

Fimmtudagurinn 27. september 2001

170. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 28/2001

**Kvörtun Mallands ehf. vegna  
misnotkunar Hörpu hf. á markaðsráðandi stöðu**

**I.**

**Erindið**

Með erindi, dags. 2. mars 2001, óskaði framkvæmdastjóri fyrirtækisins Mallands ehf. (hér eftir nefnt Malland) eftir því með vísan til 11. gr. samkeppnislaga að Samkeppnisstofnun hlutaðist til um að fyrirtækið Gólflagnir (deild innan Hörpu hf., hér eftir nefnt Harpa) láti af óeðlilegum viðskiptaháttum. Fyrirtækin tvö eigi í samkeppni á markaði fyrir iðnaðargólf og að Malland hafi ítrekað orðið af verkefnum vegna vinnubragða Hörpu. Máli sínu til stuðnings vísar Malland til tilviks þar sem fyrirtækið varð af viðskiptum við Prentsmiðjuna Odda hf. (hér eftir nefnd Oddi eða prentsmiðjan) vegna meintrar íhlutunar Hörpu. Í erindi Mallands segir að Oddi og Verkfræðistofa Stanley's Pálssonar hefðu tekið tilboði Mallands vegna lagningar iðnaðargólfs á útkeyrslusvæði hjá Odda. Verkið átti að vinnast dagana 26.-28. janúar 2001 en tveimur dögum áður en verkið átti að hefjast hafi starfsmaður Odda hringt og tjáð starfsmönnum Mallands að ekki yrði af viðskiptunum þar sem fyrirtækið hefði ákveðið að beina viðskiptum sínum til Hörpu.

Í erindi Mallands hefur fyrirtækið það einnig eftir framkvæmdastjóra Odda að prentsmiðjunni hafi snúist hugur eftir íhlutun og hótanir framkvæmdastjóra Hörpu um að fyrirtækið hætti að leita til Odda með prentun ef viðskiptunum yrði ekki beint til Hörpu í stað Mallands. Í erindinu kemur einnig fram að um fleiri slík tilvik sé að ræða en að ekki sé nauðsynlegt að nefna þau.

**II.**

**Málsmeðferð**

**1.**

Með bréfi, dags. 2. mars 2001, var erindi Mallands sent Hörpu til umsagnar. Óskað var eftir athugasemdum, auk þess sem leitað var upplýsinga um þann markað sem málið varðaði og áætlaða hlutdeild Hörpu á honum. Umsögn barst, dagsett 19. mars

2001, frá framkvæmdastjóra Hörpu. Þar segir að Harpa hafi ekki upplýsingar um svokallaðan iðnaðargólfamarkað, þ.e. efniskaup og gerð iðnaðargólfa, en telur að a.m.k. þrjú fyrirtæki starfi á þessum markaði utan Hörpu: Efnaverksmiðjan Sjöfn á Akureyri (nú Sjöfn hf., hér eftir nefnd Sjöfn), Malland á Djúpavogi (nú flutt til Garðabæjar) og Gólfhönnun ehf. (hér eftir nefnd Gólfhönnun) í Keflavík. Auk þess kemur fram að Harpa hafi ekki upplýsingar um veltu eða umsvif þessara keppinauta. Hvorki bárust upplýsingar um stærð markaðarins né hlutdeild einstakra fyrirtækja á honum. Varðandi riftun Odda á verksamningi við Malland kemur fram að þar hafi engir óeðlilegir viðskiptahættir átt sér stað. Harpa og Oddi hafi um árabil átt gagnkvæm viðskipti og að ekki hafi verið um óeðlilega íhlutun Hörpu að ræða, hvorki í þessu tilviki né öðrum. Oddi hafi ákveðið að beina viðskiptum sínum til Hörpu á grundvelli langrar viðskiptasögu fyrirtækjanna.

