av den 20 juli 1999 om det statliga stöd som Förbundsrepubliken Tyskland genomfört till förmån för SKET Maschinen- und Anlagenbau GmbH ⁽¹⁾ [delgivet med nr K(1999) 2538]** 25

2000/76/EG:

- ★ **Kommissionens beslut av den 17 december 1999 om ändring av beslut 97/468/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje länder från vilka medlemsstaterna tillåter import av kött av vilt ⁽¹⁾ [delgivet med nr K(1999) 4675]** 33

2000/77/EG:

- ★ **Kommissionens beslut av den 17 december 1999 om gemenskapens inköp av mul- och klövsjukaantigener och om sammansättning, framställning, tappning på flaskor samt distribution av mul- och klövsjuka vacciner [delgivet med nr K(1999) 4683]** 35

- ★ **Kommissionens beslut av den 17 december 1999 om ändring av beslut 97/365/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land från vilka medlemsstaterna tillåter import av köttprodukter av nötkreatur, svin, hästjur, får och getter⁽¹⁾ [delgivet med nr K(1999) 4688] 37**

- ★ **Kommissionens beslut av den 20 december 1999 om ändring av beslut 1999/710/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land från vilka medlemsstaterna tillåter import av malet kött och köttberedningar⁽¹⁾ [delgivet med nr K(1999) 4685] 39**

- ★ **Kommissionens beslut av den 20 december 1999 om ändring av beslut 1999/120/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land från vilka medlemsstaterna tillåter import av djurtarmar⁽¹⁾ [delgivet med nr K(1999) 4697] 41**

⁽¹⁾ Text av betydelse för EES.

II

(Rättsakter vilkas publicering inte är obligatorisk)

KOMMISSIONEN

KOMMISSIONENS BESLUT

av den 14 juli 1999

om ett förfarande enligt artikel 82 i EG-fördraget

(IV/D-2/34.780 — Virgin/British Airways)

[delgivet med nr K(1999) 1973]

(Endast den engelska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

(2000/74/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT
DETTA BESLUT

av följande skäl:

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

I. FAKTA

med beaktande av rådets förordning nr 17 av den 6 februari 1962 Första förordningen om tillämpningen av fördragets artiklar 85 och 86⁽¹⁾, senast ändrad genom Anslutningsakten för Österrike, Finland och Sverige, särskilt artikel 3 och artikel 15.2 i denna,

A. PARTERNA

med beaktande av det klagomål som Virgin Atlantic Airways Limited lämnade in den 9 juli 1993 och det kompletterande klagomål som Virgin Atlantic Airways lämnade in den 9 januari 1998, i vilka det hävdades att British Airways överträtt artiklarna 81 och 82 i fördraget och begärdes att kommissionen skulle få dessa överträdelser att upphöra,

1. Klaganden, Virgin Atlantic Airways Limited (nedan kallad Virgin), är ett privatägt bolag som bildades 1984 enligt engelsk lag. Virgin tillhandahåller passagerartransport med reguljärflyg på ett antal utrikeslinjer mellan London och Förenta staterna, Hong Kong, Aten samt Tokyo. Huvudkontoret ligger i West Sussex, Storbritannien.

med beaktande av kommissionens beslut av den 20 december 1996 om att inleda ett förfarande i ärendet,

År 1997 låg Virgin på 21:a plats i världen när det gäller antal passagerarkilometer på utrikes reguljärflyg och på 31:a plats när det gäller passagerarkilometer på utrikes och inrikes reguljärflyg tillsammans.

efter att ha gett de berörda företagen tillfälle att yttra sig om kommissionens invändningar i enlighet med artikel 19.1 i förordning nr 17 och kommissionens förordning nr 99/63/EEG av den 25 juli 1963 om sådana förhör som avses i artikel 19.1 och 19.2 i rådets förordning nr 17⁽²⁾,

Virgins omsättning det räkenskapsår som avslutades den 31 oktober 1994 var 444 miljoner pund sterling. I slutet av år 1997 hade Virgin 4 522 anställda⁽³⁾.

efter att ha samrått med rådgivande kommittén för kartell- och monopolfrågor, och

2. Svaranden, British Airways Plc (nedan kallad British Airways), är ett privatägt bolag som bildats enligt engelsk lag. British Airways bildades år 1972 genom fusionen

⁽¹⁾ EGT 13, 21.2.1962, s. 204/62.

⁽²⁾ EGT 127, 20.8.1963, s. 2268/63.

⁽³⁾ Iatas World Air Transport Statistics nr 42, 4/98.

mellan British Overseas Airways Corporation (som grundades år 1940) och British European Airways (som grundades 1946). British Airways privatiserades år 1987.

British Airways är Förenade kungarikets största flygbolag. Bolaget har ett brett utbud av reguljär- och charterflyg, till både inrikes och utrikes destinationer. Trafiknätet för reguljärflyg omfattar 15 destinationer i Förenade kungariket och 155 internationella destinationer i 72 länder över hela världen. År 1997 var British Airways världsledande när det gäller passagerarkilometer på utrikes reguljärflyg och låg på nionde plats när det gäller passagerarkilometer på inrikes- och inrikesflyg tillsammans⁽⁴⁾.

British Airways konsoliderade omsättning det räkenskapsår som avslutades den 31 mars 1998 var 8 642 miljoner pund sterling, på vilken företaget gjorde nettovinster på 460 miljoner pund sterling. Under det räkenskapsår som avslutades den 31 mars 1998 hade British Airways i genomsnitt 60 675 anställda⁽⁵⁾.

B. KLAGOMÅLEN

3. Den 9 juli 1993 lämnade Virgin in ett klagomål mot vissa av British Airways affärsmetoder, som ansågs utgöra överträdelser av artiklarna 85 och 86 (numera 81 och 82) i fördraget.

Klagomålet avsåg särskilt följande tre huvudtyper av affärsmetoder (översatt från engelska):

- a) Rabatter eller andra incitament erbjuds kunder och resebyråer mot ett uttryckligt eller underförstått villkor att de skall anlita British Airways för alla eller merparten av sina flygresor (lojalitets- eller trohetsrabatter).
- b) Rabatter betalas ut i efterhand, på villkor att kunder och resebyråer har använt British Airways för en stor andel av sin verksamhet (målrabatter eller så kallad "kick-back").
- c) Kortdistansflygningar, uppgradering eller andra incitament erbjuds gratis eller till nominellt värde till kunder som köper biljetter för långdistansflygningar (incitament).

Klaganden ansåg att ovannämnda "rabattsystem i British Airways avtal med resebyråer eller företagskunder (...)

utgör sådana villkorade avtal som avses i artikel 85.1 i EG-fördraget". Klaganden hävdade även att British Airways har en dominerande ställning och utnyttjar denna ställning i strid med vad som nu är artikel 82, genom de ovannämnda affärsmetoderna som sades "avskärma en mycket viktig och lukrativ sektor av den brittiska marknaden, nämligen sektorn för affärsresor" till skada för mindre konkurrenter.

4. Den 9 januari 1998 lämnade Virgin in ett kompletterande klagomål mot British Airways resultatbonussystem och anförde att "Virgin anser att resultatbonussystemet strider mot artikel 86, förvärrar den redan allvarliga överträdelsen av artikel 86 som British Airways befintliga rabattsystem utgör och tyder på uppenbar nonchalans av de ställningstaganden kommissionen gjort, dels i meddelandet om invändningar i ärende IV/34 780, dels vid en hearing den 12 november 1997." Virgin ansåg att resultatbonussystemet även strider mot det som nu är artikel 81 i fördraget.
5. I klagomålen uppmanades kommissionen att ingripa mot British Airways incitamentsystem för resebyråer och mot dess incitament- eller rabattsystem för företagskunder. I det här beslutet behandlas inte British Airways rabattsystem för företagskunder.

C. BRITISH AIRWAYS INCITAMENTSYSTEM FÖR RESEBYRÅER

6. Alla IATA-anslutna resebyråer i Förenade kungariket får en grundprovision av standardtyp från British Airways. År 1976–1997 var provisionen 9% på försäljningen av utrikesresor och 7,5% på försäljningen av inrikesresor. Virgins första klagomål avsåg att British Airways hade infört ytterligare incitamentsystem för vissa resebyråer, nedan kallade marknadsföringsavtal och övergripande avtal. Virgins kompletterande klagomål avsåg resultatbonussystemet, som utgör en ändring av British Airways incitamentsystem för samtliga resebyråer.

1. Marknadsföringsavtalen

7. British Airways har slutit särskilda så kallade marknadsföringsavtal med vissa IATA-anslutna resebyråer i Förenade kungariket. Enligt avtalen erhåller resebyråerna utöver grundprovisionen ytterligare ersättning på något eller några av följande skäl:

- a) Tilläggsprovision, eller så kallad resultatbonus, samt viss särskild bonus som bygger på hur omfattande försäljningen för British Airways är per sektor.

⁽⁴⁾ Ibid.

⁽⁵⁾ British Airways årsredovisning och verksamhetsberättelse för det räkenskapsår som avslutades den 31 mars 1998.

- b) Kontantersättning från en utbildningsfond för att resebyråtjänstemän skall kunna delta i British Airways utbildningsprogram.
- c) Kontantersättning från British Airways affärsutvecklingsfond för reklam- och marknadsföringsprojekt av ömsesidigt intresse, vilka fastställts i samförstånd med resebyråerna.
8. Dessa särskilda avtal sluts i princip bara med IATA-anslutna resebyråer i Förenade kungariket som varje år säljer resor med British Airways för över 500 000 pund sterling (trafikintäkter). I augusti 1993 hade British Airways slutit omkring 360 marknadsföringsavtal med de största resebyråerna i Förenade kungariket. Samtliga avtal löpte på ett år. I kommissionens meddelande om invändningar av den 20 december 1996 noterades att systemet använts åtminstone sedan 1992. Systemet används fortfarande trots meddelandet om invändningar⁽⁶⁾.
9. Hur kraftiga incitament marknadsföringsavtalen ger beror på resebyråns storlek. Resebyråer med en årlig trafikintäkt på över 500 000 men under 10 miljoner pund

sterling erbjuds standardmarknadsföringsavtal. Däremot förhandlar British Airways fram individuellt utformade marknadsföringsavtal med resebyråer som har trafikintäkter på över 10 miljoner pund sterling. Sådana resebyråer delar British Airways upp i kategorierna A och B. Resebyråer i kategori A har trafikintäkter på över 50 miljoner pund sterling. Resebyråer i kategori B har trafikintäkter på över 10 miljoner pund sterling. I kategori A finns bland andra Thomas Cook, Hogg Robinson och Carlson Wagonlit. I kategori B finns bland andra P&O.

a) Resultatbonus och annan särskild bonus

10. Resultatbonusen är progressiv och beräknas på hur mycket resebyråerna ökat försäljningen av biljetter med British Airways (trafikintäkter för British Airways). Olika skalar tillämpas på resultatbonusen beroende på vilken sektor biljettförsäljningen för British Airways avser, till exempel lång- eller kortdistansflygningar (tur- och retur-biljetter räknas som två sektorer). Ju större ökning desto högre kontantersättning per sektor. Förutom den sedvanliga resultatbonus som beskrivits ovan ger vissa linjer (till exempel North Atlantic) rätt till en särskild resultatbonus.

Standardmarknadsföringsavtal

11. Nedan visas British Airways resultatbonussystem för resebyråer med trafikintäkter för British Airways räkning på över 500 000 pund sterling men under 10 miljoner pund sterling enligt 1995–1996 års standardmarknadsföringsavtal. (Den resultatbonus som anges i tabellen betalas till resebyråerna för varje British Airways-biljett av den aktuella typen som sålts).

Mål (trafikintäkter i procent av före- gående års nivå)	Resultatbonus (pund sterling)					Särskild bonus (pund sterling)
	Longhaul Premium	World Traveller	Club Europe	Euro Traveller	Super Shuttle Executive	North Atlantic
100	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
105	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
110	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
115	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
120	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
125	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
130	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *

⁽⁶⁾ Den 13 augusti 1993 uppgav British Airways i ett svar på kommissionens begäran om upplysningar att marknadsföringsavtalen tillämpats åtminstone sedan 1992. Till samma brev bifogades ett standardmarknadsföringsavtal för perioden april 1993 till mars 1994. British Airways uppgav i ett svar av den 13 december 1995 på kommissionens begäran om upplysningar att systemet fortsatt att användas och att marknadsföringsavtalen gällde fram till utgången av säsongen 1995–1996. Efter kommissionens meddelande om invändningar av den 20 december 1996 har British Airways inte i något av sina senare uttalanden uppgivit att affärsmetoderna skulle ha ändrats.

* Delar av denna text har utformats så att konfidentiella uppgifter inte skall röjas. Dessa delar omges av en hakparentes och är markerade med en asterisk.

Resultatmålen anges i procent av resebyråns sammanlagda trafikintäkter för British Airways under samma period föregående år.

British Airways definierar resornas typ som följer:

- Longhaul Premium är resor med Concorde, First Class och Club World.
- World Traveller-konceptet består av resor till, från eller inom Nord- och Sydamerika, Karibien, Afrika, Australien, Nya Zeeland och Asien.
- Club Europe-konceptet består av resor till, från eller på den europeiska kontinenten, inklusive Irland, Cypern och Israel.
- Euro Traveller-konceptet består av resor till, från eller på den europeiska kontinenten, inklusive Irland, Cypern och Israel.
- Longhaul är resor till, från eller inom Nord- och Sydamerika, Karibien, Afrika, Australien, Nya Zeeland och Asien, inklusive Turkiet och Ryssland.
- Shorthaul är resor till, från eller på den europeiska kontinenten, inklusive Cypern och Israel.
- North Atlantic är resor till, från eller inom Förenta Staterna, Kanada och Bermuda.

Individuellt utformade marknadsföringsavtal

12. Nedan visas British Airways resultatbonus (i pund sterling) för de olika resetyperna per sektor, enligt 1995/96 års marknadsföringsavtal med Thomas Cook (en resebyrå i kategori A) mellan den 1 april 1995 och den 31 mars 1996. (Resultatbonusen i tabellen avser resebyråns ersättning för varje British Airways-biljett av respektive typ som sålts).

Mål (trafikintäkter i procent av före- gående års nivå)	Resultatbonus (pund sterling)					Särskild bonus (pund sterling)
	Longhaul Premium	World Traveller	Club Europe	Euro Traveller	Super Shuttle Executive	North Atlantic
101,5	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
102,5	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
105,0	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
107,5	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
109,5	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
112,5	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
115,0	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *
120,0	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *	[...] *

13. Tabellen nedan visar vilken resultatbonus och särskild bonus (i pund sterling) som några andra resebyråer i kategori A fick per sektor för Longhaul Premium och North Atlantic mellan den 1 april 1995 och den 31 mars 1996 enligt 1995/96 års marknadsföringsavtal när deras försäljning för British Airways nådde 105 % av föregående års nivå.

Resebyrå	Resultatbonus (pund sterling)	Särskild bonus (pund sterling)
	Longhaul Premium	North Atlantic
Hogg Robinson BTI	[...] *	[...] *
Carlson Wagonlit	[...] *	[...] *
American Express (106 %)	[...] *	[...] *

14. Marknadsföringsavtalen innehåller även bestämmelser om "samarbetsbonus" för vissa sektorer och resor med British Airways franchisetagare, till exempel Cityflyer Express, GB Airways, Loganair och Maersk Air Ltd.
15. Två inslag i bonusersättningen bör noteras:
- För att få rätt till resultatbonus eller övrig bonus tvingas resebyråerna varje år öka försäljningen av biljetter med British Airways.
 - Resultatbonus och övrig bonus betalas visserligen inte för inrikesresor med British Airways (utom för biljetter till Executive eller Timesaver-pris i sektorn Super Shuttle Executive) men inrikesresorna har betydelse för att nå riktvärdet, som beräknas på de totala trafikintäkterna, vilka omfattar lång- och kortdistansflygningar samt inrikesresor.
- b) Utbildnings- och affärsutvecklingsfond
16. Enligt marknadsföringsavtalen ger British Airways resebyråerna vissa bidrag för personalutbildning. Marknadsföringsavtalen innehåller också bestämmelser om en affärsutvecklings- och marknadsföringsfond som British Airways upprättat för att utveckla marknaden. Varje enskild resebyrå kan få anslag ur fonden till exempel för direktreklam om British Airways, konferenser, besök på flyplatser och marknadsföringsträffar. I marknadsföringsavtalen förtydligas att syftet med fonderna är att öka British Airways intäkter.
17. Marknadsföringsavtalet med Thomas Cook för 1993/94 innehåller bestämmelser om bidrag för utbildning och marknadsföring, som lyder:
- "8) Thomas Cook skall tillsammans med British Airways kundkontoansvariga utveckla gemensamma marknadsföringsförslag som skall öka båda parter passagerarantal och intäkter.
 - 9) British Airways skall betala ett bidrag för sådan gemensam reklam- och marknadsföringsverksamhet under ett år, från den 1 april 1993 till den 31 mars 1994. År 1993/94 kommer fonden för stöd till marknadsföring och utbildning att uppgå till 670 000 pund sterling.
- (...)
- 11) Marknadsföringsfonden skall användas för att öka British Airways intäkter. I första hand rekommenderas nedanstående reklamverksamhet som kan öka intäkterna:
- Marknadsföring via direktdistribuerad reklam om British Airways (får vara individuellt utformad), lokala annonser för British Airways tjänster eller kampanjer.

- b) Försäljningsfrämjande åtgärder (till exempel produktuppdatering och konferenser), incitament för personalen, kundevenemang (till exempel besök på flygplatser, marknadsföringsträffar eller workshops för sekreterare) och incitament för kunder.

Exemplen ovan är inte uttömmande. Andra reklam- eller marknadsföringsåtgärder kan diskuteras med British Airways kundkontoansvariga.

(...)

- 17) British Airways förbinder sig att stödja era investeringar i utbildning av hög kvalitet genom utbildningsfonden. Fonden får användas för alla kurser som ges av Speedwing Training. En förteckning över tillgängliga kurser bifogas. Kursorterna kan komma att ändras beroende på efterfrågan. Erbjudandet kan även omfatta internutbildning. Alla kurser ges enligt Speedwing Trainings sedvanliga förutsättningar och villkor, som beskrivs i deras prospekt. Alla avgifter för ändringar, avbokningar eller oanmäld frånvaro kommer att debiteras ert konto.
- 18) Ett belopp på 80 000 pund sterling har avsatts för utbildning med Speedwing Training. Beloppet kan ändras efter samråd med British Airways kundkontoansvariga".
18. Det bör framhållas att affärsutvecklingsfonden omfattar direkt personalinriktade åtgärder. Marknadsföringsavtalet med Thomas Cook för 1993/94 innehåller bestämmelser om direkt personalinriktade incitament som lyder:
- "15) Om British Airways vill främja försäljningen i vissa länder eller regioner genom incitament som direkt eller indirekt riktar sig till Thomas Cooks personal skall skriftligt samtycke från Thomas Cook erhållas innan reklam får sändas till personalen. Om detta ej sker förbehåller sig Thomas Cook rätten att återkalla reklamerbjudandet.
- 16) British Airways går med på att under den tid detta avtal gäller fortsätta att betala 0,25 procent av försäljningen på Premier Selection-programmet till Leisure staff via Thomas Cooks incitamentsystem Travel Trail. Betalningen skall göras ur marknadsföringsfondens anslag."

c) Villkor

19. British Airways marknadsföringsavtal innehåller vissa villkor för hur British Airways produkter får marknadsföras på resebyråernas kontor. Ett grundläggande krav är att British Airways inte skall behandlas mindre förmånligt än något annat flygbolag. Standardmarknadsföringsavtalen för år 1995/96 innehåller nedanstående villkor, och liknande bestämmelser finns i alla marknadsföringsavtal:
- "21) Alla British Airways produkter skall finnas med i resebyråns eventuella förteckningar över rekommenderade bolag.
- 22) Resebyrån får inte utöva verksamhet som kan diskriminera försäljningen av British Airways produkter eller tjänster. British Airways får därför inte behandlas mindre förmånligt än något annat flygbolag.
- 23) I tillämpliga fall skall British Airways lägsta pris på returbiljetter med reguljärflyg under hela året exponeras i resebyråns automatiska (datoriserade) databokningssystem för byråns kontor, på ett minst lika förmånligt sätt som övriga flygbolags. De destinationer som kan bokas via datasystemet skall finnas med.

