

Spendrups Bryggeriaktiebolag
Att: advokaten AA
Advokatfirman Cederquist KB
Per e-post

Godtagande av åtagande; Konkurrensbegränsande samarbete – starkölsleveranser till horeca-sektorn

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket godtar, med stöd av 3 kap. 4 § första stycket konkurrenslagen (2008:579), KL, Spendrups Bryggeriaktiebolags, 556079-6871, åtagande, se [bilaga](#). Spendrups Bryggeriaktiebolags åtagande gäller från och med den 1 december 2023.

Beslutet gäller omedelbart och fram till och med den 30 november 2029.

Beslutet förenas, med stöd av 6 kap. 1 § tredje stycket KL, med vite om femtio miljoner (50 000 000) kronor.

Bakgrund till ärendet

1. Den 14 november 2019 mottog Konkurrensverket ett klagomål om att Spendrups Bryggeriaktiebolag (Spendrups), liksom bryggeriföretaget Carlsberg Sverige AB (Carlsberg), tillämpar kundexklusivitetssupplägg för starkölsförsäljning till hotell, restauranger och caféer i Sverige som står i strid med bland annat förbudet mot konkurrensbegränsande avtal i KL.
2. Detta gav upphov till en farhåga om att Spendrups huvudleverantörsavtal avseende starköl (öl klass III) med kunder i hotell, restaurang och café/catering-sektorn (horeca-sektorn) i Sverige strider mot förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, EUF-fördraget.

Konkurrensverkets utredning i ärendet

Konkurrensverkets handläggning

3. Konkurrensverket har utrett om Spendrups huvudleverantörsavtal avseende starköl som Spendrups ingått med horeca-kunder i Sverige kan utgöra en överträdelse av förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget.
4. Inom ramen för utredningen har Konkurrensverket undersökt villkoren i Spendrups huvudleverantörsavtal och de effekter som dessa villkor, sedda i sitt rättsliga och ekonomiska sammanhang, får på konkurrensen på marknaden. Konkurrensverkets utredning fokuserade inledningsvis på leverantörernas möjligheter att konkurrera om kundens hela efterfrågan och om villkoren i Spendrups avtal begränsar konkurrensen om huvudleverantörskap. Konkurrensverket har även utrett om vissa villkor i huvudleverantörsavtalen leder till att avtalen om huvudleverantörskap i praktiken inte konkurrensutsätts när de löper ut. De inledande utredningsresultaten gav inte anledning att fortsätta utredningen med denna inriktning.
5. Konkurrensverket har därefter fokuserat på att utreda i vilken grad Spendrups huvudleverantörsavtal begränsar möjligheten till så kallade sidoleveranser, det vill säga möjligheten för andra leverantörer att under avtalstiden leverera starköl till de kunder som ingått avtal om huvudleverantörskap med Spendrups.
6. Under utredningen har Konkurrensverket haft ett flertal möten med Spendrups och ålagt Spendrups att inkomma med uppgifter vid ett flertal

tillfällen. Konkurrensverket har även ålagt de två andra största bryggeriföretagen i Sverige att inkomma med uppgifter.

7. Konkurrensverket har dessutom hämtat in information om hur horeca-marknaden fungerar, avseende leveranser av starköl, och om marknadsförhållandena från Spendrups kunder och konkurrenter, från Systembolaget samt från branschföreningar genom intervjuer, möten och förhör. Vidare har Konkurrensverket hämtat in statistik över inköpta samt tillverkade volymer starköl från Folkhälsomyndigheten.
8. Efter att Spendrups upplysts om Konkurrensverkets preliminära bedömning om att de huvudleverantörsavtal avseende starköl som Spendrups ingått kan begränsa konkurrensen kom Spendrups den 2 juni 2023 in med ett åtagande. Åtagandet syftade till att Konkurrensverket ska avsluta utredningen utan att vidta ytterligare åtgärder med anledning av de granskade avtalen. Konkurrensverket har marknadstestat åtagandet enligt 3 kap. 4 § tredje stycket KL.
9. Konkurrensverket har bedömt att åtagandet är tillräckligt omfattande och tydligt för att de preliminära konkurrensproblem som verket identifierat ska åtgärdas, och att det därför inte längre finns anledning att fortsätta utredningen.
10. En slutlig och undertecknad version av åtagandet som är daterad den 31 augusti 2023 lämnades in till Konkurrensverket samma dag, se bilaga.
11. Åtagandet beskrivs i detalj i avsnittet *Spendrups åtagande* nedan.
12. Konkurrensverket har inte gjort en fullständig utredning av om det föreligger en överträdelse. Det innebär att Spendrups inte har beretts tillfälle att yttra sig över ett utkast till beslut med Konkurrensverkets preliminära bedömningar, vilka framgår av detta beslut.
13. Konkurrensverkets beslut att godta åtagandet innebär inte ett ställningstagande till huruvida Spendrups har överträtt förbuden i 2 kap. 1 § KL eller artikel 101 i EUF-fördraget.

Spendrups Bryggeriaktiebolag

14. Spendrups är ett dotterbolag till Spendrups Holding AB.¹ Spendrups har sitt säte i Vårby, Huddinge kommun, och är ett av Sveriges största bryggeriföretag. Spendrups har ett flertal dotterbolag, bland annat Hellefors Bryggeri AB, Gotlands Bryggeri AB, Spring Wine & Spirits AB och Bryggeritransport i Bergslagen AB.

¹ Organisationsnummer 556789-7094.



15. Utöver att tillverka och sälja öl omfattar Spendrups verksamhet även tillverkning och försäljning av vatten, läsk, cider och vin. Därutöver sker produktion genom de egna bryggerierna Grängesberg, Brutal Brewing, Gotlands Bryggeri och Omaka. Spendrups säljer starköl under de egna varumärkena Mariestads, Norrlands Guld och A Ship Full of IPA. Utöver detta säljer Spendrups även varumärket Heineken på den svenska horeca-marknaden. Företaget har också en betydande import och distribution av internationella ölmärken.
16. År 2022 hade Spendrups en nettoomsättning om cirka 4,6 miljarder kronor, varav 3,7 miljarder kronor avsåg bryggeriverksamhet. Detta kan jämföras med att Spendrups nettoomsättning under 2019, året innan covid-19-pandemin bröt ut, uppgick motsvarande cirka 4 miljarder kronor, varav 3,4 miljarder kronor avsåg bryggeriverksamhet.²

Marknadsförhållanden

17. Enligt 1 kap. 8 § första stycket alkohollagen (2010:1622) är öl en dryck som framställts genom jäsning med torkat eller rostat malt som huvudsakligt extraktgivande ämne. Öl med en alkoholhalt som överstiger 2,25 men inte 3,5 volymprocent benämns enligt andra stycket folköl, och öl med en alkoholhalt som överstiger 3,5 volymprocent benämns starköl. De olika klasserna benämns även som öl klass I, klass II och klass III, där klass III alltså utgörs av starköl med en alkoholhalt som överstiger 3,5 volymprocent. Det produceras och säljs många olika typer av öl, och de varierar i smak, färg, alkoholhalt och förpackning. För att få sälja starköl till slutkonsumenter på serveringsställen krävs ett serveringstillstånd som enligt 8 kap. 1 § första stycket alkohollagen utfärdas av den kommun inom vilken verksamheten bedrivs.
18. De aktörer som är verksamma i Sverige med att sälja starköl till serveringsställen (horeca-kunder) kan förenklat delas in i bryggerier, dryckesimportörer/dryckesgrossister och restauranggrossister. Ett bryggeri är, som namnet antyder, ett företag som har som sin affärsverksamhet att tillverka och sälja bland annat öl. År 2019 fanns det 414 aktiva bryggerier med egen ölproduktion i Sverige. De bryggerier som är aktuella i Konkurrensverkets utredning är de som tillverkar starköl. Dryckesimportörer har rollen att representera utländska producenters produkter på den svenska marknaden. Det finns även dryckesgrossister som verkar på marknaden med aktiv försäljning på liknande sätt som dryckesimportörer och bryggerier. Slutligen finns restauranggrossister som är verksamma med ett stort utbud och ofta rikstäckande distribution av restaurangvaror. Restauranggrossisternas samlade erbjudanden möjliggör

² När det i detta beslut finns behov av att uppskatta data baserat på ett normalår har Konkurrensverket så långt som möjligt redovisat data för 2019, alltså före covid-19-pandemin. Om det finns hänvisningar till andra år beror det på tillgång till mer fullständiga uppgifter för det året.

mindre inköp av öl klass III i samband med beställning av andra varor. Alkoholhaltig dryck, däribland starköl, står vanligen bara för en liten del av restauranggrossisternas totala omsättning.

19. I varierande utsträckning är särskilt de större aktörerna verksamma i flera av dessa roller genom att de säljer en portfölj av olika varumärken, både egna och andras, och såväl nationella som internationella (importerade) varumärken. De är stora både inom försäljning till Systembolaget och till horeca-marknaden, medan mindre aktörer i större utsträckning har riktat in sig mot försäljning till olika snävare segment, exempelvis Systembolagets lokala sortiment.
20. Horeca-sektorn kännetecknas i hög grad av att det bland kunderna finns få stora kedjor och få centraliserade avtal om leveranser. Detta innebär att horeca-sektorn utgör en förhållandevis heterogen och splittrad distributionskanal, där det finns många kunder att konkurrera om, men där varje kund ofta bara står för en begränsad volym. Enligt Konkurrensverkets beräkning fanns det totalt 13 283 serveringsställen som köpte starköl 2021. De tio största företagen, vilka köpte in öl till ett antal försäljningsställen, stod för en andel om cirka elva procent av inköpsmarknaden 2019 enligt Konkurrensverkets beräkning.
21. Horeca-kundernas inköp av starköl kan antingen ske direkt från bryggerier och importörer eller indirekt genom mellanhänder. Merparten av försäljningen i Sverige sker direkt från bryggerierna till horeca-marknaden och det är vanligt att kunderna förbinder sig att göra sina inköp av starköl från en huvudleverantör. I ett avtal om *huvudleverantörskap* åtar sig horeca-kunden på det sättet att under en bestämd tid köpa en viss större andel av sitt totala behov av de bryggeri- och andra dryckesprodukter som omfattas av avtalet från huvudleverantören. I utbyte tillhandahåller huvudleverantören ekonomiska förmåner som volymrabatter, finansiering och utrustning. Vilka företag som kan agera som huvudleverantörer till olika horeca-kunder beror dels på kundernas storlek, inriktning och efterfrågan, dels på leverantörens storlek, sortimentsbredd och distributionsnätverk.
22. Horeca-kunder med huvudleverantörsavtal har avtalsmässig möjlighet att köpa en andel av sitt behov av starköl från en annan leverantör, vid sidan av sitt huvudleverantörsavtal. I detta beslut kallas detta för *sidoleveranser* och de alternativa leverantörerna för *sidoleverantörer*. Sidoleveranser sker vanligtvis genom ett prisavtal utan förutbestämda volymer, eller avtalslöst. Sidoleverantörerna är vanligtvis mindre bryggerier, hantverksbryggerier eller importörer, som antingen agerar direkt eller via en dryckes- eller restauranggrossist.



23. Starköl distribueras till horeca-kunder i olika förpackningstyper, främst fatöl, tanköl, flasköl och burköl. I detta beslut innefattar begreppet *fatöl* även tanköl, och begreppet *flasköl* även burköl. Valet mellan dessa beror normalt på storleken av den volym som kunden säljer, det tillgängliga utrymmet i kundens lokaler och det produktsortiment som kunden vill erbjuda sina gäster. Konkurrensverkets utredning visar att den klart övervägande delen av den totala starkölsförsäljningen i horeca-sektorn bestod av fatöl för de största bryggeriföretagen 2019. Det har även framkommit att det är svårare som sidleverantör att få tillträde och expandera på marknaden med fatöl än med flasköl.
24. Konkurrensverkets utredning visar att det är mycket vanligt att det är horeca-kundens huvudleverantör av starköl som äger, installerar och ombesörjer servicen av kundens fatölsutrustning. Kunderna lånar utrustningen kostnadsfritt av huvudleverantören, alltså utan en synlig direkt kostnad, mot ett åtagande att endast servera huvudleverantörens produkter i fatölsutrustningen, något som i detta beslut kallas för *utrustningsexklusivitet*. Om kunden vill byta huvudleverantör bekostar den nya leverantören vanligtvis nedmontering och flytt av den befintliga utrustningen.
25. Det förekommer att den huvudleverantör som äger utrustningen har godkänt att minst en tappkran får användas för produkter från en annan leverantör, något som i detta beslut kallas för *gästkran*. Vissa kunder har även fler utrustningar än huvudleverantörens installerade i sitt serveringsställe, antingen någon annan leverantörs utrustning eller sin egen, vilket i detta beslut kallas för att ha *parallell utrustning*. Konkurrensverkets utredning indikerar att det är relativt ovanligt med gästkrantar och parallell utrustning hos horeca-kunder.
26. Leverantörer av starköl kan bistå sina kunder med olika former av finansiering eller annat stöd. Denna finansiering sker dels genom så kallade "bryggerilån" i form av lån eller förskott på bland annat rabatter, bonus och marknadsbidrag, dels genom investeringar i form av utrustning för att servera öl. Det krävs en finansiell styrka för att det ska vara möjligt för en leverantör att bistå horeca-kunder med denna typ av finansiering.

