

**Sdělení zveřejněné na základě čl. 27 odst. 4 nařízení Rady (ES) č. 1/2003 v případě
COMP/A.39.116/B2 – Coca-Cola**

(2004/C 289/08)

(Text s významem pro EHP)

1. Úvod

- (1) Evropská komise obdržela soubor závazků formálně schválených společností The Coca Cola Company (dále jen „TCCC“) a jejími třemi nejvýznamnějšími stáčírnami v rámci EHP, společnostmi Coca-Cola Hellenic Bottling Company, Coca-Cola Enterprises a Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG (dále jen „společnosti“). Tyto závazky byly učiněny, když Komise šetřila obchodní praktiky těchto společností v Evropském společenství, Norsku a na Islandu v souvislosti s článkem 82 Smlouvy o ES a článkem 54 Dohody o EHP.
- (2) Tímto zveřejněním hodlá Komise podrobit tržnímu testu stávající návrh závazků těchto společností, jejichž účelem je reagovat na obavy Komise z narušení hospodářské soutěže vyjádřené v jejím předběžném hodnocení ohledně šetřených praktik těchto společností. Na základě výsledků tohoto testu zamýšlí Komise přijmout rozhodnutí podle čl. 9 odst. 1 nařízení Rady (ES) č. 1/2003 ze dne 16. prosince 2002 o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích 81 a 82 Smlouvy (⁽¹⁾), kterým učiní navrhované závazky, které vyvracejí její obavy vyjádřené v předběžném hodnocení, závazné pro společnosti. Toto rozhodnutí ovšem nestanoví, zda-li došlo či dochází k protiprávnímu jednání.

2. Předběžné hodnocení

- (3) Dopisem ze dne 18. listopadu 2004 Komise informovala společnosti o předběžném hodnocení ve smyslu čl. 9 odst. 1 nařízení č. 1/2003.
- (4) Z předběžného hodnocení vyplývá, že TCCC spolu s jejími stáčírnami zaujímají dominantní postavení na některých národních trzích nabídky perlivých nealkoholických nápojů (dále jen „PNN“) v ES, Norsku a na Islandu, a to alespoň v jedné ze dvou distribučních cest: v distribuci pro spotřebu v domácnosti (supermarkety a jiné maloobchodní prodejny) a v distribuci pro spotřebu na místě, známé rovněž jako distribuce pro spotřebu mimo domácnost, distribuce horeca (hotely, restaurace, kavárny) nebo gastronomická distribuce (⁽²⁾).

⁽¹⁾ Úř. věst. L 1, 4.1.2003, s. 1.

⁽²⁾ Na základě aktuálně dostupných údajů (údaje týkající se Kypru, Lucemburska a Malty nejsou dosud dostupné) závazky by se vztahovaly na: Rakousko, Belgie, Dánsko, Estonsko, Francii, Německo, Řecko, Maďarsko (pouze v distribuci pro spotřebu v domácnosti), Itálii, Litvu, Lotyšsko (pouze v distribuci pro spotřebu v domácnosti), Nizozemí, Norsko (pouze v distribuci pro spotřebu v domácnosti), Polsko (pouze v distribuci pro spotřebu v domácnosti), Španělsko, Švédsko a Spojené království.

- (5) Praktiky vedoucí k obavám se u obou distribučních cest týkají požadavků na výlučnost; slev poskytovaných za podmínky, že odběratelé budou čtvrtletně plnit individuálně upravené nákupní prahy stanovené samostatně pro kolové a jiné než kolové nápoje; dohody o vázaném nákupu; opatření, která vyžadují, aby odběratelé uvedli do prodeje určitou řadu skladových jednotek (dále jen „SJ“) kolových nápojů a/nebo SJ jiných než kolových nápojů. V distribuci pro spotřebu v domácnosti uplatňují společnosti ujednání o prostoru v prodejních regálech, kdy supermarkety vyčlení pro značkové výrobky společnosti TCCC velkou část prostoru vyhrazeného pro PNN. V distribuci pro spotřebu na místě získají odběratelé finanční prostředky předem, pokud budou řadu let kupovat značkové výrobky společnosti TCCC. Kromě toho společnosti stanovily určitá omezení týkající se výlučnosti, pokud jde o technická prodejní zařízení, jako jsou chladiče nápojů, čepovací automaty nebo prodejní automaty.
- (6) Podle předběžného hodnocení jsou v důsledku těchto praktik prodejny obtížněji přístupné pro jiné soutěžitele, čímž jsou v konečném důsledku poškozeni spotřebitelé. Při předběžném hodnocení bylo především zjištěno, že společnosti mohou využívat tržní sílu svých silných značek a široký sortiment výrobků jako prostředek k udržení a rozšíření svého postavení na trhu.