- 24) British Airways och British Airways Holidays produkter skall finnas väl synliga i resebyråns reklam och skyltning så att kunderna uppmärksammar dem. Skyltningen skall i samtliga fall vara minst lika förmånlig som övriga flygbolags. Om fönsterskytning förekommer skall resebyrån ge British Airways minst två skyltningsmöjligheter per år vid samtliga dotterbolag, på tidpunkter som skall fastställas gemensamt.
- 25) Återförsäljningskontoren skall skylta med tidtabeller för British Airways reguljärflyg och alla broschyrer om British Airways och British Airways Holidays skall under hela året finnas i ögonhöjd på alla resebyråns kontor. Skyltningen skall vara minst lika fördelaktig som för övriga flygbolag."

2. De övergripande avtalen

20. De avtal med resebyråerna som beskrivs i skälen 7–19 avser biljettförsäljningen i Förenade kungariket. Under vintersäsongen 1992/93 slöt British Airways även särskilda övergripande incitamentavtal med de tre resebyråerna American Express, Rosenbluth och Carlson Travel. Avtalen gav resebyråerna rätt till en tilläggsprovision som beräknades på hur mycket British Airways andel av byråernas världsomspännande försäljning ökat. Avtalen kompletterade lokala avtal i enskilda länder. Resebyråer som under vintersäsongen ökade British Airways andel av den sammanlagda internationella försäljningen med minst 1,5 % på de marknader som angavs i avtalen fick 10 % på de ytterligare inkomster andelsökningen givit. Om resebyråerna stödde programmet med personalmotiverande åtgärder betalade British Airways dessutom ett i avtalet fastställt belopp, som inte behövde återbetalas ens om man inte nådde den avtalsenliga ökningen.

För det andra tillkännagav British Airways att ett så kallat resultatbonussystem skulle införas från och med den 1 december 1997. British Airways förklarade att "resultatbonussystemet ger resebyråerna möjlighet att göra resultatbaserade vinster som mer än väl kompenserar sänkningen av standardprovisionen". Detta resultatbonussystem bör inte blandas ihop med den resultatbonus som betalas till resebyråer som slutit marknadsföringsavtal med British Airways.

24. Den nya metoden för att beräkna provision kommer att tillämpas på alla resebyråer i Förenade kungariket. Förutom den nya fasta grundprovisionen på 7 % kan varje resebyrå enligt det nya systemet tjäna en tilläggsbonus på högst 3 % för utrikesbiljetter och 1 % för inrikesbiljetter. Hur stor den variabla bonusen på inrikes- och utrikesbiljetterna blir beror på hur mycket resebyråerna säljer för British Airways. Resultatnivån mäts genom att resebyråns sammanlagda trafikintäkter för British Airways-koncernen och antalet British Airways-biljetter som utfärdats en viss kalendermånad jämförs med resultatet samma månad föregående år. Tilläggsbonusen läggs ovanpå övrig bonus som betalas enligt befintliga marknadsföringsavtal.

3. Resultatbonussystemet

21. År 1976–1997 betalade British Airways en standardprovision för utrikes- och inrikesbiljetter på 9 % respektive 7,5 % till resebyråer i Förenade kungariket.
22. Den 17 november 1997 skrev British Airways ett brev till alla resebyråer i Förenade kungariket och beskrev ett nytt resultatbaserat belöningssystem. Systemet ändrades på två sätt.
23. För det första tillkännagav British Airways att alla biljetter med British Airways som såldes i Förenade kungariket skulle ge en standardprovision på 7 % från och med den 1 januari 1998.

25. Den variabla tilläggsbonusen beräknas enligt ett resultatriktvärde på 95 % av omsättningen från biljettförsäljning för British Airways samma månad föregående år. Ett bättre resultat än 95 % ger resebyråen rätt till den variabla bonusen och ju bättre resultat desto högre blir ersättningen.

Det bör noteras att resebyråernas faktiska resultatnivå, som avgör om de har rätt till den variabla bonusen, räknas ut på trafikintäkterna från utrikes- och inrikesflyg tillsammans medan intäkterna från utrikes- och inrikesflyg separeras när själva ersättningen räknas ut.

26. Den variabla bonusen för utrikes- och inrikesbiljetter anges i procent av bonusen för utrikes- och inrikesflyg.

get, som räknas ut på British Airways proportionella andel av de sammanlagda intäkterna från biljetter som utfärdats med British Airways identifikationsplåt.

När det gäller utrikesbiljetter får resebyråerna enligt resultatbonussystemet förutom grundprovisionen på 7 % ytterligare 0,1 % i variabel bonus för varje procentenhet över resultatriktvärdet på 95 %. För inrikesbiljetter ger varje treprocentig ökning av resultatriktvärdet på 95 % rätt till 0,1 % i variabel bonus. Det högsta variabla belopp som resebyråerna kan få enligt resultatbonussystemet är 3 % för utrikesbiljetter och 1 % för inrikesbiljetter och i båda fallen krävs en resultatnivå på eller över 125 %.

27. Om resebyrån en viss kalendermånad når till exempel resultatnivån 112 % för utrikesbiljetterna ger det en variabel bonus på 1,7 % av månadens bonusinkomster för utrikesresor $[(112 \text{ minus } 95) \times 0,1\%]$. För inrikesbiljetterna ger samma resultatnivå dock en variabel bonus på 0,5 % av kalendermånadens samma resultatnivå dock en variabel bonus på 0,5 % av kalendermånadens bonusinkomster för inrikesresor $[(112 \text{ minus } 95) \div 3 \times 0,1\%]$. Den variabla bonusen betalas enligt resultatbonussystemet ut varje månad.
28. Resultatbonussystemet var avsett att gälla till och med den 31 mars 1999. För december 1997 inrättade British Airways ett övergångssystem och resultatbonussystemet användes den månaden parallellt med de tidigare standardprovisionerna på 9 % för utrikesbiljetter respektive 7,5 % för inrikesbiljetter. Den 8 februari 1999 tillkännagav British Airways att systemet inte skulle förnyas för perioden 1999/2000.

4. Provisionssystemens gemensamma drag

29. De ovan beskrivna provisionssystemen för resebyråer har ett tydligt gemensamt drag. Varje gång försäljningsökningsmålen uppnås ökar provisionen på alla biljetter resebyrån sålt, inte bara på de biljetter som sålts efter det att målet nåtts. Marknadsföringsavtalen ger resebyråerna ett högre bonusbelopp per biljett, räknat på hela biljettförsäljningen. Resultatbonussystemet ger en högre procentuell provisionssats på resebyråernas sammanlagda biljettförsäljning. Det innebär att resebyråer som är nära att nå en av trösklarna för att höja provisionssatsen kan påverka provisionsintäkterna kraftigt genom att sälja relativt få ytterligare biljetter med British Airways. För att motverka den effekten måste konkurrenter till British Airways erbjuda en mycket högre provisionssats på alla biljetter byrån säljer om de vill sporra resebyråerna till att föra över en del av försäljningen från British Airways till dem.

30. Ett exempel illustrerar effekterna av British Airways provisionssystem. Låt oss anta att en resebyrå säljer utrikesbiljetter för 100 000 pund sterling en månad under referensåret. Om resebyrån en månad säljer utrikesbiljetter med British Airways för 100 000 pund sterling ger det en grundprovision på 7 % och en resultatbonus på 0,5 % $[(100 \text{ minus } 95) \times 0,1\%]$ ⁽⁷⁾ eller en sammanlagd provisionsinkomst på 7 500 pund sterling på försäljningen av utrikesbiljetter $(100\,000 \times (7\% + 0,5\%))$. Om 1 % av försäljningen av utrikesbiljetter förs över till någon av British Airways konkurrenter sjunker resultatbonusen till 0,4 % $[(99 \text{ minus } 95) \times 0,1\%]$ och den lägre taxan tillämpas då på hela resebyråns biljettförsäljning för British Airways. Resebyråns provisionsinkomster på försäljningen av utrikesbiljetter med British Airways sjunker till 7 326 pund sterling $(99\,000 \times (7\% + 0,4\%))$. Om försäljningen av utrikesbiljetter med British Airways minskar med 1 000 pund sterling ger det alltså provisionsförluster på 174 pund sterling. Provisionsmarginalen blir därmed 17,4 %. I praktiken innebär detta att konkurrenter till British Airways som har tillräcklig kapacitet att överta flygningar för 1 000 pund sterling i sålda biljetter från British Airways måste erbjuda 17,4 % i försäljningsprovision om inte resebyrån skall förlora på affären. Visserligen måste även British Airways erbjuda den högre provisionsmarginalen på försäljningsökningar men gynnas ändå jämfört med nya konkurrenter, som ju måste erbjuda den högre provisionen på hela försäljningen. Beteendet bottnar i att British Airways vill befästa sin ställning på en marknad som relativt nyligen avreglerats, snarare än att faktiskt möta konkurrensen.

Effekten blir ännu kraftigare om riktvärdet på resebyråernas biljettförsäljning för British Airways räknas ut på en procentandel som består av ett färre antal biljetter. Effekten ökar också om resebyrån både får tilläggsbonus enligt resultatbonussystemet och annan provision enligt marknadsföringsavtal.

D. MARKNADER

1. Resebyråtjänster för flygresor i Förenade kungariket

31. Resebyråerna agerar inte som huvudmän i försäljningen av flygbiljetter utan är agenter för flygbolagen. Flygbolagen är resenärernas direkta avtalsparter och tar själva hela risken med och behållningen av de flygtransporttjänster som tillhandahålls. Flygbolagens tjänster mark-

⁽⁷⁾ Enligt den formel som beskrivs i skäl 26.

nadsförs av resebyråerna, som hjälper resenärerna att välja lämpliga tjänster på vad som antas vara opartiska grunder, sköter det administrativa arbetet med att utfärda biljetter, tar emot resenärernas betalning och överför den till flygbolagen. I utbyte mot dessa tjänster får resebyråerna provision från flygbolagen i proportion till sin biljettförsäljning.

utrikes reguljärflyg enligt IATA:s Passenger Agency Programme. De andra 526 resebyråerna som deltar i betalningshanteringssystemet säljer bara inrikes flygresor. Resebyråer som inte deltar i betalningshanteringssystemet måste ha individuella avtal med ett givet flygbolag för att få sälja flygbiljetter på reguljärflyg.

32. Resebyråernas tjänsteutbud och förmåga att attrahera resenärer består huvudsakligen i att de kan boka resor med alla transportmedel och bolag. Det IATA-system som beskrivs nedan begränsar flygbolagens möjligheter att vägra arbeta med vissa resebyråer⁽⁸⁾. IATA-anslutna resebyråer har viss rätt att överklaga ett flygbolags beslut att vägra arbeta med dem. När en marknad domineras av ett visst flygbolag tvingas å andra sidan resebyråerna att anlita det bolaget och upptäcker snart att en stor del av biljettförsäljningen av nödvändighet sker för det bolaget. En stor del av resebyråns provisionsinkomster för flygresor kommer därmed från det bolaget. Även om resebyrån också säljer andra bolags flygbiljetter påverkas inkomsterna kraftigt av vilken provision det marknadsdominerande bolaget erbjuder.
33. År 1995 fanns det omkring 7 000 resebyråer i Förenade kungariket. De största och viktigaste resebyråerna deltar i betalningshanteringssystemet Billing and Settlement Plan (BSP) för Förenade kungariket. Sammanlagt deltar 4 634 resebyråer i betalningshanteringssystemet. Av dessa är 4 108 IATA-anslutna och får sälja biljetter med
34. Enligt den europeiska branschorganisationen för resebyråer, European Community Travel Agents Association, säljs i genomsnitt 70 % av flygbiljetterna inom Europa via resebyråer. I Förenade kungariket sköter resebyråerna i genomsnitt 80–85 % av flygbiljettsförsäljningen enligt den brittiska branschorganisationen för resebyråer, Association of British Travel Agents⁽⁹⁾. Återstoden säljs via flygbolagens egna kontor. Under perioden januari–november 1998 såldes till exempel biljetter med British Airways för 2 911 miljoner pund sterling, varav 2 479 miljoner pund sterling (85 %) kom från sådan försäljning via IATA-anslutna resebyråer som reglerades inom betalningshanteringssystemet för Förenade kungariket⁽¹⁰⁾.
35. År 1992 utgjorde British Airways biljettförsäljning via de IATA-anslutna resebyråerna 66 % av de tio största flygbolagens försäljning inom betalningshanteringssystemet för Förenade kungariket det året. År 1998 utgjorde British Airways försäljning genom betalningshanteringssystemet på 3 276 miljoner pund sterling 57 % av de tio största flygbolagens försäljning genom betalningshanteringssystemet det året.
36. Nedan visas British Airways andel av den sammanlagda försäljningen genom betalningshanteringssystemet (BSP) i Förenade kungariket år 1992–1998.

År	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Försäljning via BSP i Förenade kungariket totalt (miljoner pund sterling)	4 235	4 709	5 420	5 877	7 369	7 885	8 246
British Airways försäljning via BSP (miljoner pund sterling)	1 961	2 149	2 357	2 508	2 970	3 311	3 276
British Airways andel (procent)	46,3	45,6	43,5	42,7	40,3	42,0	39,7

⁽⁸⁾ Kommissionens beslut 91/480/EEG avseende IATA Passenger Agency Programme, skäl 38 (EGT L 258, 16.9.1991, s. 18).

⁽⁹⁾ Brev av den 19 april 1999 från The Association of British Travel Agents till kommissionen.

⁽¹⁰⁾ Brev av den 20 april 1999 från British Airways till kommissionen.

37. Nedan visas British Airways andel av de tio största resebyråernas försäljning för olika flybolag.⁽¹⁾

Resebyrå	British Airways bruttointkomst (miljoner pund sterling)	Inkomster från BSP totalt (miljoner pund sterling)	British Airways andel 1997/98 (%)
American Express UK	[...] *	[...] *	[...] *
Hogg Robinson	[...] *	[...] *	[...] *
Carlson Wagonlit	[...] *	[...] *	[...] *
Carlson Worldchoice	[...] *	[...] *	[...] *
Going Places TVL Ltd	[...] *	[...] *	[...] *
Thomas Cook	[...] *	[...] *	[...] *
Brittanic Travel	[...] *	[...] *	[...] *
P & O Travel	[...] *	[...] *	[...] *
Portman Travel Ltd	[...] *	[...] *	[...] *
The Travel Company	[...] *	[...] *	[...] *
Totalt	[...] *	[...] *	[...] *

2. Passagerarflyg till och från Förenade kungariket

38. British Airways erbjuder fler flygningar på linjerna till, från och inom Förenade kungariket än något annat flygbolag.

Enligt Civil Aviation Authority flög 10,7 miljoner passagerare år 1994 med inrikesflyget i Förenade kungariket. Därav flög 5,9 miljoner till eller från London och 4,8 miljoner på övriga inrikeslinjer. Av dem som tog inrikesflyget till eller från London reste 60,6% med British Airways och på övriga inrikeslinjer reste 22,4% med British Airways. Bolaget hade därmed en sammanlagd marknadsandel på 46,5% av den samlade marknaden för inrikesflyg i Förenade kungariket.

I juli 1995 utgick 151 utrikeslinjer från Heathrow och 92 från Gatwick. British Airways hade 92 respektive 43 linjer. De tre största konkurrenterna hade elva, tio respektive nio av Heathrow-linjerna och fyra linjer vardera från Gatwick.

Vintern 1998 hade British Airways 38% av veckans ankomst- och avgångstider på Heathrow. Bolagets största konkurrent stod bara för 14% av avgångarna. British Airways fem största konkurrenter stod tillsammans bara för 27,42%.

39. Enligt en internationell passagerarstudie som gjordes 1994 befordrade British Airways 40% av de 37,9 miljoner passagerare som tog utrikesflyget från Heathrow och 21% av de 18,6 miljoner passagerare som tog utrikesflyget från Gatwick.
40. Detta gav British Airways en andel på 34% av den internationella trafiken från Heathrow och Gatwick.
41. År 1998 såldes biljetter för alla flygbolags räkning i Förenade kungariket för sammanlagt 8 245 miljoner pund sterling via IATA:s betalningshanteringssystem för Förenade kungariket och British Airways andel var 3 276 miljoner pund sterling (39,7%).

⁽¹⁾ Rapport från National Economic Research Associates (NERA) framlagd av British Airways den 28 april 1999.

Tabellen nedan visar de fem största brittiska flygbolagens andelar, rangordnade efter försäljningsvolym via betalningshanteringssystemet år 1992–1998.

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
British Airways	46,3	45,6	43,5	42,7	40,3	42,0	39,7
American Airlines		5,4	7,3	7,7	7,6	3,6	3,8
Virgin	2,8	3,0	3,7	4,0	4,0	5,8	5,5
British Midland	3,6	3,4	3,2	3,0	2,7	—	—
Qantas	3,0	2,7	3,0	2,6	6,4	3,0	3,3
KLM	2,5	—	—	—	—	3,8	5,3

Av den totala biljettförsäljningen med reguljärflyg i Förenade kungariket hanteras merparten (omkring 85 %) via IATA:s betalningshanteringssystem. Det finns därför ingen anledning att anta att flygbolagens andelar av den totala biljettförsäljningen med reguljärflyg, egen direktförsäljning inräknad, skiljer sig nämnvärt från den försäljning som sker via betalningshanteringssystemet.