De granskade avtalen

27. Konkurrensverket har under utredningen granskat Spendrups avtal och utredningen har främst avsett avtal som träffats 2019 och framåt. Konkurrensverket har särskilt granskat det standardavtal för huvudleverantörskap rörande bland annat starköl som Spendrups använder när företaget ingår avtal med horeca-kunder. Spendrups reglerar sitt huvudleverantörskap genom ett dryckesavtal med tillhörande bilagor. Kunder som är i behov av att låna utrustning kan teckna ett separat tilläggsavtal till dryckesavtalet, som kallas Teknikavtalet. I detta beslut kallas

detta dryckesavtal med tillhörande bilagor samt Teknikavtalet för *huvudleverantörsavtalet* om inget annat anges.

28. Det granskade huvudleverantörsavtalet omfattar inte bara starköl utan även andra bryggeri- och dryckesprodukter. Konkurrensverket har avgränsat utredningen till den del av huvudleverantörsavtalet som gäller Spendrups leveranser av starköl. Spendrups levererar öl till såväl horeca-marknaden som Systembolaget. Utredningen har inriktats på leveranser av starköl till horeca-marknaden.
29. Enligt huvudleverantörsavtalet ska Spendrups leverera drycker till kunden enligt de villkor som anges i avtalet och kunden åtar sig att inhandla drycker från Spendrups enligt samma villkor. I huvudleverantörsavtalet finns vidare ett krav på att Spendrups ska vara kundens huvudleverantör avseende kundens totala behov av bryggeri- och dryckesprodukter under avtalsperioden.
30. Enligt avtalet förbinder sig kunden även att köpa en viss procentuell andel av sin totala försäljning av bryggeri- och dryckesprodukter från Spendrups. Denna skyldighet kallas i detta beslut för *inköpsförpliktelse*. Kundens inköpsförpliktelse fastställs enligt huvudleverantörsavtalet till ■ procent. Spendrups har uppgett att inköpsförpliktelsen avser all dryck sammantaget.
31. Huvudleverantörsavtalet innehåller dessutom bestämmelser om fastställda årliga volymåtaganden för kunderna.³ Volymåtagandet innebär att horeca-kunden åtar sig att årligen inköpa en angiven volym i liter avseende olika drycker av Spendrups. Denna skyldighet kallas i detta beslut för *volymåtagande*. Enligt huvudleverantörsavtalet utgör kundens volymåtagande grunden för av Spendrups lämnade prisvillkor såsom rabatter och bonus. Bristande uppfyllelse av volymåtaganden kan under vissa omständigheter leda till uppsägning av avtalet och till skyldighet att återbetala erhållna finansiella förmåner samt ett normerat skadestånd för ej inköpt volym.
32. Spendrups har uppgett att nivån på volymåtagandet för en enskild kund baserar sig på en rad faktorer som var för sig är av betydelse för den rekommendation som Spendrups säljare lämnar till kunden. Dessa faktorer utgörs bland annat av Spendrups erfarenheter utifrån serveringsställets beskaffenhet och kundens försäljningshistorik.
33. Enligt Teknikavtalet åtar sig Spendrups att tillhandahålla utrustning till horeca-kunder vilken vanligtvis består av kylskåp och fatölsutrustning. För den fatölsutrustning som Spendrups tillhandahåller ställer Spendrups ett villkor om att horeca-kunden enbart får använda utrustningen till produkter

³ De flesta av Spendrups huvudleverantörsavtal innehåller bestämmelser om volymåtaganden, men i undantagsfall finns det inga volymåtaganden.

inköpta av Spendrups. I detta beslut kallas detta, som nämnts ovan, för ett villkor om *utrustningsexklusivitet*.

34. Spendrups erbjuder sina kunder olika finansiella förmåner, däribland rabatter, bonus och lån. [REDACTED] och Spendrups kan kräva återbetalning [REDACTED]. Spendrups beviljar flera typer av lån. Dessa finansiella förmåner återbetalas på olika sätt beroende på om det handlar om ett penninglån eller ett lån som har formen av ett bonusförskott som kunden ska tjäna in i framtiden.
35. Enligt huvudleverantörsavtalet kan avtalstiden vara längst [REDACTED] år, varefter avtalet upphör att gälla utan uppsägning. Om kunden inte uppnår sitt avtalade volymåtagande vid avtalstidens slut förlängs avtalet till [REDACTED]. Efter att volymåtagandet har uppnåtts kan avtalet sägas upp med en ömsesidig uppsägningstid om [REDACTED]. Det sker inte några förlängningar över [REDACTED] år enligt Spendrups.
36. Om avtalet sägs upp i förtid har Spendrups rätt till ersättning och får fakturera kunden för utestående förpliktelser och erhålla finansiella förmåner. I de fall Spendrups utnyttjar sin rätt att säga upp ett huvudleverantörsavtal, kan Spendrups begära ett normerat skadestånd baserat på ej inköpt volym enligt kundens volymåtagande. Detta gäller även, som nämnts ovan, när kunden inte uppnår sitt volymåtagande.

Skälen för Konkurrensverkets beslut

Inledning

37. Av 2 kap. 1 § KL framgår att avtal mellan företag som har till syfte eller resultat att hindra, begränsa eller snedvrیدا konkurrensen på marknaden på ett märkbart sätt är förbjudna. Om förfarandet kan påverka handeln mellan EU:s medlemsstater ska även artikel 101 i EUF-fördraget tillämpas.⁴ Förbudet enligt 2 kap. 1 § KL är utformat med artikel 101.1 i EUF-fördraget som förebild.
38. Många villkor i vertikala avtalsförhållanden kan undantas, trots att de kan vara konkurrensbegränsande, enligt de gruppundantag för vertikala avtal som utfärdats såväl i EU som i Sverige.⁵ Det svenska gruppundantaget

⁴ Rådets förordning (EG) nr 1/2003 av den 16 december 2002 om tillämpningen av konkurrensreglerna i artiklarna [101] och [102] i fördraget (EGT L 1, 4.1.2003, p. 1–25), artikel 3.

⁵ Lagen (2008:581) om gruppundantag för vertikala konkurrensbegränsande avtal (svenska gruppundantaget), samt Kommissionens förordning (EU) 2022/720 av den 10 maj 2022 om tillämpningen av artikel 101.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden (EUT L 134, 11.5.2022, s. 4–13) (fortsättningsvis *vertikala gruppundantagsförordningen*).

hänvisar till och överensstämmer i allt väsentligt med EU:s motsvarande gruppundantagsförordning.⁶ Kommissionen har även utfärdat riktlinjer om vertikala begränsningar avseende tolkningen och tillämpningen av gruppundantaget, och även för tillämpningen av artikel 101 i EUF-fördraget på vertikala avtal som inte omfattas av gruppundantaget.⁷ Gruppundantaget gäller endast för företag (köpare respektive säljare) vars marknadsandelar understiger 30 procent.⁸

39. Ett avtal kan ha ett konkurrensbegränsande syfte eller få ett konkurrensbegränsande resultat. Om det inte kan fastställas att avtalet i sig är så pass skadligt för konkurrensen att det kan sägas ha ett konkurrensbegränsande syfte ska det bedömas om avtalet medför ett konkurrensbegränsande resultat.⁹
40. I ett ärende i vilket fråga uppkommit om ett företag överträder något av förbuden i 2 kap. 1 § KL eller i artikel 101 i EUF-fördraget kan, enligt 3 kap. 4 § första stycket KL, ett åtagande från det aktuella företaget ge Konkurrensverket anledning att inte ingripa. Ett beslut att godta ett sådant åtagande får avse en begränsad tid. Så länge ett sådant beslut gäller är företaget skyldigt att följa villkoren i åtagandet och Konkurrensverket är samtidigt förhindrat att ingripa mot ågerandet genom ett åläggande med förbud enligt 3 kap. 1 § KL eller beslut om att ett förbud har överträtts enligt 3 kap. 1 a § KL. Konkurrensskadeavgift får enligt 3 kap. 7 § KL inte heller påföras för åtgärder som har vidtagits under den tid då ett beslut om att godta åtagandet har gällt, om åtgärderna är förenliga med beslutet.

Konkurrensverkets preliminära bedömning av det utredda förfarandet

Relevant marknad och marknadsandelar

41. För att göra en bedömning av effekterna av ett ölleveransavtal krävs det att den relevanta marknaden avgränsas.¹⁰ Som framgått ovan är även leverantörens och köparens marknadsandel av betydelse för att fastställa om gruppundantaget är tillämpligt. En relevant marknad består dels av en relevant produktmarknad, dels av en relevant geografisk marknad. Syftet med att avgränsa dessa marknader är att identifiera de faktiska konkurrenter

⁶ Se 3 § i svenska gruppundantaget.

⁷ Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar (kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar) (EUT C 248, 30.6.2022, s. 1–85).

⁸ Se vertikala gruppundantagsförordningen, artikel 3.1.

⁹ Se t.ex. mål C-67/13 *CB mot kommissionen*, EU:C:2014:2204, p. 52. Om bedömningen, se även mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 19–27, mål C-345/14 *Maxima Latvija*, EU:C:2015:784, p. 26–31, och mål T-65/98 *Van den Bergh Foods mot kommissionen*, EU:T:2003:281, p. 83.

¹⁰ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 15 och 16. Jfr även mål T-7/93 *Langnese-Iglo mot kommissionen*, EU:T:1995:98, p. 60. Se även mål T-25/99 *Roberts mot kommissionen*, EU:T:2001:177, p. 26.

till de berörda företagen som är i stånd att begränsa deras beteende och hindra dem från att agera oberoende av ett effektivt konkurrenstryck.¹¹

42. Företagen utsätts för tre huvudtyper av konkurrenstryck: utbytbarhet på efterfrågesidan, utbytbarhet på utbudssidan och potentiell konkurrens. Ur ekonomisk synvinkel och i samband med avgränsningen av den relevanta marknaden utgör utbytbarheten på efterfrågesidan det mest omedelbara och effektiva konkurrenstrycket för leverantörer av en viss produkt.¹² Att definiera marknaden består huvudsakligen i att identifiera vilka alternativa leverantörer de berörda företagens kunder har i praktiken, både vad gäller produkter eller tjänster och leverantörernas geografiska belägenhet.¹³
43. Den relevanta produktmarknaden omfattar alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, sitt pris eller den tilltänkta användningen av konsumenterna betraktas som utbytbara.¹⁴
44. Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område där 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.¹⁵

Relevant produktmarknad

45. EU-domstolen konstaterade i målet *Delimitis*, som också rörde ett nätverk av ölleveransavtal, att den relevanta marknaden ska fastställas med hänsyn till arten av ekonomisk verksamhet.¹⁶ Den ekonomiska verksamhet som är föremål för Konkurrensverkets utredning utgörs av Spendrups och dess konkurrenters försäljning av starköl till horeca-sektorn.
46. Konsumenternas preferenser kan sägas bestå i ett första val mellan alkoholhaltig dryck och alkoholfri dryck. Konkurrensverket har inte identifierat att det finns någon betydelsefull grad av utbytbarhet mellan starköl och exempelvis vin eller spritdrycker. Det har inte heller framkommit att det finns någon betydande grad av utbytbarhet mellan starköl och alkoholfria alternativ efter att det första valet mellan alkoholhaltig dryck och alkoholfri dryck har gjorts. Av Konkurrensverkets utredning framgår vidare

¹¹ Kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT nr C 372, 9.12.1997 (fortsättningsvis kommissionens tillkännagivande om relevant marknad), p. 2.

¹² Kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 13.

¹³ Kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 13.

¹⁴ Kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 7.