## 2.

Umsögn Hörpu var send Mallandi með bréfi, dags. 3. apríl 2001, og óskað eftir athugasemdum. Athugasemdir bárust með bréfi, dags. 17. apríl 2001, frá framkvæmdastjóra Mallands. Þar er fjöldi fyrirtækja á svokölluðum iðnaðargólfamarkaði staðfestur. Hins vegar er því haldið fram að vegna sölutilboðs á hlutabréfum Mallands árið 1999 hafi Harpa fengið ársskýrslu fyrirtækisins í hendur og hafi því nákvæmar tölulegar upplýsingar um rekstur þess. Auk þessa hafi fyrirtækin átt í samstarfi á gólfefnamarkaði og að Harpa hafi selt Mallandi nær öll efni sem það notar og þekki því vel öll umsvif fyrirtækisins. Jafnframt var þess óskað í bréfinu að Samkeppnisstofnun bæri þetta mál undir framkvæmdastjóra Odda til þess að staðfesta mætti málavexti vegna riftunar verksamnings milli Mallands og prentsmiðjunnar.

## 3.

Með bréfi, dags. 4. maí 2001, óskaði Samkeppnisstofnun athugasemda frá Odda. Athugasemdir bárust með bréfi, dags. 16. maí 2001, frá framkvæmdastjóra framleiðslusviðs prentsmiðjunnar. Þar er í meginatriðum staðfest að fyrirtækið hafi upphaflega samþykkt tilboð Mallands vegna viðgerðar á gólfi útkeyrslusvæðis prentsmiðjunnar. Tilboð þetta hafi verið lægra en tilboð Hörpu. Eftir samtal framkvæmdastjóra fjármálasviðs Odda og framkvæmdastjóra Hörpu hafi framkvæmdastjórar prentsmiðjunnar hins vegar verið sammála um að beina viðskiptum sínum frekar til Hörpu þessi ákvörðun hafi verið tekin á grundvelli gagnkvæmra viðskipta um árabil.

## 4.

Umsögn Odda var send Mallandi með símbréfi, dags. 15. júní 2001, og athugasemda óskað. Engar frekari athugasemdir bárust frá fyrirtækinu.

Með bréfi, dags. 3. september 2001 sem boðsent var sama dag, sendi Samkeppnisstofnun frumniðurstöðu í máli þessu til Hörpu hf. Frestur til þess að skila athugasemdum vegna þeirra var gefinn til 14. september 2001. Engar athugasemdir bárust frá fyrirtækinu.

### **III. Niðurstöður**

Á fundi samkeppnisráðs þann 27. september 2001 var ákvörðun tekin í máli þessu. Þátt í fundinum tóku Brynjólfur Sigurðsson, Karítas Pálsdóttir, Ólafur Björnsson, Sigurbjörn Magnússon og Tryggvi Axelsson.

#### **1.**

Í máli þessu kvartar Malland yfir því að Harpa hafi brotið 11. gr. samkeppnislaga og beiti óeðlilegum viðskiptaháttum. Vísað er til eins tilviks þar sem Malland varð af verkefni hjá Odda. Malland heldur því fram að Oddi hafi rift samningi við sig um viðgerð á útkeyrslugólfi prentsmiðjunnar eftir að framkvæmdastjóri Hörpu hafi hótað starfsmönnum Odda að hætta öllum viðskiptum við Odda ef prentsmiðjan beindi ekki viðskiptum sínum til gólfslagningardeildar Hörpu. Malland heldur því enn fremur fram að um fleiri slík tilvik sé að ræða þar sem Harpa hafi náð til sín verkefnum frá Mallandi en telur ekki nauðsynlegt að nefna þau í erindi sínu.