42. De produkter som avses är flygningar till och från flygplatser i Förenade kungariket. Denna produktgrupp omfattar flera olika produktmarknader, som definieras enligt passagerarnas avrese- och ankomstorter och i vilken utsträckning de är tids- och priskänsliga. Fullt ombokningsbara affärsresebiljetter med nonstop-flyg från Heathrow till ett viktigt affärscentrum som New York utgör en egen produktmarknad, eftersom sådana resenärer bara skulle kunna tänka sig att ersätta sina resa med en liknande biljett London–New York. En bredare produktmarknad i andra ändan av skalan skulle kunna vara förbokade ekonomibiljetter London–Paris med vissa begränsningar. Resenärer som inte är tidskänsliga eller turister som prioriterar priset väljer andra sätt att ta sig till Paris. De kan välja biljetter till förmånliga pris men med längre resväg, med stopp någon annanstans än i Paris och kan även tänkas acceptera flera mellanlandningar.
43. De olika produkterna säljs på flera geografiska marknader, vanligen på avrese- eller ankomstorten men även på andra orter när biljetterna utgör en del av en resa med mellanlandningar. British Airways produkter säljs i Förenade kungariket via brittiska resebyråer på det sätt som beskrivits ovan och transaktionerna regleras via IATA:s betalningshanteringssystem. British Airways konkurrenter i Förenade kungariket använder samma distributionskanaler och tillämpar samma försäljningsvillkor på dem som bor i Förenade kungariket.

E. PARTERNAS HUVUDARGUMENT

1. Virgin

liga klagomål avsåg även British Airways rabattsystem för stora företagskunder. De behandlas inte i det här beslutet.

44. Virgins ursprungliga klagomål av den 9 juli 1993 avsåg de incitamentsystem för resebyråer som beskrivs i avsnitt C.1 och C.2 ovan. Virgins kompletterande klagomål av den 9 januari 1998 avsåg det resultatbonussystem som beskrivs i avsnitt C.3 ovan. Virgins ursprung-
45. Virgin hävdade att British Airways rabatter till resebyråer och stora företagskunder utgör sådana villkorade avtal som strider mot artikel 81.1 och att British Airways i strid med artikel 82 utnyttjat sin dominerande ställning för att avskärma en del av marknaden, eller

marknaderna, för flygresor till och från Förenade kungariket för sina konkurrenter.

2. Kommissionens meddelande om invändningar

46. Den 20 december 1996 avgav kommissionen ett första meddelande om invändningar. Kommissionen ansåg att British Airways i Förenade kungariket hade en dominerande ställning både på marknaden för resebyråtjänster och på resemaknaden för affärsflyg. I meddelandet om invändningar kritiserades British Airways avtal med både resebyråer och företagskunder. I ett kompletterande meddelande om invändningar vidhöll kommissionen sin bedömning av den dominerande ställningen och kritiserade resultatbonussystemet för resebyråer, vilket ansågs utgöra missbruk av en dominerande ställning. Det här beslutet omfattar dock inte British Airways avtal med företagskunder.

Dominerande ställning

47. I meddelandet om invändningar hävdar kommissionen att British Airways har en dominerande ställning på marknaden för resebyråtjänster i Förenade kungariket av nedanstående skäl:
- i) Bolagets strukturella position och det därav följande största utbudet på flyg till och från Förenade kungariket.
 - ii) Bolagets andel av den sammanlagda flygreseförsäljningen i Förenade kungariket och den därav följande andelen av resebyråernas flygreseförsäljning.
 - iii) Bolagets andel av flygresemarknaden och resebyråförsäljningen i förhållande till konkurrenternas andel.
 - iv) Det faktum att resebyråerna är hänvisade till bolaget om de vill ge sina kunder fullständig service.

Missbruk genom avtal med resebyråer

48. I meddelandet om invändningar hävdar kommissionen att British Airways provisionsavtal med resebyråerna utgör missbruk av en dominerande ställning. Tilläggs-

provisionen beror på om resebyråerna uppnår eller överträffar tidigare års biljettförsäljning för British Airways och hänger inte samman med resebyråns storlek, effektivitet eller tjänster som utförts för British Airways. Provisionen är därför inte kopplad till kostnadsbesparande eller effektivitetshöjande åtgärder. Enligt kommissionens kännedom medför en omfattande försäljning vid resebyråerna inga kostnadsbesparingar eller effektivitetshöjningar för British Airways. Kommissionen ansåg därför att de provisioner som ges diskriminerar mellan resebyråer. Kommissionen ansåg vidare att provisionssystemen lett till otillåten utestängning från marknaden eftersom systemen har det gemensamt att den progressiva tilläggsprovisionen ger en kraftig margineffekt, som förstärks varje år resebyråerna ökar sin försäljning av biljetter med British Airways. De ytterligare förmåner och den kontantersättning resebyråerna får enligt vissa provisionssystem förstärker de diskriminerande och utestängande effekterna.

3. British Airways svar på meddelandena om invändningar

49. British Airways lämnade följande svar på kommissionens meddelanden om invändningar:
- i) Ett skriftligt svar på kommissionens meddelande om invändningar av den 27 mars 1997.
 - ii) Ett kompletterande memorandum av den 15 oktober 1997.
 - iii) Muntliga framställningar vid hearingen den 12 november 1997.
 - iv) Ett dokument som på British Airways begäran utarbetats av professor Robert S. Pindyck vid M.I.T. lades fram för kommissionen vid hearingen den 12 november 1997.
 - v) British Airways svar på kommissionens kompletterande meddelande om invändningar av den 20 maj 1998.
 - vi) Vid ett möte den 28 april 1999 lade British Airways fram en rapport som National Economic Research Associates utarbetat på företagets begäran.
 - vii) Olika brev mellan maj 1998 och april 1999.

50. British Airways lade fram ett stort antal faktiska och rättsliga argument i fråga om marknadsdefinition, fastställande av dominerande ställning, konstaterandet om missbruk, tillämplig processlagstiftning i ärendet och i fråga om kommissionens skyldigheter i samband med beslutet om att fortsätta handläggningen av ärendet eller inte. Argumenten sammanfattas nedan.

British Airways argument om kommissionens generella skyldigheter

51. I sitt svar på kommissionens meddelanden om invändningar fäste British Airways kommissionens uppmärksamhet på andra europeiska flygbolags incitamentsystem för resebyråer och stora företagskunder. Dessa system, som nu behandlas i olika ärenden till följd av British Airways klagomål mot ett antal europeiska flygbolag, kan vara snarlika de system som kommissionen har invänt mot i detta ärende. British Airways har hävdad att det innebär diskriminering från kommissionens sida att fortsätta handläggningen av ärendet innan den vidtar åtgärder mot de system som används av andra flygbolag. British Airways hävdar att denna diskriminering strider mot kommissionens grundläggande rättsliga skyldigheter. British Airways gör vidare gällande att det skulle förvärpa den övergripande konkurrenssituationen på de relevanta marknaderna att fortsätta förfarandet gentemot British Airways incitamentsystem innan åtgärder vidtas mot system som används i andra europeiska länder där British Airways säljer biljetter. British Airways har föreslagit att kommissionen antar någon form av generell lagstiftning som är tillämplig på alla flygbolag inom EES, som t.ex. lagstiftningen om datoriserade bokningssystem⁽¹²⁾, i stället för att gå vidare med ett enskilt ärende.

British Airways argument om tillämplig processlagstiftning

52. Av skäl som utvecklas vidare nedan anser British Airways inte att tillhandahållande av resebyråtjänster för flygresor i Förenade kungariket utgör en giltig marknad. Företaget hävdar därför att dess provisionssystem för resebyråer endast berör en marknad för "försäljning av lufttransport genom resebyråer" och därmed faller utanför tillämpningsområdet för förordning nr 17.

British Airways argument om marknadsdefinition

53. British Airways hävdar att resebyråers tillhandahållande av resebyråtjänster för flygresor inte är en korrekt definierad produktmarknad. British Airways grundar sin inställning på följande omständigheter:
- i) Resebyråer tillhandahåller även andra tjänster, som t.ex. hotellbokning och biluthyrning "invänt" i sin lufttransportverksamhet. British Airways beskriver att detta ger upphov till utbytbart på utbudssidan och därmed utvidgar definitionen av den relevanta produktmarknaden.
 - ii) Resebyråer är inte en "klart avgränsad klass". Vissa är t.ex. vertikalt integrerade med researrangörer. British Airways hävdar att detta ger upphov till vad företaget menar med utbytbart på utbudssidan och ändrar definitionen av en relevant marknad.
 - iii) British Airways påpekar att resebyråerna också säljer resebyråtjänster till charterflygbolag och att denna verksamhet inte ingår i de marknadsuppgifter som kommissionen har använt. British Airways uppskattar att upp till 50% av de flygresor till utlandet som säljs i Förenade kungariket kan vara charterresor och att marknaden bör omfatta tillhandahållandet av resebyråtjänster till charterarrangörer.
 - iv) British Airways åberopar det faktum att passagerarna inte köper flygbiljetter endast av resebyråer utan även direkt av flygbolagen per telefon eller via Internet. British Airways hävdar att detta också borde ändra kommissionens marknadsdefinition.
 - v) British Airways gör gällande att eftersom de berörda affärsmetoderna avser distribution av lufttransporter bör den relevanta marknaden vara marknaden för lufttransporter.
 - vi) British Airways hävdar att kommissionen har avvikit från sina egna riktlinjer för hur marknader skall definieras genom att inte använda pristestet, som visar vilka följder en liten, varaktig ökning av de relativa priserna skulle få.

54. British Airways gör gällande att den geografiska marknaden för resebyråtjänster för flygresor måste vara vidare än bara Förenade kungariket, eftersom många resebyråer är verksamma i fler än en medlemsstat.

⁽¹²⁾ Kommissionens förordning (EG) nr 3652/93 av den 22 december 1993 om tillämpningen av artikel 85.3 i fördraget på vissa kategorier av avtal mellan företag med avseende på datoriserade bokningssystem för lufttransporttjänster (EGT L 333, 31.12.1993, s. 37).

British Airways argument om dominerande ställning

55. Vad gäller marknaden för resebyråtjänster för flygresor anför British Airways följande:

- i) British Airways är enligt IATA:s regler skyldigt att samarbeta med alla resebyråer, vilket försvagar British Airways ställning gentemot resebyråerna.
- ii) Till skillnad mot situationen på marknader för fysiska varor har resebyråer inte ett "lager" av British Airways-flygningar och därför kan man enligt British Airways inte hindra dem eller få dem att avhålla sig från att göra reklam för andra flygbolags biljetter.
- iii) Som en utveckling av argumenten om resebyråers "utbytbarhet på utbudssidan" hävdar British Airways att den omständigheten att resebyråerna bedriver andra inkomstbringande verksamheter gör att British Airways inte kan ha en dominerande ställning i förhållande till dem.

56. Med avseende på kommissionens slutsatser om marknaderna för lufttransport till och från Förenade kungariket lägger British Airways fram ett antal argument angående intensiteten av konkurrensen inom flygbolagsbranschen. Företaget uppmärksammar särskilt framgången för nya aktörer på marknaden, t.ex. Virgin, och en påstådd lätthet att gå in på marknaden. British Airways tillhandahåller siffror för marknadsandelar för enskilda linjer till och från Förenade kungariket, där British Airways konkurrerar med Virgin. På vissa av dessa linjer konkurrerar Virgin till och med ut British Airways i fråga om trafik från punkt till punkt. British Airways påpekar också att företaget fungerar som "generalagent" för ett flertal flygbolag. Biljettförsäljningen för dessa flygbolag kan vara medräknad i BSP-siffrorna för British Airways försäljning i Förenade kungariket. Dessa siffror kan därför göra att British Airways marknadsandel anges för högt. British Airways uppskattar, utan att ange någon grund för det, att upp till fem procentenheter av den andel som framgår av BSP-siffrorna kan hänföras till sådan biljettförsäljning för andra flygbolag.

British Airways argument om missbruk

57. British Airways gör gällande att även om Europeiska gemenskapernas domstol i domen i mål Michelin⁽¹³⁾ tillbakavisade ett rabattsystem som användes av en leverantör med dominerande ställning och som inte baserades på någon ekonomisk motprestation som motiverade den, skall detta rättsfall "läsas tillsammans med La Roche"⁽¹⁴⁾ och därmed endast anses tillämpligt på

rabattsystem som leder till att en kund tvingas täcka hela eller större delen av sina behov hos leverantören med dominerande ställning.

58. British Airways har också lagt fram bevis för att det kan innebära vissa kostnadsbesparingar för British Airways att sälja sina biljetter genom en resebyrå som har en stor försäljningsvolym. British Airways hävdar att vissa kostnader i samband med handeln med en resebyrå antingen är fasta oavsett resebyråns storlek eller inte ökar i direkt proportion till resebyråns försäljningsvolym. Det innebär därför en kostnadsbesparing för British Airways att använda sig av större resebyråer. British Airways ger som exempel marknadsförings- och kommunikationskostnader, som t.ex. kostnader för tillverkning av broschyrer och för produktutbildning, driftskostnader för att behandla förfrågningar från resebyråer, att kontrollera och mata in order från resebyråerna och ge dem information om biljettpreiser samt kommersiella kostnader för att ingå och förvalta ett avtalsförhållande med en resebyrå. Större delen av dessa besparingar uppstår genom samarbete med en resebyråkedja i stället för med en enskild resebyrå.

59. British Airways försöker använda en preliminär ståndpunkt från en högre tjänsteman vid kommissionen. Enligt denna ståndpunkt var det inte tillräckligt uppenbart att dessa rabatter kan strida mot artikel 82 för att det skulle motivera interimistiska åtgärder⁽¹⁵⁾.

60. British Airways hävdar också att rabatterna för att uppmuntra extra försäljning ökar effektiviteten, att rabattsystemen i fråga inte har haft till resultat att sätta konkurrensen ur spel, att de utgör handelsbruk inom flygbolagsbranschen och att andra flygbolag kan stå emot effekterna av dessa rabatter. Enligt British Airways betyder dessa omständigheter att rabatterna i fråga inte innebär missbruk.

61. British Airways har lagt fram bevis för att det i praktiken innebär fördelar för företagets effektivitet om en resebyrå säljer ett stort antal British Airwaysbiljetter. British Airways har också lagt fram bevis för att vissa kostnader för biljettförsäljning genom resebyråer är lägre per biljett om biljetterna säljs via en stor kedja av resebyråer eller agenter än om de säljs genom en liten resebyrå. Dessa "stordriftsfördelar" uppstår avseende driftskostnader, t.ex. behandling av förfrågningar, utarbetande och kontroll av rapporter från resebyrån samt distribution av information om biljettpreiser till resebyråer.

⁽¹³⁾ Dom av den 9 november 1983 i mål C-322/81, Michelin mot kommissionen, Rec. 1983, s. 3461.

⁽¹⁴⁾ Dom av den 13 februari 1979 i mål C-85/76, Hoffmann-La Roche mot kommissionen, Rec. 1979, s. 461.

⁽¹⁵⁾ Skrivelse till Frances Farrow, Virgin, av den 24 september 1993.

62. Effektivitetsvinster kan även göras avseende kommersiella kostnader, såsom förvaltning av avtalsförhållandet med resebyrå och avseende marknadsförings- och kommunikationskostnader som t.ex. framställning och försändelser av reklammaterial samt produktutveckling.
63. British Airways har gjort gällande att kommissionen endast har visat på effekterna för konkurrenterna, inte konsumenterna, och att detta inte är tillräckligt för att fastställa att det förekommit missbruk.
64. British Airways har gjort gällande att resebyråer och konkurrerande flygbolag på olika sätt kan minimera effekterna av provisionssystemen och att konkurrerande flygbolag trots provisionssystemen har kunnat ta marknadsandelar från British Airways. Med utgångspunkt i detta hävdar British Airways att provisionssystemen inte har haft tillräckligt stor effekt för att de skall betraktas som missbruk.

II. RÄTTSLIG BEDÖMNING

A. KOMMISSIONENS GENERELLA SKYLDIGHETER

65. Som anges i skäl 51 har British Airways hävdat att kommissionen bryter mot en generell skyldighet att inte diskriminera genom att fortsätta denna undersökning. Kommissionen måste tillämpa samma normer på de incitamentsystem som används av andra flygbolag som på de system som används av British Airways. Om kommissionen vid behandlingen av de klagomål som anges i skäl 51 finner att företag som har en ställning motsvarande British Airways tillämpar jämförbara metoder, kommer dessa att behandlas på samma sätt som British Airways nuvarande metoder. Det bör noteras att detta beslut är en följd av ett klagomål som Virgin gav in 1993. De klagomål som anges i skäl 51 gavs in 1998.
66. Kommissionen är emellertid inte skyldig att fatta beslut i liknande ärenden samtidigt. Kommissionen har ett utrymme att efter eget skön fördela sina små resurser mellan de många ärendena för att uppnå sina mål av allmänt intresse⁽¹⁶⁾. Ett sätt att göra detta på är att skapa prejudikat genom att ta upp särskilt viktiga ärenden. Till exempel har kommissionen i en lång rad beslut fällt tillverkare som försöker dela upp gemenskapsmarknaden

genom att ge sina distributörer absolut territoriellt skydd och har i synnerhet alltid insisterat på att distributörer med ensamrätt skall kunna utföra icke begärda order som kommer utifrån de territorier de tilldelats⁽¹⁷⁾. Det har aldrig påståtts att kommissionen borde ha skjutit upp behandlingen av något av dessa ärenden till dess att den hade identifierat alla de liknande metoder som används inom en viss bransch för att därefter vidta åtgärder mot dem samtidigt.

67. Ett närliggande argument har lagts fram, nämligen att det skulle vara diskriminerande att gå vidare med detta beslut samtidigt som British Airways fortfarande möts av konkurrens på andra geografiska marknader av flygbolag som ägnar sig åt liknande förfaranden på de marknaderna. Att få ett missbruksbeteende att upphöra på marknaden i Förenade kungariket kommer att öka konkurrensen på de relevanta brittiska marknaderna och därmed gynna konsumenterna. Konkurrenssituationen på andra geografiska marknader kommer att förbli oförändrad och konsumenterna där kommer inte att hamna i ett sämre läge. Det enda sätt på vilket ett beslut om den brittiska marknaden skulle kunna minska konkurrensen på andra marknader där British Airways också är verksam, skulle vara om beslutet fick till resultat att driva ut British Airways från branschen och därmed ut från dessa marknader. British Airways har inte påstått att detta ens skulle vara möjligt. Ett beslut om att missbruk skall upphöra på marknaden i Förenade kungariket har därför enbart positiva effekter och kan inte anses ha en snedvridande effekt på konkurrensen.

B. TILLÄMPLIGA FÖRORDNINGAR

68. Detta beslut rör British Airways beteende på marknaden i Förenade kungariket för resebyråtjänster för flygresor. Denna verksamhet har behandlats som en produkt som är separat från lufttransport⁽¹⁸⁾. Den faller därför utanför tillämpningsområdet för rådets förordning (EEG) nr 3975/87⁽¹⁹⁾, som endast är tillämplig på "lufttransport mellan flygplatser inom gemenskapen"⁽²⁰⁾. Den relevanta förfarandeförordningen är därför förordning nr 17. Denna situation skiljer sig från situationen i det nyligen avgjorda UIC-målet⁽²¹⁾. EG-domstolen fann i domen

⁽¹⁷⁾ Till exempel den långa raden av beslut om förbud som börjar med de förenade målen C-56 och 58/64, Consten & Grundig mot kommissionen, Rec. 1966, s. 429.

⁽¹⁸⁾ Se fotnot 8, IATA Passenger Agency Programme.