¹⁵ Kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 8.

¹⁶ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 16. Jfr mål T-25/99 *Roberts mot kommissionen*, EU:T:2001:177, p. 36.



att efterfrågan på alkoholhaltig öl med en alkoholhalt under 3,5 volymprocent inom horeca-sektorn är mycket begränsad.

47. Konkurrensverket bedömer därför att försäljning av öl, och närmare bestämt starköl, utgör en lämplig utgångspunkt för marknadsavgränsningen.
48. Starkölsförsäljning till slutkonsumenter sker både genom detaljhandelsmonopolet (Systembolaget) och genom serveringsställen inom horeca-sektorn. Ur konsumentens synvinkel skiljer sig horeca-sektorn från detaljhandeln bland annat på grund av att försäljningen i serveringslokaler är förenad inte bara med inköp av en vara utan även med tillhandahållande av tjänster.¹⁷
49. Allmänt sett gäller att de inköp som slutkonsumenterna gör på Systembolaget är rena inköp av starköl, medan slutkonsumenter vid besök på ett serveringsställe inom horeca-sektorn därutöver är beredda att betala för service och upplevelse. Prissättningen av starköl skiljer sig markant mellan de två olika segmenten och konsumtion av starköl som köps på ett serveringsställe sker i huvudsak vid inköpstillfället, medan konsumtion av starköl som köps på Systembolaget sker senare och på annan plats.
50. Konkurrensverket har mot denna bakgrund preliminärt funnit stöd för att den relevanta produktmarknaden ska avgränsas till försäljning av starköl (klass III) och delas in i två separata försäljningskanaler, som var och en utgör en egen relevant marknad, nämligen försäljning till detaljhandeln (Systembolaget) respektive till horeca-marknaden.¹⁸

Relevant geografisk marknad

51. I *Delimitis* avgränsade EU-domstolen en nationell geografisk marknad. Domstolen hänvisade härvid till att större delen av ölleveransavtalen tecknades nationellt.¹⁹ Även i kommissionens praxis, rörande marknaden för försäljning av ölprodukter, har marknaden avgränsats nationellt.²⁰

¹⁷ Jfr mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 16, och, avseende glass, mål T-7/93 *Langnese-Iglo mot kommissionen*, EU:T:1995:98, p. 63.

¹⁸ Konkurrensverkets preliminära bedömning av den relevanta produktmarknaden har även stöd i praxis från kommissionen, se t.ex. kommissionens beslut den 24 maj 2016 i koncentrationsärendet M.7881 *AB InBev/SABMiller*, p. 15, 22 och 29, med hänvisningar.

¹⁹ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 18.

²⁰ Jfr kommissionens beslut den 11 juli 2000 i M.1925 *Scottish & Newcastle/Groupe Danone*, p. 13, med hänvisning till mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91; kommissionens beslut den 29 september 2004 i COMP/C.37.750/B2 *Brasseries Kronenbourg, Brasseries Heineken*, p. 58; kommissionens beslut den 13 maj 2019 i AT.40134 *AB InBev beer trade restrictions*, p. 53–59. Jfr även kommissionens beslut den 6 juni 2012 i M 6587, *Molson Coors/Starbev*, p. 10, kommissionens beslut den 7 mars 2008 i M.4952, *Carlsberg/Scottish Newcastle Assets*, p. 15, samt kommissionens två beslut den 3 april 2008 i M.4999, *Heineken/Scottish & Newcastle Assets*, att tillåta en koncentration, p. 15, och att delvis hänskjuta en koncentration, p. 36.



52. Det aktuella huvudleverantörsavtalet som Spendrups tillämpar, och som granskats av Konkurrensverket, är knutna till inhemska försäljningsställen och även de mest omfattande avtalen sträcker sig inte utanför Sverige. De internationella företag som är aktiva i Sverige är vidare organiserade mot att bearbeta nationella marknader.
53. Konkurrensverket har mot denna bakgrund preliminärt funnit stöd för att den relevanta geografiska marknaden ska avgränsas till Sverige.²¹

Spendrups marknadsandel

54. Marknadsandelar kan beräknas på olika sätt, till exempel utifrån försäljningsciffror i kronor eller volym eller baserat på antal användare.²² Konkurrensverket har i utredningen använt sig av marknadsandelar som baserar sig på försäljningsvolym. Detta är den enhet i vilken starkölsleverantörer och starkölsåterförsäljare rapporterar till Folkhälsomyndighetens statistikrapporter, vilket utgör den enda tillgängliga heltäckande statistiken för att analysera den aktuella marknaden. Dessutom räknar bryggeriföretagen själva ut sina marknadsandelar genom att beräkna dem i liter.
55. Preliminärt har Konkurrensverket kommit fram till att volymförsäljningen från de tre största aktörerna står för den absoluta merparten av försäljningen på hela den relevanta marknaden. De tre största aktörernas gemensamma marknadsandel var högre än 80 procent av hela horeca-marknaden 2021 och ungefär samma även 2019 och 2020. Spendrups marknadsandel var över 30 och under 40 procent 2019–2021.²³

Avtal mellan företag

56. Spendrups och dess kunder inom horeca-sektorn är företag i den mening som avses i 2 kap. 1 § KL och artikel 101.1 i EUF-fördraget. De avtalsvillkor som Spendrups tillämpar utgör en del av ett avtal enligt samma bestämmelser. Konkurrensverket bedömer att såväl företagskriteriet som avtalskriteriet därmed är uppfyllda.

Gruppundantagets tillämplighet

57. Baserat på Konkurrensverkets preliminära avgränsning av den relevanta marknaden omfattas Spendrups avtal inte av gruppundantaget till följd av

²¹ Jfr t.ex. dnr 615/2000, *Carlsberg/Pripps*, p. 73 och dnr 458/2001, *AB Pripps Bryggerier och Falcon Bryggerier AB*, p. 38.

²² Jfr kommissionens vertikala gruppundantagsförordning, artikel 1(1)(f) och 8(a).

²³ Enligt Konkurrensverkets beräkning uppgick den totala försäljningen till horeca-marknaden till 62,4 miljoner liter 2021.



att Spendrups marknadsandelar överstiger marknadsandelströskeln, det vill säga 30 procent.²⁴

Konkurrensbegränsande effekter

58. Konkurrensverket har gjort en preliminär bedömning att de avtalsvillkor som Spendrups tillämpar i sitt huvudleverantörsavtal och som är föremål för utredningen inte till sin art har ett konkurrensbegränsande syfte.²⁵ I stället ska det bedömas om avtalsvillkoren kan få ett konkurrensbegränsande resultat.²⁶ Utredningen har fokuserat på om Spendrups avtalsvillkor begränsar möjligheterna att konkurrera som sidoleverantör under avtalstiden samtidigt som en motsvarande begränsning uppkommer för horeca-kunderna att fritt välja sina inköpskällor.²⁷
59. EU-domstolen har slagit fast att hänsyn ska tas till det ekonomiska och rättsliga sammanhang i vilket det omtvistade avtalet förekommer och där det tillsammans med andra avtal kan ha en kumulativ inverkan på konkurrensen.²⁸ Det som ska prövas är om avtalen, ensamma eller tillsammans med andra betydande aktörers liknande avtal, gör det svårt för konkurrenter som annars skulle kunna etablera sig eller öka sin

²⁴ Se vertikala gruppundantagsförordningen, artikel 3. Om Konkurrensverkets preliminära avgränsning av den relevanta marknaden och om Spendrups marknadsandelar på denna, se avsnittet "Relevant marknad och marknadsandelar" ovan.

²⁵ Jfr en liknande bedömning i ett annat sammanhang, mål C-552/03 P *Unilever Bestfoods (anciennement Van den Bergh Foods) mot kommissionen*, EU:C:2006:607, p. 130, och mål T-65/98 *Van den Bergh Foods mot kommissionen*, EU:T:2003:281, p. 80.

²⁶ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 10–13. Jfr även mål C-214/99 *Neste*, EU:C:2000:679, p. 25. Jfr även mål C-23/67 *Brasserie De Haecht mot Wilkin Janssen*, EU:C:1967:54.

²⁷ Jfr t.ex. mål T-65/98 *Van den Bergh Foods mot kommissionen*, EU:T:2003:281, p. 98. Jfr även mål C-86/82 *Hasselblad mot kommissionen*, EU:C:1984:65, p. 46, samt mål T-61/89 *Dansk Pelsdyravlerforening mot kommissionen*, EU:T:1992:79, p. 108. En konkurrenshämmande utestängning kan uppstå om det, utan avtalet, skulle utövas ett betydande konkurrensstryck av konkurrenter som antingen ännu inte finns på marknaden när avtalet ingås, eller som inte har förmåga att konkurrera om den fullständiga efterfrågan från kunderna. Konkurrenterna kanske inte kan konkurrera om en enskild kunds hela efterfrågan på grund av att leverantören i fråga är en oundviklig handelspartner för åtminstone en del av efterfrågan på marknaden, t.ex. för att dess varumärke är ett "måste" som föredras av många konsumenter eller för att de andra leverantörerna har sådana kapacitetsbegränsningar att en viss del av efterfrågan endast kan tillhandahållas av leverantören i fråga. Se kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, EUT C 248, 30.6.2022, s. 1–85, p. 301.

²⁸ Mål C-345/14 *Maxima Latvija*, EU:C:2015:784, p. 26, samt mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 14, mål C-23/67 *Brasserie De Haecht mot Wilkin Janssen*, EU:C:1967:54, och mål C-230/96 *Cabour*, EU:C:1998:181, p. 50. De eventuella negativa effekterna av vertikala begränsningar förstärks när flera leverantörer och deras köpare organiserar sin handel på ett liknande sätt, vilket leder till s.k. kumulativa effekter, se p. 22 i kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar. Jfr även p. 258 i riktlinjerna där det anges att parallella nät av vertikala avtal ska betraktas som liknande om de innehåller samma typ av begränsningar som ger liknande effekter på marknaden. Sådana kumulativa effekter kan t.ex. uppstå vid användning av konkurrensklausuler. En annan situation då kumulativa effekter kan uppstå är enligt p. 303 i riktlinjerna om ett antal stora leverantörer ingår avtal om varumärkesexklusivitet med ett stort antal köpare på den relevanta marknaden.

marknadsandel att få tillträde till den inhemska marknaden för försäljning av starköl på serveringsställen.²⁹

60. För att bedöma i vilken utsträckning de ifrågasatta avtalen bidrar till den kumulativa effekten på konkurrensen ska hänsyn tas till avtalsparternas ställning på marknaden och, i synnerhet, antalet försäljningsställen som är knutna till bryggeriet jämfört med det totala antalet försäljningsställen som identifierats på den relevanta marknaden.³⁰
61. Vidare följer det av EU-domstolens praxis att bedömningen av konkurrensen på den relevanta marknaden inte ska avse enbart de faktiska resultaten, utan att den även ska omfatta ett hänsynstagande till ett avtals eller en samverkans potentiella inverkan på konkurrensen.³¹ Vad avser avskärmningseffekterna av det utredda huvudleverantörsavtalet utgörs dessa typiskt sett av ett mer begränsat varuutbud och en med detta sammanhängande minskad valfrihet för slutkonsumenterna, i jämförelse med vad som varit fallet om marknaden inte hade varit avskärmd.³²
62. För bedömningen av vilken påverkan huvudleverantörsavtalet har på konkurrensen ska samtliga omständigheter som bestämmer tillträdet till den relevanta marknaden beaktas i syfte att bedöma huruvida det finns verkliga och konkreta möjligheter för en konkurrent att etablera sig i det relevanta geografiska området.³³ En sådan tillträdesmöjlighet kan vara att som producent själv öppna restaurangverksamhet för att få avsättning för sina produkter.³⁴ Förekomsten av ölgrossister, som inte är knutna till aktiva producenter på marknaden, kan också vara en faktor som underlättar tillträdet till marknaden även för en sidoleverantör, då denne för distribution av sitt eget öl kan använda de försäljningskanaler som används av dessa grossister.³⁵
63. Vidare ska hänsyn tas till konkurrensvillkoren på den relevanta marknaden. I det avseendet gäller det att inte bara känna till hur många och hur stora producenterna på marknaden är, utan även marknaden mättnadsgrad och konsumenternas trohet mot de befintliga varumärkena.³⁶ Även andra

²⁹ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 15, 23 och 27. Jfr mål C-260/07 *Pedro IV Servicios*, EU:C:2009:215, p. 83, med hänvisningar.

³⁰ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 25.