Harpa telur að málavextir hafi ekki verið þeir sem lýst er í erindi Mallands. Því er vísað á bug að Harpa hafi hótað Odda að hætta viðskiptum við fyrirtækið ef það fengi Mallandi verkefnið. Samskiptum Hörpu og prentsmiðjunnar er ekki lýst nánar hvað þetta varðar af hálfu Hörpu en bent á að fyrirtækin hafi lengi átt gagnkvæm viðskipti og að visst öryggi sé í slíkum gagnkvæmum viðskiptum. Harpa bendir einnig á að engin slík tilvik sem nefnd eru í erindi Mallands hafi átt sér stað.

Oddi lýsir málavöxtum þannig að eftir að gengið hafi verið að tilboði Mallands, sem var lægra en tilboð keppinautarins Hörpu, hafi framkvæmdastjóri Hörpu haft samband við framkvæmdastjóra prentsmiðjunnar og bent á gagnkvæm viðskipti fyrirtækjanna um árabíl. Eftir samtöl milli yfirmanna hjá prentsmiðjunni hafi verið ákveðið að beina verkefninu til Hörpu og samningi við Malland því rift. Sú ákvörðun hafi verið tekin á grundvelli gagnkvæmra viðskipta fyrirtækjanna um árabíl. Oddi bendir á að ekki sé óalgengt að forsendur fyrir viðskiptum breytist og því hafi ekkert verið óeðlilegt við uppsögn fyrirtækisins á verksamningnum við Malland.

#### **2.**

Í máli þessu óskar Malland eftir íhlutun Samkeppnisstofnunar á grundvelli 11. gr. samkeppnislaga vegna óeðlilegra viðskiptahátta Hörpu. Í 11. gr. samkeppnislaga er

lagt bann við misnotkun á markaðsráðandi stöðu. Til þess að fyrirtæki geti fallið undir 11. gr. samkeppnislaga verður það að vera markaðsráðandi. Í því skyni að meta hvort fyrirtæki er markaðsráðandi þarf að skilgreina viðkomandi markað og kanna stöðu einstakra fyrirtækja á honum.

Samkvæmt 4. gr. laganna er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiða til þess að líta verður á viðkomandi markað frá tveimur sjónarhornum; annars vegar vöru- eða þjónustumarkaðinn og hins vegar landfræðilega markaðinn.

## **2.1. Vörumarkaðurinn**

Með viðkomandi vörumarkaði er átt við markað fyrir allar vörur og þjónustu sem neytendur líta á sem staðgönguvörur eða staðgönguþjónustu vegna eiginleika sinna, verðs og áformaðrar notkunar. Staðgönguvara og staðgönguþjónusta eru vara eða þjónusta sem að fullu eða verulegu leyti geta komið í stað annarrar vöru eða þjónustu.

Til þess að kanna hvað felst í iðnaðargólfagerð og þeim iðnaðargólfamarkaði sem er til umfjöllunar í málinu var haft samband við þau fjögur fyrirtæki sem aðilar málsins eru sammála um að starfi á markaðnum. Auk Hörpu og Mallands starfa fyrirtækin Gólfhönnun og Sjöfn á þessum markaði. Öll fyrirtækin voru sammála um að um sérstakan markað væri að ræða þar sem efni og verktakaþjónusta er seld í einu lagi. Iðnaðargólf eru notuð við mismunandi aðstæður t.d. á lagergólfum, togurum, fjósum og vinnslusölum. Gólfín þurfa að vera sterk og endingargóð m.a. til þess að þola notkun lyftara og annað álag. Algengast virðist vera að slík gólf séu gerð með blöndu epoxy og kvarssands sem svo er hellt jafnt yfir gólfín og þau sléttuð. Loks er gólfíð lakkað en í undantekningartilvikum virðist polyuretan vera notað. Oft þarf að undirbúa þann flöt sem ætlað er að leggja iðnaðargólf á með hreinsun, flotun og grunnun. Efnin sem eru notuð eru flutt inn frá Evrópu, aðallega Hollandi, Danmörku og Þýskalandi. Tækin sem notuð eru virðast algeng hér á landi og ekki sérhæfð til gerðar iðnaðargólfa. Meðal annars eru notaðar hrærivélar og slípivélar en slíkar vélar eru t.d. einnig notaðar í múrverki. Gerð iðnaðargólfa fellur ekki undir ákveðna iðngrein en viðmælendur voru þó sammála um að einhverja reynslu þyrfti til þess að geta starfað við gerð iðnaðargólfa.

