

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

Stockholms tingsrätt
Aktuariekontoret
Tvistemål
104 20 STOCKHOLM

ANSÖKAN OM STÄMNING**KÄRANDE**

Konkurrensverket, 103 85 STOCKHOLM

SVARANDE

1. Norsk Hydro Olje AB, org.nr 556003-7912, Box 27325, 102 54 STOCKHOLM

Ombud: advokaten AA Advokatfirman Södermark,
Box 140 55, 104 40 STOCKHOLM

2. OK-Q8 AB, org.nr 556027-3244, Box 23900, 104 35 STOCKHOLM

Ombud: advokaten BB Advokatfirman Delphi & Co,
Box 1432, 111 84 STOCKHOLM

3. Prem Petroleum AB, org.nr 556072-6977, 115 90 STOCKHOLM

Ombud: advokaten CC Advokatfirman Lindahl HB,
Box 14240, 104 40 STOCKHOLM

4. AB Svenska Shell, org.nr 556011-2111, 167 80 BROMMA

Ombud: advokaten DD Rydin & Carlsten Advokatbyrå AB,
Box 1766, 111 87 STOCKHOLM

jur. kand. EE EY Law,
Box 3143, 103 62 STOCKHOLM

jur. kand. FF Gernandt & Danielsson Advokatbyrå AB,
Box 5747, 114 87 STOCKHOLM

5. Statoil Detaljhandel AB, org.nr 556079-3654, 118 88 STOCKHOLM

Ombud: advokaten GG Hellström & Partners Advokatbyrå,
Box 7305, 103 90 STOCKHOLM

SAKEN

Konkurrensskadeavgift enligt 26 § konkurrenslagen (1993:20), KL

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

YRKANDE	3
GRUNDER	3
OMSTÄNDIGHETER M.M.	3
BAKGRUND	3
FÖRETAGEN	3
<i>Hydro</i>	4
<i>OKQ8</i>	5
<i>Preem</i>	7
<i>Shell</i>	9
<i>Statoil</i>	12
MARKNADSSTRUKTUR	14
BENSINMARKNADEN	14
<i>Företagen</i>	14
<i>Produkten</i>	15
<i>Distributionen</i>	16
<i>Kunderna</i>	16
<i>Bensinpriset</i>	17
<i>Kundrabatter</i>	18
<i>Förändringar i stolppriset</i>	18
<i>Normalpriset på marknaden</i>	20
<i>Prisutvecklingen i samband med rabattsaneringarna 1995 och 1999</i>	20
FÖRFARANDET	22
BAKGRUND	22
MÖTEN VID VILKA SAMORDNING AV FÖRETAGENS PRIS- OCH RABATTVILLKOR ÄGDE RUM	22
FÖRETAGENS ÅTGÄRDER FÖR ATT GENOMFÖRA RABATTSANERINGEN	26
<i>Hydro</i>	27
<i>OKQ8</i>	29
<i>Preem</i>	34
<i>Shell</i>	36
<i>Statoil</i>	39
ÖVERTRÄDELSEN AV KONKURRENSLAGEN	42
FÖRBUDET MOT KONKURRENSBEGRÄNSANDE SAMARBETE (6 § KL)	42
<i>Avtal</i>	42
<i>Samordnade förfaranden</i>	43
DET KONKURRENSBEGRÄNSANDE FÖRFARANDET	44
<i>Det konkurrensbegränsande förfarandets syfte</i>	46
<i>Rabattsaneringens ekonomiska effekter på marknaden</i>	46
KONKURRENSSKADEAVGIFT	48
<i>Företagens ansvar för överträdelsen</i>	48
<i>Frågan om uppsåt till överträdelsen</i>	48
<i>Överträdelsens karaktär</i>	49
<i>Konkurrensskadeavgiftens storlek</i>	50
BEVISUPPGIFT	52

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

YRKANDE

1. Konkurrensverket yrkar att tingsrätten ålägger Norsk Hydro Olje AB att utge konkurrensskadeavgift med sjuttiofem miljoner (75 000 000) kronor, OK-Q8 AB med tvåhundraåtjugofem miljoner (225 000 000) kronor, Preem Petroleum AB med åttiofem miljoner (85 000 000) kronor, AB Svenska Shell med etthundraåtjugofem miljoner (125 000 000) kronor och Statoil Detaljhandel AB med tvåhundraåttio miljoner (230 000 000) kronor.

GRUNDER

2. Företagen Norsk Hydro Olje AB (Hydro), OK-Q8 AB (OKQ8), Preem Petroleum AB (Preem), AB Svenska Shell (Shell) och Statoil Detaljhandel AB (Statoil) har uppsåtligt överträtt förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete i 6 § konkurrenslagen (1993:20), KL, genom att träffa avtal om eller samordna priser, rabatter och andra affärsvillkor avseende försäljning av motorbensin till myndigheter, kommuner, branschorganisationer, företag, föreningar och privatpersoner på den svenska marknaden såvitt avser OKQ8, Preem och Statoil i vart fall under perioden maj – december 1999, såvitt avser Shell i vart fall under perioden augusti – november 1999 samt såvitt avser Hydro i vart fall under perioden september – november 1999. Avtalen eller samordningen har haft till syfte att hindra, begränsa eller snedvrída konkurrensen på ett märkbart sätt eller har, i vart fall, gett ett sådant resultat.
3. Överträdelsen kan inte anses som ringa.

OMSTÄNDIGHETER M.M.**Bakgrund**

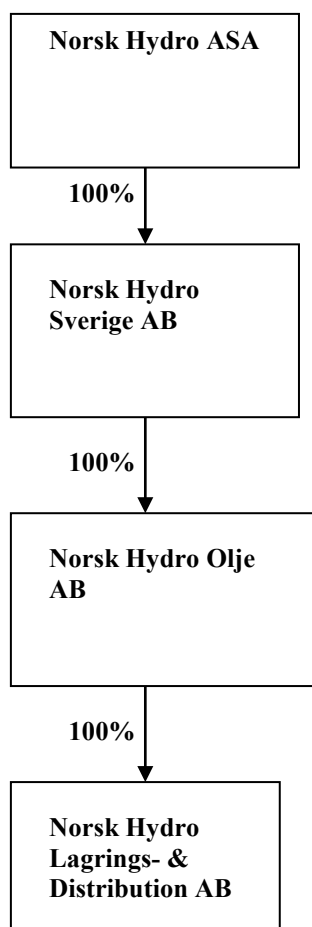
4. Konkurrensverket fick med början under oktober 1999 flera klagomål i vilka uppgavs att Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil aviserat sina kunder per brev om att en förändring av bensinpriset och rabatterna skulle äga rum under november månad 1999.
5. I flertalet fall aviserade företagen prisändringar till samma belopp (15 öre/liter). Företagen underrättade samtidigt kunderna om att de rabatter som vid tillfället utgick skulle minska med ett närmare angivet belopp. En viss åtskillnad i fråga om villkoren gjordes mellan olika kundkategorier. De av företagen avsända breven angav i väsentliga delar likalydande motivering för pris- och rabattförändringen samt uppvisade i flertalet fall en påfallande likhet i såväl formulering som utformning.
6. Konkurrensverket genomförde undersökning enligt 47 och 48 §§ KL hos företagen och branschorganisationen Svenska Petroleuminstitutet (SPI) den 16-17 december 1999.