³¹ Mål C-345/14 *Maxima Latvija*, EU:C:2015:784, p. 30, med hänvisning, samt t.ex. mål C-306/20 *Visma Enterprise*, EU:C:2021:935, p. 73, med hänvisning.

³² Jfr mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 15.

³³ Mål C-345/14 *Maxima Latvija*, EU:C:2015:784, p. 27.

³⁴ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 21.

³⁵ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 21.

³⁶ Mål C-345/14 *Maxima Latvija*, EU:C:2015:784, p. 28.

faktorer, såsom avsaknaden eller förekomsten av köpmarknad, kan påverka bedömningen.³⁷

64. Slutligen måste även ölleveransavtalet begränsa konkurrensen på ett märkbart sätt och i väsentlig mån bidra till den avskärningsverkan som hela antalet avtal i sitt ekonomiska och rättsliga sammanhang har eftersom ansvaret enligt konkurrensreglerna ska tillräknas de bryggerier som i väsentlig mån bidrar till denna verkan. I vilken omfattning det enskilda avtalet bidrar beror på avtalsparternas ställning på den relevanta marknaden och på avtalets varaktighet.³⁸

Bedömning av avtalsvillkoren

65. Konkurrensverkets prövning grundar sig på en misstanke om att de två största starkölsleverantörerna på den svenska horeca-marknaden, Spendrups och Carlsberg, tillämpar system med huvudleverantörsavtal med avtalsvillkor som förmår eller förpliktar deras medkontrahenter (horeca-kunderna) att koncentrera sina beställningar av starköl i mycket hög grad till Spendrups respektive till Carlsberg.³⁹ Detta kan leda till att utländska och inhemska starkölsleverantörer begränsas i sitt tillträde till, eller i sina möjligheter att expandera sin verksamhet på, den svenska horeca-marknaden som sidoleverantörer av starköl.
66. Denna *de facto*-exklusivitet, eller nära exklusivitet, skapas i Spendrups fall genom en kombination av individuellt högt satta volymåtaganden för enskilda horeca-kunder, vars nedre gräns bestäms av en generell procentuell inköpsförpliktelse, tillsammans med en ensamrätt att leverera den starköl som serveras i fatölsutrustning som Spendrups har lånat ut till horeca-kunden. Dessa begränsningar förstärks av de sanktioner som föreskrivs i avtalen, om kunden inte lyckas uppfylla sina volymåtaganden.
67. För det första utgör, enligt Konkurrensverkets preliminära bedömning, de individuella volymåtaganden som kunderna har åtagit sig gentemot Spendrups som sin huvudleverantör det viktigaste hindret mot en väl fungerande konkurrens avseende sidoleveranser av starköl till Spendrups horeca-kunder.
68. En effekt av de högt satta volymåtagandena i horeca-kundernas huvudleverantörsavtal med Spendrups, ofta rentav högre än kundens hela faktiska efterfrågan, är att kunden saknar reella möjligheter att uppnå volymåtagandena under avtalstiden. En sådan kund kommer inte att ha något utrymme att ta in någon sidoleverantör om kunden skulle vilja bredda sitt utbud. En kombination av höga volymåtaganden och

³⁷ Jfr kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 284 och 306.

³⁸ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 24–26.

³⁹ Jfr kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 298–320.



utrustningsexklusivitet för utlånad fatölsutrustning kommer dessutom *de facto* att begränsa kundens frihet beträffande en betydligt större andel av den totala volymförsäljningen än vad som framgår av den generella inköpsförpliktelsen i procent. Denna slutsats förstärks av att volymåtagandena är förenade med sanktioner vid bristande uppfyllelse enligt Spendrups huvudleverantörsavtal.

69. Sammantaget har Konkurrensverket dragit den preliminära slutsatsen att volymåtagandena, sedda i sitt sammanhang, i sig har en konkurrenshämmande effekt genom att kunder väljer att begränsa sina inköp från andra leverantörer av starköl för att inte bryta mot sitt volymåtagande och för att inte riskera att drabbas av sanktioner. Därigenom hindras sidoleverantörer från att konkurrera om den del av kundens efterfrågan som formellt sett ska vara fri för kunden att disponera över enligt huvudleverantörsavtalet. Det kan även få till effekt att konkurrensen snedvrids vid en förhandling om förnyat huvudleverantörskap vid avtalsperiodens slut.
70. Konkurrensverket har gjort en kvantitativ analys av de faktiska volymåtaganden som Spendrups avtalat om i individuella kundavtal. Resultatet ger ett starkt stöd för att Spendrups systematiskt har satt volymåtaganden på en nivå som starkt begränsar horeca-kundernas fria utrymme att ta in sidoleveranser.
71. Preliminärt bedömer Konkurrensverket att högt satta individuella volymåtaganden i Spendrups huvudleverantörsavtal som tecknats med horeca-kunder leder till en hög grad av utestängning av andra leverantörer av starköl. Av den kvalitativa och kvantitativa utredning som Konkurrensverket hittills har genomfört framgår att detta gäller för en stor andel av Spendrups horeca-kunder. Sammantaget ger detta en stark indikation på att den grad av valfrihet som en kund har mellan olika inköpskällor under avtalstiden, och möjligheten för en annan leverantör att tillgodose en viss andel av kundernas efterfrågan, i hög grad begränsas av villkoren om volymåtaganden.
72. För det andra indikerar Konkurrensverkets utredning att villkoret om utrustningsexklusivitet för fatölsutrustning som Spendrups lånat ut till horeca-kunder med huvudleverantörsavtal kan få en självständig konkurrensbegränsande effekt. Den kan i vart fall förstärka effekten av övriga villkor om högt satta individuella volymåtaganden som är förenade med sanktioner vid bristande uppfyllelse av volymåtaganden.
73. Konkurrensverkets utredning ger stöd för att fatöl står för en betydande del av ölförsäljningen i volym för de kunder som innehar fatölsutrustning från Spendrups. Därigenom påverkar villkoret om utrustningsexklusivitet det

faktiska volymutrymme som dessa kunder har att vända sig till andra leverantörer för en del av sin efterfrågan.

74. För det tredje, slutligen, innebär villkoret om en generell, procentuell inköpsförpliktelse på ■ procent i Spendrups huvudleverantörsavtal, att horeca-kunder i hög grad binds till Spendrups som sin huvudleverantör. I praktiken kommer horeca-kunden genom huvudleverantörsavtalet att täcka det mesta av sitt inköpsbehov av starköl med produkter från Spendrups. Konkurrensverkets utredning indikerar att sidoleveranser av i vart fall fatöl sällan förekommer. Sådana sidoleveranser handlar i praktiken i stället närmast om öl på flaska, till exempel hantverksöl från mikrobryggerier, och dessutom i mindre partier eller mindre volym.
75. Konkurrensverkets preliminära bedömning är att nivån på inköpsförpliktelsen på ■ procent kan ha en konkurrenshämmande effekt med beaktande av andra villkor som bidrar till utestängning.⁴⁰ Nivån på inköpsförpliktelsen, sedd i sitt sammanhang, särskilt i samverkan med de höga individuella volymåtagandena för varje enskild produktkategori och kravet på utrustningsexklusivitet, bidrar till att begränsa utrymmet för sidoleverantörer av starköl och på motsvarande sätt till att begränsa valfriheten för horeca-kunderna. Inköpsförpliktelsen kan i kombination med andra avtalsbegränsningar, och omständigheterna i övrigt, utgöra ett hinder för en effektiv konkurrens om sidoleveranser avseende starköl på horeca-marknaden.
76. Sammantaget är Konkurrensverkets preliminära bedömning att villkoren i Spendrups huvudleveransavtal kan utgöra en konkurrensbegränsning med hänsyn till det rättsliga och ekonomiska sammanhanget. Detta sammanhang beskrivs utförligare nedan. Konkurrensverkets utredning visar att bindningen för enskilda kunder som tecknat avtal med Spendrups som huvudleverantör i de allra flesta fall, *de facto*, är avsevärt högre än den generella inköpsförpliktelsen på ■ procent. Detta är ett resultat främst av att horeca-kunden är skyldig att uppfylla så höga volymåtaganden att den inte kan köpa av någon annan leverantör än Spendrups utan att riskera allvarliga påföljder. Samma effekt kan också uppstå till följd av att kunden, även om den inte formellt hindras från att köpa en viss del av sina behov från andra leverantörer, i praktiken inte kan köpa konkurrerande fatöl, eftersom den fatölutrustning som kunden lånar för sin försäljning från Spendrups endast får användas för Spendrups produkter.⁴¹

⁴⁰ Jfr kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 298 där Kommissionen beskriver att en konkurrensklausul grundar sig på en skyldighet att köpa mer än 80 procent av sina inköp från en enda leverantör.

⁴¹ Se kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 298.



77. Slutligen framhåller Konkurrensverket att eftersom de flesta av Spendrups huvudleverantörskunder har både mycket höga volymåtaganden, lånad fatölsutrustning och en generell hög inköpsförpliktelse, samverkar dessa begränsande villkor på ett sätt som ytterligare förstärker utestängningseffekten.

Bunden andel och kumulativa effekter

78. För att bedöma om huvudleverantörsavtal avseende starköl hindrar tillträdet till marknaden, och därför kan omfattas av förbudet mot konkurrensbegränsande avtal, är det nödvändigt att undersöka vilken art och omfattning dessa avtal som en helhet har. Denna helhet omfattar alla liknande avtal som knyter ett stort antal försäljningsställen till flera inhemska leverantörer. Dessa avtalsnätts inverkan på tillträdet till marknaden beror bland annat på antalet försäljningsställen som på detta sätt är knutna till inhemska leverantörer i förhållande till antalet serveringsställen som inte är det, åtagandenas varaktighet, vilka kvantiteter starköl som åtagandena omfattar och förhållandet mellan dessa kvantiteter och de som säljs av obundna återförsäljare.⁴²
79. I kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar anges att en kumulativ konkurrenshämmande utestängningseffekt kan uppkomma på en marknad om den sammanlagda uppbundna marknadsandelen för samtliga företag överstiger 30 procent.⁴³ Detta gäller på en marknad där inte samtliga företag omfattas av vertikala gruppundantagsförordningen (det vill säga där minst ett företag har över 30 procents marknadsandel), där det handlar om slutprodukter som säljs på detaljnivå,⁴⁴ och där inget företag har en dominerande ställning. Om den kumulativt bundna andelen av horeca-kundernas efterfrågan är ännu högre ökar risken ytterligare för konkurrenshämmande utestängningseffekter.⁴⁵
80. Konkurrensverkets utredning i denna del har omfattat de tre största bryggeriföretagen, inklusive Spendrups och Carlsberg. Dessa har bedömts tillämpa liknande avtal på den svenska horeca-marknaden. Konkurrensverkets beräkning av den bundna andelen av horeca-kundernas efterfrågan indikerar att dessa bryggeriföretag tillsammans stod för en bunden andel mellan 50 och 65 procent 2021. Det har inte varit några nämnvärda skillnader varken för 2019 eller 2020 i jämförelse med 2021

⁴² Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 19 och 25.

⁴³ Jfr kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 310.

⁴⁴ Jfr kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 309.

⁴⁵ Jfr kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 320. Jfr även t.ex. ärende IV/36.081/F3 – *Bass*, 1999-06-16 (EGT L 186, 19.7.1999, s. 1–27), p. 129, där kommissionen fann att en bunden omsättningsvolym på högst 45,3 procent, men mer troligt åtminstone 37 procent, inte gav några direkta möjligheter till självständigt tillträde till detaljistledet för andra bryggerier på den relevanta marknaden.



avseende den kumulativa bundenheten på marknaden. Denna nivå ger en stark indikation på att den kumulativa utestängningseffekten på den relevanta marknaden är konkurrenshämmande.