Ekki virðist vera staðganga milli þessarar gerðar gólfa og til dæmis dúkalagðra gólfa eða flísalagðra, aðallega vegna þess hversu ódýr þau eru miðað við endingu en, aðilar töldu að algengt sé að iðnaðargólf endist í tíu til fimmtán ár með réttu viðhaldi.

Framangreint gefur því til kynna að iðnaðargólfamarkaðurinn sé sérstakur vörumarkaður í skilningi samkeppnislaga.

## 2.2. Landfræðilegi markaðurinn

Til landfræðilegs markaðar telst það svæði þar sem hlutaðeigandi fyrirtæki eru viðriðin framboð og eftirspurn eftir viðkomandi vöru eða þjónustu, þar sem samkeppnisskilyrði eru nægilega lík og sem unnt er að greina frá nærliggjandi svæðum, einkum vegna þess að samkeppnisskilyrði eru greinilega frábrugðin á þeim svæðum.

Í máli þessu liggur fyrir að viðskiptavinir viðkomandi fyrirtækja eru dreifðir um allt land, t.d. bændur sem láta leggja iðnaðargólf í fjós og frystihús víða um landið. Það virðist ekki erfiðleikum háð fyrir fyrirtækin að taka að sér verkefni hvar sem er á landinu. Flutningskostnaður er ekki mikill en hann er almennt reiknaður inn í verktilboð. Nokkur dæmi virðast einnig vera um að hin íslensku fyrirtæki leggi iðnaðargólf erlendis fyrir íslenska aðila, t.d. í togara í eigu íslenskra aðila sem staddir eru erlendis. Óþekkt virðist að erlend iðnaðargólfafyrirtæki leggi gólf hér á landi. Málsaðilar eru þannig sammála um að landfræðilegi markaðurinn sé Ísland og sér samkeppnisráð ekki ástæðu til að gera athugasemdir við það mat.

## 3.

Fyrirtæki telst vera markaðsráðandi þegar það hefur þann efnahagslega styrkleika að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og það getur að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda, sbr. 4. gr. samkeppnislaga. Við mat á því hvort fyrirtæki telst markaðsráðandi skiptir markaðshlutdeild þess verulegu máli svo og staða keppinauta. Þannig er í samkeppnisrétti almennt litið svo á að há markaðshlutdeild geti ein og sér sýnt markaðsráðandi stöðu fyrirtækis nema fyrir hendi séu sérstakar kringumstæður sem bendi til annars. Um slíkt getur a.m.k. verið að ræða þegar fyrirtæki hefur helmings hlutdeild eða meira á viðkomandi markaði.<sup>1</sup> Einnig skiptir hér máli hlutfallsleg stærð viðkomandi fyrirtækis gagnvart keppinautum sínum og hversu lengi það hefur haft háa hlutdeild á markaðnum.

Til þess að kanna stærð iðnaðargólfamarkaðsins og hlutdeild einstakra fyrirtækja á honum voru send bréf til þeirra fjögurra fyrirtækja sem aðilar málsins eru sammála um að starfi á markaðnum: Mallands, Hörpu, Gólfhönnunar og Sjafnar. Í bréfunum var óskað upplýsinga um ársveltu fyrirtækjanna vegna lagningar iðnaðargólfa á tímabilinu 1. janúar 2000 til 1. janúar 2001. Samkvæmt þeim upplýsingum sem bárust