⁽¹⁹⁾ Rådets förordning (EEG) nr 3975/87 av den 14 december 1987 om närmare villkor för tillämpningen av de konkurrensregler som gäller för lufttransportföretag (EGT L 374, 31.12.1987, s. 1).

⁽²⁰⁾ Se artikel 1 i den förordningen.

⁽²¹⁾ Dom av den 11 mars 1997 i mål C-264/95 P, kommissionen mot Union interantionale des chemins de fer, REG 1997, s. I-1287.

⁽¹⁶⁾ Dom av den 18 september 1992 i mål T-24/90, Automec II mot kommissionen, Rec. 1992, s. II-2223.

i det målet att det var rådets förordning (EEG) nr 1017/68⁽²²⁾ som var tillämplig. Räckvidden för förordning (EEG) nr 1017/68 är vidare än för förordning (EEG) nr 3975/87. Den relevanta delen av förordning (EEG) nr 1017/68, som enligt domstolens tolkning omfattade resebyrå-tjänster, avser "alla avtal, beslut och samordnade förfaranden som har till syfte eller resultat att fastställa transportpriser och transportvillkor, dela upp transportmarknader ..." ⁽²³⁾.

C. RELEVANTA MARKNADER

69. I gemenskapens konkurrensrätt "omfattar en relevant produktmarknad alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, sitt pris och den tilltänkta användningen av konsumenterna betraktas som utbytbara" ... "den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna eller tjänsterna, inom vilken konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden framför allt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren" ⁽²⁴⁾.
70. Kommissionen har i sitt tillkännagivande om marknadsdefinition⁽²⁵⁾ givit en vägledning till sitt sätt att tillämpa denna princip i praktiken. I tillkännagivandet beskrivs hur kommissionen använder uppgifter om produktens egenskaper, belegg för att substitution har förekommit osv. för att definiera en produktmarknad. Frågan om en hypotetisk prishöjning behandlas i tillkännagivandet, men detta görs för att förklara begreppet relevant marknad.

1. Marknaden för resebyrå-tjänster för flygresor

71. Som anges i skälen 31–37 måste ett antal tjänster utföras i samband med marknadsföring och distribution av flygbiljetter för att flygbolagen skall kunna fungera.

⁽²²⁾ Rådets förordning (EEG) nr 1017/68 av den 19 juli 1968 om tillämpning av konkurrensregler på transporter på järnväg, landsväg och inre vattenvägar (EGT L 175, 23.7.1968, s. 1).

⁽²³⁾ Se artikel 1 i den förordningen.

⁽²⁴⁾ Se kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 3.12.1997, s. 5, i vilket dessa definitioner citeras från formulär A/B och formulär CO.

⁽²⁵⁾ Se fotnot 24.

Inom flygbolagsbranschen köper flygbolagen dessa tjänster av resebyråer, eftersom resebyråerna inte är traditionella distributörer som själva köper produkterna och sedan säljer dem för egen räkning. På senare tid har flygbolagen börjat öka sina ansträngningar att sälja biljetter direkt, särskilt genom att använda moderna kommunikationsmetoder som Internet, och har börjat utföra dessa tjänster internt som ett alternativ till att köpa resebyrå-tjänster för flygresor från resebyråer. Som anförts i skäl 34 säljs emellertid fortfarande omkring 85 % av flygbiljetterna genom resebyråer.

72. Denna praxis inom lufttransportbranschen skapar en marknad för resebyrå-tjänster för flygresor som flygbolagen köper av resebyråer. Det faktum att flygbolagen ökar sina ansträngningar att utföra tjänsterna själva, dvs. att utföra dem internt i stället för att köpa dem från resebyråer, ändrar inte bedömningen att detta är en avskild marknad. Det finns många marknader där kunderna kan välja att själva producera vissa eller alla behov för en produkt. Detta hindrar inte att en sådan marknad är en relevant marknad för dessa produkter, men det påverkar de olika leverantörernas och köparnas marknadsstyrka.
73. Resebyråer tillhandahåller andra tjänster än sådana tjänster avseende marknadsföring och distribution av biljetter som de tillhandahåller flygbolagen. Vissa av dessa, såsom hotell- och bilbokning, kan tillhandahållas samtidigt med försäljningen av flygbiljetter. Resebyråer kan också tillhandahålla charterflygbolag liknande tjänster. British Airways har hävdats att dessa resebyrå-tjänster ibland utförs av vertikalt integrerade researrangörer. British Airways anser att dessa omständigheter pekar på att det finns en "utbytbarhet på utbudssidan" mellan resebyrå-tjänster för flygresor och andra tjänster som resebyråer och/eller researrangörer tillhandahåller, och att detta betyder att en riktig marknadsdefinition bör vara vidare än resebyrå-tjänster för flygresor.
74. Den lämpliga behandlingen av utbytbarhet på utbudssidan i gemenskapens konkurrensrätt diskuteras i kommissionens tillkännagivande om marknadsdefinition⁽²⁶⁾. Det exempel som ges i tillkännagivandet är pappersindustrin. Det anges i tillkännagivandet att papper tillhandahålls i många olika kvaliteter och att dessa olika papperskvaliteter ur efterfrågesynpunkt inte kan användas för samma sak. Det påpekas dock att eftersom papperstillverkarna lätt kan tillverka vilken papperskvalitet som helst konkurrerar de med varandra om tillverkning och leverans av alla papperskvaliteter. Under sådana omständigheter kan de olika papperskvaliteterna läggas samman i en enda marknad.

⁽²⁶⁾ Se fotnot 24.

75. Det är i detta ärende inte lämpligt att lägga samman de olika tjänster som utförs av resebyråer i en enda marknadsdefinition, som British Airways har hävdad i ett försök att vederlägga kommissionens marknadsdefinition. För det första kan resebyråerna inte besluta att koncentrera sig på en tjänst eller en annan, som i exemplet med papperstillverkarna. Det ligger i resebyråtjänsters natur att resebyråerna måste erbjuda alla dessa tjänster. En resebyrå kan inte ersätta sin verksamhet med försäljning av flygresor med andra verksamheter. Detta är särskilt tydligt i föreliggande ärende, där som redan anförts en stark köpare av tjänsterna har en dominerande ställning trots det faktum att resebyrån även säljer andra tjänster.

76. För det andra är det inte lämpligt att lägga samman de olika tjänster som resebyråerna tillhandahåller i en enda marknad, som British Airways anser att kommissionen bör göra, eftersom dessa olika tjänster tillhandahålls på olika villkor vad gäller efterfrågan och utbud. Resebyråer tillhandahåller resebyråtjänster för flygresor både till charterflygbolag och till reguljärflygbolag. Charterflygbolagen är emellertid verksamma på en annan marknad än reguljärflygbolagen. Den enda potentiella överlappningen är att resebyråns kunder eventuellt kan byta ut en reguljärflygning mot en charterflygning med endast sittplats. Detta ger teoretiskt sett resebyrån en valmöjlighet mellan att tillhandahålla samma resebyråtjänst till ett reguljär- eller charterbolag. Detta sker dock i praktiken inte i någon betydande utsträckning i Förenade kungariket, eftersom charterbolag nästan uteslutande arbetar med researrangörer och inte i någon betydande mån tillhandahåller alternativ till reguljära flygningar genom resebyråer⁽²⁷⁾.

77. Som anges i skäl 68 har kommissionen dessutom tidigare erkänt att resebyråtjänster för flygresor utgör en avskild produktmarknad där resebyråer levererar tjänster till flygbolag⁽²⁸⁾.

78. Den relevanta geografiska marknaden är Förenade kungariket. Resebyråer tenderar att driva verksamhet inom landets gränser, eftersom kunder normalt bokar biljetter i det land där de är bosatta. I detta ärende köper kunder som är bosatta i Förenade kungariket sina biljetter från resebyråer i Förenade kungariket. Transaktionerna görs vanligtvis i pund sterling och resebyråernas verksamhet bygger på att de marknader de betjänar är avgränsade enligt de nationella gränserna. Flygbolagen marknadsför därför sina tjänster och köper resebyråtjänster för flygresor inom samma gränser.

79. Även om British Airways har påpekat att vissa av de resebyråer som företaget samarbetar med är verksamma i fler än en medlemsstat, kan British Airways tillämpa andra villkor för sina inköp av resebyråtjänster för flygresor i Förenade kungariket än de villkor det tillämpar på andra ställen. British Airways har konsekvent tillämpat olika villkor för sina inköp av dessa tjänster i Förenade kungariket och för sina inköp utanför Förenade kungariket. British Airways köper i praktiken resebyråtjänster för flygresor i varje enskilt land, även när företaget handlar med en resebyrå som är verksam i fler än en medlemsstat. De marknadsföringsavtal och resultatbonussystem som beskrivs i avsnitt I.C.1 och I.C.3 ovan är endast tillämpliga på försäljningen i Förenade kungariket, även om de ingås med en resebyrå som driver verksamhet i fler än en medlemsstat. British Airways tillämpar sina incitamentsystem för resebyråer på ett enhetligt sätt i hela Förenade kungariket.

2. Marknader för lufttransport

80. British Airways är verksamt med tillhandahållande av lufttransport till och från punkter i Förenade kungariket. Det beteende som klagomålet avser har sina effekter på marknaden eller marknaderna för sådan lufttransport. Var och en av de linjer som British Airways flyger är en potentiellt avskild produktmarknad. I fråga om att avgöra huruvida en viss reguljär linje utgör en avskild marknad eller inte har EG-domstolen anfört att det kriterium som skall användas är huruvida den reguljära flygningen på en viss linje kan särskiljas från de möjliga alternativen med stöd av speciella kännetecken som leder till att den inte är utbytbar med dessa alternativ och endast i obetydlig utsträckning påverkas av konkurrens med dem⁽²⁹⁾.

81. Genom att använda detta kriterium på de flygningar som British Airways erbjuder kan ett stort antal produktmarknader för lufttransport till och från Förenade kungariket identifieras. Passagerare som inte är tidskänsliga, särskilt sådana som vill genomföra sin resa till lägsta möjliga pris, har många lönsamma alternativ till en viss British Airways-flygning mellan två punkter. De kan resa till en annan flygplats för att starta sin resa, de kan genomföra sin resa genom att mellanlanda vid en eller flera andra flygplatser och ta ett anslutande flyg till slutdestinationen. De kan till och med överväga alternativa färdmedel, som t.ex. järnväg, färja eller en kombination av dessa. Tidskänsliga passagerare som kan genomföra sin resa genom att ta ett direktflyg från den närmaste flygplatsen är i en annan situation. Sådana passagerare

⁽²⁷⁾ Se CAA:s rapport CAP 685 "The Single European Aviation Market: The First Five Years" 6/98, punkt 70 ff och bilaga D.

⁽²⁸⁾ Se fotnot 8.

⁽²⁹⁾ Dom av den 11 april 1989 i mål C-66/86 Ahmed Saeed Flugreisen, Rec. 1989, s. 803, punkt 40.

är inte beredda att lägga den extra tid det tar att göra uppehåll i resan och byta till ett anslutande flyg. Om det inte finns ett direkt och snabbt alternativt färdmedel till deras destination, vilket t.ex. är fallet för passagerare som reser från London till Paris eller Bryssel och som kan byta ut Eurostar mot ett direktflyg, kommer dessa passagerare att anse att en direkt flygning från den närmaste flygplatsen till slutdestinationen inte kan ersättas.

Förenade kungariket. Denna marknad utgör en väsentlig del av den gemensamma marknaden⁽³⁰⁾. Missbruket påverkar dessutom även marknaderna för lufttransport till och från punkter i Förenade kungariket.

E. DOMINERANDE STÄLLNING

82. British Airways flygningar säljs på många olika produktmarknader beroende på passagerarnas behov och på vilka alternativa färdmedel som står till buds. På vissa av dessa transportmarknader möts British Airways av konkurrens från alternativa färdmedel och alternativa linjer för en viss flygresa. På den lukrativa marknaden för affärsresor kan en British Airways-flygning mellan två punkter endast utsättas för konkurrens från de direktflygningar mellan samma punkter som andra flygbolag erbjuder.

83. IATA-reglerna om sekvensanvändning av kuponger (de individuella delarna av en flygbiljett) ger flygbolagen möjlighet att tillämpa andra villkor för en resa från Förenade kungariket till en punkt utanför Förenade kungariket och tillbaka än för en resa med samma flygningar men som har ursprung utanför Förenade kungariket. IATA-reglerna förhindrar arbitrage mellan de två marknaderna i form av att köpa biljetter för resor som utgår från en plats utanför Förenade kungariket, dela upp biljetterna i deras beståndsdelar och sätta samman dem som resor med avgång från en plats i Förenade kungariket. Den relevanta geografiska marknaden för lufttransporter omfattar därför som mest Förenade kungariket. British Airways fastställer priserna och villkoren för sina biljetter enhetligt i hela Förenade kungariket genom att använda IATA:s betalningshanteringssystem och offentliggör dem i hela Förenade kungariket genom datoriserade bokningssystem. Förenade kungariket utgör därför den relevanta geografiska marknaden för var och en av de uppsättningar produkter som avses i skäl 82.

84. Detta ärende bygger på att British Airways har en dominerande ställning på marknaden i Förenade kungariket för resebyråtjänster för flygresor. Därför undersöks inte företagets ställning på var och en av de många produktmarknaderna för lufttransport till och från Förenade kungariket. British Airways samlade ställning på alla dessa marknader anges i avsnitt I.D.2 ovan.

86. EG-domstolen har definierat en dominerande ställning som en situation där ett företags ekonomiska styrka gör det möjligt för detta att hindra upprätthållandet av en effektiv konkurrens på den relevanta marknaden genom att företaget i betydande omfattning kan uppträda oberoende i förhållande till sina konkurrenter, sina kunder och, i sista hand, i förhållande till konsumenterna⁽³¹⁾.

87. En kombination av omständigheter kan leda till att ett företag har en dominerande ställning, även om marknadsandelen är den mest direkta indikatorn. Europeiska gemenskapernas förstainstansrätt uttalade i domen i mål CMB mot kommissionen att "en dominerande ställning kan vara resultatet av flera faktorer, som tagna var för sig inte nödvändigtvis skulle vara avgörande"⁽³²⁾.

88. British Airways hade 1998 en marknadsandel på 39,7% av försäljningen i Förenade kungariket via resebyråer medan dess största konkurrent (Virgin) bara hade 5,5% av försäljningen av flygresor. British Airways marknadsandel var 1998 över 2,2 gånger så stor som dess fyra största konkurrenters sammanlagda marknadsandel. Företaget har behållit denna ställning i flera år. År 1992 var British Airways marknadsandel så stor som 46,3%, jämfört med 3,6% för dess närmaste konkurrent. Detta var mer än 3,9 gånger så mycket som dess fyra största konkurrenters sammanlagda andel.

89. British Airways har hävdad att BSP-siffrorna för företagets försäljning inbegriper viss försäljning för andra flygbolag, för vilka British Airways är återförsäljare eller franchisepartner, där det berörda flygbolaget utfärdar en biljett genom att använda British Airways biljettlager eller plåt. British Airways har inte angett hur stor denna andel är, utan har endast hävdad att den kan vara så stor som 5%. Det finns inga uppgifter om vilka flygbolag denna försäljning skulle hänföras till eller i vilken utsträckning liknande situationer uppstår för de övriga

D. VÄSENTLIG DEL AV DEN GEMENSAMMA MARKNADEN

85. British Airways har en dominerande ställning och missbrukar denna på det sätt som beskrivs ovan på en marknad för resebyråtjänster för flygresor som omfattar hela

⁽³⁰⁾ Se dom av den 10 december 1991 i mål C-179/90, Porto di Genova, Rec. 1991, s. I-5889, där marknaden för hamntjänster i en italiensk hamn ansågs utgöra en väsentlig del av den gemensamma marknaden, eftersom den hamnen stod för en väsentlig del av en medlemsstats handel.

⁽³¹⁾ Dom av den 13 februari 1979 i mål 85/76, Hoffmann-La Roche mot kommissionen, anför i fotnot 14.

⁽³²⁾ Dom av den 8 oktober 1996 i de förenade målen T-24/93, T-25/93, T-26/93 och T-28/93, Compagnie Maritime Belge Transports m.fl. mot kommissionen, REG 1996, s. II-1201, punkt 76.

flygbolagen i BSP för Förenade kungariket. Det kan därför antas att BSP-siffrorna på ett korrekt sätt visar den relativa ställningen för de olika flygbolag som är verk-samma i Förenade kungariket. Denna försäljning räknas inte mot tröskelvärdena i marknadsföringsavtals- eller resultatbonussystemen och ger inte heller upphov till betalningar enligt dessa system. De berör dock en rese-byrå som får grundprovision genom att utfärda en biljett från British Airways biljettlager eller använda British Air-ways plåt, som avräknas genom resebyråns BSP-konto med British Airways.

90. British Airways är den dominerande köparen på den brittiska marknaden för resebyråtjänster för flygresor. Företagets ställning på den brittiska marknaden för flyg-resor ger det en unik dominerande ställning i förhål-lande till de brittiska resebyråer som det köper resebyrå-tjänster för flygresor från.

91. British Airways dominerande ställning härrör från dess ställning på de brittiska marknaderna för flygresor. Som beskrivs i avsnitt I.D.2 är British Airways mycket fram-gångsrikt på dessa marknader. För att sammanfatta vissa av huvudpunkterna kan följande nämnas: British Air-ways erbjuder betydligt fler flyglinjer till och från För-enade kungariket än något annat flygbolag. British Air-ways framgång på marknaderna för dessas linjer framgår av det faktum att British Airways 1998 stod för 39,7% av alla försäljning av flygresor genom IATA:s avräk-ningsystem för resebyråer. Denna andel är stor i abso-luta tal och den är även flera gånger större än något annat flygbolags andel.

British Airways ställning på lufttransportmarknaderna förstärks av den avsevärda andelen ankomst- och avgångstider det har på de relevanta flygplatserna och av det system för företrädesrätt som i dag gäller för att omfördela dem. Detta system hindrar nya inträden på marknaden och förstärker därmed ställningen för väl-etablerade flygbolag som British Airways. Vintern 1998 hade British Airways exempelvis 38% av tillgängliga ankomst- och avgångstider per vecka på Heathrow. Dess största konkurrent hade bara 14% av de totala ankomst- och avgångstiderna. British Airways fem närmaste kon-kurrenter hade tillsammans endast 27,4%.

92. British Airways ställning på lufttransportmarknaderna gör företaget till en obligatorisk affärspartner för reseby-råer. Som British Airways har påpekat kan IATA:s Pas-senger Agency Programme tvinga företaget att sam-arbeta med alla resebyråer som uppfyller vissa objektiva kriterier. Vad som gör att British Airways har en domi-nerande ställning är emellertid det faktum att resebyrå-erna befinner sig i en situation där en mycket stor andel av de flygbiljetter de säljer är British Airways-biljetter,

och därmed utgör deras försäljning av resebyråtjänster för flygresor till British Airways en lika stor andel. Detta ger British Airways möjlighet att vid sina inköp av rese-byråtjänster för flygresor agera oberoende av de andra flygbolag som köper sådana tjänster. Oavsett på vilka villkor British Airways köper dessa tjänster av resebyrå-erna måste dessa samarbeta med British Airways och acceptera att en stor andel av deras intäkter från dessa tjänster härrör från försäljning av British Airways-biljet-ter.