Tillträde till marknaden

81. Konkurrensverket har i enlighet med EU-domstolens rättspraxis utrett de faktorer som kan påverka möjligheterna att få tillträde till och expandera på den svenska horeca-marknaden avseende försäljning av starköl.⁴⁶
82. Vad gäller marknadsutvecklingen framgår det av Konkurrensverkets utredning att antalet aktörer som är verksamma med starkölsleveranser och särskilt antalet bryggerier har ökat i Sverige de senaste åren. Trots det har de nyetablerade aktörerna inte expanderat sin försäljning till horeca-marknaden i någon större utsträckning. De aktörer som etablerades under de tre åren 2017–2019 svarade sammanlagt för endast någon procent av den totala försäljningsvolymen av starköl till horeca-marknaden 2019. Enligt Konkurrensverket indikerar detta att Spendrups inte utsätts för ett förändrat eller mer betydande konkurrenstryck av nya aktörer trots den marknadsutveckling som har skett.
83. Vad gäller möjligheterna att få tillträde till horeca-marknaden genom att öppna egna serveringsställen⁴⁷ krävs det att aktören anser sig ha möjlighet att etablera ett visst minsta antal försäljningsställen för att detta ska vara ett lönsamt alternativ.⁴⁸ Ett sådant inträde kan nödvändiggöra en omorganiserad verksamhetsinriktning för en aktör som hittills har haft starkölsleveranser som sin huvudverksamhet. Detta kan ta såväl tid som stora resurser i anspråk och kräver dessutom ett intresse att starta upp en separat verksamhet som horeca-aktör.⁴⁹ Av dessa skäl bedömer Konkurrensverket preliminärt att ny egen etablering inom hotell- och restaurangbranschen inte

⁴⁶ Mål C-23/67 *Brasserie de Haecht mot Wilkin Janssen*, EU:C:1967:54, samt mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 14 och p. 20. Se även t.ex. mål T-7/93 *Langnese-Iglo mot kommissionen*, EU:T:1995:98, p. 106, rörande försäljning av glass.

⁴⁷ Se mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 21. I p. 305 i kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar nämns möjligheter att skapa egna integrerade distributionsnätverk. Där nämns också möjligheten att i vissa fall få tillträde till marknaden genom att köpa ett redan etablerat bryggeri med en egen kedja av försäljningsställen eller att själv öppna ett tillräckligt stort antal egna försäljningsställen för att skapa ett lönsamt distributionssystem.

⁴⁸ Se kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 309. Där understryks det att när det, som här, gäller slutprodukter är det i allmänhet mer sannolikt att utestängning förekommer på detaljstnivå, med tanke på de betydande inträdeshindren för de flesta tillverkare som vill öppna försäljningsställen enbart för sina egna produkter. Se även mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 21.

⁴⁹ Jfr även kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 309, och kommissionens bedömning i t.ex. ärende IV/35.992/F3 *Scottish and Newcastle* (1999-06-16), p. 108. I beslutet erinrar kommissionen dessutom om att ett bryggeri som gör ett inträde genom att öppna egna horeca-ställen kommer att behöva etablera kopplingar till ett etablerat bryggeri för att kunna erbjuda de olika sorters öl som ett serveringsställe måste kunna erbjuda. Inte heller sådana horisontella bindningar är enligt Konkurrensverket konkurrensfrämjande.

utgör ett effektivt sätt för en starkölsleverantör att inträda eller expandera på horeca-marknaden vid sidan av de stora bryggeriföretagens avtalsnät.

84. Av EU-domstolens avgörande *Delimitis* framgår att hänsyn även kan tas till förekomsten av ölgrossister som inte är knutna till aktiva producenter (bryggerier) på marknaden.⁵⁰ Det finns restauranggrossister på den svenska marknaden som inte är knutna till några aktiva producenter på marknaden. Konkurrensverkets utredning indikerar emellertid att restauranggrossister, vilka förmedlar många olika slags restaurangprodukter från ett stort antal leverantörer, har mindre fokus på att sälja ett specifikt bryggeris starkölsprodukter. Den distributionsformen är vidare begränsad till att generera små volymer för bryggeriet. Det finns även dryckesgrossister som kan användas av de bryggerier som inte har möjlighet att inrätta en egen säljorganisation. Att nå horeca-marknaden via en sådan dryckesgrossist har dock beskrivits som relativt kostsamt, och denna distributionsform påverkar bryggeriernas marginaler negativt. Konkurrensverket bedömer preliminärt att även grossister hindras av huvudleverantörsavtalen och att bristen på obundna grossister försvårar tillträdet till marknaden för sidoleverantörer som vill träda in eller expandera sin verksamhet på horeca-marknaden.⁵¹

Konkurrensvillkoren på marknaden

85. I enlighet med EU-domstolens rättspraxis ska Konkurrensverket i sin prövning även ta hänsyn till konkurrensvillkoren för att bedöma möjligheterna att få tillträde till marknaden.⁵² I det avseendet är viktig information hur många och hur stora producenterna på marknaden är. Marknadsstrukturen kan nämligen ha en stor påverkan på såväl inträdesmöjligheter som möjligheter för etablerade leverantörer att avskärma marknaden. Även uppgifter om marknadens mättnadsgrad kan vara en viktig del i bedömningen.
86. Den relevanta marknaden präglas av ett fåtal stora starkölsproducenter som levererar starköl till den stora majoriteten av horeca-kunder. De två största bryggerierna, Spendrups och Carlsberg, står för den helt övervägande delen av försäljningsvolymerna på marknaden. Dessa företag tillämpar dessutom liknande avtal som förmår deras horeca-kunder att i mycket hög grad koncentrera sina inköp till dem som huvudleverantörer. Marknaden är dessutom koncentrerad, där tre bryggeriföretag hade en sammanlagd marknadsandel på över 80 procent 2021. Det kan vidare konstateras att de sammanlagda marknadsandelarna för de tre största företagen har varit relativt oförändrade 2019–2021. Marknaden för försäljning av starköl till horeca-kunder skulle också kunna karaktäriseras som en marknad som

⁵⁰ Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 21.

⁵¹ Jfr, för ett liknande resonemang, mål T-7/93 *Langnese-Iglo mot kommissionen*, EU:T:1995:98, p. 110.

⁵² Mål C-234/89 *Delimitis mot Henninger Bräu*, EU:C:1991:91, p. 22.

uppnått en hög mättnadsgrad. Detta gäller i synnerhet den del av försäljningen som avser ljus lageröl på fat, som i allmänt tal kallas för "en stor stark".

87. Konkurrensverkets preliminära bedömning är därför att de ovannämnda faktorerna, och särskilt de tre största bryggeriföretagens mycket stora och stabila sammantagna marknadsandelar, ger en tydlig strukturell indikation på att deras huvudleverantörsavtal, och villkoren i dessa, kan orsaka konkurrenshämmande effekter.

Motverkande köparmakt

88. Förekomsten av en motverkande köparmakt kan medföra att de aktuella konkurrensbegränsande villkoren är möjliga att överkomma för en ny aktör eller en etablerad aktör som vill konkurrera om att utöka sina marknadsandelar.
89. Konkurrensverkets utredning visar att inköpsmarknaden avseende starköl i horeca-sektorn är fragmenterad och indikerar inte att någon enskild inköpare har en särskilt stark ställning. Det ska emellertid också nämnas att vissa horeca-kunder är företag som ingår i en koncern som gemensamt representerar en större andel av inköpsmarknaden. Konkurrensverkets utredning indikerar emellertid inte att sidleverantörskap främjas i någon betydande grad av den eventuella köparmakt som dessa kunder kan ha.

Spendrups bidrag till avskärmningseffekterna

90. Spendrups är ett av de två överlägset största bryggeriföretagen i Sverige. Spendrups har en hög marknadsandel och ett stort antal försäljningsställen är knutna till Spendrups genom huvudleverantörsavtal. Spendrups huvudleverantörsavtal har en varaktighet som normalt sett sträcker sig över flera år, som mest upp till ■■■ år, men i praktiken vanligen ■■■ eller ■■■ år.
91. Konkurrensverket bedömer därför preliminärt att Spendrups huvudleverantörsavtal i väsentlig mån bidrar till den avskärmningsverkan som konstaterats och att avtalen har varit märkbart konkurrensbegränsande.⁵³

⁵³ Jfr kommissionens tillkännagivande om avtal av mindre betydelse som inte märkbart påverkar konkurrensen enligt artikel 101.1 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (stöd av mindre betydelse), EUT C 291, 30.8.2014, s. 1–4, p. 10, där det för det fall det föreligger en kumulativ utestängningseffekt, fastställs en tröskel för marknadsandelar om fem procent för när avtalet inte anses märkbart begränsa konkurrensen. Individuella leverantörer med en marknadsandel som inte överstiger fem procent anses som regel inte väsentligen bidra till en kumulativ utestängningseffekt. Konkurrensverkets allmänna råd (KKVFS 2017:3) om avtal av mindre betydelse (bagatellavtal) som inte omfattas av förbudet i 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579) hänvisar till kommissionens tillkännagivande om avtal av mindre betydelse.



Sammanfattning av Konkurrensverkets preliminära bedömning

92. Mot bakgrund av ovanstående är det Konkurrensverkets preliminära bedömning att bestämmelserna i Spendrups avtal, som innebär att horeca-kunden förpliktas eller förmås att koncentrera sina inköp till Spendrups på det sätt som kännetecknar ett avtal om varumärkesexklusivitet i kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, utgör en konkurrensbegränsning i strid med 2 kap. 1 § KL och artikel 101.1 i EUF-fördraget. Detta gäller när huvudleverantörsavtalet och dess villkor om konkreta volymåtaganden, utrustningsexklusivitet och inköpsförpliktelse ses i sitt rättsliga och ekonomiska sammanhang, där det tillsammans med andra liknande huvudleverantörsavtal ger en omfattande kumulativ avskärmningseffekt på den relevanta marknaden. Konkurrensverkets analyser av tillträdesmöjligheter och konkurrensvillkor på marknaden samt förekomsten av eventuell motverkande köparmakt ger inte stöd för annat än att möjligheterna att få tillträde till den relevanta marknaden är begränsade. Konkurrensverkets preliminära bedömning är vidare att Spendrups huvudleverantörsavtal i väsentlig mån bidrar till avskärmningseffekten.

Bedömning av undantagsregeln

93. Enligt 2 kap. 2 § KL och artikel 101.3 i EUF-fördraget kan vissa avtal undantas från förbudet mot konkurrensbegränsande samarbeten om de leder till effektivitetsvinster.⁵⁴ Det ankommer på det berörda företaget att lägga fram sådan bevisning att det kan fastställas att ett annars konkurrensbegränsande avtal uppfyller villkoren i 2 kap. 2 § KL och i artikel 101.3 i EUF-fördraget.⁵⁵ Spendrups har under den hittillsvarande utredningen inte lagt fram tillräcklig sådan bevisning utan har i stället inkommit med ett åtagande. Konkurrensverket har således inte slutligt bedömt om de granskade huvudleverantörsavtalen och deras villkor, sedda i sitt rättsliga och ekonomiska sammanhang, kan undantas med stöd av artikel 101.3 i EUF-fördraget.

Samhandel och artikel 101 i EUF-fördraget

94. Konkurrensverket ska tillämpa artikel 101 i EUF-fördraget på avtal och samordnade förfaranden som kan påverka handeln mellan medlemsstater på

⁵⁴ Som redan har konstaterats omfattas inte Spendrups huvudleverantörsavtal av kommissionens vertikala gruppundantagsförordning till följd av att Spendrups marknadsandelar överstiger det tröskelvärde som förordningen uppställer i artikel 3.

⁵⁵ Artikel 2 i förordning 1/2003. Se t.ex. C-552/03 P *Unilever Bestfoods (anciennement Van den Bergh Foods) mot kommissionen*, ECLI:EU:C:2006:607, p. 102-103, angående bevisbördan för att exklusivitetsklausuler uppfyller de kumulativa villkoren i artikel 101.3 i EUF-fördraget. Angående att det är de berörda företag som har bevisbördan för omständigheter som kan leda till undantag även enligt 2 kap. 2 § KL (respektive artikel 101.3 i EUF-fördraget), se t.ex. Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2018-02-13, i mål T-761-17, *Telia Sverige AB/KKV*, s. 4. I mål C-68/12 *Slovenská sporiteľňa*, ECLI:EU:C:2013:71, p. 32, förklarade EU-domstolen att den som åberopar artikel 101.3 i EUF-fördraget måste genom övertygande argument och bevisning styrka att villkoren för att beviljas undantag är uppfyllda.

ett märkbart sätt.⁵⁶ Vid bedömningen är avtalets karaktär, vilka produkter som omfattas av avtalet och de berörda företagens ställning och betydelse av relevans.

95. Som nämnts är Spendrups ett av de två överlägset största bryggeriföretagen i Sverige. Spendrups huvudleverantörsavtal tillämpas i hela Sverige. På den svenska horeca-marknaden finns även internationella bryggerier som importerar starkölsprodukter från sina bryggerier utomlands och har en egen säljverksamhet i Sverige. Konkurrensverket bedömer därför att Spendrups huvudleverantörsavtal har förmåga att påverka handeln mellan EU:s medlemsstater och att samhandelskriteriet är uppfyllt. Även artikel 101 i EUF-fördraget ska således tillämpas på avtalet.