---

<sup>1</sup> Sjá hér dóm dómstóls EB í máli nr. C-62/86 *AKZO Chemie BV. v. Commission* [1991] ECR-3359: „With regard to market shares the Court has held that very large shares are in themselves, and save in exceptional circumstances, evidence of the existence of a dominant position [...]. That is the situation where there is a market share of 50% such as that found to exist in this case.“

frá fyrirtækjunum var heildarvelta á markaðnum kr. [...]² árið 2000. Hlutdeild einstakra fyrirtækja á markaðnum var eftirfarandi:

	Heildarvelta	Markaðs- án vsk.	hlutdeild
Harpa hf.	[...]		55-60%
Sjöfn hf.	[...]		15-20%
Malland ehf.	[...]		15-20%
Gólfhönnun hf.	[...]		5-10%
		[...]	100,0%

Af hálfu umræddra fyrirtækja hefur einnig komið fram að velta þeirra hafi verið svipuð undanfarin þrjú ár. Liggur því fyrir í málinu að Harpa hefur haft yfir 50% markaðshlutdeild síðustu þrjú árin.

Í ljósi þess að umrædd markaðshlutdeild Hörpu hefur varað í a.m.k. þrjú ár og með hliðsjón af hlutfallslegri smæð keppinauta fyrirtækisins telur samkeppnisráð að Harpa sé í markaðsráðandi stöðu á hinum skilgreinda markaði. Jafnframt verður að hafa í huga að Harpa selur hráefni sem notuð eru til gerðar iðnaðargólfa og er það til þess fallið að styrkja stöðu fyrirtækisins á hinum skilgreinda markaði.

#### 4.

Í máli þessu liggur fyrir að fyrirtækin Harpa og Malland buðu í gerð iðnaðargólfs á útkeyrslusvæði Odda. Malland var með lágsta tilboðið og væntanlega ásættanleg gæði fyrir prentsmiðjuna og var því tilboði þess tekið. Forsvarsmenn Hörpu og Odda hafa upplýst að síðan hafi framkvæmdastjórar fyrirtækjanna rætt saman og í kjölfar þessa hafi Oddi ákveðið að beina þessum viðskiptum frekar til Hörpu. Var samningnum við Malland rift og samið við Hörpu um gerð iðnaðargólfsins. Er þessi ákvörðun sögð hafa verið tekin á grundvelli gagnkvæmra viðskipta fyrirtækjanna um árabil.

Þegar þessar staðreyndir málsins eru hafðar í huga og sérstaklega í ljósi þess að Malland bauð lágst í umrætt verk og Oddi hafði tekið tilboði fyrirtækisins telur samkeppnisráð að ekki sé unnt að líta öðruvísi á en Harpa hafi, með vísan til ótengdra viðskipta, beitt þrýstingi sem leitt hafi til þess að Oddi rifti samningnum við Malland.

<sup>2</sup> Tölur um markaðsstærð og markaðshlutdeild einstakra fyrirtækja eru ekki birtar skv. óskum fyrirtækjanna.

## Í 11. gr. samkeppnislaga segir

*„Misnotkun eins eða fleiri fyrirtækja á markaðsráðandi stöðu er bönnuð.“*

Af ákvæðinu leiðir því að öll misnotkun fyrirtækja á markaðsráðandi stöðu er þannig bönnuð fyrirfram. Í 2. mgr. eru talin upp fjögur dæmi um það í hverju misnotkun á markaðsráðandi stöðu getur falist:

*„Misnotkun skv. 1. mgr. getur m.a. falist í því að:*

- a. beint eða óbeint sé krafist ósanngjarns kaup- eða söluverðs eða aðrir ósanngjarnir viðskiptaskilmálar settir,*
- b. settar séu takmarkanir á framleiðslu, markaði eða tækniþróun, neytendum til tjóns,*
- c. viðskiptaaðilum sé mismunað með ólíkum skilmálum í sams konar viðskiptum og samkeppnisstaða þeirra þannig veikt,*
- d. sett sé það skilyrði fyrir samningagerð að hinir viðsemjendurnir taki á sig viðbótarskuldbindingar sem tengjast ekki efni samninganna, hvorki í eðli sínu né samkvæmt viðskiptavenju.“*