Företagen

7. De största företagen på den svenska petroleummarknaden är Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil.

Hydro

8.

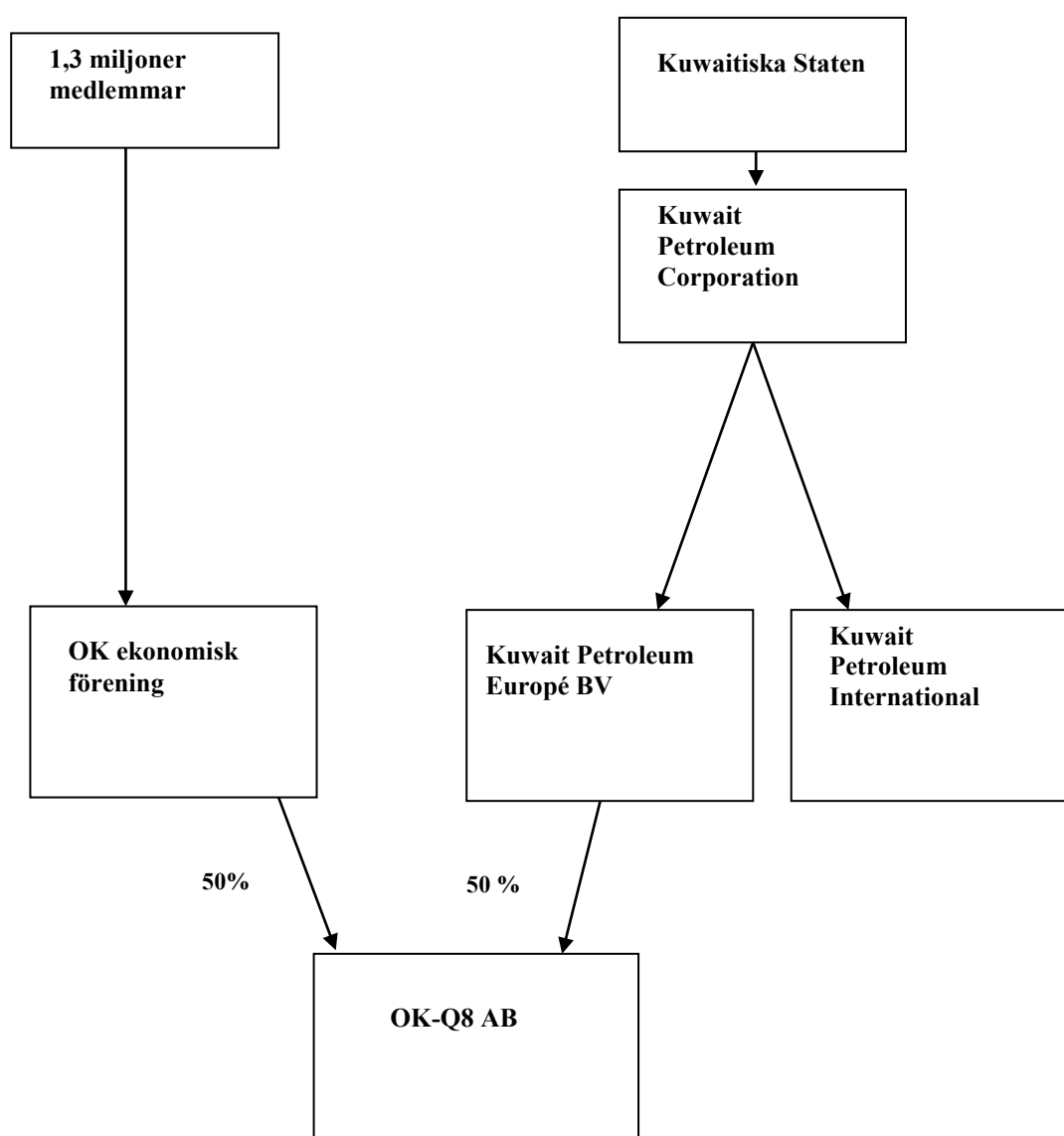


9. Norsk Hydro Sverige AB är moderföretag till det helägda dotterföretaget Norsk Hydro Olje AB (Hydro). Företagen ingår i den norska koncernen Norsk Hydro ASA.
10. I Hydro-koncernen ingår bl.a. det rörelsedrivande företaget Norsk Hydro Lagrings- & Distribution AB (Lagrings- & Distribution) och nio vilande dotterbolag utan omsättning.
11. Hydros verksamhet utgörs av marknadsföring och försäljning av oljeprodukter i främst mellersta och södra delarna av landet. Företaget är indelat i två resultatenheter, Energi respektive Motorist. Inom enheten Energi sker marknadsföring och försäljning av främst diesel och eldningsolja till direktköpande kunder. Vidare sker försäljning av diesel till den tunga trafiken via en kedja av obemannade dieselstationer. Inom enheten Motorist sker försäljning av i huvudsak bensin, diesel och smörjolja via ett nät av bensinstationer som omfattar ca 600 stationer. Den ekonomiska rapporteringen sker månadsvis till koncernen i Norge i enlighet med för koncernen fastställda rutiner. Även den interna rapporteringen till bl.a. befattningshavare inom Hydro sker månadsvis.

12. Inom Hydro fattar motoristmarknadschefen beslut avseende priser och rabatter.
13. Hydros inköp av drivmedel sker till största delen från Lagrings- & Distribution vars verksamhet utgörs av inköp och försäljning av oljeprodukter. Företaget bedriver ingen försäljning via stationsnät till slutkonsumenter. Rapportering sker enligt samma fastlagda rutiner som för Hydro.
14. Hydros bruttoomsättning uppgick till 7 298 miljoner kronor för 1999. Nettoomsättning uppgick till 2 681 miljoner kronor, varav knappt 1 500 miljoner kronor avser nettoomsättningen för bensin.