Åtagande

Inledning

96. För att Konkurrensverket ska kunna godta ett åtagande under pågående utredning måste de lämnade garantierna vara sådana att de på ett övertygande sätt tar om hand om de konkurrensproblem som framkommit under utredningen så att dessa upphör. Om åtagandet är tydligt och i konkurrenshänseende tillräckligt, kan åtagandet göra att det saknas anledning för Konkurrensverket att fortsätta den aktuella utredningen i syfte att utreda förutsättningarna att förbjuda agerandet genom ett åläggande. För att Konkurrensverket ska kunna godta åtagandet ska det också vara lämpligt och proportionerligt, det vill säga inte gå utöver vad som krävs för att komma till rätta med de aktuella konkurrensproblemen.
97. Innan Konkurrensverket beslutar att godta ett åtagande ska verket enligt 3 kap. 4 § tredje stycket KL ge andra som berörs av åtagandet tillfälle att lämna synpunkter på det genom ett så kallat marknadstest. Åsikter från marknadsaktörer kan hämtas in formellt eller informellt på det sätt som Konkurrensverket har gjort i tidigare utredningar.⁵⁷

Spendrups åtagande

98. Efter det att Spendrups informerats om Konkurrensverkets preliminära bedömning, har Spendrups börjat tillämpa nya villkor i nya och omförhandlade avtal och efter diskussioner med Konkurrensverket har Spendrups även gett in ett åtagande.
99. Spendrups åtagande, med mer detaljerade villkor, återfinns i bilaga till detta beslut. Spendrups åtagande innebär i huvudsak följande.

⁵⁶ Rådets förordning (EG) nr 1/2003 av den 16 december 2002 om tillämpningen av konkurrensreglerna 81 och 82 i fördraget, artikel 3.

⁵⁷ Se prop. 2020/21:51 s. 105 f.



100. Spendrups åtagande innebär att Spendrups i sina avtal kommer att kunna behålla en bestämmelse om huvudleverantörskap och en möjlighet att avtala om att högst ■ procent av kundens totala efterfrågan på öl av klass III ska levereras av Spendrups. Spendrups åtagande innebär att nivån på den generella inköpsförpliktelsen avseende öl klass III sänks till ■ procent i alla nya och omförhandlade avtal och kommer därmed att ligga under 80 procent.
101. Spendrups åtar sig att i samtliga nya och omförhandlade huvudleverantörsavtal säkerställa att enskilda horeca-kunders volymåtagande avseende öl klass III fastställs på en nivå som inte överstiger Spendrups generella inköpsförpliktelse på ■ procent. Vidare åtar sig Spendrups att basera framtida volymåtaganden avseende öl klass III på historiska försäljningsuppgifter.
102. För att kunna fastställa ett volymåtagande för öl klass III åtar sig Spendrups att kräva att dess kunder tillhandahåller sina historiska försäljningsuppgifter för öl klass III som rapporterats till Folkhälsomyndigheten under det senaste normala året. Med ett normalår avses ett år då inga oförutsedda händelser har inträffat, såsom covid-19-pandemin eller andra händelser som leder till betydande avbrott i horeca-kundens verksamhet. Som huvudregel ska volymåtagandet avseende öl klass III, baserat på historisk försäljning, högst nå den nivå som motsvarar inköpsförpliktelsen, men inte överskrida detta tröskelvärde.
103. Det finns dock möjligheter för Spendrups att göra avsteg i vissa fall då det finns konkreta skäl att förvänta sig att kundens efterfrågan kommer att överstiga föregående årsförsäljning. Spendrups åtar sig i dessa fall att det överenskomna volymmålet för öl klass III inte kommer att överstiga ■ procent av den totala förväntade framtida volymen avseende öl klass III. Sådana avsteg får endast göras om Spendrups bedömer att volymåtaganden är rimliga. Då historiska försäljningsuppgifter saknas åtar sig Spendrups att motivera och dokumentera de omständigheter som ligger till grund för att fastställa ett volymåtagande.
104. I förhållande till alla befintliga och nya avtal åtar sig Spendrups att begränsa sin uppsägningsrätt med anledning av kundens bristande efterlevnad av sina volymåtaganden, till tillfällena då kunden missar dessa med mer än ■. Spendrups tar även bort sin rätt att återkräva ■ vid avtalets upphörande när kunden inte når sina volymåtaganden.⁵⁸ Spendrups åtar sig även att i alla nya och omförhandlade avtal förkorta den ömsesidiga uppsägnings tiden i förlängda avtal, efter fullgjort volymåtagande.



105. Vidare åtar sig Spendrups att även fortsättningsvis inte hindra kunderna från att installera egen fatölsutrustning eller fatölsutrustning från en annan leverantör vid sidan av Spendrups utrustning. Spendrups åtar sig även att erbjuda kunden att hyra en separat gästkransanläggning som kan nyttjas av kunden för andra leverantörers produkter.
106. Spendrups har som nämnts redan börjat tillämpa vissa delar av åtagandet och åtar sig att implementera den resterande delen av åtagandet från och med 1 december 2023. Spendrups åtagande gäller för en period om sex år. Spendrups åtar sig också att informera befintliga kunder om att Spendrups har ändrat eller avstår från att tillämpa vissa bestämmelser i huvudleverantörsavtalet.
107. För att Konkurrensverket ska kunna övervaka att Spendrups uppfyller sitt åtagande åtar sig Spendrups att årligen tillhandahålla Konkurrensverket en rapport med en förteckning över alla nya huvudleverantörsavtal som ingåtts under det föregående året, med uppgifter som specificerats av Konkurrensverket inklusive uppgifter om volymåtagande. Vidare åtar sig Spendrups att redovisa samtliga fall där Spendrups har ingått ett separat hyresavtal avseende gästkransutrustning med en horeca-kund.

Marknadstest

108. I detta ärende har Spendrups åtagande, mot bakgrund av de erfarenheter som Konkurrensverket skaffat sig under utredningens gång, marknadstestat genom att Konkurrensverket kontaktat och efterfrågat synpunkter från ett antal tidigare kontaktade marknadsaktörer som bistått i utredningen samt från klaganden.
109. De kontaktade aktörerna var positiva eller försiktigt positiva till de föreslagna åtgärderna som lösning på de konkurrensproblem som Konkurrensverket preliminärt har identifierat. Det framfördes emellertid en farhåga beträffande utrustningsexklusiviteten, att det inte är säkert att åtagandet löser problemen avseende fatöl, med hänsyn till de kostnader som är förknippade med att installera en extra kran för sidoleverantörer och de utrymmesbegränsningar som i praktiken finns för många kunder. Det framfördes även att det finns problem på marknaden i form av att bryggerier står för finansiering likt banker och att en lösning på dessa problem kan vara att inte tillåta bryggerierna att koppla finansieringen av horeca-kunder till bundna starkölsvolymmer. En aktör framförde även synpunkter angående eventuellt vite kopplat till bristande efterlevande av åtagandet.



Konkurrensverkets bedömning av Spendrups åtagande

Allmänt

110. För att kunna godtas ska åtagandet undanröja de konkurrensproblem som Konkurrensverkets utredning har identifierat. Konkurrensverket har preliminärt identifierat att Spendrups huvudleverantörsavtal ger upphov till att horeca-kunder förpliktas eller förmås att koncentrera sina inköp till Spendrups på det sätt som kännetecknar ett avtal om varumärkesexklusivitet. Detta begränsar utrymmet för sidoleveranser från konkurrerande leverantörer.
111. Nedan redogör Konkurrensverket för sin bedömning av om de korrigerande åtgärderna är lämpliga för att effektivt avhjälpa de konkurrensproblem som verket har identifierat och bedöma proportionaliteten i de föreslagna åtgärderna.

Omfattning

112. Spendrups åtagande omfattar avtalsvillkor avseende öl klass III för kunder med huvudsaklig verksamhet inom horeca-sektorn. I punkt 7 i Spendrups åtagande undantas vissa kundrelationer från åtagandets räckvidd. Dessa undantag avser avtal där volymåtagande saknas eller marknadsavtal där [REDACTED] för exponering vid en festival, ett event eller arena.
113. Konkurrensverket bedömer att dessa undantag kommer att omfatta en liten del av marknaden för försäljning av öl till horeca-marknaden. Undantagen utgörs därtill av kunder och avtalstyper som inte faller inom ramen för Konkurrensverkets hittillsvarande utredning. Konkurrensverket anser därför att åtagandets begränsning i den delen inte påverkar lämpligheten av de åtgärder som syftar till att lösa de konkurrensproblem som har identifierats av Konkurrensverket.

Volymåtagande

114. Åtagandet innebär att Spendrups inte kommer att fastställa volymåtaganden avseende öl klass III som motsvarar kundens hela efterfrågan utan högst den del av kundens efterfrågan som motsvarar nivån för den generella inköpsförpliktelsen, det vill säga högst [REDACTED] (under 80) procent av kundens efterfrågan på öl klass III. Detta innebär att det kommer att finnas en resterande andel om minst [REDACTED] procent av kundens efterfrågan som andra leverantörer kan konkurrera om, även under ett huvudleverantörsavtals löptid.
115. Metoden för fastställande av volymåtagandet kommer att vara baserad på kundens historiska försäljning av öl klass III. Spendrups åtar sig att inte fastställa volymmål avseende öl klass III som överstiger [REDACTED] procent av



kundens beräknade efterfrågan för avtalsperioden, och den beräknade efterfrågan ska som huvudregel motsvara kundens historiska försäljning av öl klass III. Endast i vissa undantagsfall kommer Spendrups att kunna fastställa ett annat volymåtagande än det som motsvarar den generella inköpsförpliktelsen beräknad utifrån historisk försäljning. Spendrups åtar sig att dokumentera och motivera alla undantag och tillämpa dem restriktivt. Även i de undantagsfall då volymåtagandet inte sätts utifrån kundens historiska försäljning åtar sig Spendrups att det överenskomna volymåtagandet inte ska överstiga ■ procent av kundens förväntade försäljning av öl av klass III under avtalsperioden.

116. Som tidigare konstaterats har Konkurrensverket identifierat att de högt satta individuella volymåtagandena utgör det viktigaste hindret mot en väl fungerande konkurrens avseende sidoleveranser av starköl till Spendrups horeca-kunder, eftersom de i praktiken många gånger har satts högre än kundens totala efterfrågan. Eftersom Spendrups åtar sig att basera de framtida volymåtagandena för öl klass III på kundens historiska försäljning, och dessutom på en nivå som inte överstiger Spendrups generella inköpsförpliktelse som sänkts till ■ procent, kommer kunden att ha reella möjligheter att uppnå volymåtagandena under avtalsperioden och även ha utrymme för att ta in sidoleverantörer om kunden så önskar.
117. Den nya metoden för fastställandet av volymåtagandet avseende öl klass III har förmåga att sänka den bundna andelen av horeca-kundernas efterfrågan och skapa ett större utrymme för sidoleverantörerna att konkurrera om.
118. Som utvecklas nedan kommer bristande uppfyllelse av volymåtagandet därtill inte längre medföra lika kännbara sanktioner för kunderna. Kunderna kommer därför inte att ha lika starka incitament att köpa hela sitt behov från Spendrups. På motsvarande sätt kommer Spendrups inte längre ha samma incitament att överskatta kundernas efterfrågan när företaget fastställer ett volymåtagande, eftersom den kommersiella risken kopplad till att kunden missar sitt volymmål i högre grad kommer att vila på Spendrups.
119. Även om Spendrups misslyckas med att fastställa rimliga volymåtaganden, kommer Spendrups inte att ha avtalsmässiga möjligheter att kräva återbetalning av ■ vid avtalets upphörande.⁵⁹ Spendrups kommer även fortsättningsvis att kunna säga upp avtalet på grund av att kunden inte uppfyller sitt volymåtagande, men endast om volymåtagandet underskrids med mer än ■. Sammantaget minskar detta betydligt Spendrups incitament att ge finansiella förmåner baserade på för höga volymer.



120. Sammantaget bedömer Konkurrensverket att den nya metod som Spendrups åtar sig att använda för att fastställa volymåtaganden kommer att utöka det fria utrymme som en kund har för att använda olika inköpskällor under avtalstiden och avsevärt öka möjligheterna att efterfråga sidoleveranser för de kunder som önskar detta. Detta innebär att sidoleverantörer inte längre kommer att hindras från att konkurrera om den del av kundens efterfrågan som ska vara fri för kunden att förfoga över enligt huvudleveransavtalet.