Í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 107/2000 um breytingar á samkeppnislögum kemur fram að framangreind upptalning er ekki tæmandi heldur eingöngu sett fram í dæmaskyni. Ákvæði 11. gr. samkeppnislaga byggja á 54. gr. EES-samningsins og er því ljóst að við skýringu ákvæðisins verður að hafa hliðsjón af EES-samkeppnisrétti. Ummæli í lögskýringargögnum leiða til sömu niðurstöðu.

Í samkeppnisrétti hvílir rík skylda á markaðsráðandi fyrirtækjum að grípa ekki til neinna ráðstafana sem raskað geta með óeðlilegum hætti þeirri samkeppni sem ríkir á markaðnum eða misbeita með öðrum hætti stöðu sinni, sbr. m.a. úrskurði áfrýjunarnefndar samkeppnismála nr. 7/1999, *Flugfélag Íslands hf. gegn samkeppnisráði*.<sup>3</sup> Þessi sérstaka skylda helgast m.a. af þeirri staðreynd að samkeppni á viðkomandi markaði er þegar mjög takmörkuð vegna tilvistar hins markaðsráðandi fyrirtækis. Misnotkun á markaðsráðandi stöðu getur falist í hvers konar aðgerðum sem miða að því að styrkja eða verja hina ráðandi stöðu. Misnotkunin þarf því ekki að felast í því að hinn markaðsráðandi stöðu sé beitt eða að misnotkunin byggji á hinum efnahagslega styrkleika sem felst í markaðsráðandi stöðu.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Sjá einnig t.d. dóm dómstóls EB í máli nr. 322/81 *Michelin v. Commission* [1983] ECR 3461.

<sup>4</sup> Sjá hér mál nr. 6/72 *Europemballage and Continental Can v Commission* [1973] ECR 215: Í málinu benti dómstóllinn á þetta: „Such being the meaning and the scope of article 86 of the EEC treaty, the question of the link of causality [...] between the dominant position and its abuse, is of no consequence, for the strengthening of the position of an undertaking may be an abuse and prohibited under article 86 [nú 82 .gr.] of the treaty, regardless of the means and procedure by which it is achieved...“

Kjarni þeirrar misnotkunar á markaðsráðandi stöðu sem raskar samkeppni<sup>5</sup> er að hegðun markaðsráðandi fyrirtækis hafi þau áhrif að hamla þeirri takmörkuðu samkeppni sem er á markaðnum eða vöxt þeirrar samkeppni.<sup>6</sup> Hafa verður hins vegar í huga að brot á 11. gr. er ekki háð því að sýnt sé fram á að viðkomandi aðgerð markaðsráðandi fyrirtækis hafi í raun haft áhrif á samkeppni. Það er nægjanlegt að aðgerðin sé líkleg til að hafa umrædd áhrif.<sup>7</sup> Þetta er sama túlkun og lögð var til grundvallar við túlkun á 17. gr. eldri samkeppnislaga. Hér má t.d. vísa til úrskurðar áfrýjunarnefndar samkeppnismála nr. 11/1999, *Landssími Íslands hf. gegn samkeppnisráði*.

Háttsemi sú sem um ræðir í máli þessu af hendi markaðsráðandi fyrirtækis, þ.e. að (fyrirtæki beiti áhrifum sínum vegna óskildra viðskipta og á ótengdum vettvangi til þess að fá verksamning sem fyrirtækinu hafði áður verið neitað um vegna þess að það gat ekki boðið lægsta verðið, brýtur í bága við hina sérstöku skyldu sem hvílir á markaðsráðandi fyrirtækjum. Fyrirtækið sem var samkeppnishæfara, í þessu tilviki Malland, þar sem það gat boðið lægsta verðið og ásættanleg gæði, hlaut ekki verkefnið vegna óeðlilegrar íhlutunar Hörpu. Íhlutun Hörpu hafði ekkert að gera með verð eða gæði þjónustunnar en varð þess valdandi að Malland hlaut ekki verkið. Þessi aðgerð Hörpu getur ekki talist réttmæt og er til þess fallin að styrkja markaðsráðandi stöðu fyrirtækisins og skaða samkeppnina á viðkomandi markaði. Samkeppnisráð telur því að Harpa hafi með óréttmætum aðgerðum sínum brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga.

