

Posten AB
c/o Mannheimer Swartling Advokatbyrå AB
Att. Advokaten Johan Carle
Box 1711
111 87 Stockholm

Ifrågasatt missbruk av dominerande ställning – Postens prissättning av stora sändningar post

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket avskriver ärendet från vidare handläggning.

Bakgrund

Den svenska postmarknaden kan delas upp i tre delmarknader: sändningar post, kontorspost och övriga enstaka försändelser. Med sändningar avses serier av försändelser med samma format och vikt som vanligtvis produceras industriellt med hjälp av datorstöd och som lämnas in till postoperatören vid ett och samma tillfälle. Kontorspost är post som normalt frankeras i frankeringsmaskin och som vanligtvis distribueras som enstaka försändelser. Övriga enstaka försändelser är s.k. brevlådepost dvs. post som postas i brevlåda vanligtvis frankerad med frimärken. Mellan 70-75 procent av den svenska postmarknaden består av sändningar post.¹

Posten AB svarar för den svenska delen av den dansk- och svenskägda post-koncernens ledningsfunktioner och gemensamma enheter. Den operativa verksamheten bedrivs i Posten Meddelande AB (nedan Posten). Postens utdelningstjänst når samtliga adressater i Sverige. På marknaden sändningar post erbjuder Posten bland annat tjänsterna ADR (Adresserad Direktreklam), Ekonomibrev och Posttidningar. Posten erbjuder distribution med olika leveransvillkor, dvs. A- eller B-post, där A-post når mottagaren nästa vardag och B-post inom tre vardagar. För sorterade sändningar post tillämpar Posten zonprissättning. Zonprissättningen innebär att Posten har delat in adressaterna i ett s.k. lågprisområde och ett s.k. normalprisområde. Lågprisområdet omfattar främst storstadsområdena.²

¹ Service och konkurrens 2011 – postmarknaden i Sverige, PTS-ER-2011:11, s. 14 ff.

² Informationsblad från Posten Meddelande AB,
http://www.posten.se/img/cmt/PDF/8548_kundbrev.pdf

Posten är verksamt på samtliga tre delmarknader av den svenska postmarknaden. Den enda delmarknad där Posten möter konkurrens av betydelse är på delmarknaden sändningar post där Bring Citymail Sweden AB (nedan Bring) också är verksamt.³

Brings utdelningstjänst, som i huvudsak är koncentrerad till storstadsområdena, når drygt hälften av Sveriges samtliga adressater med utdelning tre specifika dagar i veckan.⁴ Bring distribuerar nästintill uteslutande sändningar post och erbjuder på denna marknad bland annat tjänsterna ADR (Adresserad Direktreklam), Administrativa Rutiner (AR) och Posttidningar vilka är motsvarigheterna till de tjänster Posten erbjuder och som beskrivits ovan.

Ärendet

Konkurrensverket fick under våren 2011 information om att Posten tillämpade två rabattstrategier som riskerade att utestänga Bring från marknaden. Den ena rabattstrategin tog enligt uppgift direkt sikte på att ta volymer från Bring genom att kunderna erbjöds 20 procents rabatt på till Posten tillkommande volymer. Den andra rabattstrategin bestod enligt uppgift av en årsvolymrabatt där den rabatt kunden erhöll var större om kunden valde att distribuera hela sin volym med Posten jämfört med om kunden valde Posten för enbart del av sin volym. På dessa grunder ansökte Konkurrensverket om tillstånd att få genomföra platsundersökning.

Efter beslut av Marknadsdomstolen genomförde Konkurrensverket den 3 maj 2011 en platsundersökning i enlighet med 5 kap. 3, 4 och 7 §§ konkurrenslagen (2008:579), KL, hos Posten Meddelande AB, Posten AB och Posten Norden AB för att utreda om Posten Meddelande AB hade överträtt förbudet i 2 kap. 7 § KL och artikel 102 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, EUF-fördraget.

