

en sådan måde, at de udviser den samme adfærd på markedet. Virksomhederne skal på samme marked tilsammen indtage en dominerende stilling i forhold til deres kunder eller konkurrenter. Kollektiv dominans vil forudsætte, at der ikke består nogen effektiv konkurrence mellem virksomhederne på det relevante marked. Der er ikke tale om kollektiv dominans, hvor virksomheder tilhører samme koncern og derved udgør en økonomisk enhed.

En dominerende stilling forudsætter, i overensstemmelse med EU-praksis, at indflydelsen har været opretholdt over en vis periode. En virksomhed vil normalt blive anset for dominerende, hvis den har markedsstyrke i en periode lang nok til at gøre virksomheden i stand til at handle uafhængigt af konkurrenter og kunder, og som gør det muligt for virksomheden at opnå en økonomisk fordel i kraft af denne stilling. Omvendt er en høj markedsandel på et nyt marked, hvor adgangsbarriererne er lave, normalt ikke tilstrækkeligt til at udgøre et bevis for dominans.

Efter EU-praksis er det fast antaget, at en virksomhed, der indtager en dominerende stilling har en særlig forpligtelse til ikke ved sin adfærd at skade en effektiv og ufordrejet konkurrence. Det betyder bl.a., at en dominerende virksomhed ikke kan påberåbe sig, at den omstridte adfærd blot er udtryk for almindelig handelsædvane. En dominerende virksomhed har dog mulighed for at beskytte sine handelsinteresser, hvis disse angribes.

Med hensyn til en offentlig eller privat forsynings- eller transportvirksomhed m.v. med en dominerende markedsposition, der udbyder varer eller tjenesteydelser på et marked, hvor der aktuelt eller potentielt er konkurrerende virksomheder, kan der bestå en mulighed for misbrug af den dominerende stilling ved, at den pågældende virksomhed vanskeliggør eller hindrer andre tjenesteudbyderes nødvendige adgang til forsynings- eller transportvirksomhedens infrastruktur m.v. Disse andre kan være allerede eksisterende tjenesteudbydere eller nye tjenesteudbydere, der ønsker at komme ind på markedet.

Til nr. 9

§ 11, stk. 2

Med bestemmelsen foreslås indført en lovfæstet sikkerhed for, at der i vurderingen af, om en virksomhed er dominerende, altid skal indgå undersøgelser af efterspørgselssubstitutionen, udbudssubstitutionen og den potentielle konkurrence. Hverken Konkurrencerådet eller en dansk domstol kan således træffe afgørelse om, at en virksomhed har en dominerende stil-

ling uden, at disse tre elementer er indgået i vurderingen. Omvendt indbærer bestemmelsen ikke, at der ikke kan inddrages andre kriterier end de oplistede ved vurderingen af, om der foreligger dominans.

For at kunne vurdere, om der er tale om en dominerende stilling, er det nødvendigt at afgrænse det relevante marked. Afgrænsningen af det relevante marked har til formål at indkredse de konkurrencebegrænsninger, som en eller flere virksomheder møder, eller med andre ord at undersøge, om kunderne har alternative forsyningskilder, såvel geografisk som produktmæssigt. EU-praksis, herunder Kommissionens meddelelse fra 1997 om afgrænsning af det relevante marked, jf. EF-Tidende 1997, nr. C 372, s. 5, vil være vejledende for afgrænsningen af det relevante marked.

Afgrænsningen af det relevante marked er den samme som ved bedømmelsen af konkurrencebegrænsende aftaler, hhv. af fusioner.

Ved det relevante produktmarked forstås markedet for de produkter eller tjenesteydelser, som forbrugerne betragter som substituerbare på grund af produktens egenskaber, pris eller anvendelsesformål.

Ved det relevante geografiske marked forstås det område, hvor de konkrete virksomheder afsætter eller efterspørger deres produkter eller tjenesteydelser, og som har tilstrækkelige ensartede konkurrencevilkår, og som kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er meget anderledes.

De tre elementer - efterspørgselssubstitutionen, udbudssubstitutionen og den potentielle konkurrence - er de tre hovedårsager til, at en virksomhed kan siges at være udsat for et konkurrencepres. Dette konkurrencepres kan hindre virksomheden i at handle uafhængigt af konkurrenter, kunder og i sidste instans af forbrugere.

Ved vurderingen af, om virksomhedens kunder har alternative forsyningskilder, skal *efterspørgselssubstitutionen* undersøges. Hermed menes en undersøgelse af, hvorledes forbrugernes sandsynlige reaktion vil være på en lille, varig stigning i de relative priser på en virksomheds produkter. Hvis man forestiller sig, at der sker en varig prisstigning på 5-10 pct. for A's produkt, vil det så betyde, at forbrugerne vil skifte til B's produkt? I bekræftende fald kan B's produkt substituere A's, og i afgrænsningen af det relevante produktmarked skal såvel A's som B's produkter indgå.

Med ændringsforslaget lægges der op til, at der herudover skal ske en undersøgelse af, hvorvidt der findes *udbudssubstitution*, som også kan være ensbetydende med, at en virksomhed er udsat for et konkurrencepres og dermed i sidste instans ikke kan siges at være dominerende.