Sanktioner

121. Spendrups åtar sig att ta bort sin rätt att återkräva [REDACTED] när kunden inte når sitt volymåtagande vid avtalets upphörande.⁶⁰ Spendrups åtar sig även att begränsa sin uppsägningsrätt baserad på att kunden inte uppfyller sitt volymåtagande. Som beskrivits ovan kommer Spendrups inte längre att ha rätt att säga upp avtalet om kunden understiger sitt volymåtagande med mer än [REDACTED]. I stället krävs att kundens inköp understiger volymåtagandet med mer än [REDACTED] eller att det [REDACTED] [REDACTED] för att Spendrups ska ha rätt att säga upp avtalet. För att klausulen ska utlösas måste kunden köpa mindre än [REDACTED] [REDACTED]

122. Mot bakgrund av den nya metoden för att fastställa volymåtaganden och sänkningen av den generella, procentuella, inköpsförpliktelsen bedömer Konkurrensverket att uppsägningsklausulen inte i praktiken kommer att få några märkbara konkurrensbegränsande effekter.

123. Till följd av att dessa bestämmelser upphör att tillämpas eller ändras, både i befintliga och nya avtal, kommer kunderna att vara mindre låsta till att köpa hela sitt behov av dryck från Spendrups, eftersom Spendrups kommer att ha begränsade möjligheter att kräva normerat skadestånd eller återbetalning av erhållna finansiella förmåner om kunden misslyckas med att uppnå sitt volymåtagande. Detta kommer sannolikt också att leda till att kunderna får mindre incitament att förnya sina avtal med Spendrups endast för att undvika sanktioner.

Avtalslängd

124. Spendrups åtar sig vidare att förkorta den ömsesidiga uppsägningstiden i alla nya och omförhandlade avtal. Enligt huvudleverantörsavtalet gäller huvudleveransavtalet [REDACTED], varefter avtalet kan sägas upp med en ömsesidig uppsägningstid. Spendrups åtagande kommer att leda till en förkortning av den ömsesidiga uppsägningstiden och en minskning av den totala avtalslängden i dessa fall.



Fatölsutrustning

125. Spendrups åtar sig att, på begäran av en befintlig kund, erbjuda kunden att mot en avgift hyra en separat utrustning som kan användas för andra leverantörers produkter. Dessutom åtar sig Spendrups även fortsättningsvis att inte hindra kunderna från att installera egen eller parallell utrustning.
126. Konkurrensverket bedömer att denna del av åtagandet har förmåga att underlätta för andra leverantörer att leverera starköl på fat till kunder som så önskar, och att åtgärden därmed öppnar för ökad konkurrens.
127. Under marknadstestet framfördes en synpunkt att det trots detta åtagande kommer att vara svårt för en sidoleverantör att installera en extra kran hos en kund som har en huvudleverantör, till följd av kostnader för sidoleverantören och utrymmesbrist hos kunderna. Konkurrensverket bedömer emellertid att åtagandet i denna del åstadkommer en balans mellan de fördelar som kunderna åtnjuter av att kunna låna utrustning, Spendrups intresse i egenskap av ägare till den utlånade utrustningen samt vikten av att konkurrensen inte begränsas mer än nödvändigt. Konkurrensverket bedömer att åtagandet ger kunderna en ökad valfrihet i detta avseende som konkurrerande leverantörer är fria att utnyttja efter bästa förmåga.

Inköpsförpliktelsens nivå

128. Som beskrivs ovan åtar sig Spendrups dels att inte fastställa volymåtaganden som går över nivån på inköpsförpliktelsen, och att justera metoden för att bestämma volymåtagandena, dels att genomföra vissa förändringar avseende utrustningsexklusiviteten och att avskaffa vissa sanktioner i avtalen. Spendrups behåller dock rätten att säga upp avtalet om kundens inköp understiger den avtalade volymen med mer än [REDACTED]. Sänkningen av nivån på den generella inköpsförpliktelsen från [REDACTED] till [REDACTED] procent bidrar till att minska risken för att detta villkor aktualiseras.
129. Sänkningen av nivån på den generella inköpsförpliktelsen kommer vidare att minska den bundna andelen av horeca-kundernas efterfrågan och skapa ett större utrymme för konkurrens genom sidoleveranser.
130. Konkurrensverket har inte ifrågasatt förekomsten av en generell inköpsförpliktelse i huvudleverantörsavtal, under de förutsättningar som råder på den nu aktuella relevanta marknaden, inom ramen för utredningen så länge inköpsförpliktelsen inte är oproportionerligt hög och avtalen inte innehåller andra begränsningar som hindrar sidoleveranser under avtalsperioden. Övriga delar av Spendrups åtagande kommer, enligt Konkurrensverkets bedömning, tillsammans med sänkningen av inköpsförpliktelsen till [REDACTED] procent att ge tillräckligt utrymme för sidoleveranser av starköl och skapa konkurrens om den del av kundens efterfrågan som inte täcks av den generella inköpsförpliktelsen.



Informationsplikt, återrapportering och varaktighet

131. Spendrups har åtagit sig att informera sina befintliga kunder om ändringar eller strykningar av vissa avtalsklausuler. Spendrups åtar sig vidare att årligen tillhandahålla uppgifter till Konkurrensverket för att verket ska kunna övervaka att Spendrups uppfyller sitt åtagande.
132. Konkurrensverket bedömer att informationsåtagandet är lämpligt för att säkerställa att kunderna är medvetna om ändringarna i sina avtal och att det bidrar till att kunderna kan tillgodogöra sig den ökade möjligheten till konkurrens på marknaden för försäljning av starköl till horeca-marknaden som åtagandet innebär. Konkurrensverket bedömer vidare att rapporteringen är nödvändig för att säkerställa kontrollen av att Spendrups följer de åtgärder som Spendrups har åtagit sig.
133. Spendrups ska följa åtagandet från och med den 1 december 2023 och det gäller i sex år. Med hänsyn till den genomsnittliga längden på huvudleverantörsavtal bedömer Konkurrensverket att denna period är lämplig för att åtagandet ska få den önskade effekten att öppna upp för mer konkurrens.

Sammanfattande bedömning

134. Konkurrensverket gör sammantaget bedömningen att Spendrups åtagande innehåller sådana villkor och garantier att det är tillräckligt för att de konkurrensproblem som preliminärt har identifierats under utredningen inte ska bestå. De utländska och inhemska starkölsleverantörernas möjligheter att konkurrera om den återstående delen av kundernas efterfrågan kommer inte på samma sätt att begränsas av Spendrups avtalsvillkor och horeca-kunderna kommer att fritt kunna välja sina inköpskällor. Åtagandet är därför tillräckligt för att det ska saknas anledning för Konkurrensverket att fortsätta utredningen i syfte att ingripa mot konkurrensproblemen på annat sätt.
135. Åtagandet går enligt Konkurrensverkets bedömning inte heller utöver vad som är nödvändigt för att avhjälpa de konkurrensproblem som Konkurrensverket preliminärt har identifierat. Beslutet uppfyller därmed kravet på proportionalitet. Konkurrensverket bedömer att det är lämpligt och proportionerligt att Spendrups åtagande är tidsbegränsat till sex år. Spendrups åtagande ska därför godtas.

Vite

136. Konkurrensverket får förena ett beslut om att godta ett åtagande enligt 3 kap. 4 § första stycket KL med vite enligt 6 kap. 1 § tredje stycket KL.
137. Enligt 3 § lagen (1985:206) om viten (viteslagen) ska vitet fastställas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska

förhållanden och till omständigheterna i övrigt kan antas förmå denne att följa det beslut som är förenat med vitet.

138. Av förarbetena till viteslagen framgår att vitet bör bestämmas så högt att det inte blir ekonomiskt fördelaktigt för adressaten att underlåta att iaktta det.⁶¹ Vad beträffar omständigheter i övrigt som ska beaktas nämns i förarbetena värdet av det föremål som föreläggandet avser och angelägenhetsgraden av att föreläggandets föreskrifter efterlevs. Ett högre belopp kan vara motiverat om föreläggandet avser att tillgodose ett betydande samhällsintresse.⁶²
139. Spendrups omsättning uppgick 2022 till cirka 4,6 miljarder kronor varav 3,7 miljarder kronor avsåg omsättning från bryggeriverksamhet. Spendrups omsättning under 2019, året före covid-19-pandemin bröt ut, uppgick till cirka 4 miljarder kronor, varav 3,4 miljarder kronor avsåg nettoomsättning från bryggeriverksamhet.
140. Spendrups fortsatta tillämpning av konkurrensbegränsade klausuler som skett i strid med villkoren i åtagandet skulle vara allvarligt ur konkurrenssynpunkt. Själva syftet med åtagandet är att säkerställa att det finns en obunden efterfrågan hos enskilda horeca-kunder som gör det möjligt för konkurrerande leverantörer att sälja sina produkter vid sidan av huvudleverantörernas avtal och på motsvarande sätt för horeca-kunderna att tillgodose slutkonsumenternas förväntan på ett mer varierat produktutbud genom att söka sig till leverantörer som kan komplettera huvudleverantörens erbjudande.
141. Det är mot denna bakgrund angeläget att vitesbeloppet är tillräckligt högt för att säkerställa att Spendrups efterlever åtagandet. Detta har även förts fram av en aktör som en viktig aspekt vid Konkurrensverkets marknadstest av Spendrups åtagande.
142. Vid fastställande av vitesbeloppet har Konkurrensverket beaktat detta, samt ett antal andra faktorer, såsom Spendrups omsättning i Sverige samt hur denna har utvecklats över tid. Konkurrensverket har även beaktat det rådande omvärldsläget och hur det påverkar Spendrups.
143. Med beaktande av ovanstående faktorer samt omständigheterna i övrigt finner Konkurrensverket att beslutet att godta det åtagande som Spendrups har lämnat ska förenas med ett vite om femtio miljoner (50 000 000) kronor.

⁶¹ Prop. 1984/85:96 s. 27.

⁶² Jfr prop. 1984/85:96 s. 26 f. och 49.



Slutsats

144. Med beaktande av Spendrups åtagande och vad som i övrigt anförts ovan ska Spendrups åtagande godtas. Beslutet att godta Spendrups åtagande ska förenas med ett vite om femtio miljoner (50 000 000) kronor.

145. Utredningen ska därför avslutas.

Detta beslut har fattats av generaldirektören Rikard Jermsten. Föredragande har varit konkurrensrådet Maria Bernhardsson.

Beslutsfattandet har dokumenterats digitalt och beslutet saknar därför namnunderskrift.

Rikard Jermsten

Bilaga

Spendrups åtagande av den 31 augusti 2023 och Regler vid sättande av kunds volymåtagande

Om detta beslut inte följs

Om detta beslut inte följs kan Konkurrensverket föra talan vid domstol om utdömmande av det vite som beslutet är förenat med.

Det finns även en möjlighet för Konkurrensverket att, enligt 3 kap. 4 och 5 §§ KL, återkalla detta beslut samt därtill besluta om att Spendrups ska betala en särskild avgift (konkurrensskadeavgift) om företaget eller någon som handlar på dess vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet överträder detta beslut.

Konkurrensskadeavgiften kan enligt 3 kap. 6 § KL uppgå till som mest tio procent av företagets omsättning föregående räkenskapsår.

Anvisning om annan möjlighet till prövning

Konkurrensverkets beslut att godta åtagandet kan enligt 7 kap. 1 § KL inte överklagas. Enligt 3 kap. 2 § KL kan ett företag som berörs av förfarandet på egen hand väcka talan vid domstol om åläggande (särskild talan). Talan väcks genom ansökan om stämning vid Patent- och marknadsdomstolen.

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.

Konkurrensverket
Att: Johan Sahl,
Maria Bernhardsson

103 85 Stockholm

Stockholm, den 31 augusti 2023

Med e-post
joan.sahl@kkv.se
maria.bernhardsson@kkv.se

DNR 248/2020 – SPENDRUPS ÅTAGANDE

I egenskap av ombud för Spendrups Bryggeriaktiebolag ("**Spendrups**") får vi härmed, i enlighet med 3 kap. 4 § konkurrenslagen (2008:579) ("**KL**"), inkomma med följande åtagande till Konkurrensverket.