OKQ8

15.

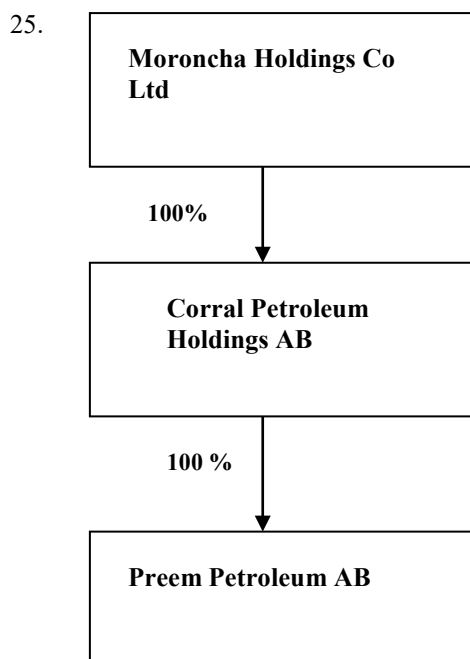


ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

16. OK ekonomisk förening (OK) är en ekonomisk förening med mer än en miljon medlemmar.
17. Kuwait Petroleum Corporation (KPC) som ägs av den kuwaitiska staten är moderbolag till Kuwait Petroleum Europé BV (KPE), med säte i Holland, och Kuwait Petroleum International (KPI) med säte i Storbritannien. KPC bedriver verksamhet med bl.a. prospektering, produktion, raffinering, transport och marknadsföring av oljeprodukter. KPC:s verksamhet bedrivs genom olika marknadsbolag och samordnas genom KPI.
18. OK och KPE, som med hälften vardera äger OKQ8, har i det senare företaget sammanfört sina oljerelaterade verksamheter i Sverige. OKQ8:s verksamhet påbörjades den 1 januari 1999.
19. OKQ8 är moderbolag till de helägda dotterbolagen OK-Q8 AB Finans, Flaskgascentralen i Malmö AB, Bensinpumpen Fastigheter AB och KP Service AB.
20. OKQ8:s verksamhet på den svenska marknaden omfattar import, tillverkning, lagring, transport och försäljning av bl.a. petroleumprodukter. Företagets försäljning på den svenska marknaden utgörs huvudsakligen av bensin, diesel, eldningsolja och smörjolja. Företaget har ett bensinstationsnät med ca 1 000 stationer.
21. OKQ8 är indelat i Motorist-, Direkt-, Varuförsörjnings- och Ekonomidivisionerna samt stabsfunktioner. Företagets ledningsgrupp utgörs av bl.a. verkställande direktören och de olika divisionscheferna.
22. Företagets interna rapportering sker genom månadsrapporter till verkställande direktören från divisionscheferna. I samband med styrelsemöten och genom månadsrapportering till ledningsgruppen erhålls rapportering från dotterföretagen.
23. Inom OKQ8 fattar motoristmarknadschefen beslut avseende priser och företagsmarknadschefen avseende rabatter.
24. Bruttoomsättningen för KPS (numera OKQ8) uppgick till 8 547,5 miljoner kronor för räkenskapsåret den 1 juli 1998 – den 30 juni 1999, varav 8 273,9 miljoner kronor avsåg petroleumprodukter. Nettoomsättningen uppgick till 2 767,7 miljoner kronor. Nettoomsättningen för bensin uppgick till knappt 3 300 miljoner kronor för 1999.

Preem

26. Moderföretaget Corral Petroleum Holdings (Corral Petroleum) verksamhet består huvudsakligen i att administrera ägandet av ett antal dotterföretag, däribland det helägda dotterföretaget Preem. Koncernens huvudsakliga verksamhet utgörs av raffinering och försäljning av petroleumprodukter.
27. Försäljningen av bensin, diesel, eldningsolja och smörjolja till företag och privatkunder, sker i huvudsak genom Preems försäljningskontor samt via återförsäljare.
28. Preem består av divisionerna "Varuförsörjning och Raffinering", "Svensk Marknad" och "International". Inom divisionerna bedrivs verksamhet dels inom Preem och dels genom ett antal dotterbolag. Dotterbolagens verksamhet avser främst raffinaderiverksamhet och den internationella verksamheten.
29. Divisionen Varuförsörjning och Raffinering köper råolja på världsmarknaden. Råoljan raffinerar i två helägda raffinaderier och distribueras till företagets depånät i Sverige för vidare distribution och försäljning via företagets marknadskanaler i landet. Viss del av försäljningen sker till andra oljehandelsföretag, främst i Nordeuropa. Företaget har mer än hälften av raffinaderikapaciteten på den svenska marknaden.
30. Divisionen Svensk Marknad omfattar, förutom administrativa serviceenheter, de två affärsområdena "Direktmarknad" och "Motoristmarknad".
31. Direktmarknad marknadsför och säljer diesel, eldningsolja och tjockolja till företag inom flertalet branscher. Försäljningen omfattar i huvudsak bulkförsäljning, vilket innebär att leveranserna sker direkt med tankbil till kund.