3. Závazky

- (7) Závazky jsou stručně shrnuty v následujícím textu a jejich úplné nedůvěrné anglické znění je zveřejněno na internetových stránkách generálního ředitelství pro hospodářskou soutěž:

http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/cases/decisions/39116/tccc_final_undertaking_041019.pdf

- (8) Společnosti navrhují, že budou závazky uplatňovat ve všech členských státech, Norsku a na Islandu, pokud množství prodaných značkových PNN společnosti TCCC v dané zemi přesáhlo v předcházejícím roce podílů 40 % a dvojnásobek podílu nejbližšího soutěžitele na celostátním prodeji PNN, a to buď v distribuci pro spotřebu v domácnosti, nebo v distribuci pro spotřebu na místě.
- (9) S ohledem na obě distribuční cesty se společnosti zavazují

— nevázat odběratele ustanoveními o výlučnosti,

- nenabízet cílové slevy pro značkové PNN společnosti TCCC, to znamená slevy nebo jiné výhody v případě, že odběratel naplní individuálně upravený nákupní práh,
 - nevyžadovat uzavření dohod o vázaném nákupu jako podmínku pro dodávku značkových kolových PNN společnosti TCCC nebo značkových pomerančových PNN společnosti TCCC při nákupu jednoho nebo více dalších značkových nápojů společnosti TCCC,
 - vymezit ustanovení týkající se sortimentu a rozsahu sortimentu samostatně pro běžné značkové kolové PNN, značkové kolové PNN typu light a značkové pomerančové PNN společnosti TCCC. Je-li součástí závazku samostatné zacházení se značkovými pomerančovými PNN společnosti TCCC, vztahuje se tento závazek pouze na země, v nichž množství prodaných nápojů „Fanta Orange Regular“ přesáhlo v předcházejícím roce dvojnásobek podílu nejbližší konkurenční značky pomerančových PNN, a to buď v distribuci pro spotřebu v domácnosti, nebo v distribuci pro spotřebu na místě,
 - nepodmiňovat dodávku značkových PNN společnosti TCCC nebo rozsah jakýkoliv výhod podmínkou, aby odběratel přerušil, omezil nebo změnil vztah s jinými dodavateli.
- (10) Obzvláště s ohledem na distribuci pro spotřebu v domácnosti se společností zavazují
- sjednat si vyčlenění určité části stálého prostoru v nechlazených prodejních regálech v prodejních odběratelů (dále jen: „ujednání o regálovém prostoru“) odděleně pro značkové kolové PNN společnosti TCCC, pomerančové PNN společnosti TCCC a pro jakékoliv jiné značkové PNN společnosti TCCC,
 - u všech ujednání o regálovém prostoru nevyčleňovat pro značkové kolové PNN společnosti TCCC podíl stálého prostoru v nechlazených prodejních regálech určeného pro PNN, který by překročil vnitrostátní podíl prodeje PNN dosažený u značkových kolových PNN společnosti TCCC v předcházejícím roce a snížený o 5 % tohoto podílu,
 - u všech ujednání o regálovém prostoru nevyčleňovat pro značkové pomerančové PNN společnosti TCCC podíl stálého prostoru v nechlazených prodejních regálech určeného pro PNN, který by překročil vnitrostátní podíl prodeje pomerančových PNN dosažený u značkových pomerančových PNN společnosti TCCC v předcházejícím roce.
- (11) Obzvláště s ohledem na distribuci pro spotřebu na místě se společností zavazují
- omezit dobu platnosti jakýchkoli finančních dohod nejvýše na pět let, přičemž odběrateli je umožněno, aby s tříměsíční výpovědní lhůtou a) splatil jakoukoliv část dlužné částky půjčky v hotovosti nebo b) ukončil dohodu bez sankce za předčasné splacení půjčky. Kromě toho nebude žádná dohoda podmíněna nákupem stanoveného rozsahu značkových PNN společnosti TCCC,