Vid platsundersökningen inhämtades såväl elektroniskt som fysiskt material. Utöver genomgång av det material som Konkurrensverket omhändertog vid platsundersökningen, har Konkurrensverket genomfört en rad ytterligare utredningsåtgärder. Bland annat har Konkurrensverket haft möten med Posten och tillställt Posten frågeskrivelser. Konkurrensverket har även haft kontakter med Post- och telestyrelsen, Bring och andra marknadsaktörer. Det omhändertagna materialet från platsundersökningen och de svar Konkurrensverket har erhållit har granskats och analyserats.

Utredningen har avsett de ovan nämnda rabattstrategierna samt Postens prissättning i sin helhet av stora sändningar post. Eftersom ovan nämnda rabattstrategier har avsett tjänsterna ADR, Ekonomibrev och Posttidningar med

³ Service och konkurrens 2011 – postmarknaden i Sverige, PTS-ER-2011:11, s. 14 ff.

⁴ Årsredovisning för Bring Citymail Sweden AB, för räkenskapsåret 2010, s. 1.

leveransvillkor B-post och eftersom Bring erbjuder motsvarigheter till dessa tjänster, har utredningen avgränsats till att avse dessa tjänster. Utredningen har således avsett frågan om Postens prissättning av tjänsterna ADR, Ekonomibrev och Posttidningar med leveransvillkor B-post är sådan att den utestänger en lika effektiv konkurrent i strid med 2 kap. 7 § KL och artikel 102 EUF-fördraget. Konkurrensverket har härvid inhämtat data från Posten om bland annat kunder, volymer, grunder för Postens prissättning år 2011 och Postens kostnader i anslutning till dessa tjänster år 2010. Konkurrensverket har även inhämtat data från Bring.

Utgångspunkten för utredningen har varit Europeiska kommissionens vägledning om kommissionens prioriteringar vid tillämpningen av artikel 82 EG-fördraget på företags missbruk av dominerande ställning genom utestängande åtgärder (K[2009] 864 slutlig), nedan kommissionens vägledning.

Skäl för beslutet

Utgångspunkt

I 2 kap. 7 § KL och i artikel 102 i EUF-fördraget anges att missbruk av dominerande ställning är förbjudet. Ett sådant missbruk kan bestå i att ett dominerande företag direkt eller indirekt påtvingar någon oskäligen inköps- eller försäljningspriser eller andra oskäligen affärsvillkor.

Relevant marknad och dominans

En dominerande ställning har av EU-domstolen definierats som en stark ekonomisk ställning hos ett företag som gör det möjligt för företaget att i betydande omfattning agera oberoende av kunder och konkurrenter och i förlängningen av konsumenterna. EU-domstolen har vidare uttalat att en dominerande ställning i regel grundas på ett flertal omständigheter som, tagna var för sig, inte nödvändigtvis behöver vara avgörande. Särskilt viktigt är dock företagets marknadsandel på den relevanta marknaden.⁵ För att kunna avgöra om Posten har en dominerande ställning måste den relevanta marknaden avgränsas.

Marknadsdomstolen har i målen MD 1998:15 och MD 2011:14 avgränsat relevant marknad till den svenska marknaden för stora sändningar post.⁶

Konkurrensverket anser inte att det i detta ärende finns anledning att avgränsa relevant marknad på annat sätt. Inte heller har Konkurrensverket funnit skäl att ytterligare precisera den relevanta marknaden eftersom det inte har någon betydelse för dominansprövningen.

⁵ Se mål 27/76 *United Brands mot Kommissionen* REG 1978 s. 207, p. 65 och mål 85/76 *Hoffmann-La Roche mot Kommissionen* REG 1979 s. 461, p. 41.

⁶ I målet MD 2011:14 var det ostridigt mellan parterna att den relevanta marknaden utgjordes av marknaden för stora sändningar post i Sverige.