## 5.

Í 1. mgr. 52. gr. samkeppnislaga segir m.a.:

*„Samkeppnisráð leggur stjórnvaldssektir á fyrirtæki eða samtök fyrirtækja sem brjóta gegn bannákvæðum laga þessara eða ákvörðunum sem teknar hafa verið samkvæmt þeim, sbr. IV. og V. kafla laga þessara, nema brotið teljist óverulegt eða af öðrum ástæðum sé ekki talin þörf á slíkum sektum til að stuðla að og efla virka samkeppni. Við ákvörðun sekta skal hafa hliðsjón af eðli og umfangi samkeppnishamlna og hvað þær hafa staðið lengi. [...]“*

Af þessari grein má ráða að meginregla laganna sé að samkeppnisráð skuli leggja stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn bannákvæðum laganna. Er þetta sérstaklega skýrt eftir breytingar á samkeppnislögum með lögum nr. 107/2000. Í athugasemdum við breytingar á umræddu ákvæði laganna segir:

<sup>5</sup> Nefnt á ensku *exclusionary abuse*. Einnig fellur undir 11. gr. samkeppnislaga annar höfuðflokkur misnotkunar sem nefndur er á ensku *exploitative abuse*. Hún felst aðallega í því að viðkomandi fyrirtæki nýtir sér með óhæfilegum hætti yfirburðastöðu sína gagnvart viðskiptavinum eða neytendum sem háðir eru fyrirtækinu.

<sup>6</sup> Sjá hér dóm dómstóls EB í máli nr. 85/76 *Hoffmann-La Roche v Commission* [1979] ECR 461

<sup>7</sup> Sjá t.d. dóm dómstóls EB máli nr. 6-7/73 *Commercial Solvents v Commission* [1974] ECR 223.



*„Í ákvæðinu er lagt til að orðið „leggur“ verði tekið upp í stað orðanna „getur lagt“ til þess að tryggja að meginreglan verði sú að stjórnvaldssektir verði lagðar á ef umrædd brot eiga sér stað. Stuðlar þetta að því að markmið laganna nái fram að ganga því stjórnvaldssektum samkvæmt lögnum er ætlað með almennum og sérstökum varnaðaráhrifum að vinna gegn því að fyrirtæki brjóti löginn.“*

Vilji löggjafans er því skýr hvað varðar álagningu sekta skv. samkeppnislögum; meginreglan skal vera sú að sektað sé fyrir brot gegn bannákvæðum laganna. Í máli þessu hefur fyrirtækið Harpa brotið gegn bannákvæði 11. gr. samkeppnislaga með misnotkun á markaðsráðandi stöðu sinni á iðnaðargólfamarkaði.

Með þeirri breytingu sem gerð var á sektarákvæði samkeppnislaga með lögum nr. 107/2000 og fyrr er nefnd, var ákvæðið að fullu lagað að samsvarandi reglum sem gilda í EES-löggjöfinni og í EB. Samkvæmt ummælum í greinargerð með breytingunni var henni ætlað að stuðla að því að sektarákvarðanir hér á landi verði í samræmi við það sem tíðkast erlendis. Í leiðbeinandi reglum framkvæmdastjórnar EB hafa verið settar fram meginreglur sem líta skuli til þegar sektir eru ákveðnar í EB-samkeppnisrétti.<sup>8</sup> Með vísan til fyrrgreinds tilgangs breytinga á sektarákvæðum samkeppnislaga þykir rétt að líta einnig til hinna leiðbeinandi reglna við ákvörðun sekta skv. samkeppnislögum, auk ákvæðis 52. gr. samkeppnislaga.