1 INLEDNING

1. Varken det faktum att Spendrups inkommer med detta åtagande eller innehållet i detta åtagande ska förstås eller tolkas som att Spendrups har överträtt konkurrensreglerna eller att Spendrups bekräftar eller medger en sådan överträdelse. Åtagandet lämnas under förutsättning att Konkurrensverket avslutar sin utredning i ärendet utan att fastslå att det har skett en överträdelse av konkurrensreglerna. Detta åtagande påverkar inte Spendrups ställning i några andra rättsliga eller administrativa förfaranden.
2. Spendrups har sedan början av [REDACTED] genomfört flertalet större förändringar i sin affärsmodell, genomgående av kommersiella skäl. Spendrups har sedan [REDACTED] upphört att i nya avtal tillämpa flertalet av de avtalsvillkor som initialt var föremål för Konkurrensverkets utredning om påstådda konkurrensbegränsningar. För att eliminera Konkurrensverkets farhågor avseende de påstådda konkurrensbegränsningarna har Spendrups beslutat att inkomma med ett frivilligt åtagande som hanterar Konkurrensverkets farhågor. Spendrups har också genom hela utredningen samarbetat fullt ut i Konkurrensverkets utredning för att klarlägga förhållanden och omständigheter som skulle kunna ha betydelse för Konkurrensverkets utredning.
3. Konkurrensverkets utredning har avsett Spendrups avtalsvillkor avseende öl klass III för kunder med huvudsaklig verksamhet inom hotell, restaurang och café ("**horeca-sektorn**") i Sverige. I syfte att möjliggöra för Konkurrensverket att avsluta utredningen i ärendet, utan att vidta några vidare åtgärder, lämnar Spendrups detta åtagande. Åtagandet adresserar de påstådda konkurrensproblem som Konkurrensverket har uppmärksammat avseende Spendrups Dryckesavtal för öl klass III med kunder med huvudsaklig verksamhet inom horeca-sektorn som innehåller volymåtaganden samt uppsägnings- och sanktionsmekanismer i händelse av att kunden inte uppfyller volymåtagandet.

2 SPENDRUPS ÅTAGANDE

4. Spendrups åtar sig följande:

2.1 Huvudleverantörskap och volymåtagande

5. Spendrups åtar sig att tillämpa en minimivolym avseende öl klass III i sina Dryckesavtal, som inte överstiger [redacted] procent av kundens totala behov av öl klass III, baserat på faktisk försäljningsvolym under föregående år ("**Huvudregeln**"). Spendrups åtar sig att fortsätta tillämpa högst denna minimivolym i samtliga nya respektive omförhandlade Dryckesavtal åtminstone under åtagandets löptid. Den reviderade procentuella minimivolymen framgår av det reviderade Dryckesavtalet tillsammans med "*Regler vid sättande av kunds volymåtagande*" ("**Volymreglerna**"), Bilaga 1 härtil.
6. Spendrups har redan genom interna riktlinjer förtydligat att utgångspunkten vid sättande av kundens minimivolym avseende inköp av öl klass III ska följa Spendrups interna riktlinjer, se Volymreglerna. Spendrups åtar sig att fortsättningsvis efterleva Volymreglerna. Spendrups åtar sig att bestämmande av volymåtagandet ska ske med utgångspunkt i kundens inrapporterade försäljning enligt restaurangrapporten föregående år. Vid avsaknad av kundens inrapporterade försäljning enligt restaurangrapport åtar sig Spendrups att efterleva Volymreglerna och således basera volymåtagandet på annan tillgänglig och så långt det är möjligt verifierbar information, se Bilaga 1. Spendrups åtar sig att endast bevilja avsteg från Huvudregeln om det kan motiveras/dokumenteras. Avsteg kommer att beviljas restriktivt.
7. Spendrups åtagande, enligt punkten 5, inbegriper samtliga nytecknade Dryckesavtal och omförhandlade Dryckesavtal. Åtagandet omfattar inte Dryckesavtal där volymåtagande saknas. Åtagandet omfattar inte heller marknadsavtal där [redacted] till kund för exponering vid exempelvis en festival, ett event¹ eller en arena².

2.2 Avtalsvillkor kopplade till minimivolym

Spendrups rätt att säga upp Dryckesavtalet

8. Spendrups åtar sig att den uppsägningsrätt som i det tidigare Dryckesavtalet innebar att Spendrups har rätt att säga upp Dryckesavtalet om minimivolymen underskrids med mer än [redacted] ändras till att föreskriva en rätt för Spendrups att säga upp Dryckesavtalet med kunden endast om minimivolymen underskrids med mer än [redacted]³
9. Som en följd av föregående punkt ska inte den tidigare uppsägningsgrunden, som innebar att Spendrups [redacted] tillämpas.⁴

¹ Avtal som är begränsade i tid.

² Avtal med kunder vars huvudsakliga verksamhet inte är horeca utan att tillhandahålla en arena för idrottsevenemang, konserter eller andra underhållningsevent och som har ett stort kundunderlag på en koncentrerad yta vid vissa tillfällen. [redacted]

³ Enligt vad som framgår av [redacted] reviderat Dryckesavtal.

⁴ Se avsnitt [redacted] i det tidigare Dryckesavtalet.

Återkrav av [REDACTED]

10. Spendrups justering av Dryckesavtalet⁵ innebär att villkoret om att kunden ska återbetala [REDACTED] Spendrups åtar sig att inte kräva återbetalning av [REDACTED]⁶

Uppsägningstid

11. I det tidigare Dryckesavtalet framgick att Dryckesavtalet automatiskt förlängdes om kunden inte uppnått volymåtagandet vid avtalstidens slut, [REDACTED]. Därefter kunde Dryckesavtalet sägas upp med en ömsesidig uppsägningstid om [REDACTED]. Spendrups åtar sig att tillämpa en ömsesidig uppsägningsrätt av Dryckesavtalet om [REDACTED] månader från den tidpunkt då minivolymen uppnåtts.
12. Spendrups åtagande enligt ovan punkterna 8 – 10 gäller direkt i förhållande till kunder med befintliga Dryckesavtal och nya kunder som tecknar ett Dryckesavtal.
13. Spendrups åtagande enligt ovan punkten 11 inbegriper befintliga Dryckesavtal som omförhandlas eller nya Dryckesavtal som ingås.

2.3 Utrustningsexklusivitet

14. Spendrups har för Konkurrensverket beskrivit att Spendrups inte haft och inte har för avsikt att hindra kundens möjlighet att sätta in parallell utrustning, varken egen utrustning eller utrustning från annan leverantör. Spendrups åtar sig att även fortsättningsvis inte hindra kunderna från att installera parallell utrustning, varken egen utrustning eller utrustning från annan leverantör.
15. För att underlätta s.k. sidoleveranser från andra leverantörer än kundens huvudleverantör åtar sig Spendrups att erbjuda kunden att hyra en separat gästkransanläggning som kan användas efter kundens eget gottfinnande utan begränsningar. Spendrups åtar sig att på förfrågan från befintlig kund tillhandahålla en separat gästkransanläggning enligt villkoren i hyresavtalet för gästkransanläggningar.

2.4 Implementering av åtagandet

16. I praktiken har Spendrups redan implementerat flertalet av de åtgärder som beskrivs i åtagandet.
17. Spendrups åtar sig att vid nästkommande månadsfakturerings, från dagen för Konkurrensverkets beslut att avsluta ärendet med beaktande av Spendrups åtagande, kommunicera de ovan angivna justeringarna i aktuella delar i avsnitt 2.2 i åtagandet med vid den tidpunkten befintliga kunder.
18. Detta åtagande gäller från den 1 december 2023 till den 30 november 2029.

2.5 Uppföljning av åtagandet

19. Spendrups åtar sig att årligen lämna en rapport till Konkurrensverket som listar (i) alla nya och omförhandlade Dryckesavtal som ingåtts under rapportperioden med information för varje avtal enligt en mall som Konkurrensverket tillhandahållit (se handl.nr 583); och (ii) alla avtal för hyra av separat gästkransutrustning som Spendrups har ingått med kund.

⁵ Se avsnitt [REDACTED] i tidigare Dryckesavtalet som tillhandahölls till Konkurrensverket den 11 maj 2020.

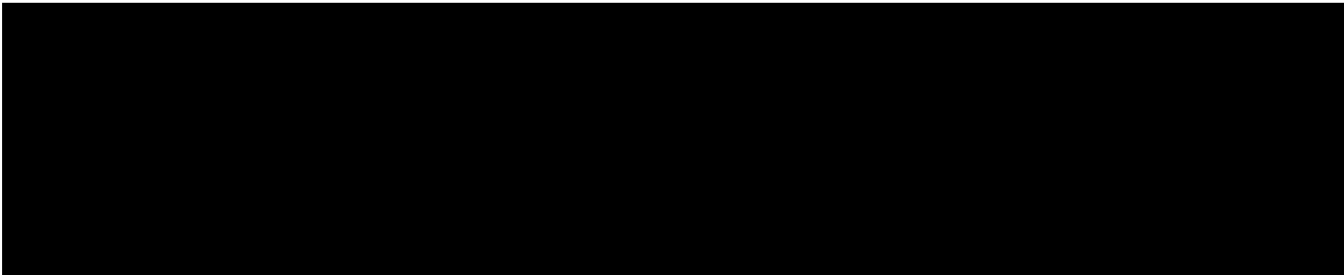
⁶ För undvikande av oklarhet så ska inte [REDACTED]

20. Rapportperioden ska vara den 1 december till och med den 30 november ("**Rapportperiod**") varje år under åtagandets giltighet. Spendrups åtar sig att lämna ovan nämnda rapporter den andra vardagen efter den 1 februari året efter varje Rapportperiods slut.

Upprättat på uppdrag av:

Spendrups Bryggeriaktiebolag

Stockholm, som ovan



Bilageförteckning

Bilaga 1

Regler vid sättande av kunds volymåtagande

Regler vid sättande av kunds volymåtagande

Spendrups är och vill vara en attraktiv affärspartner som bidrar till att utveckla såväl vår egen som våra kunders affär(er). Spendrups verksamhet ska genomsyras av sunda affärsprinciper och hållbara affärer. Samtliga restaurangsjäljare och andra berörda medarbetare inom Spendrups förväntas agera med ärlighet, integritet och ansvar när Spendrups ingår avtal med våra kunder. Detta innebär att vi inte ingår avtal eller medverkar i aktiviteter som är strid med konkurrensreglerna, näringslivskoden och Spendrups affärsetiska kod.

Detta dokument är upprättat i anledning av de justeringar av Spendrups affärsmodell gentemot kunder i HoReCa-sektorn som beslutats av ledningsgruppen per den [REDACTED]

[REDACTED] %-regeln Öl Klass III

Dryckesavtal vilka innehåller volymåtagande ska baseras på [REDACTED] %-regeln ("Huvudregeln"). Huvudregeln innebär att Spendrups avtalar att kunden ska köpa en volym motsvarande [REDACTED] % av kundens totala behov av öl klass III per avtalsår. Avsteg från Huvudregeln kan godkännas [REDACTED] vid exempelvis en festival, ett event eller en arena. Avsteg ska beviljas restriktivt och atteras av regional försäljningschef.

Fastställande av kundens totalvolym

Vid fastställande av Kundens totalvolym, vilken Huvudregeln baseras på, ska ansvarig säljare i första hand utgå från kundens faktiska försäljningsnivå föregående normalår¹. Det underlag som används för att fastställa den faktiska försäljningsnivån ska finnas med som underlag i affären t.ex. restaurangrapport eller annan dokumentation.

I andra hand ska kundens totalvolym fastställas genom alternativ beräkningsgrund. Används alternativ beräkningsgrund ska regional försäljningschef attera uträkningen. Säljaren ska dokumentera och motivera vilka omständigheter som ligger till grund för att fastställa kundens totalvolym. Det bör noteras att det är kunden som uppskattar sin beräknade totala försäljningsvolym och det är [REDACTED] Omständigheter som ska vägas in [REDACTED]

Alternativ beräkningsgrund ska användas om kunden [REDACTED] eller kunden vidtagit olika former av verifierbara försäljningshöjande åtgärder t.ex. [REDACTED]

Avsteg kommer att följas upp av Complianceansvarig och Försäljningsdirektör division Restaurang, Systembolaget och Travel Retail för att säkerställa efterlevnaden av Volymreglerna.

Volymreglerna har upprättats av [REDACTED] (Complianceansvarig, Koncernjuridik) juni 2023

¹ Ett kalenderår eller en längre tidsperiod där [REDACTED]

Exempel när sådana variationer inträffat är åren under Covid-pandemin. [REDACTED]