 - omezit dobu platnosti dohod o dostupnosti nejvýše na pět let, přičemž je odběrateli každý rok, avšak nejdříve po třech letech, umožněno, aby dohodu ukončil bez sankce,
 - při sponzorování v různých prostorách (např. na stadionech nebo v zábavních parcích) uplatňovat výhradní právo v prostorách pouze pro sponzorující obchodní značku nebo druh příchuti. Při sponzorování akcí (např. sportovní akce, festivaly) mohou společnosti uplatňovat výhradní práva na dodávku celého rozsahu svých PNN.
- (12) Obzvláště s ohledem na obchodní dohody v distribuci pro spotřebu na místě, které byly uzavřeny po nabídkovém řízení, mohou společnosti uplatňovat výhradní právo na dodávku nápojů. Pokud nabídkové řízení pořádají soukromí velkoobdobatelé, bude doba platnosti dohody nejvýše pět let, přičemž je odběrateli každý rok, avšak nejdříve po třech letech, umožněno, aby ukončil dohodu bez sankce. Společnosti také omezí objem prodeje v rámci dohod plynoucích z nabídkových řízení, které jsou uzavřeny se soukromými odběrateli a týkají se výlučných práv na dodávku PNN, na 5 % ročního prodeje PNN společností prostřednictvím distribuce pro spotřebu na místě.
- (13) Zejména s ohledem na umístění prodejních zařízení se společností zavazují
- u chladiců nápojů uplatňovat následující podmínky: za prvé, je-li chladic zapůjčen bezplatně, mohou společnosti uplatňovat výhradní právo na používání chladice, a pokud v prodejně není nainstalováno jiné chladicí zařízení, k němuž má spotřebitel přímý přístup, může odběratel využívat alespoň 20 % chladice nápojů pro kterékoli produkty dle svého výběru. Za druhé, pokud má odběratel chladic v nájmu, může v jakémkoliv případě využít alespoň 20 % chladice pro kterékoli produkty dle svého výběru. Za třetí, pokud si odběratel chladic zakoupí, není jakkoli omezen při rozhodování, jak chladic využije,
 - u čepovacích automatů ponechat odběratelům volnost při rozmístování konkurenčních čepovacích automatů, přičemž je doba trvání závazku nakupovat výrobky prodávané prostřednictvím čepovacích automatů omezena nejvýše na tři roky s možností pro odběratele ukončit závazek nakupovat výrobky kdykoli po skončení doby nepřevyšující dva roky,
 - u prodejních automatů ponechat odběratelům volnost při rozmístování konkurenčních prodejních automatů.

4. Záměr komise

- (14) Komise zamýšlí na základě výsledků tohoto tržního testu přijmout rozhodnutí na základě čl. 9 odst. 1 nařízení č. 1/2003, ve kterém prohlásí ty navržené závazky, které vyvracejí obavy vyjádřené Komisí v jejím předběžném hodnocení, za závazné pro společnosti. Za tím účelem Komise vyzývá dotčené třetí strany, aby předložily připomínky do jednoho měsíce od zveřejnění tohoto sdělení.
- (15) Dotčené třetí strany se také žádají, aby předložily nedůvěrnou verzi připomínek, z nichž budou odstraněna obchodní tajemství a jiné důvěrné části, a aby v případě

nutnosti tyto údaje nahradily nedůvěrným shrnutím nebo slovy „obchodní tajemství“ nebo „důvěrné“.

- (16) Připomínky musejí být odeslány na níže uvedenou adresu a musejí být označeny odkazem „COMP/A.39.116/B2 – Coca-Cola“:

European Commission
Directorate-General for Competition
Antitrust Registry
B-1049 Brussels
Fax: (+32 2) 295 01 28