ANSÖKAN OM STÄMNING

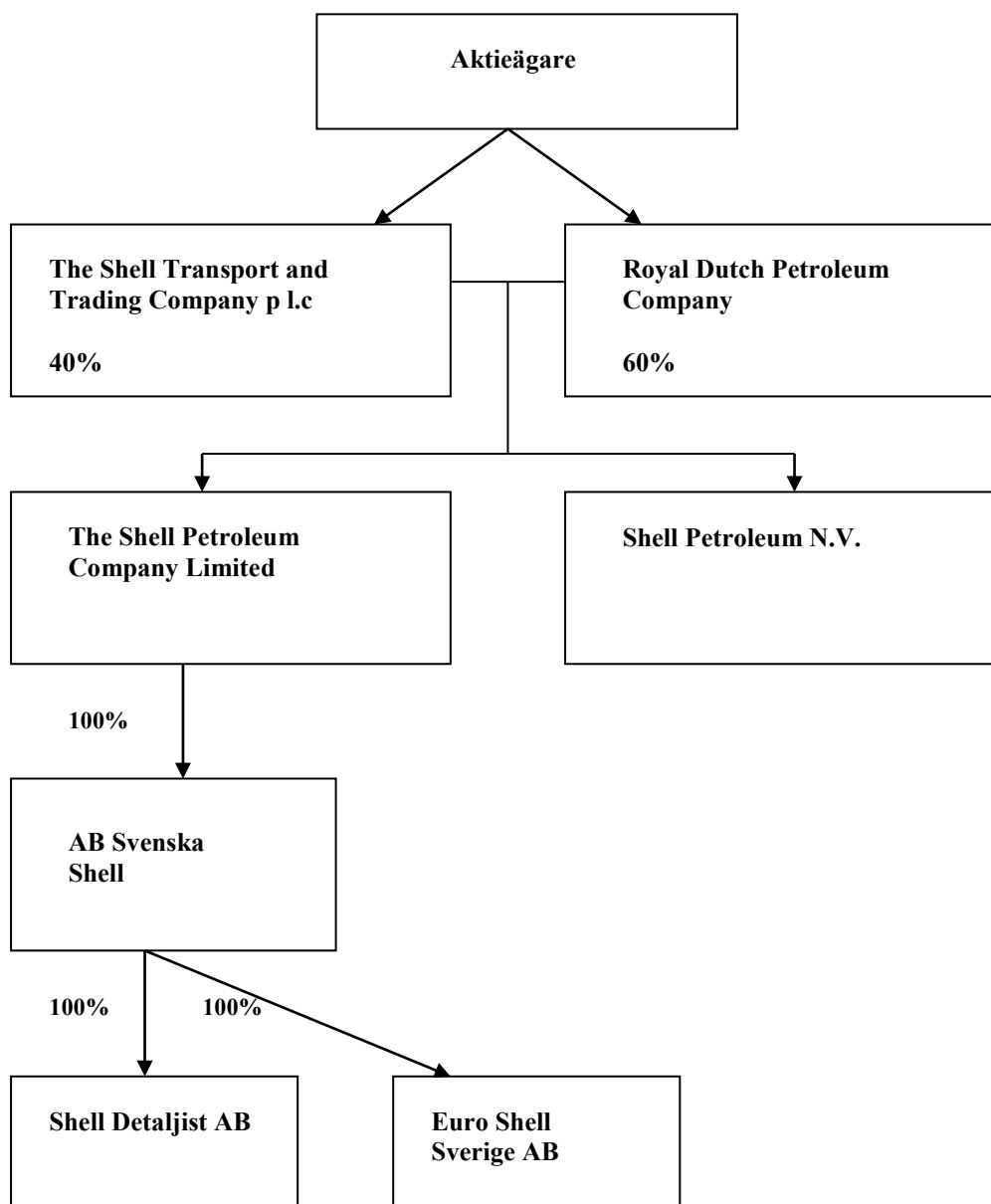
2000-06-29

Dnr 608/2000

32. Motoristmarknad marknadsför och säljer bensin, diesel och tillbehör genom ett nät bestående av drygt 500 såväl ägda som förhyrda stationer, vilka kan drivas antingen i egen drift eller via återförsäljare. I affärsområdet ingår även verksamheten i dotterföretaget Preem Fastighets AB som äger bensinstationerna och utrustningen från vilken försäljningen sker. Den 1 juni 2000 fusionerades Preem Fastighets AB med Preem.
33. Preem erhåller månatliga resultatrapporter från samtliga rörelsedrivande dotterbolag.
34. Inom Preem fattar motoristmarknadschefen beslut avseende priser och rabatter.
35. Preems bruttoomsättning uppgick till 27 919 miljoner kronor för 1999, varav 19 440 miljoner kronor avsåg Sverige. Nettoomsättningen uppgick till 21 346 miljoner kronor, varav 12 867 miljoner kronor avsåg Sverige. För 1999 uppgick nettoomsättningen för bensin till knappt 1 400 miljoner kronor.

Shell

36.



37. The Shell Transport and Trading Company, p.l.c och Royal Dutch Petroleum Company är moderbolag i Shell-gruppen. Företagen är moderföretag till koncernens olika holdingföretag men bedriver ingen operativ verksamhet på marknaden. Shell gruppen bedriver verksamhet genom ca 1 700 bolag i över 130 länder.
38. The Shell Petroleum Company Limited (Storbritannien) utgör ett av gruppens holdingföretag.
39. Shell, som är ett helägt dotterföretag till The Shell Petroleum Company Limited, är moderföretag till Shell Detaljist, Euro Shell Sverige AB (Euro Shell) och Shell Raffinaderi AB.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