93. Denna övergripande statistik, som inbegriper alla reseby-råer och alla flygbolag, kan dölja omfattningen av British Airways inflytande på nyckelområden. År 1998 stod British Airways för 39,7% av all försäljning av flygbiljet-ter genom resebyråer, men för 57% av de tio bäst säl-jande flygbolagens försäljning. År 1998 stod British Air-ways för 43,7% av försäljningen av flygbiljetter genom de tio största resebyråerna i Förenade kungariket. Med andra ord har British Airways en särskilt stark ställning i förhållande till sina konkurrenter och gentemot de vikti-gaste resebyråerna.

94. Av statistiken i avsnitt I.D.2 framgår i vilken omfattning resebyråerna är tvingade att samarbeta med British Air-ways. År 1998 stod British Airways för 39,7% av all försäljning av flygbiljetter genom resebyråer. Som anges i skäl 41 är detta flera gånger så mycket som något av de övriga flygbolagens volym.

95. Detta har gjort det möjligt för British Airways att agera på det sätt som beskrivs ovan, dvs. att försätta resebyrå-erna i en situation där de kan förlora provisionsintäkter genom att sälja en biljett från en konkurrent till British Airways, om konkurrenten inte betalar en provision för denna biljett som är flera gånger större än den som Bri-tish Airways betalar. British Airways påpekar att reseby-råer inte håller lager av biljetter eller måste använda knappa lager- eller skyltningsutrymmen för biljetter, som distributörer av fysiska varor måste göra, och häv-dar att de inte utsätts för några påtryckningar att sälja British Airways-biljetter i stället för biljetter från British Airways konkurrenter. Det framgår tydligt av använd-ningen av de rabattsystem som beskrivs ovan och som analyseras i avsnitt F nedan, att British Airways har kun-nat utöva ännu mer direkta påtryckningar än så på rese-byråerna att inte sälja andra flygbiljetter än British Air-ways. Det faktum att resebyråerna tillhandahåller andra tjänster än de tjänster för flygresor de säljer till British Airways hindrar inte såsom anges ovan British Airways från att utöva makt över resebyråerna på marknaden för resebyråtjänster för flygresor. Resebyråerna har inte, och kunde inte ha, reagerat på British Airways nya rabattsys-tem genom att koncentrera sin verksamhet till att boka hotellrum för sina kunder. De kunde inte heller ha rea-gerat genom att öka sin försäljning av charterflygningar, eftersom sådana flygningar för flertalet kunder inte är ett substitut för reguljärflygningar.

F. MISSBRUK AV EN DOMINERANDE STÄLLNING

96. Med hänsyn till att British Airways har en dominerande ställning på den brittiska marknaden för resebyråtjänster för flygresor utgör de ovan beskrivna provisionssystemen ett missbruk av denna dominerande ställning. De utgör särskilt sådana lojalitetsrabatter som tillbakavisades i domarna i målen Michelin⁽³³⁾ och Hoffmann-La Roche⁽³⁴⁾ och en otillåten diskriminering mellan resebyråer.

Utestängande rabattsystem

97. Gemenskapens konkurrensrätt ställer upp begränsningar för vilka typer av rabattsystem som får användas av ett företag med dominerande ställning. Rabattsystem som är lagenliga och utgör en normal del av affärsverksamheten när de används av ett företag som inte har en dominerande ställning. Det framgår dock klart av domen i mål Hoffmann-La Roche att ett företag med dominerande ställning inte kan ingå ett avtal med en kund, genom vilket kunden samtycker till att täcka hela eller större delen av sitt behov för en produkt hos leverantören med dominerande ställning⁽³⁵⁾. I samma dom anges att en leverantör med dominerande ställning inte kan tillämpa ett rabattsystem som har effekter som motsvarar ett avtal om att en kund skall göra alla eller delar av sina inköp hos en leverantör med dominerande ställning⁽³⁶⁾.
98. I Hoffmann-La Roche var domstolen överens med kommissionen om att Hoffmann-La Roches rabatter var trohetsrabatter och utgjorde ett missbruk av en dominerande ställning som kunde jämföras med en exklusiv inköpsförpliktelse. Domstolen gjorde följande åtskillnad mellan de trohetsrabatter som Hoffmann-La Roche lämnade och tillåtna mängdrabatter: "Detta beräkningssätt för rabatterna skiljer sig från mängdrabatter som uteslutande är kopplade till volymen på inköpen hos den berörda tillverkaren, på så sätt att de omtvistade rabatterna inte står i förhållande till objektivet bestämda mängder som gäller för alla presumtiva köpare, utan står i förhållande till de uppskattningar som görs från fall till fall för varje kund beroende på dennes förmodade inköpsförmåga. Därvid är det avsedda målet inte en så stor mängd som möjligt utan en så stor del av behovet som möjligt".

99. I Hoffmann-La Roche fastställdes att ett rabattsystem kan ha effekter som motsvarar effekterna av en exklusiv inköpsförpliktelse i ett leveransavtal och sålunda utgöra ett missbruk om det används av en leverantör med dominerande ställning. I detta mål bekräftades också kommissionens beslut om att det rabattsystem som Hoffmann-La Roche tillämpade var ett sådant system. I det senare målet Michelin⁽³⁷⁾ klargjordes när ett rabattsystem kan betraktas som utestängande och därmed utgöra ett missbruk om det tillämpas av en leverantör med dominerande ställning.

100. Domstolen anförde att systemet i Michelin skilde sig från det särskilda systemet i Hoffmann-La Roche⁽³⁸⁾. Domstolen uttalade att det måste avgöras huruvida Michelins rabattsystem utgjorde ett missbruk, dvs. "om syftet med rabatten, genom att ge en förmån som inte baseras på någon ekonomisk motprestation som berättigar den, är att frånta eller inskränka köparens möjlighet att välja ..." ⁽³⁹⁾. Domstolen gick vidare och fann att Michelins rabattsystem, där rabatter gavs på grundval av en kunds inköp för ett helt år som motprestation för uppnådda försäljningsmål som fastställts för varje kund mot bakgrund av dennes behov, var ett sådant system. Domstolen drog slutsatsen att detta var ett system som belönade lojalitet och inte var baserat på inbesparade kostnader eller extra vinster för leverantören.

101. I de två rättsfallen Hoffmann-La Roche och Michelin fastställs en generell princip om att en leverantör med dominerande ställning kan ge rabatter som är effektivitetsrelaterade, t.ex. rabatter för stora order som ger leverantören möjlighet att tillverka stora produktpartier, men inte rabatter eller incitament för att främja lojalitet, dvs. för att undvika inköp från en konkurrent till leverantören med dominerande ställning. I domarna fastställs också att de två rabattsystem som givit upphov till målen var av den typen och utgjorde missbruk. British Airways provisionssystem strider mot denna generella princip och deras form ligger mycket nära det system som domstolen tillbakavisade i Michelin-målet. Det är riktigt, som British Airways gör gällande, att ett rättsfall måste läsas i sitt sammanhang och att Michelin bör bedömas "tillsammans med Roche". Detta kan dock inte betyda att ett provisionssystem som uppvisar alla de inslag som domstolen fann vara avgörande i Michelin även måste ha samma inslag som systemet i Hoffmann-La Roche för att anses utgöra missbruk. De två rättsfallen tillsammans fastställer att ett företag med dominerande ställning endast kan ge rabatter som mot-

⁽³³⁾ Anförts i fotnot 13.

⁽³⁴⁾ Anförts i fotnot 14.

⁽³⁵⁾ Hoffmann-La Roche, punkt 89.

⁽³⁶⁾ Hoffmann-La Roche, punkt 90.

⁽³⁷⁾ Anförts i fotnot 13.

⁽³⁸⁾ Michelin, punkt 72.

⁽³⁹⁾ Michelin, punkt 73.

- prestation för effektivitet och inte som motprestation för lojalitet och att de två berörda specifika rabattsystemen är av sådan art att de belönar lojalitet snarare än effektivitet.
102. Det är tydligt att de provisionssystem som beskrivs ovan är kopplade till lojalitet snarare än effektivitet. Även om British Airways har lagt fram bevis om att det kan ge effektivitetsvinster att samarbeta med en resebyrå som säljer många biljetter, avser denna provision inte sådana effektivitetsvinster. Som diskuteras nedan i avsnittet "Diskriminering" kan en resebyrå som säljer ett ineffektivt litet antal biljetter få den största möjliga provisionen om dess lilla försäljning motsvarar en ökning med 25 % av försäljningen under det föregående året. På motsvarande sätt får en resebyrå med stora försäljningsvolymen inte någon extra provision för de stordriftsfördelar den skapar för British Airways om dess försäljning inte har ökat sedan föregående år. British Airways har sedan lång tid tillbaka en stark ställning på marknaden i Förenade kungariket för flygresor, vilket har lett till dess dominerande ställning på marknaden för resebyråtjänster för flygresor. Då denna starka ställning på den brittiska marknaden för flygresor hotas av nya aktörer på marknaden och av att lagstiftningsmässiga hinder för konkurrens avskaffas, använder British Airways sitt provisionssystem för att direkt belöna lojalitet. Resebyråer uppmuntras att förbli lojala mot British Airways i stället för att sälja sina tjänster till British Airways konkurrenter genom incitament att bibehålla eller öka sin försäljning av British Airways-biljetter, vilka inte är beroende av den totala storleken av denna försäljning. Sådana provisionssystem är olagliga när de tillämpas av ett företag med en dominerande ställning som köpare av tjänster från resebyråer, oberoende av om resebyråerna eller de konkurrerande flygbolagen har möjlighet att minimera eller undvika effekterna av systemen.
103. Flygbolag som konkurrerar med British Airways har alternativ till att köpa resebyråtjänster för flygresor från resebyråer. Det främsta alternativet är direktförsäljning via telefon eller Internet, vilket innebär intern produktion av resebyråtjänster för flygresor. Resebyråer är alltså flygbolagens absolut mest använda försäljningsmetod för flygresor i Förenade kungariket och utgör cirka 85 % av försäljningen av flygresor ger allvarliga effekter för de flygbolag som konkurrerar med British Airways på lufttransportmarknaden i Förenade kungariket.
104. Vad gäller marknadsföringsavtalen finns det ytterligare bevis för att dessa system avser lojalitet och inte effektivitet. För att kunna utnyttja den utbildnings- och affärsutvecklingsfond som beskrivs i skälen 16, 17 och 18 var resebyrån tvungen att delta i marknadsföringsavtalens provisionssystem. Dessutom utgjorde de generella villkor som beskrivs i skäl 19 ovan en del av marknadsföringsavtalet. Även om fonden och de generella villkoren i sig inte utgjorde ett missbruk, användes de för att ge ett extra incitament att delta i marknadsföringsavtalen och för att förstärka avtalens effekt.
105. För att bemöta British Airways argument som bygger på den skrivelse företaget mottog från en högre tjänsteman vid kommissionen⁽⁴⁰⁾ anför följande. Som tydligt angavs i skrivelsen var denna en "personlig och preliminär reaktion på Er (Virgins) begäran om interimistiska åtgärder" och den är därför inte, och kan inte, vara bindande för kommissionen. Under alla omständigheter var den enda slutsatsen i skrivelsen att det inte fanns några *prima facie*-bevis för att British Airways rabatter för företagskunder stred mot artikel 82 i fördraget. Detta beslut avser inte dessa företagsrabatter. Dessutom betyder avsaknaden av *prima facie*-bevis inte att man inte efter en fullständig undersökning av omständigheterna kan konstatera att ett missbruk föreligger. Kommissionen har gjort en ytterligare undersökning och resultatet av denna är den analys som görs här.
106. Den utestängande effekten av dessa provisionssystem påverkar alla British Airways konkurrenter och alla potentiella nya aktörer. Systemen skadar därför inte endast vissa konkurrenter som inte kan konkurrera med British Airways genom egna förtjänster, utan konkurrenterna i allmänhet och därmed konsumenterna.
107. Trots dessa utestängande provisionssystem har British Airways konkurrenter kunnat ta marknadsandelar från British Airways efter det att lufttransportmarknaden i Förenade kungariket avreglerades. Detta är dock inte något bevis för att systemen inte hade några effekter, utan man kan bara anta att konkurrenterna skulle ha varit mer framgångsrika om dessa olagliga provisionssystem inte hade funnits.
- Diskriminering*
108. Ett av de exempel på missbruk av en dominerande ställning som ges i artikel 82 i fördraget är att "tillämpa olika villkor för likvärdiga transaktioner med vissa han-

⁽⁴⁰⁾ Se fotnot 15.

delspartner, varigenom dessa får en konkurrensnackdel⁽⁴¹⁾.

109. Skyldigheten för ett företag med dominerande ställning att inte diskriminera innebär att företaget inte kan tillämpa olika villkor för likvärdiga transaktioner med olika kunder, så att en kund får en konkurrensnackdel⁽⁴²⁾. De ovan beskrivna marknadsföringsavtalen och resultatbonussystemen kommer att ge just detta resultat. Två resebyråer som hanterar lika många British Airways-biljetter och tillhandahåller exakt lika mycket tjänster till British Airways kan få olika provisionssatser, dvs. ett annat pris för sina resebyråtjänster för flygresor om deras försäljning av British Airways-biljetter var en annan under det föregående året. Omvänt skulle två resebyråer som säljer olika stora volymer British Airways-biljetter och olika mycket tjänster till British Airways kunna få samma provisionssats, dvs. att British Airways skulle betala samma pris för deras resebyråtjänster om deras försäljning av British Airways-biljetter har ökat med samma procentandel under det föregående året.

110. British Airways påpekar att det kan innebära kostnadsbesparingar för företaget att en resebyrå säljer en stor biljettvolym och att olika resebyråer har olika effektivitetsnivåer och tillhandahåller olika mycket tjänster till British Airways. Även om detta skulle kunna motivera att olika resebyråer får olika provisionssatser, hindrar det inte att de provisionssystem som detta beslut avser är diskriminerande. Provisionssystemen i fråga motsvarar inte skillnader i resebyråernas försäljningsvolym eller i nivån på tjänster som säljs till British Airways. Enligt dessa system är extra provision knuten till om resebyråerna uppnår eller överskrider föregående års försäljning av British Airways-biljetter.

111. Resultatet av denna diskriminerande provision är att vissa resebyråer får en konkurrensnackdel i förhållande till andra. Resebyråerna måste konkurrera med varandra om att sälja resebyråtjänster till allmänheten och att övertyga allmänheten om att boka flygbiljetter genom dem. De resurser som resebyråerna har till sitt förfogande för detta, t.ex. för att göra reklam för sina tjänster eller dela provision med resenärer, kommer från provisionsintäkter. Genom att snedvrider nivåerna på resebyråernas provisionsintäkter, kommer dessa system att påverka resebyråernas förmåga att konkurrera med

varandra. Dessutom, vilket diskuterats mera ingående i avsnittet "utestängande rabattsystem" ovan, kommer dessa system att snedvrider konkurrensen mellan British Airways och andra flygbolag på marknaden för lufttransporttjänster.

G. PÅVERKAN PÅ HANDELN MELLAN MEDLEMSSTATER

112. De affärsmetoder som är föremål för detta beslut har sina huvudsakliga effekter på den marknad där British Airways och andra flygbolag köper resebyråtjänster för flygresor. Effekterna av metoderna är att resebyråer i Förenade kungariket olagligen förmås att sälja dessa tjänster till British Airways i stället för till andra flygbolag som konkurrerar med British Airways. Dessa förfaranden tenderar att minska antalet resebyråtjänster för flygresor som säljs till andra flygbolag och försämra försäljningsvillkoren för dessa tjänster. Eftersom många av de konkurrerande flygbolagen är baserade utanför Förenade kungariket är det tydligt att dessa affärsmetoder påverkar handeln inom gemenskapen med resebyråtjänster för flygresor.

113. Den flygbiljettförsäljning som ligger till grund för den provision som detta beslut avser inbegriper dessutom linjer inom Förenade kungariket, mellan Förenade kungariket och resten av EU och mellan Förenade kungariket och tredje land. Resultatet av dessa olagliga provisionssystem kommer att märkas på marknaderna för denna lufttransport. Affärsmetoderna har särskilt till syfte och resultat att utestänga konkurrenter till British Airways från marknaderna för lufttransport som utgår från Förenade kungariket. Dessa lufttransporttjänster säljs mellan medlemsstaterna. Affärsmetoderna påverkar därför ytterligare handeln mellan medlemsstaterna.

H. ARTIKEL 3 I FÖRORDNING NR 17

114. Om kommissionen, efter ansökan eller på eget initiativ, konstaterar en överträdelse av bestämmelserna i fördragets artikel 81 eller artikel 82, kan den enligt artikel 3 i förordning nr 17 ålägga de berörda företagen eller företagssammanslutningarna att upphöra med överträdelsen.

⁽⁴¹⁾ Artikel 82 c i fördraget

⁽⁴²⁾ Se t.ex. kommissionens beslut 97/1315/EG, Irish Sugar plc (EGT L 258, 22.9.1997, s. 1) där kommissionen följde dom av den 14 februari 1978 i mål 27/76, United Brands mot kommissionen, Rec. 1978, s. 207.

115. Det är nödvändigt att kommissionen ålägger British Airways att upphöra med de överträdelse som beskrivs i avsnitt F, om så inte redan har skett, och att hädanefter avstå från varje avtal eller beteende som kan ha samma eller liknande syfte eller resultat.

121. Av dessa skäl fastställs bötesbeloppet för överträdelsens allvar till 4 miljoner euro, vilket återspeglar överträdelsens allvarliga art, omfattning och påverkan.

Överträdelsens varaktighet

I. ARTIKEL 15 I FÖRORDNING NR 17

116. Enligt artikel 15 i förordning nr 17 får kommissionen ålägga böter för överträdelse av artikel 82 till ett belopp av högst en miljon euro, eller ett högre belopp som dock inte får överstiga tio procent av föregående räkenskapsårs omsättning. När bötesbeloppet fastställs skall hänsyn tas både till överträdelsens allvar och dess varaktighet.

122. British Airways missbruk har skett i förhållande till vissa utvalda stora resebyråer genom marknadsföringsavtal sedan åtminstone 1992 tills nu. Genom resultatbonus-systemen utvidgades missbruksbeteendet till alla resebyråer i Förenade kungariket och effekterna för resebyråer som var parter i ett marknadsföringsavtal från och med den 1 januari 1998 till och med den 31 mars 1999 förstärktes. Missbruken har pågått i sju år. Det bötesbelopp som fastställts med hänsyn till överträdelsens allvar skall därför ökas med 70 % för att beakta överträdelsens långvarighet. Detta ger ett bötesbelopp om 6,8 miljoner euro.