I ovan nämnda mål uttalade Marknadsdomstolen att Posten har en dominerande ställning på den relevanta marknaden.⁷ Konkurrensverket utredning har visat att mycket starka skäl talar för att Posten har en dominerande ställning på den relevanta marknaden. Posten är det överlägset största företaget på marknaden och det enda företaget som har ett rikstäckande distributionsnät för postbefordran. Därtill kommer att Posten har en betydande finansiell styrka.

Missbruk

Konkurrensverket inleder med att konstatera att den 20 procents rabattkampanj, som var en av grunderna för Konkurrensverkets ansökan om platsundersökning, varit en engångshändelse av isolerad och begränsad karaktär hos Posten, att kampanjen resulterat i enbart ett fåtal kundavtal och att inga faktiska utskick med erhållande av rabatten har gjorts. Vidare har Konkurrensverket kunnat konstatera att Posten, så snart rabattkampanjen blivit känd, skyndsamt vidtagit åtgärder för att få denna att upphöra. Med hänsyn härtill och till att rabattkampanjen enbart har haft en marginell effekt på marknaden har Konkurrensverket inte funnit skäl att ytterligare utreda denna kampanj.

När det sedan gäller övriga delar i utredningen vill Konkurrensverket framhålla följande.

Dominerande företag har rätt att konkurrera utifrån vad deras effektivitet tillåter och efter vad som är normalt branschbeteende. Sådan konkurrens är till nytta för konsumenterna.

Förbudet mot missbruk av dominerande ställning tar sikte på sådana utestängande förfaranden som på längre sikt leder till skada för konsumenterna genom att de har en skadlig inverkan på konkurrensen. I kommissionens vägledning anges att det i regel endast är förfaranden som har lett till eller kan leda till en utestängningseffekt för lika effektiva konkurrenter som har skadlig inverkan på konkurrensen. Det är i allmänhet endast när ett förfarande har lett till eller kan leda till en sådan utestängningseffekt som det är motiverat för de konkurrensvårdande myndigheterna att ingripa. Ett ingripande riskerar annars att leda till att priserna drivs upp till skada för konsumenterna. Av detta följer att förbudet mot missbruk av dominerande ställning inte syftar till att skydda konkurrenter som inte är lika effektiva som företaget med dominerande ställning. Det primära skyddsintresset är i stället den konkurrens som leder till konsumentnytta.

För att avgöra om Postens prissättning av ADR, Ekonomibrev och Posttidning med leveransvillkor B-post har lett till eller kan leda till utestängning av lika effektiva konkurrenter och därmed utgör ett missbruk som motiverar ett

⁷ I målet MD 2011:14 var det ostridigt mellan Posten och Bring att Posten har en dominerande ställning på marknaden för stora sändningar post i Sverige.

ingripande har Konkurrensverket, i enlighet med kommissionens vägledning, genomfört en lika effektiv konkurrent-analys med användande av de pris- och kostnadsmått som anvisas i kommissionens vägledning.

Den av Konkurrensverket genomförda analysen har inte kunnat visa att Postens prissättning av nämnda tjänster inklusive tidigare nämnda årsvolymrabatt lett till eller kan leda till utestängning av lika effektiva konkurrenter.

Vid denna utgång gör Konkurrensverket därför bedömningen att det saknas skäl att fortsätta utreda Postens prissättning avseende stora sändningar post. Utredningen avslutas därför och ärendet avskrivs från vidare handläggning.

Detta beslut kan inte överklagas.

Hur ni kan gå vidare

De företag som berörs av detta beslut kan vända sig till domstol för att få saken prövad.

En talan rörande missbruk av dominerande ställning enligt 2 kap. 7 § KL eller artikel 102 i EUF-fördraget väcks vid Marknadsdomstolen.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit konkurrenssakkunnige Erik Westerström.

Dan Sjöblom

Erik Westerström

Kopia:

Bring Citymail Sweden AB
Post- och telestyrelsen

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets hemsida