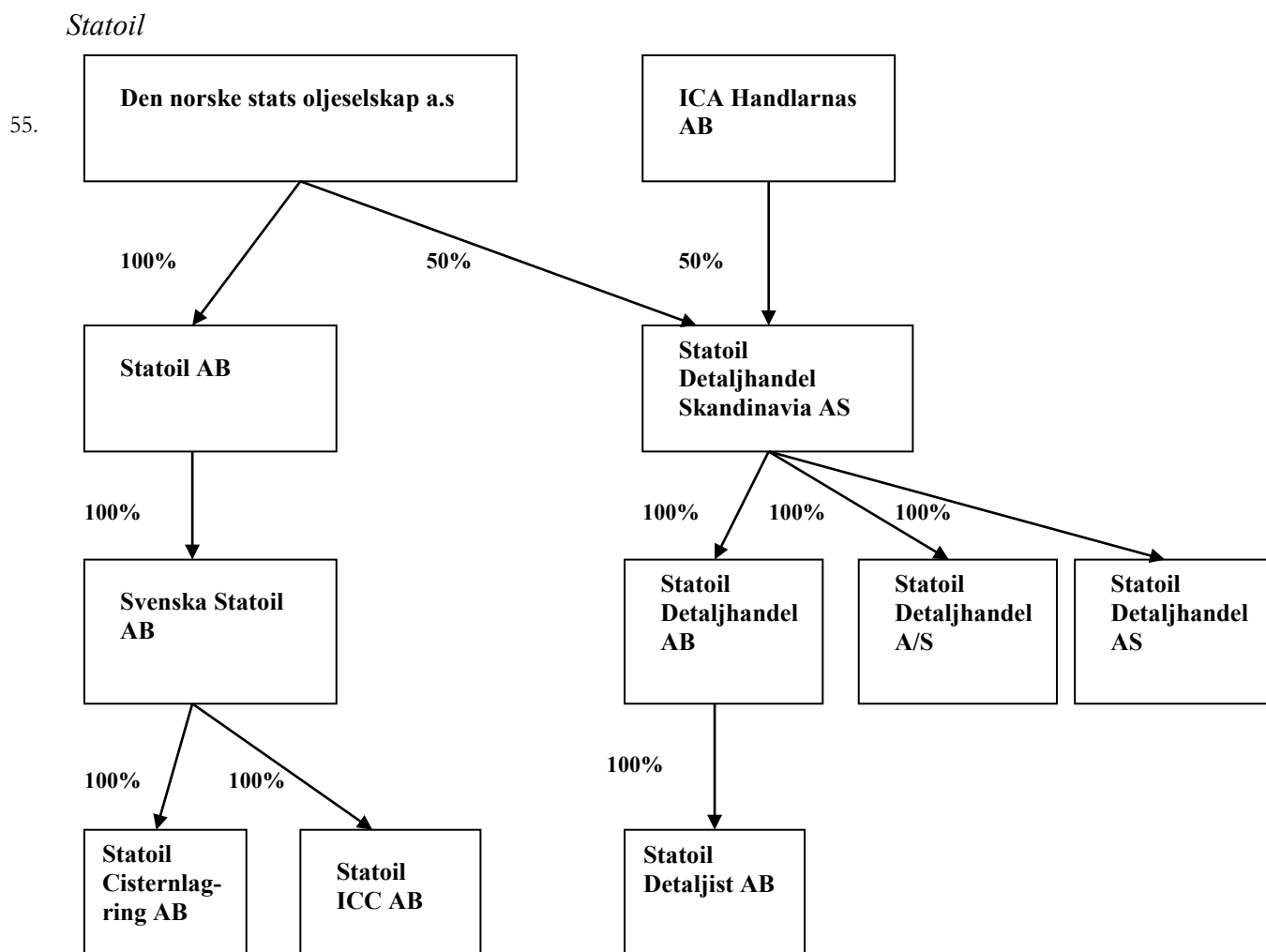
40. Shell-koncernens huvudsakliga verksamhet utgörs av handel med, marknadsföring och försäljning av petroleumprodukter på den svenska marknaden, bl.a. raffinering av råolja och försäljning av bensin. Försäljningen sker genom ett antal dotterföretag och ett rikstäckande nät av ca 500 stationer i landet, varav ca 150 är obemannade.
41. Koncernens verksamhet bedrivs inom ramen för Shell-gruppens europeiska nätverk "Shell Europe Oil Products" (SEOP), vars huvudsakliga uppgift är att samordna verksamheten inom företagen.
42. Shell-gruppens dotterföretag SEOP Ltd (Storbritannien) driver verksamhet inom ramen för samarbetet och tillhandahåller råd och tjänster (management advice and services) till koncernens europeiska företag.
43. Syftet med samarbetet inom SEOP är bl.a. att den europeiska verksamheten skall bedrivas på ett rationellt sätt genom bl.a. gemensamma övergripande strategier.
44. SEOP omfattar affärsområdena "Retail Sales", "Commercial Sales" och "Manufacturing, Supply and Distribution" (MSD).
45. Affärsområdenas olika verksamhet på den svenska marknaden bedrivs i formell mening inom ramen för verksamheten i det svenska moderföretaget Shell samt dotterföretagen Shell Detaljist och Euro Shell.
46. Verkställande direktören i Shell är normalt chef för något av de tre affärsområdena inom SEOP och har det övergripande ansvaret i frågor som rör t. ex. koncernens och varumärkets anseende samt hälsa, säkerhet och miljö men har i övrigt normalt inte någon beslutanderätt vad avser de övriga affärsområdenas verksamheter.
47. Inom affärsområdet Retail Sales (motoristverksamheten) bedrivs verksamhet som omfattar försäljning av drivmedel, smörjmedel, bilkemikalier, biltvätt, snabbmat, m.m. på den svenska marknaden.
48. I affärsområdet Retail Sales svenska ledningsgrupp ingår chefen för affärsområdet, som för närvarande tillika är verkställande direktör för Shell Detaljist, och befattningshavare med ansvar för bl.a. affärsutveckling och återförsäljning.
49. Inom affärsområdet Commercial Sales (industrimarknaden) bedrivs verksamhet som omfattar försäljning av eldningsolja, smörjmedel, drivmedel, m.m. på den svenska marknaden.
50. I affärsområdets svenska ledningsgrupp ingår, förutom chefen för affärsområdet, befattningshavare med ansvar för bl.a. transport och kundservice.
51. Chefen för respektive affärsområde fattar inom ramen för godkänd budget och marknadsplan beslut i frågor som rör affärsområdets verksamhet. Förutom vad gäller fastställande av budget och marknadsplan samt den regelbundna resultatrapporteringen är det endast i frågor av större eller extraordinär natur som cheferna för affärsområdena diskuterar med sin respektive chef inom SEOP.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

52. Beslut som rör priser och rabatter fattas normalt på nationell nivå. Shells chef för Retail Sales (motoristmarknadschefen) – sedan 18 juni 1999 tillika verkställande direktör för Shell Detaljist – fattar beslut om priser och rabatter. Såvitt avser det senare efter rekommendation från den person inom Shell som är ansvarig för företagsförsäljning via kontokort (företagsmarknadschefen).
53. Ledningen för den svenska koncernen samt de europeiska och nationella cheferna för de olika affärsområdena erhåller månadsvis rapporter om bl.a. det ekonomiska resultatet. Rapporter om försåld volym och marginalutveckling lämnas löpande med några dagars eftersläpning.
54. Shells bruttoomsättning uppgick till 11 404 miljoner kronor för 1999. Nettoomsättningen uppgick till 7 089 miljoner kronor. Shells nettoomsättning för bensin uppgick 1999 till drygt 2 000 miljoner kronor.



56. Moderföretaget Den norske stats oljeselskap a.s (Oljeselskapet) äger Statoil AB vars verksamhet är att äga och förvalta aktier i dotterbolag och intressebolag samt bistå i finansieringen av koncernens bolag.
57. Statoil AB äger det rörelsedrivande dotterföretaget Svenska Statoil AB (Svenska Statoil) vars verksamhet är att bedriva handel med petroleumprodukter.
58. Svenska Statoil äger dotterföretagen Statoil International Card Center AB (Statoil ICC) och Statoil Cisternlagring AB (Statoil Cisternlagring).
59. Svenska Statoils detaljhandelsverksamhet överfördes till Statoil den 1 januari 1999.
60. Oljeselskapet och ICA Handlarnas AB (ICA) äger med hälften vardera Statoil Detaljhandel Skandinavia AS (Statoil Skandinavia).
61. Statoil Skandinavias ledningsgrupp utgörs av verkställande direktören och personer från företagsledningen i respektive dotterföretag. Ledningsgruppen ansvarar för att