117. Vid fastställandet av bötesbeloppet i detta ärende tar kommissionen särskild hänsyn till följande omständigheter:

Försvårande och förmildrande omständigheter

123. Det föreligger inte några försvårande eller förmildrande omständigheter som är av betydelse för detta beslut.

Överträdelsens allvar

118. Beteendet i fråga, ett utestängande rabattsystem av den typ som konsekvent har tillbakavisats av kommissionen, domstolen och förstainstansrätten är ett allvarligt missbruk av en dominerande ställning och var avsett att undanröja eller åtminstone förhindra en ökad konkurrens för British Airways på marknaden i Förenade kungariket för lufttransport. Ett sådant beteende betraktas som en allvarlig överträdelse av gemenskapens konkurrenslagstiftning.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

British Airways Plc har överträtt artikel 82 i fördraget genom att tillämpa provisionssystem och andra incitament på resebyråer, från vilka företaget köper resebyråtjänster för flygresor i Förenade kungariket, som genom att belöna resebyråernas lojalitet och diskriminera mellan resebyråer har till syfte och resultat att utestänga British Airways konkurrenter från marknaden för lufttransport i Förenade kungariket.

Artikel 2

För de överträdelse som avses i artikel 1 skall British Airways plc åläggas böter om 6,8 miljoner euro.

120. Det förefaller rimligt att anta att det delvis är till följd av detta beteende som British Airways har kunnat bibehålla en marknadsandel på i genomsnitt 40 % av lufttransportmarknaderna i Förenade kungariket, trots den liberalisering som har avlägsnat den lagstiftningsmässiga situation som från början gav British Airways möjlighet att etablera sin ledande ställning. Av denna slutsats följer att missbruket av den dominerande ställningen har haft till syfte och resultat att förhindra att fördelarna av avregleringen erhållits helt och hållet.

Böterna skall erläggas inom tre månader från dagen för delgivningen av detta beslut till Europeiska kommissionens bankkonto nr 310-0933000-43 i Banque Bruxelles Lambert, Agence Euro-

péenne, Rond Point Schuman 5, B-1040 Bryssel. Efter utgången av denna period skall ränta automatiskt börja löpa enligt den räntesats som Europeiska centralbanken tillämpade på sina återköpstransaktioner den första arbetsdagen i den månad då detta beslut antogs, med tillägg av 3,5 procentenheter, nämligen 6%.

Artikel 3

British Airways Plc skall omedelbart upphöra med de överträdelser som anges i artikel 1, om detta inte redan har skett.

British Airways Plc skall avstå från att upprepa varje sådan handling eller varje sådant beteende som beskrivs i artikel 1 och från att vidta varje åtgärd som har liknande resultat.

Artikel 4

Detta beslut riktar sig till British Airways Plc, Waterside, PO Box 365, Harmondsworth UB7 0GB, Förenade kungariket.

Detta beslut skall vara verkställbart enligt artikel 256 i fördraget.

Utfärdad i Bryssel den 14 juli 1999.

På kommissionens vägnar

Karel VAN MIERT

Ledamot av kommissionen

KOMMISSIONENS BESLUT

av den 20 juli 1999

om det statliga stöd som Förbundsrepubliken Tyskland genomfört till förmån för SKET Maschinen- und Anlagenbau GmbH

[delgivet med nr K(1999) 2538]

(Endast den tyska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

(2000/75/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT
DETTA BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 88.2 första stycket i detta,

med beaktande av Avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, särskilt artikel 62.1 a i detta,

efter att ha gett berörda parter tillfälle att yttra sig⁽¹⁾ i enlighet med artikel 88.2 i EG-fördraget och artikel 6.1 rådets förordning (EG) nr 659/1999 av den 22 mars 1999 om tillämpningsföreskrifter för artikel 93 i EG-fördraget⁽²⁾, och

av följande skäl:

I.

1. SKET Maschinen- und Anlagenbau GmbH (nedan kallat SKET MAB) är efterträdare till SKET Schwermaschinenbau Magdeburg GmbH, Magdeburg (nedan kallat SKET SMM). Den 15 mars 1995 beslutade kommissionen att inleda ett förfarande avseende statligt stöd till förmån för SKET SMM⁽³⁾. Förfarandet berörde även dotterbolagen till SKET SMM, dvs. Entstaubungstechnik Magdeburg GmbH, Magdeburg (nedan kallat ETM) och Drahtziehmaschinenwerk Grüna GmbH, Chemnitz (nedan kallat DZM). SKET SMM hade erhållit det ifrågasatta stödet före och i samband med privatiseringen och omstruktureringen av företaget. Tidigare hade SKET SMM redan beviljats ett stöd, mot vilket kommissionen anfört invändningar (ärende nr NN 46/93 och NN 95/93). Ärendet registrerades under nummer C 16/95.
2. Den 30 juli 1996 beslutade kommissionen att utvidga förfarandet C 16/95 till att omfatta det statliga stöd som betalats ut efter beslutet om att inleda förfarandet och

som följaktligen inte omfattas av beslutet⁽⁴⁾. Investe-rarna (Oestmann & Borchert Industriebeteiligungen GbR) drog sig i slutet av 1995 ur omstruktureringsplanen och en ny plan som innefattade ett betydande stöd anmälades. I den nya planen föreskrevs bland annat att ett antal nya bolag skulle bildas för att driva vidare de lönsamma delar av SKET SMM som hade kunnat räddas ur konkursboet. SKET MAB var ett av dessa nybildade bolag.

3. I oktober 1996 var SKET SMM tvunget att begära sig i konkurs. Den plan som ingick i beslutet av den 30 juli 1996 hade alltså inte lyckats återställa lönsamheten i SKET SMM. Den 26 juni 1997 meddelade kommissionen sitt slutliga negativa beslut 97/765/EG⁽⁵⁾ om stöd till förmån för SKET SMM. Konkursen berörde inte de två dotterbolagen ETM och DZM, vilka övertagits av Bundesanstalt für vereinigungsbedingte Sonderaufgaben (nedan kallat BvS). Genom beslut 97/765/EG avslutades ärende C 16/95 endast i fråga om den del av SKET SMM som begärts i konkurs. Ärendet delades därför upp i tre separata delar enligt följande: C 16A/95 för SKET SMM, C 16B/95 för ETM och C 16C/95 för DZM.

4. För att ta hänsyn till den nya situationen, där de nya bolag som bildats ur SKET SMM inriktat sig på olika verksamhetsområden, fick varje nytt bolag ett separat stödnummer. SKET MAB fick nummer NN 122/97. Detta beslut berör endast SKET MAB.
5. Den 21 oktober 1997 beslutade kommissionen att inleda ett förfarande enligt artikel 88.2 i EG-fördraget avseende statligt stöd till förmån för SKET MAB och ärendet fick nummer C 69/97. I en skrivelse av den 10 november 1997 (SG(97) D/9269) underrättade kommissionen Tyskland om sitt beslut att inleda förfarandet. Kommissionens beslut att inleda förfarandet har offentliggjorts i Europeiska gemenskapernas officiella tidning⁽⁶⁾. Kommissionen har uppmanat berörda parter att inkomma med sina synpunkter på stödet i fråga. Kommissionen har inte mottagit några synpunkter från berörda parter.

⁽¹⁾ EGT C 79, 14.3.1998, s. 4.

⁽²⁾ EGT L 83, 27.3.1999, s. 1.

⁽³⁾ EGT C 215, 19.8.1995, s. 8 och EGT C 298, 9.10.1996, s. 2.

⁽⁴⁾ EGT C 298, 9.10.1996, s. 2.

⁽⁵⁾ EGT L 314, 8.11.1997, s. 20.

⁽⁶⁾ EGT C 79, 14.3.1998, s. 4.

6. Genom en skrivelse daterad och registrerad den 2 april 1998 underrättade Tyskland kommissionen om att privatiseringen av SKET MAB hade genomförts och överlämnade en del uppgifter om privatiseringen. Genom en skrivelse av den 11 maj 1998 begärde kommissionen ytterligare upplysningar och i en skrivelse daterad och registrerad den 25 maj 1998 lämnade Tyskland de begärda uppgifterna om privatiseringen av SKET MAB. Genom en skrivelse av den 29 oktober 1998 begärde kommissionen svar på ytterligare frågor. Den 14 december 1998 träffades företrädare för Tysklands regering, investerarna och kommissionen för att närmare diskutera svaren. Vid mötet framkom det att den beskrivning av omstruktureringsplanen som Tyskland givit inte överensstämde med den plan som investerarna samtyckt till. I en skrivelse daterad den 28 januari 1999 och registrerad den 29 januari 1999 lade Tyskland fram en reviderad omstruktureringsplan. Tyskland överlämnade ytterligare information i en skrivelse daterad den 1 februari 1999 och registrerad den 5 februari 1999 samt i en annan skrivelse daterad den 16 april 1999 och registrerad den 19 april 1999.

II.

7. SKET MAB:s svårigheter beror på den typ av företag som SKET SMM var, föregångaren till SKET MAB. SKET SMM var ett kombinat bildat utifrån planekonomins förutsättningar och krav. Dess komplicerade och samtidigt fragmentariska organisationsstruktur medförde att försöken att privatisera SKET SMM som ett enhetligt företag, som efter den ekonomiska reformen skulle verka på en konkurrensutsatt marknad, inte lyckades. En omstrukturering av hela kombinatet inleddes på ett tidigt stadium, men genomfördes aldrig, eftersom kommissionen inte godkände de olika stödåtgärder till förmån för SKET SMM som anmälts 1994. Åtgärderna omfattade även de potentiellt sett lönsamma delarna av kombinatet, till vilka Schwermaschinenbau hörde. När SKET SMM begärde sig i konkurs i oktober 1996, ändrade de tyska myndigheterna sin ursprungliga strategi och beslöt sig för att lyfta ut de potentiellt lönsamma delarna ur kombinatet och att driva verksamheten i dem vidare som mindre självständiga ekonomiska enheter.

8. I detta syfte tillsatte BvS en icke vinstdrivande konkursförvaltare, SKET Management- und Vertriebsgesellschaft GmbH⁽⁷⁾ (nedan kallat SKET MuV), som skulle kontrollera omstruktureringen av de fem avstyckade företagen, som också befann sig i BvS ägo, och förbereda dem på privatiseringen. Alla dessa företag var små eller medelstora företag. SKET MuV agerade enligt BvS anvisningar och hade till uppgift att söka efter investerare och förhandla fram en privatisering av de fem nybildade företagen. I april 1998 hade det sista av de fem företagen pri-

vatiserats och SKET MuV började avvecklas. De fem avstyckade företagen är:

- SKET MAB,
- SKET Walzwerkstechnik GmbH⁽⁸⁾,
- SKET Ölsaantentechnik GmbH (senare omdöpt till Cimbria SKET GmbH)⁽⁹⁾,
- SKET Maschinenbau-EDV GmbH⁽¹⁰⁾
- SKET Verseilmaschinenbau GmbH⁽¹¹⁾,

9. Utöver dessa företag finna det två dotterbolag, ETM⁽¹²⁾ och DZM⁽¹³⁾, som övertogs av BvS innan SKET SMM begärdes i konkurs.

III.

10. SKET MAB har sitt säte i Magdeburg, Sachsen-Anhalt, Tyskland. År 1997 hade företaget cirka 115 anställda, en omsättning på 39 miljoner tyska mark och redovisade en balansomslutning på 54 miljoner mark. Det tillverkar alla typer av tunga industrimaskiner enligt individuella kundönskemål. Enligt den förelagda omstruktureringen kommer företaget också att börja ägna sig åt efterbearbetning inom sektorn tillverkning av vindgeneratorer.
11. Den 8 november 1996 registrerades SKET MAB i Magdeburgs handelsregister som ett bolag med ett eget kapital på 50 000 mark. Ensam ägare till bolaget var BvS. Den 22 november kom SKET MAB överens med SKET SMM:s konkursförvaltare om att överta affärsområdena maskin- och anläggningskonstruktion från SKET SMM.
12. Enligt privatiseringsavtalet från januari 1998 övertog två investerare, Enercon-gruppen via Aloys Wobben och LMB-gruppen via Heinz Buse, vardera 50% av aktierna i SKET MAB.
13. Enercon-gruppen är en företagskoncern, där företag som ägs av Aloys Wobben och närliggande företag ingår.

⁽⁸⁾ Statligt stöd C 70/97.

⁽⁹⁾ Stödet till detta företag tillstyrktes av kommissionen i april 1999 (ärende NN 125/97).

⁽¹⁰⁾ Stödet till detta företag tillstyrktes av kommissionen i maj 1998 (ärende NN 126/97).

⁽¹¹⁾ Stödet till detta företag tillstyrktes av kommissionen i november 1998 (ärende NN C 72/97).

⁽¹²⁾ Statligt stöd C 16B/95.

⁽¹³⁾ Stödet till detta företag tillstyrktes av kommissionen i maj 1998 (ärende NN 16C/95).

⁽⁷⁾ Statligt stöd NN 67/97.

Mest framträdande är Enercon GmbH, med säte i Niedersachsen, Tyskland. Koncernen utvecklar, tillverkar och installerar vindgeneratorer över hela världen. Enercon-gruppen är inte något litet eller medelstort företag. I december 1998 hade koncernen 1 200 anställda och under 1997 omsatte man 396 miljoner mark. Koncernen är världsledande på marknaden för vindgeneratorer och har den största marknadsandelen i Tyskland.

14. LMB-gruppen är en företagskoncern, där företag som ägs av Heinz Buse och närliggande företag ingår. Mest framträdande är Logauer Maschinenbau GmbH, ett företag med säte i Niedersachsen, Tyskland. Det tillverkar maskiner för olika användningsområden (dvs. samma marknad som SKET MAB) och förser Enercon-gruppen med delar till vindgeneratorer. Det är inte ett litet eller medelstort företag. 1997 omsatte det 88 miljoner mark.

IV.

15. Den 16 januari 1998 slöts ett avtal om försäljning av aktierna i SKET MAB mellan BvS som säljare och Aloys Wobben och Heinz Buse som köpare. Försäljningen skedde utifrån en offentlig anbudsinfordran. West Merchant Bank ställde upp en lista över investerare, privatiseringsannonsen offentliggjordes i pressen och underlag skickades till 44 potentiella investerare. Av dessa 44 lämnade endast åtta in anbud. Investerarnas anbud var det högsta.
16. Köpesumman på 1 mark betalades till BvS. Investerarna övertog från BvS ett banklån på 5 miljoner mark. Avtalet omfattade förpliktelser vad gäller antalet anställda hos SKET MAB och företags säte. Avtalet innehöll dessutom restriktioner för investerarna vad gäller vinstuttag från SKET MAB. Vidare samtyckte Enercon-gruppen till att införliva två nya verksamhetsgrenar i SKET MAB. Dessa utgör visserligen egna juridiska personer, men skall ekonomiskt helt integreras i SKET MAB:s verksamhet.

V.

17. Ett av problemen för det företag som skulle komma att bli det juridiskt oberoende SKET MAB, var att det ingått i det stora, oöverskådliga kombinatet SKET SMM, som

var avsett att fungera i en centralstyrd planekonomi. Detta avspeglades både i SKET SMM:s interna företagsorganisation och i dess infrastruktur. Eftersom hänsyn hade tagits till socialpolitiska mål, hade SKET SMM en alltför stor personalstyrka, sett ur en marknadsekonomisk synvinkel. Vidare led det affärsområde som skulle komma att utgöra SKET MAB av följderna av en allmän eftersatthet och bristande investeringar. Det faktum att SKET SMM varit integrerat i andra centralstyrda planekonomier och beroende av dessa medförde att först SKET SMM:s och sedan SKET MAB:s försäljning minskade i dessa regioner och kom att få en negativ inverkan på omsättningen när även dessa planekonomier övergick till marknadsekonomiska system.

18. Mot bakgrund av detta var ett av de viktigaste stegen av omstruktureringen att avgöra vad som var den lönsamma kärnverksamheten i affärsområdet maskinkonstruktion hos SKET SMM och att därefter stycka av denna del och tillhörande anläggningstillgångar under fortsatt drift. Detta ledde inte bara till att en ny juridisk person, SKET MAB, bildades utan även till att det tidigare beroendet av andra SKET-företag upphävdes, så att framtida relationer mellan de företag som bildats ur SKET SMM skulle komma att bygga på marknadsekonomiska principer. Det betydde dessutom att det skapades en separat infrastruktur för SKET MAB och att verksamheterna kunde koncentreras till minsta nödvändiga anläggning och lokaler. Dessutom måste man vidta olika åtgärder för att säkerställa att de följder som uteblivna investeringar medfört skulle kunna avhjälpas. Genom att behålla namnet SKET på de traditionella försäljningsområdena fick man vissa order på tung maskinutrustning, som tidigare hade gått till SKET SMM. Samtidigt betydde det att SKET MAB fick en ny kundkategori. Efter privatiseringen och införlivandet i Enercon- och LMB-koncernerna ingick i slutskedet av omstruktureringen att SKET MAB skulle byggas upp som ett gemensamt handelsbolag för de två moderbolagen.

19. I den ekonomiska integrationen i Enercon-gruppen ingick skapandet av två nya bolag, Rotorblattfertigung GmbH (nedan kallat Roma), som skulle ansvara för tillverkningen av vindgeneratormotorer, samt Generatorenfertigung und Assembly GmbH (nedan kallat Gema), som skulle ansvara för konstruktion och installation av generatorer. Detta kommer att berika SKET MAB:s traditionella affärsområde genom den potential som finns i efterkommande produktionsled på vindgeneratormarknaden. SKET MAB behöver inte bygga ut sin kapacitet för dessa verksamheter. Dessa nya företag är visserligen ekonomiskt integrerade delar av SKET MAB, men är av produktansvarsskäl och för att skydda know-how egna juridiska personer. Dessa affärsområden är materialmässigt så integrerade i SKET MAB:s tillverkningsprocess, att det vore svårt för tredje part att tillhandahålla motsvarande produkter och tjänster. Enercon-gruppen har tillhandahållit ett utbildningsprogram för att SKET MAB:s personal skall kunna bekanta sig med de nya verksamhetsområdena.

20. Den ekonomiska integrationen i LMB-gruppen kommer att vara till nytta för SKET MAB genom tillgången till affärskunnande. Heinz Buse ägnar sig personligen åt den löpande affärsverksamheten i SKET MAB.
21. Utöver den ovannämnda omorganisationen var man även tvungen att säkra SKET MAB:s kapital- och finansieringsbehov för mellantiden efter avstyckningen ur SKET SMM och innan privatiseringen genomförts.
22. Omstruktureringsplanen skulle genomföras mellan 1996 och 1999. Enligt de uppgifter Tyskland lämnat, genomfördes planen planenligt.
23. Kostnaderna för omstruktureringen av SKET MAB uppgick totalt till 83,1 miljoner mark och bestod av följande belopp:
- a) 4 miljoner mark för att hålla igång driften inom affärsområdet Maskinkonstruktion under den tid, då företaget tillhörde det konkurssatta SKET SMM.
 - b) finansiering för förvärande av anläggnings- och omsättningstillgångar till SKET MAB uppgående till 43,7 miljoner mark,
 - c) förfinansiering av materialinköp för order uppgående till 3,7 miljoner mark,
 - d) finansiering av omstrukturering av SKET MAB efter privatiseringen uppgående till 15,1 miljoner mark,
 - e) finansiering av de nya produktionsområdena Roma och Gema uppgående till 14,7 miljoner mark,
 - f) kostnader för utbildning av SKET MAB-personal uppgående till 1,9 miljoner mark.
24. Omstruktureringsplanen föreskriver att lönsamheten skall ha återställts under loppet av 1999. Nedanstående tabell innehåller de viktigaste datumen för när lönsamheten skall ha återställts. Siffrorna för 1999 bygger på de prognoser som upprättades vid tiden för privatiseringen.