Í 2. mgr. 52. gr. samkeppnislaga er m.a. kveðið á um að sektir geti numið frá 50 þús. kr. til 40 millj. króna eða meira en sektir skulu þó ekki vera hærrí en sem nemur 10% af veltu síðasta almanaksárs hjá því fyrirtæki sem að samkeppnishömlunum stendur. Ýmsir þættir geta haft áhrif á fjárhæð sekta en samkvæmt 1. mgr. 52. gr. skal við ákvörðun sekta taka mið af eðli og umfangi samkeppnishamlna og hvað þær hafa staðið lengi. Á sama hátt skal skv. hinum leiðbeinandi reglum framkvæmdastjórnarinnar, sem vísað er til hér að framan, miða grunnfjárhæð sektar við eðli brotanna og hversu alvarleg þau teljast, sem og hve lengi þau hafa varað. Grunnfjárhæðin getur síðan tekið breytingum eftir því hvort aðrir þættir málsins skuli hafa íþyngjandi eða ívilnandi áhrif.

Í því máli sem hér um ræðir telur samkeppnisráð að sýnt hafi verið fram á að Harpa hafi misnotað markaðsráðandi stöðu sína til þess að ná verksamningi af keppinauti sínum, sem hlotið hafði verkið á grundvelli lægra verðtilboðs. Eðli brotsins, þ.e. misnotkun markaðsráðandi fyrirtækis á stöðu sinni með fyrrgreindum hætti, getur að mati samkeppnisráðs ekki talist óverulegt og því er að mati ráðsins nauðsynlegt að sekta fyrir umrætt brot í samræmi við ákvæði 52. gr. samkeppnislaga.

---

<sup>8</sup> Guidelines on the method of setting fines imposed pursuant to Article 15(2) of Regulation No 17 and Article 65(5) of the ECSC Treaty.

Hér verður þó að líta til þess að umfang þeirra samkeppnishamlna sem leiddar hafa verið í ljós í máli þessu er ekki verulegt. Um er að ræða einn einstakan verksamning um lagningu iðnaðargólfs í húsnæði Prentsmiðjunnar Odda sem nemur tiltölulega lágrí fjárhæð og verður umfang samkeppnishamlanna eða tímalengd því ekki látin hafa áhrif til þyngingar sektarinnar skv. 52. gr. Á hinn bóginn verður að líta til þess að Harpa er án efa stærsta fyrirtækið á hinum skilgreinda markaði með rúmlega [...] milljóna króna veltu á iðnaðargólfamarkaðnum á árinu 2000 en fyrirtækið velti í heild rúmar [...] mkr. á árinu. Þá verður að mati samkeppnisráðs að ætla að fyrirtækinu hafi mátt vera ljóst að umrædd hegðun þess var óeðlileg og til þess fallin að hafa skaðleg áhrif á samkeppni á hinum skilgreinda markaði.

Með vísan til framangreinds telur samkeppnisráð hæfilegt að leggja 400.000 kr. sekt á fyrirtækið Hörpu hf. vegna brots fyrirtækisins gegn 11. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993.

## V.

### Ákvörðunarorð:

**„Fyrirtækið Harpa hf. hefur brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga með því að misnota markaðsráðandi stöðu sína á iðnaðargólfamarkaðnum með þeim hætti sem greinir nánar í ákvörðun þessari. Með heimild í 52. gr. samkeppnislaga skal Harpa hf. greiða stjórnvaldssekt að upphæð kr. fjögurhundruð þúsund (400.000 kr.)**

**Sektin skal greiðast ríkissjóði eigi síðar en þremur mánuðum eftir dagsetningu þessarar ákvörðunar.“**