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

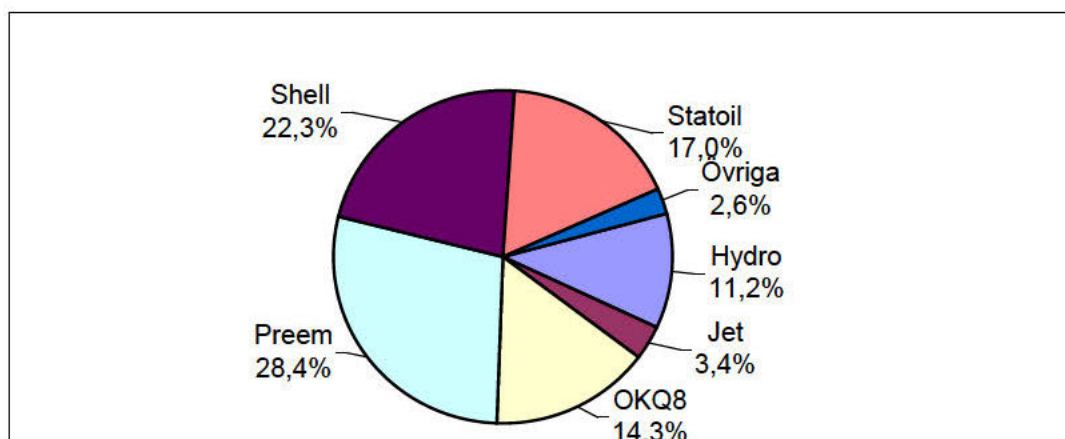
verksamheten uppnår de mål som styrelsen beslutat och att verksamheten drivs enligt de riktlinjer som gäller för företaget.

62. Statoil Skandinavia äger bl.a. dotterföretaget Statoil.
63. Statoil är indelat i de operativa enheterna "region Norr", "region Öst", "region Väst/Syd" och "Detaljst" samt den affärsstödjande enheten "Marknad" som ansvarar för bl.a. företagsförsäljning, marknadsföringsprogram, kort m.m. Regionerna har ansvar såsom ägare/hyresman av stationerna samt som leverantör av varor och tjänster för driften, utvecklingen och lönsamheten för alla Statoil-stationerna inom respektive region. Vidare finns olika stödfunktioner, t.ex. "Information", "Personal" m.m., som ingår i den norska koncernorganisationen men som medverkar i den svenska verksamheten för att uppnå effektivitet och enhetlighet.
64. Statoils ledningsgrupp består av bl.a. verkställande direktören och rapporteringsansvariga samt ansvariga för stödfunktionerna "Ekonomi", "Personal" och "Koncept/Kategori". Ledningsgruppen ansvarar för att de planer och mål som koncernledningen fastställt uppnås. Inom respektive verksamhet finns befogenhetsgränser avseende större kostnader, investeringar, kreditgivning, ekonomiska stöd, tecknande av kontrakt och anställning av personal.
65. Statoil genomför affärskoncept och fungerar som grossist för en stor del av det sortiment som säljs på stationerna. Företaget sluter också avtal med leverantörer för direkt leverans till stationerna.
66. Företagets resultat sammanställs månadsvis och konsolideras med systerföretagen i Danmark och Norge till en managementrapport till den egna styrelsen och styrelsen för Statoil Skandinavia.
67. Kategorichefen för Statoil fattar beslut avseende ändring av pumppriser. Under 1999 fattade företagsmarknadschefen för Svenska Statoil beslut om ändring av rabatter.
68. Statoil äger dotterföretaget Statoil Detaljist som ansvarar för verksamheten på de 120 Statoil-stationer som drivs med egen personal.
69. Statoils bruttoomsättning uppgick till 12,3 miljarder kronor 1999. Nettoomsättningen uppgick till 6 227 miljoner kronor. Bruttoomsättningen avseende bensin uppgick till 9 100 miljoner kronor och nettoomsättningen till knappt 3 000 miljoner kronor för 1999.

Marknadsstruktur

70. De i ärendet aktuella företagen agerar på olika marknader för petroleumprodukter, såsom motorbensin (bensinmarknaden), dieselbränsolja (dieselmärknaden), eldningsolja 1 och övriga eldningsoljor.
71. Den totala omsättningen för petroleumprodukter i Sverige under 1999 kan uppskattas till ca 26 miljarder kronor, exklusive skatter och avgifter, varav drygt 12 miljarder kronor avsåg omsättningen på bensinmarknaden.¹
72. Marknadsandelarna för de olika koncernerna vad avser petroleumprodukter, baserat på total volym, framgår av figur 1 nedan. Sammanlagt uppgick marknadsandelarna för de koncerner, vari de i ärendet aktuella företagen ingår, till drygt 90 procent. Statoil och OKQ8 har de högsta marknadsandelarna på bensinmarknaden. Preem och Shell har de högsta andelarna på marknaderna för diesel, eldningsolja 1 och övriga eldningsoljor.

Figur 1: Marknadsandelar (baserade på total volym) för koncernerna avseende petroleumprodukter, 1999



Källa: SPI:s hemsida på Internet, www.spi.se
Med Jet avses Conoco Jet AB.

73. Företagen är medlemmar i SPI vars verksamhet till stor del bedrivs i ett tiotal stående kommittéer där branschgemensamma frågor av större vikt diskuteras.

Bensinmarknaden

Företagen

74. Företagens andelar på bensinmarknaden har varit relativt stabila under 1990-talet. Förändringar av marknadsandelar förklaras främst av strukturella förändringar på marknaden, bl.a. företagsförvärv. Sett över en tioårsperiod har koncentrationen på marknaden ökat. Företagens omsatta volym och marknadsandelar samt koncentrationsindex framgår av tabell 1.

¹ Omsättningen på dieselmärknaden, marknaden för eldningsolja 1 och marknaden för eldningsoljor uppgick till ca 7,5 miljarder kronor, ca 4,8 miljarder kronor respektive ca 1,5 miljarder kronor, exklusive skatter och avgifter.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

Tabell 1. Marknadsandelar och koncentrationsmått på bensenmarknaden.