(tyska mark)

	1997	1998	1999 (Prognos)
Omsättning	39 680 000	45 618 000	66 441 000
Materialkostnader	28 170 200	28 590 000	23 850 000
Personalkostnader	12 140 277	15 999 000	27 400 000
Avskrivningar	1 450 500	2 947 200	4 521 000
Rörelseresultat	- 1 249 677	- 1 218 800	5 071 000
Resultat	- 2 226 277	- 3 760 000	5 291 000

Anm. Denna uppställning innehåller endast ett urval viktiga datum och kolumnerna är inte matematiskt fullständiga.

25. Det bör erinras om att den prognosticerade omsättningsökningen återspeglar sig i SKET MAB:s orderbok och bygger på investerarnas åtagande. Som ett exempel på detta uppgår vindgeneratortillverkningens andel av omsättning för 1999 till 45%. Man bör även lägga märke till att SKET MAB:s orderbok tydligt visar att dess framtid inte längre är beroende av andra avstyckningar från SKET SMM. De ökade personalkostnaderna är en avspiegling av den ökade verksamheten och också av förvärvandet av produktionsområdena Roma och Gema. De minskade materialkostnaderna pekar på den större prestige SKET MAB har när det förhandlar fram avtal om materialleveranser till bättre villkor. De båda moderbolagen, Enercon- respektive LMB-gruppen, är lönsamma och expanderar. Koncernerna, som är verksam på olika marknader, kan se tillbaka på över tolv år av beprövat samarbete.
- VI.
26. Det stödpaket som Tyskland anmälde efter privatiseringen uppgick till 57,8 miljoner mark. Kommissionen konstaterade att investerarna för perioden 1998–2000 dessutom har beviljats 3,9 miljoner mark ur den godkända stödordningen 27:e ramprogrammet för förbättring av den regionala näringslivsstrukturen (Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur) – GA-medel. Kommissionen behöver

inte bedöma denna åtgärd på nytt, men kommer att ta upp beloppen i bedömningen av huruvida stödet står i proportion till nyttan.

VII.

27. Följande stödåtgärder behandlas:

Källa	Typ	Tyska mark
BvS	Tillskott för förvarande av omsättnings- och anläggningstillgångar	40 000 000
BvS	Tillskott för lageruppbäggande	3 700 000
BvS	Lån till SKET SMM:s affärsområde Maskinkonstruktion och efter-skänkning av detta lån	4 000 000
BvS	Tillskott för de sista omstruktureringskostnaderna	10 100 000
		57 800 000

28. Dessutom lämnades ett tillskott för förfinansiering av order uppgående till 3,6 miljoner mark. Denna summa betalades tillbaka av investerarna inom ramen för privatiseringen. Det ursprungliga stödpaketet uppgick i den form som den anmäldes i juli 1997 till 79,2 miljoner mark.

29. Kommissionen konstaterar att det inte finns några ytterligare stödelement att ta ställning till, eftersom Enercon- och LMB-grupperna valdes till investerare i SKET MAB som resultat av en offentlig och villkorslös anbudsinfordran och att det bästa anbudet tilldelades avtalet.

30. Investerarnas bidrag uppgår till 25,3 miljoner mark. Det består av följande komponenter:

Användning	Tyska mark
Investering i SKET MAB	5 000 000
Utbildningskostnader för SKET MAB-personal	1 900 000
Återbetalning av lån och ränta	3 700 000
Investeringar (Roma och Gema – affärsområden inom SKET MAB)	13 000 000
Startkostnader (Roma och Gema – affärsområden inom SKET MAB)	1 700 000
	25 300 000

31. Den marknad där SKET MAB av tradition är verksamt, är marknaden för tillverkning av delar till tunga industri-maskiner och fullgörande av konsultuppdrag. Som en följd av införlivandet i Enercon och de två nybildade affärsområdena Roma och Gema utgör vindgenerator-marknaden med 45% av uppdragen under 1999 en betydande del därav. I sin omstrukturerade form är därför SKET MAB verksamt också på marknaden för sammansättning av rotor och generatorer.

32. Inom SKET MAB:s allmänna verksamhet är kunderna bolag och tekniska företag inom olika industrigrenar, som behöver delar eller hela driftsanläggningar. Dessa tillverkas utifrån ritningar, modeller och specifikationer. Företaget är för närvarande främst verksamt på den marknaden. Det råder stark konkurrens med låglöneländer som Polen och Tjeckien. Samtidigt ökar kraven på kvalitet och punktliga leveranser av komplexa anläggningar på plats hos kunden och detta marknadssegment blir allt viktigare. SKET MAB har därför koncentrerat sig på detta marknadssegment, där kvalitet, service, logistik och punktlighet är avgörande faktorer. Villkoren på den marknad där SKET MAB är verksamt bestäms av efterfrågan på marknaderna i efterkommande produktionsled. Utifrån föreliggande uppgifter ser kommissionen inga skäl att ändra den uppfattning som den framförde i samband med att förfarandet inleddes, nämligen att den marknad där SKET MAB är verksamt inte är en marknad med strukturell överkapacitet.

33. En av dessa marknader i efterföljande produktionsled är marknaden för vindgeneratorer, en marknad där SKET MAB samt Roma och Gema i synnerhet kommer att vara verksamma. Vindenergi började utnyttjas i Europa i mitten av 70-talet efter oljekrisen. Under mitten av 80-talet upplevde branschen en återgång med lägre energipriser, vilket medförde en intensifierad kostnadsminskning och ökad effektivitet. Under senare år har det skett en betydande tillväxt på marknaden för vindenergi, med viktiga marknader i Danmark och på senare tid i Tyskland. Tyskland är nu den största marknaden inom gemenskapen och i världen. Utsikterna för vindenergimarknaderna är mycket gynnsamma. Elutvinningen ur vindenergin kommer att öka i takt med att de tekniska framstegen och kostnadssänkningarna gör den konkurrenskraftig jämfört med de viktigaste källorna för elproduktion⁽¹⁴⁾. Kommissionen har inga uppgifter om en strukturell överkapacitet på denna marknad.

34. Mot bakgrund av de nya verksamheter som tillkommit genom att Gema och Roma bildats och eftersom vind-generatormarknaden inte uppvisar någon strukturell

⁽¹⁴⁾ Panorama der EU-Industrie 1997, I-50.

överkapacitet, är det föga sannolikt att marknaderna i föregående produktionsled, t.ex. för sammansättning av komponenter till vindgeneratorer, lider av överkapacitet.

VIII.

35. Det förfarande som inleddes gällde det ursprungliga stödpaketet till förmån för SKET MAB, eftersom kommissionen hyste tvivel om huruvida stödet i dess egenskap av omstruktureringsstöd var förenligt med den gemensamma marknaden. I synnerhet ansåg kommissionen, utifrån de uppgifter den erhållit, att omstruktureringsplanen var alltför vag i fråga om omstruktureringsåtgärderna och de därmed förbundna kostnaderna. Vidare hade endast ett fåtal ekonomiska uppgifter förelagts och det var oklart om företaget skulle kunna bli lönsamt inom rimlig tid. I och med att uppgifter saknades om hur SKET MAB:s kapacitet skulle utvecklas, var det svårt att avgöra vilken inverkan stödet skulle få på konkurrensen. På grund av den bristfälliga informationen om omstruktureringsåtgärderna och kostnaderna för den var det dessutom svårt att avgöra om stödet var begränsat till nödvändigt minimum. Kommissionens tvivel stärktes av att det vid tidpunkten då förfarandet inleddes saknades en privat investerare, som kunde ha varit intresserad av att överta SKET MAB.

IX.

36. Artikel 87.1 i EG-fördraget skall tillämpas på de ovan nämnda stödåtgärderna av nedanstående orsaker.
37. SKET MAB är ett företag, som är verksamt på en relevant marknad som är gränsöverskridande, varför handeln mellan medlemsstaterna berörs. Ett stöd bidrar i sig till att snedvrider konkurrensen. Därför skall artikel 87.1 i EG-fördraget tillämpas på de stöd som Tyskland beviljat företaget. I artikel 87.2 och 87.3 i EG-fördraget föreskrivs möjligheten till undantag för stöd, för vilka artikel 87.1 tillämpas. Av nedan angivna skäl är artikel 87.3 c i EG-fördraget den enda rättsliga grunden för undantag av omstruktureringsstöd för SKET MAB, ett företag i svårigheter.
38. Stödet beviljades till förmån för ett företag, som BvS grundat efter det att en annan ekonomisk enhet möjligt skulle komma att begäras i konkurs. Även om det senare företaget var verksamt under den juridiska personen SKET SMM GmbH:s namn, utgjorde det de facto ett konglomerat av olika affärsområden, som redan under ett par års tid hållit på att omstruktureras. Det nya företaget SKET MAB är delvis efterföljare till SKET SMM:s affärsområde Maskinkonstruktion. BvS ändrade strategi låg i att förse det nya bolaget med kapital och medel, för att privatisera det och få det att stå på egna ben. Det särskilda låg i att SKET SMM GmbH, som sedan 1990 befunnit sig i statlig ägo, aldrig hade kunnat privatiseras som en enhetlig ekonomisk enhet eller som en koncern. Dessa omständigheter skiljer detta fall från sådana nya bolag som bildas efter det att ett redan privatiserat företag går i konkurs.
39. När SKET MAB, affärsområde maskinkonstruktion, blev en separat juridisk person kunde det inte överleva som oberoende företag. Som framkommit ovan bildades och drevs inte SKET SMM:s affärsområde maskinkonstruktion som ett självständigt handelsbolag, utan det var avsett att fungera i en centralstyrd planekonomi. De problem som uppstod ur detta kunde i slutänden ha lett till ett möjligt sammanbrott för SKET SMM. Om inte de affärsområden som hade överlevnadspotential hade lösts ut ur SKET SMM med målsättningen att de skulle genomgå en ytterligare omstrukturering som självständiga företag, skulle dessa nya bolag ha ställts inför samma problem. De stödåtgärder som genomförts till förmån för SKET MAB, som övertog delar av anläggnings- och omsättningsstillgångar i ett konkursbolag, kan behandlas som omstruktureringsstöd. Detta kan rättfärdigas av såväl företagets särskilda ekonomiska och historiska villkor, som ju innebar att de var tvungna att snabbt anpassa sig från en planekonomi till ett marknadsekonomiskt system, som av den roll som BvS, i sin egenskap av efterträdare till Treuhandanstalt, spelade vid denna anpassning.
40. Mot bakgrund av de ovan anförda skälen anser kommissionen, att undantagsbestämmelsen i artikel 87.3 c i EG-fördraget är tillämplig. För att motsvara villkoren för ett sådant undantag måste stödet uppfylla de kriterier som ges i riktlinjer för bedömning av statligt stöd för undsättning och omstrukturering av företag i svårigheter⁽¹⁵⁾.
41. Kommissionen anser att undsättnings- och omstruktureringsstöd kan bidra till att utveckla affärsverksamhet utan att ändra marknadsvillkoren på ett sätt som strider mot gemenskapsintresset, om de villkor som anförs i stycke 3 i riktlinjerna är uppfyllda. Kommissionen godkänner därför ett sådant stöd under dessa förutsättningar. Är de företag som skall undsättas eller omstruktureras verksamma i stödområden, tar kommissionen, i enlighet med punkt 3.2.3 i riktlinjerna hänsyn till regionala skäl enligt artikel 87.3 a och 87.3 c.

⁽¹⁵⁾ EGT C 368, 23.12.1994.

42. De åtgärder som skall bedömas här är de åtgärder som Tyskland anmälde 1998 och som uppgick till 57,8 miljoner mark i samband med lån till förfinansiering av order uppgående till 3,6 miljoner mark plus ränta. Denna summa återbetalades av investeraren efter privatiseringen och var avsedd som omstruktureringssöd.

X.

43. För att uppfylla kraven i riktlinjerna måste alla omstrukturingsplaner leda till att inom skälig tid återställa företagets långsiktiga lönsamhet, baserat på realistiska antaganden om framtida affärsvillkor.
44. Problemen för det affärsområde som eventuellt skulle komma att bli SKET MAB och de åtgärder som måste vidtas för att avhjälpa dem har redan beskrivits. De åtgärder som vidtogs före privatiseringen syftade till att avhjälpa en del av dessa problem och åtgärderna efter privatiseringen till att avhjälpa resten, däribland integrationen i moderbolagen. SKET MAB är inte längre beroende av andra SKET SMM-efterföljare och företaget har fått tillgång till nya geografiska marknader och produktmarknader. De två koncerner som investerat i SKET MAB är framgångsrika företag, som dessutom har samarbetat i många år. SKET MAB:s ekonomiska situation motsvarar den prognos som ställdes upp vid tiden för privatiseringen. Investerarna har redan förbättrat SKET MAB:s orderingång och det förefaller realistiskt att lönsamheten kommer att kunna återupprättas inom skälig tid.

XI.

45. Kommissionen drar av det slutsatsen att detta kriterium i riktlinjerna är uppfyllt.
46. En annan förutsättning för att godkänna ett omstruktureringssöd enligt riktlinjerna är att stödet inte medför en orimlig snedvridning av konkurrensen.
47. Enligt riktlinjerna måste stödmottagaren permanent minska sin kapacitet om det föreligger en strukturell överkapacitet på den aktuella marknaden. Om det inte föreligger någon överkapacitet, behöver kapaciteten inte minskas, men en kapacitetsökning tillåts i allmänhet inte.
48. Så som redan konstaterats har kommissionen inga bevis för att sektorn tillverkning av tunga industrimaskiner, som ju vindgeneratormarknaden utgör en delmarknad av, skulle uppvisa en strukturell överkapacitet. Därför behöver SKET MAB inte permanent minska sin kapacitet. Dock bör man konstatera att produktionsanlägg-

ningarna och personalstyrkan minskades som en del av omstruktureringen av SKET MAB. De nybildade divisionerna Gema och Roma medför inte heller någon utvidgning av den nuvarande maskinproduktionskapaciteten hos SKET MAB. De två nya divisionerna är verksamma i efterföljande produktionsled och utgör en nödvändig del av den framgångsrika integrationen i Enercon Operation och är därför en förutsättning för återställandet av lönsamheten i SKET MAB.

49. I samband med att innehållet i kommissionens meddelande till Tyskland offentliggjordes i *Europeiska gemenskapernas officiella tidning*, uppmanades berörda parter, bl.a. konkurrenter, att inkomma med synpunkter. Kommissionen konstaterar att det inte inkommit några synpunkter.
50. SKET MAB skall visserligen drivas som ett samägt företag av Enercon- och LMB-gruppen, men dessa företag är inte verksamma på samma marknader och deras överenskommelse, så som Tyskland presenterat det, kommer inte att snedvrider konkurrensen på den gemensamma marknaden.
51. Kommissionen drar slutsatsen att stödåtgärderna till förmån för SKET MAB inte kommer att medföra en orimlig snedvridning av konkurrensen.

XII.

52. En ytterligare förutsättning för att godkänna ett omstruktureringssöd enligt riktlinjerna är att stödets storlek och intensitet måste begränsa sig till det nödvändiga minimimått som krävs för omstruktureringen och de måste stå i proportion till den ur gemenskapens synvinkel förväntade nyttan. Dessutom förväntas av investeraren att denne på ett betydande sätt bidrar till omstruktureringen med egna medel.
53. I det aktuella fallet uppgår hela stödpaketet från BvS till 57,8 miljoner mark. Detta belopp består av ett lån från BvS på 43,7 miljoner mark för förvärvet av anläggnings- och omsättningstillgångar, uppbyggnaden av ett maskindelslager samt till förvärv av anläggningsutrustning från SKET SMM. Den andra delen av paketet utgörs av ett lån från BvS till konkursförvaltaren på 4 miljoner mark. Dessutom har SKET MAB erhållit ett lån på 10,1 miljoner mark för att genomföra omstruktureringen. Det belopp på 3,99 miljoner mark som beviljats ur medel från 27:e ramprogrammet för förbättring av den regionala näringslivsstrukturen skall läggas till i de nya stödbeloppen vid bedömningen av stödets proportionalitet.
54. Visserligen uppgick köpeskillingen enbart till 1 mark, men investerarna förpliktigade sig att investera 5 miljoner mark i omstruktureringen av SKET MAB. De

kommer att finansiera utbildningen av SKET MAB:s personal, vilket uppgår till 1,9 miljoner mark. Dessutom åtog de sig att återbetala ett lån på 3,6 miljoner mark som beviljats SKET MAB jämte ränta på 100 000 mark. Eftersom omstruktureringen inbegriper en utvidgning av SKET MAB genom de nybildade Roma och Gema, gäller investerarnas skyldigheter även dessa affärsområden. Investerarna kommer att investera 13 miljoner mark i Roma och Gema samt att finansiera startkostnaderna, som uppgår till 1,7 miljoner mark. Investeringen för omstruktureringen uppgår därigenom till 25,3 miljoner mark eller 21,31 miljoner mark om man tar hänsyn till de 3,99 miljoner mark som tillhandahållits genom GAMedel.

55. Följaktligen uppgår omstruktureringskostnaderna till totalt 83,1 miljoner mark och den privata investeraren har bidragit med cirka 25%. Investerarnas bidrag kan därigenom anses vara skäligt.
56. Med beaktande av det ovannämnda anser kommissionen att de farhågor som den hyste när förfarandet inleddes undanröjts och att kriteriet om stödets proportionalitet nu är uppfyllt.

XIII.

57. I riktlinjerna ställs vidare krav på att den omstruktureringsplan som förelagts kommissionen och som godkänts av denna skall genomföras i dess helhet och att alla de villkor som lagts fast i kommissionens beslut måste uppfyllas. I annat fall kommer kommissionen att vidta åtgärder för att återkräva stödet, för såvitt den inte ändrar sitt ursprungliga beslut till följd av en ny anmälan från medlemsstaten. Viktiga delar av omstruktureringsplanen, som t.ex. bildandet av Roma och Gema, har redan genomförts. Investerarna har förbundit sig att genomföra återstående delar av planen inom två år. De bägge investerande koncernerna har samarbetat under lång tid, varför det inte finns skäl att anta att de kommer att avveckla det gemensamma bolaget. Dessutom har Tyskland försäkrat att alla möjliga åtgärder vidtagits för att säkerställa att planen kommer att genomföras. Av detta drar kommissionen slutsatsen att även detta krav i riktlinjerna har uppfyllts.

XIV.