Uppgifterna avser volym i 1000 m³ för bensen oavsett oktantal

Företag	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
BP	10,6	8,7	7,8	5,9						
Hydro	5,8	6,3	6,7	7	7,4	7,7	7,7	11,6	11,7	11,9
Jet	5,4	5,5	5,9	6,1	6,2	6,6	7,2	7,7	8,1	8,3
Kuwait	11,9	12	11,9	11,7	11,8	11,7	11,4	11,7	11,4	
OKP	18,3	18,3	18,2	18,2	18,1					
OK						13,4	14	14,4	14,8	
OK-Q8										26,2
Preem						11,2	11	11,2	11,1	10,9
Shell	19,9	19,9	19,5	19,3	19	19	18,2	17,3	17,1	16,7
Statoil	16	17,2	17,8	19,6	26	25,2	24,8	24,1	24	24
Texaco	7,3	7,1	6,9	6,7	6,7					
Uno-X		3,5	3,6	3,4	3,2	3,3	3,5			
Övriga	4,8	1,5	1,7	2,1	1,6	1,9	2	2	1,7	1,9
Sum	100	100	100	100	100	100	99,8	100	99,9	99,9
Volym (1000 m ³)	5630	5751	5878	5589	5650	5763	5682	5577	5429	5453
C4-index	66,1	67,4	67,4	68,8	74,9	69,3	68,4	67,5	67,6	78,8
Herfindahlindex	1380	1381	1374	1407	1655	1555	1521	1548	1546	1874

Källa: SPI:s hemsida på Internet, www.spi.se samt vissa bearbetningar av Konkurrensverket

C4-index är ett koncentrationsmått som beräknas genom att summera de fyra största företagens marknadsandelar. Herfindahlindex är ett koncentrationsmått som beräknas genom att summera kvadraten av alla företagens marknadsandelar. Minsta värdet är 0 (full konkurrens) och största värdet 10000 (monopol).

75. Av tabell 1 kan utläsas att de i ärendet aktuella företagen år 1999 hade en sammanlagd marknadsandel på ca 90 procent.
76. Det kan även noteras att omsatt volym minskade från 5,6 miljoner m³ år 1990 till 5,4 miljoner m³ år 1999.

Produkten

77. Bensen framställs från råolja och kan i hög grad betraktas som en standardiserad produkt där den kemiska sammansättningen är i det närmaste identisk mellan företagens produkter.
78. Tillförseln av bensen till den svenska marknaden sker i huvudsak via inhemsk framställning hos Preem, Shell och AB Nynäs Petroleum, medan resten importerar. Företagen säljer bensen till sina konkurrenter på marknaden.
79. Bensen används huvudsakligen som drivmedel i personbilar, lätta lastbilar och andra fordon.
80. Under 1998 pågick samtal mellan de i ärendet aktuella företagen inom ramen för SPI om hur man skulle uppnå en branschgemensam lösning i frågan om blyersättningsmedel i bensen, den s.k. VSRP-frågan. Samtalen avstannade emellertid på grund av meningsskiljaktigheter mellan företagen. Under våren 1999 återupptogs dock samtalen mellan företagen men fördes inte längre inom SPI utan företagens sammanträden ägde nu rum i en möteslokal belägen i OKQ8:s huvudkontor.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

81. Den 3 mars 1999 ansökte OKQ8, Preem, Shell och Svenska Statoil om icke-ingripandebesked alternativt anmälde för undantag enligt KL företagens samarbete om flaskor med blytillsatsmedel (Konkurrensverkets ärende dnr 224/1999). Enligt ansökan/anmälan innebar samarbetet bl.a. att de sökande företagen skulle sluta sälja blyersatt bensin i bensinpumpar på stationer och istället sälja en flaska med tillsatsmedel. Konkurrensverket underrättade företagen den 21 juni 1999 om att verket inte avsåg att göra någon invändning mot samarbetet och att företagen därmed skulle erhålla ett s.k. automatiskt undantag för det anmälda samarbetet (13 § KL).

Distributionen

82. Distribution av bensin till kunderna sker i huvudsak genom bensinstationer, vilka kan delas in i kategorierna servicestationer och automatstationer. Servicestationer är bemannade och erbjuder utöver petroleumprodukter även i många fall livsmedel m.m. Automatstationer, som är obemannade, erbjuder normalt endast drivmedel. Under 1999 fanns totalt 3 556 stationer i landet varav 1 379 var automatstationer.

Tabell 2. Företagens stationer fördelade efter typ och omsättning per station, 1999

Företag	Antal Stationer	Andel av alla Stationer %	Antal stationer Automat /service	Andel Automatstationer %	Omsättning i volym 1000 m ³	Volym per station 1000 m ³
OKQ8	994	27,9	363 / 631	37	1436	1,44
Statoil	622	17,5	28 / 594	5	1306	2,10
Shell*	567	15,9	178 / 389	31	909	1,60
Preem	511	14,4	218 / 293	43	597	1,17
Hydro	586	16,5	345 / 241	59	649	1,11
Jet	180	5,1	180 / -	100	455	2,53
Övriga	96	2,7	67 / 29	70	101	1,05
Alla	3556	100	1379 / 2177	39	5453	1,53

Källa: SPI:s hemsida på Internet, www.spi.se, samt vissa uträkningar av Konkurrensverket

* Avseende Shell inkl. bensinstationskedjan Bilisten som såldes i slutet av 1999.

83. Servicestationer är den dominerande distributionsformen för de tre största företagen (beräknat i omsatt volym), medan automatstationer är av större betydelse för de mindre företagen. Företaget Conoco Jet AB (Jet) driver endast automatstationer.

Kunderna

84. Köpare av bensin är främst myndigheter, kommuner, företag, medlemmar i branschorganisationer och intresseföreningar samt privatpersoner. Privatpersoner bedöms svara för en större del av den totala förbrukningen på bensinmarknaden.
85. Många kunder har avtal med flera leverantörer av drivmedel.
86. Bland företagskunder förekommer såväl leveransavtal som löper tillsvidare som avtal som är tidsbestämda. Många större företagskunder har tidsbestämda avtal. I avtalen anges bl.a. rabattnivåerna. Avtalen innehåller i flertalet fall även en pris- och rabattjusteringsklausul som innebär att leverantören äger rätt att genomföra en s.k. teknisk pris- och rabattjustering, dvs. att en höjning eller sänkning av stolppris och rabatter sker samtidigt och till samma belopp. I vissa fall skall denna förändring

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

aviseras av bensinföretaget senast en månad före ikraftträdandet och föregås av förhandlingar mellan parterna.

87. Privatkunderna kan delas in i kontant- respektive kortkunder. Den förra gruppen köper normalt bensin mot kontant betalning och utan erhållande av rabatt. Kunder i den senare gruppen har ett kortavtal som vanligen berättigar till en viss rabatt. Dessa avtal innehåller på motsvarande sätt som för företagskunderna i flertalet fall en pris- och rabattjusteringsklausul.
88. I landet finns uppskattningsvis ca 6-9 miljoner drivmedelskort och en betydande del av kunderna torde därmed ha tillgång till flera kort. Cirka 70 procent av den sålda bensinen i detaljistledet betalas med någon form av betalkort.
89. Kundernas efterfrågan varierar under året, såtillvida att den är högre under sommarmånaderna maj – augusti och lägre under vintermånaderna november – februari.