58. Kommissionen konstaterar att Förbundsrepubliken Tyskland i strid med artikel 88.3 i EG-fördraget genomfört ovannämnda stödåtgärder. Med beaktande av det ovan anförda anser dock kommissionen att åtgärderna, i och med att de uppfyller riktlinjerna för omstruktureringsstöd, kan anses vara förenliga med den gemensamma marknaden.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Det statliga stöd som Förbundsrepubliken Tyskland genomfört till förmån för SKET MAB, Magdeburg och SKET SMM:s affärsområde Maskinkonstruktion, till ett belopp av 57,8 miljoner tyska mark, är förenligt med reglerna för den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget och artikel 61.3 c i EES-avtalet. Stödet i fråga omfattar

- a) tillskott från BvS för förvarande av omsättnings- och anläggningstillgångar (40 000 000 mark),
- b) tillskott från BvS för lageruppbyggnad (3 700 000 mark),
- c) lån till SKET SMM:s affärsområde maskinkonstruktion och avskrivning av detta lån (4 000 000 mark),
- d) tillskott för slutfasen av omstruktureringen (cirka 10 100 000 mark).

Artikel 2

Tysklands lån på 3,6 miljoner mark till förmån för SKET MAB, vilket har återbetalats av SKET MAB:s investerare, är förenligt med reglerna för den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget och artikel 61.3 c i EES-avtalet.

Artikel 3

Tyskland skall årligen lägga fram en detaljerad rapport om genomförandet av omstruktureringsplanen.

Artikel 4

Detta beslut riktar sig till Förbundsrepubliken Tyskland.

Utfärdad i Bryssel den 20 juli 1999.

På kommissionens vägnar
Karel VAN MIERT
Ledamot av kommissionen

KOMMISSIONENS BESLUT

av den 17 december 1999

om ändring av beslut 97/468/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje länder från vilka medlemsstaterna tillåter import av kött av vilt

[delgivet med nr K(1999) 4675]

(Text av betydelse för EES)

(2000/76/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT
DETTA BESLUT

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska
gemenskapen,

Artikel 1

med beaktande av rådets beslut 95/408/EG av den 22 juni 1995 om villkor för upprättande, under en övergångsperiod, av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land, från vilka medlemsstaterna får importera vissa produkter av animaliskt ursprung, fiskprodukter och levande tvåskaliga mol-lusker⁽¹⁾, senast ändrat genom beslut 98/603/EG⁽²⁾, särskilt artikel 2.1 i detta, och

Texten i bilagan till det här beslutet skall läggas till i bilagan till
beslut 97/468/EG.

Artikel 2

av följande skäl:

Detta beslut skall tillämpas från och med den 15 december
1999.

1. I kommissionens beslut 97/468/EG⁽³⁾ upprättades pro-
visoriska förteckningar över anläggningar som producerar
viltkött.
2. Lettland har överlämnat en förteckning över anläggningar
som producerar viltkött och som de ansvariga myndighe-
terna kan intyga uppfyller gemenskapens bestämmelser.
3. En provisorisk förteckning över anläggningar som pro-
ducerar viltkött kan därför upprättas för Lettland.
4. De åtgärder som föreskrivs i detta beslut är förenliga med
yttrandet från Ständiga veterinärkommittén.

Artikel 3

Detta beslut riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdad i Bryssel den 17 december 1999.

På kommissionens vägnar

David BYRNE

Ledamot av kommissionen

⁽¹⁾ EGT L 243, 11.10.1995, s. 17.⁽²⁾ EGT L 289, 28.10.1998, s. 36.⁽³⁾ EGT L 199, 26.7.1997, s. 62.

ANEXO — BILAG — ANHANG — ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ — ANNEX — ANNEXE — ALLEGATO — BIJLAGE — ANEXO —
LIITE — BILAGA

**"País: LETONIA — Land: LETLAND — Land: LETTLAND — Χώρα: ΛΕΤΟΝΙΑ — Country: LATVIA —
Pays: LETTONIE — Paese: LETTONIA — Land: LETLAND — País: LETÓNIA — Maa: LATVIA —
Land: LETTLAND**

1	2	3	4	5	6
LV 04 G	Adazi-Kover	Riga district	Adazu parish	PH	a"

KOMMISSIONENS BESLUT**av den 17 december 1999****om gemenskapens inköp av mul- och klövsjukeantigener och om sammansättning, framställning, tappning på flaskor samt distribution av mul- och klövsjukevacciner***[delgivet med nr K(1999) 4683]**(2000/77/EG)*

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT
DETTA BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska
gemenskapen,

med beaktande av rådets beslut 90/424/EEG av den 26 juni
1990 om utgifter inom veterinärområdet⁽¹⁾, senast ändrat
genom förordning (EG) nr 1258/1999⁽²⁾, särskilt artikel 14 i
denna,

med beaktande av rådets beslut 91/666/EEG av den 11 decem-
ber 1991 om att inom gemenskapen upprätta beredskapslager
av vacciner mot mul- och klövsjuka⁽³⁾, senast ändrat genom
beslut 1999/762/EG⁽⁴⁾, särskilt artikel 5 i detta, och

med beaktande av följande:

1. I enlighet med beslut 91/666/EEG utgör inköp av antige-
ner ett led i gemenskapens åtgärder för att inom gemen-
skapen skapa beredskapslager av mul- och klövsjukevacci-
ner.
2. I kommissionens beslut 93/590/EG av den 5 november
1993 om gemenskapens inköp av mul- och klövsjukeanti-
gener inom ramen för gemenskapens åtgärder för att
skapa beredskapslager av vacciner mot mul- och klöv-
sjuka⁽⁵⁾, senast ändrat genom beslut 95/471/EG⁽⁶⁾, finns
bestämmelser för inköp av mul- och klövsjukeantigenerna
A5, A22 och O1.
3. I kommissionens beslut 97/348/EG av den 23 maj 1997
om gemenskapens inköp av mul- och klövsjukeantigener
och om sammansättning, framställning, tappning på flas-
kor samt distribution av mul- och klövsjukevacciner⁽⁷⁾,
finns bestämmelser för inköp av mul- och klövsjukeantige-
nerna A22 Irak, C1 och ASIA1.
4. Till följd av det rådande sjukdomsläget behövs ytterligare
antigener.

5. De åtgärder som föreskrivs i detta beslut är förenliga med
yttrandet från Ständiga veterinärkommittén.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

1. Gemenskapen skall så snart som möjligt köpa in följande
stammar av mul- och klövsjukeantigener:

— A Iran 96: 1 000 000 doser

— A Iran 99: 1 000 000 doser

— A Malaysia 97: 500 000 doser

— SAT1: 500 000 doser

— SAT2 (södra Afrika): 500 000 doser

— SAT2 (östra Afrika): 500 000 doser

— SAT3: 500 000 doser

2. Gemenskapen skall vidta åtgärder för sammansättning,
framställning, tappning på flaskor samt distribution av de mul-
och klövsjukevacciner som producerats av de antigener som
avses i punkt 1.

3. Kostnaden för de åtgärder som avses i punkt 1 och 2
skall högst uppgå till 2,5 miljoner euro.

4. De åtgärder som avses i punkt 3 skall organiseras av
kommissionen före den 31 december 1999.

Artikel 2

De åtgärder som avses i artikel 1.3 skall genomföras av kom-
missionen i samarbete med den leverantör som har utsetts
genom anbudsinfordran.

⁽¹⁾ EGT L 224, 18.8.1990, s. 19.

⁽²⁾ EGT L 160, 26.6.1999, s. 103.

⁽³⁾ EGT L 368, 31.12.1991, s. 21.

⁽⁴⁾ EGT L 301, 24.11.1999, s. 6.

⁽⁵⁾ EGT L 280, 13.11.1993, s. 33.

⁽⁶⁾ EGT L 269, 11.11.1995, s. 29.

⁽⁷⁾ EGT L 148, 6.6.1997, s. 27.

Artikel 3

1. För att uppfylla målen i artiklarna 1 och 2 skall kommissionen sluta avtal utan dröjsmål.

2. Generaldirektören för Generaldirektoratet för hälsa och konsumentskydd skall bemyndigas att underteckna avtal på Europeiska kommissionens vägnar.

Artikel 4

Detta beslut riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdad i Bryssel den 17 december 1999.

På kommissionens vägnar

David BYRNE

Ledamot av kommissionen

KOMMISSIONENS BESLUT

av den 17 december 1999

om ändring av beslut 97/365/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land från vilka medlemsstaterna tillåter import av köttprodukter av nötkreatur, svin, hästdjur, får och getter

[delgivet med nr K(1999) 4688]

(Text av betydelse för EES)

(2000/78/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT
DETTA BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av rådets beslut 95/408/EG av den 22 juni 1995 om villkor för upprättande, under en övergångsperiod, av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land, från vilka medlemsstaterna får importera vissa produkter av animaliskt ursprung, fiskprodukter och levande tvåskaliga mollusker⁽¹⁾, senast ändrat genom beslut 98/603/EG⁽²⁾, särskilt artikel 2.1 i detta, och

av följande skäl:

1. I kommissionens beslut 97/222/EG⁽³⁾ upprättades en förteckning över tredje länder från vilka medlemsstaterna tillåter import av köttprodukter.
2. Krav beträffande djurhälsa och veterinärintyg vid import av köttprodukter från dessa länder har fastställts i kommissionens beslut 97/221/EG⁽⁴⁾.
3. Provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje länder från vilka medlemsstaterna tillåter import av köttprodukter från nötkreatur, svin, hästdjur, får och getter upprättades genom kommissionens beslut 97/365/EG⁽⁵⁾.
4. Kommissionen har erhållit en förteckning från Bulgarien som omfattar en anläggning för vilken landet lämnar garantier att den fullständigt uppfyller gemenskapens tillämpliga hälsoskyddskrav.
5. En kontroll som gemenskapen utfört på plats har visat att den hygieniska standarden på anläggningen är tillräckligt god, och anläggningen kan därför tas med i en första förteckning över anläggningar från vilka import av köttprodukter kan tillåtas.

6. En provisorisk förteckning över anläggningar som framställer köttprodukter kan därför upprättas för Bulgarien.

7. De åtgärder som föreskrivs i detta beslut är förenliga med yttrandet från Ständiga veterinärkommittén.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Texten i bilagan till det här beslutet skall läggas till i bilagan till beslut 97/365/EG.

Artikel 2

Detta beslut skall tillämpas från och med den 15 december 1999.

Artikel 3

Detta beslut riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdad i Bryssel den 17 december 1999.

På kommissionens vägnar

David BYRNE

Ledamot av kommissionen

⁽¹⁾ EGT L 243, 11.10.1995, s. 17.

⁽²⁾ EGT L 289, 28.10.1998, s. 36.

⁽³⁾ EGT L 89, 4.4.1997, s. 39.

⁽⁴⁾ EGT L 89, 4.4.1997, s. 32.

⁽⁵⁾ EGT L 154, 12.6.1997, s. 41.

ANEXO — BILAG — ANHANG — ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ — ANNEX — ANNEXE — ALLEGATO — BIJLAGE — ANEXO —
LIITE — BILAGA

"País: BULGARIA — Land: BULGARIEN — Land: BULGARIEN — Χώρα: ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ — Country:
BULGARIA — Pays: BULGARIE — Paese: BULGARIA — Land: BULGARIJE — País: BULGÁRIA —
Maa: BULGARIA / Land: BULGARIEN

1	2	3	4	5
21	Mecom Ltd	Silistra		6"

KOMMISSIONENS BESLUT

av den 20 december 1999

om ändring av beslut 1999/710/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land från vilka medlemsstaterna tillåter import av malet kött och köttberedningar

[delgivet med nr K(1999) 4685]

(Text av betydelse för EES)

(2000/79/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT
DETTA BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska
gemenskapen,

med beaktande av rådets beslut 95/408/EG av den 22 juni
1995 om villkor för upprättande, under en övergångsperiod,
av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land,
från vilka medlemsstaterna får importera vissa produkter av
animaliskt ursprung, fiskprodukter och levande tvåskaliga mol-
lusker⁽¹⁾, ändrat genom beslut 98/603/EG⁽²⁾, särskilt artikel
2.1 i detta, och

av följande skäl:

1. En provisorisk förteckning över anläggningar som pro-
ducerar malet kött och köttberedningar upprättades i kom-
missionens beslut 1999/701/EG⁽³⁾.
2. Tjeckiska republiken och Nya Zeeland har skickat en för-
teckning över anläggningar som producerar malet kött
och köttberedningar och som de ansvariga myndigheterna
har förklarat uppfyller gemenskapens bestämmelser.
3. Provisoriska förteckningar över anläggningar som produce-
rar malet kött och köttberedningar kan därför upprättas
för Tjeckiska republiken och Nya Zeeland enligt det för-
farande som anges för vissa länder i beslut 95/408/EG.

4. De åtgärder som föreskrivs i detta beslut är förenliga med
yttrandet från Ständiga veterinärkommittén.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Texten i bilagan till det här beslutet skall läggas till i bilagan till
beslut 1999/710/EG.

Artikel 2

Detta beslut skall tillämpas från och med den 15 december
1999.

Artikel 3

Detta beslut riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdad i Bryssel den 20 december 1999.

På kommissionens vägnar

David BYRNE

Ledamot av kommissionen

⁽¹⁾ EGT L 243, 11.10.1995, s. 17.

⁽²⁾ EGT L 289, 28.10.1998, s. 36.

⁽³⁾ EGT L 281, 4.11.1999, s. 82.

ANEXO — BILAG — ANHANG — ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ — ANNEX — ANNEXE — ALLEGATO — BIJLAGE — ANEXO —
LIITE — BILAGA

**"País: REPUBLICA CHECA — Land: TJEKKISKE REPUBLIK — Land: TSCHJECHISCHE REPUBLIK —
Χώρα: ΤΣΕΧΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ — Country: CZECH REPUBLIC — Pays: REPUBLIQUE TCHÈQUE —
Paese: REPUBBLICA Ceca — Land: TSJECHISCHE REPUBLIEK — País: REPÚBLICA CHECA —
Maa: TŠEKKI — Land: TJECKISKA REPUBLIKEN**

1	2	3	4	5	6
CZ967	Krůta, a.s.	Hodonin	Hodonin	MP	7
CZ932	Adex, a.s., Lom u Tachova	Lom u Tachova	Tachov	MP	7

**País: NUEVA ZELANDIA — Land: NEW ZEALAND — Land: NEUSEELAND — Χώρα: ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ —
Country: NEW ZEALAND — Pays: NOUVELLE-ZÉLANDE — Paese: NUOVA ZELANDA —
Land: NIEUW-ZEELAND — País: NOVA ZELÂNDIA — Maa: UUSI-SEELANTI — Land: NYA ZEELAND**

1	2	3	4	5	6
ME9	Richmond Ltd	Hawera		MM	7
ME43	Riverlands Elt- ham Ltd	Eltham		MM, MP	7
ME50	Alliance Group Ltd	Lorneville	Invercargill	MM	7
PH14	Richmond Ltd	Hastings		MM, MP	7
PH31	Advanced Foods of New Zealand Ltd	Waipukurau		MM, MP	7
PH173	ANZCO Green Island Ltd	Green Island	Dunedin	MM, MP	7
PH214	Garrett Interna- tional Meats Ltd	Penrose	Auckland	MM, MP	7"

KOMMISSIONENS BESLUT**av den 20 december 1999****om ändring av beslut 1999/120/EG om upprättande av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land från vilka medlemsstaterna tillåter import av djurtarmar***[delgivet med nr K(1999) 4697]***(Text av betydelse för EES)****(2000/80/EG)**EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT
DETTA BESLUT

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska
gemenskapen,med beaktande av rådets beslut 95/408/EG av den 22 juni
1995 om villkor för upprättande, under en övergångsperiod,
av provisoriska förteckningar över anläggningar i tredje land,
från vilka medlemsstaterna får importera vissa produkter av
animaliskt ursprung, fiskprodukter och levande tvåskaliga mol-
lusker⁽¹⁾, senast ändrat genom beslut 98/603/EG⁽²⁾, särskilt
artikel 2.4 i detta, och

av följande skäl:

1. I kommissionens beslut 1999/120/EG⁽³⁾ upprättades pro-
visoriska förteckningar över anläggningar i tredje land där
bearbetning av djurtarmar äger rum.
2. Bangladesh, Mexiko, Nicaragua och Panama har skickat in
förteckningar över sådana anläggningar för bearbetning av
djurtarmar som de ansvariga myndigheterna kan intyga
uppfyller gemenskapens bestämmelser.
3. Provisoriska förteckningar över anläggningar för bearbet-
ning av djurtarmar kan därför upprättas för Bangladesh,
Mexiko, Nicaragua och Panama. Kommissionens beslut
1999/120/EG bör därför ändras i enlighet med detta.
4. De åtgärder som föreskrivs i detta beslut är förenliga med
yttrandet från Ständiga veterinärkommittén.

*Artikel 1*1. I titeln på beslut 1999/120/EG skall ", magar och urinblå-
sor" läggas till på slutet.2. I artikel 1.1 och 1.2 skall ", magar och urinblåsor" läggas
till efter "djurtarmar".*Artikel 2*Texten i bilagan till det här beslutet skall läggas till i bilagan till
beslut 1999/120/EG.*Artikel 3*Detta beslut skall tillämpas från och med den 15 december
1999.*Artikel 4*

Detta beslut riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdad i Bryssel den 20 december 1999.

På kommissionens vägnar

David BYRNE

Ledamot av kommissionen⁽¹⁾ EGT L 243, 11.10.1995, s. 17.⁽²⁾ EGT L 289, 28.10.1998, s. 36.⁽³⁾ EGT L 36, 10.2.1999, s. 21.

ANEXO — BILAG — ANHANG — ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ — ANNEX — ANNEXE — ALLEGATO — BIJLAGE — ANEXO —
LIITE — BILAGA

**País: BANGLADESH — Land: BANGLADESH — Land: BANGLADESCH — Χώρα: ΜΠΑΓΛΑΝΤΕΣ —
Country: BANGLADESH — Pays: BANGLADESH — Paese: BANGLADESH — Land: BANGLADESH —
País: BANGLADECHE — Maa: BANGLADESH — Land: BANGLADESH**

1	2	3	4	5
	Central Traders	Chittagong		

**País: MEXICO — Land: MEXICO — Land: MEXIKO — Χώρα: ΜΕΞΙΚΟ — Country: MEXICO —
Pays: MEXIQUE — Paese: MESSICO — Land: MEXICO — País: MÉXICO — Maa: MEKSIKO —
Land: MEXIKO**

1	2	3	4	5
46	DEWIED International S.A. de CV	Piedras Negras	Coahuila	

**País: NICARAGUA — Land: NICARAGUA — Land: NICARAGUA — Χώρα: ΝΙΚΑΡΑΓΟΥΑ — Country:
NICARAGUA — Pays: NICARAGUA — Paese: NICARAGUA — Land: NICARAGUA — País: NICARÁGUA —
Maa: NICARAGUA — Land: NICARAGUA**

1	2	3	4	5
10	DIPROCASA	Rivas	Rivas	

**País: PANAMA — Land: PANAMA — Land: PANAMA — Χώρα: ΠΑΝΑΜΑΣ — Country: PANAMA —
Pays: PANAMA — Paese: PANAMA — Land: PANAMA — País: PANAMÁ — Maa: PANAMA —
Land: PANAMA**

1	2	3	4	5
148	AGRO INDUSTRIAS DE SANTIAGO	Aguadulce	Coclé	