Bensinpriset

90. Bensinpriset på den svenska marknaden påverkas av världsmarknadspriset på bensin, dollarkursen, skatter och avgifter samt företagets marginal.
91. Av tabell 3 framgår bensinpriset² (stolppriset) fördelat på råvarukostnad³, skatter och avgifter samt branschens bruttomarginal⁴.

Tabell 3. Bensinpriset

Stolppris	8,90	Andel av stolppriset
Råvarukostnad	1,51	17 %
Moms	1,78	20 %
Punktskatter och avgifter	4,43	50 %
Branschens bruttomarginal	1,18	13 %

Uppgifterna gäller för den 1 oktober 1999

92. Den 1 oktober 1999 utgjorde råvarukostnaden 17 procent av stolppriset, medan skatter och avgifter sammantaget utgjorde 70 procent. Den återstående delen av priset utgjordes av branschens bruttomarginal, vilken skulle täcka företagets övriga kostnader⁵ och vinst⁶.

² Per liter för 95-oktanig blyfri bensin (0-zon), som genomgående är den produktgrupp som används i framställningen nedan.

³ Definierat som världsmarknadspriset på bensin uttryckt i svenska kronor.

⁴ Med branschens bruttomarginal avses den marginal som kvarstår för företagen när man subtraherat råvarukostnaden, skatter och avgifter samt råvarukostnaden.

⁵ Företagens övriga kostnader utgörs av depå- och hamnavgifter, distributionskostnader, administrations- och marknadsföringskostnader, personalkostnader m.m.

⁶ Andelarna i tabell 3 varierar något beroende på vilken tidpunkt som studeras.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

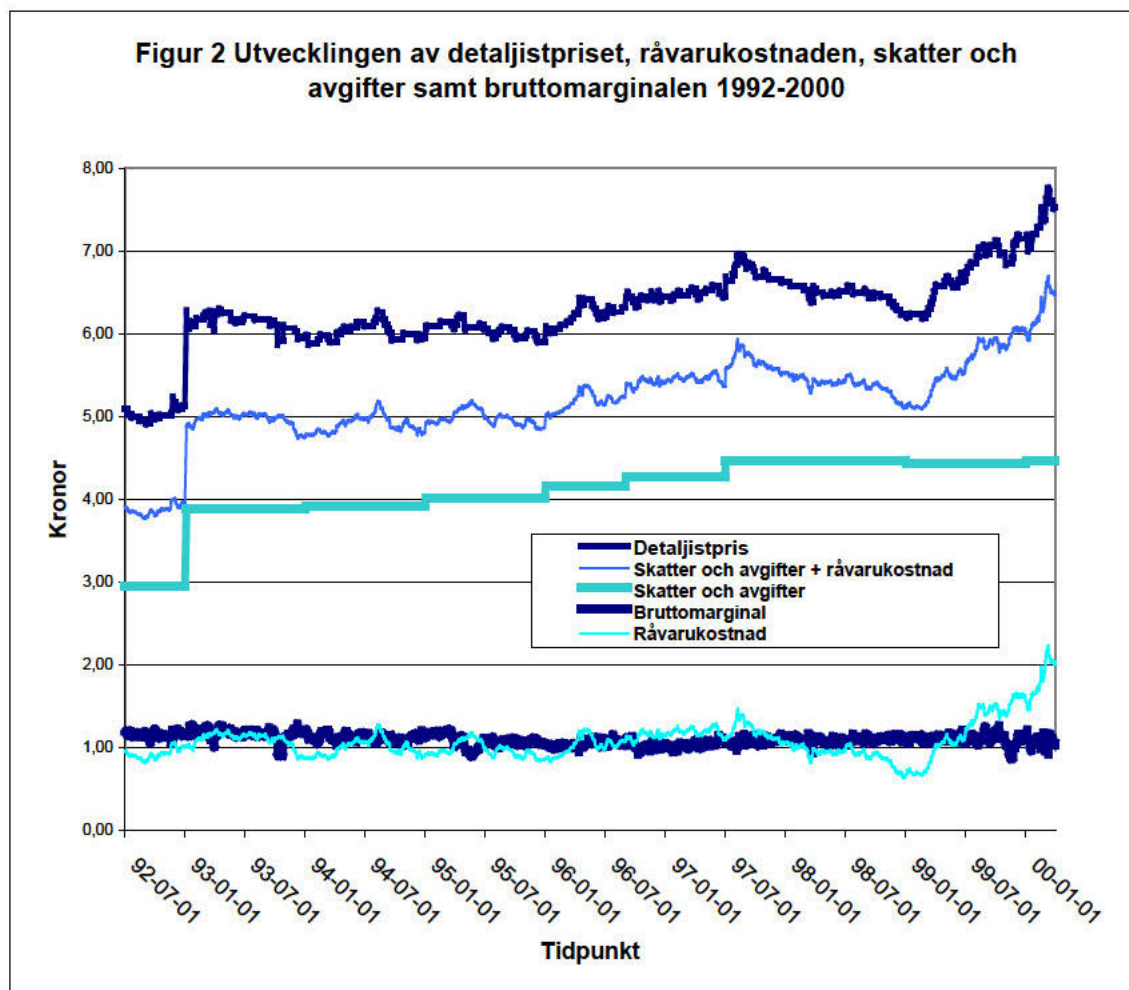
93. En god uppskattning av företagens råvarukostnad är världsmarknadspriset på bensin som noteras på Rotterdambörsen. Priset, som fluktuerar från dag till dag, är beroende av råoljetillförseln på världsmarknaden och följer därför prisutvecklingen på råolja. Outnyttjade lagervolymer kan dock ha en viss påverkan på priset.
94. Från juni 1992 till mitten av 1998 varierade priset mellan 140 – 250 dollar per ton. Vid årsskiftet 1998/99 nådde det sin lägsta nivå under perioden, drygt 100 dollar, för att sedan stiga markant. Vid 1999 års utgång låg världsmarknadspriset på närmare 350 dollar per ton.
95. Världsmarknadspriset på bensin följer även, p.g.a. efterfrågan på världsmarknaden, ett visst säsongsmönster. Normalt är priset högt i mitten av maj och i början av november varefter priset vanligen sjunker under ett par månader.
96. Då världsmarknadspriset på bensin sätts i dollar påverkas råvarukostnaden för företagen även av växelkursförändringar, vilket innebär att företagens råvarukostnad kan ändras även om ingen förändring sker av världsmarknadspriset på bensin.
97. Sammantaget kan företagens råvarukostnad bedömas vara i allt väsentligt lika. Vad gäller företagens övriga kostnader kan de viktigaste skillnaderna bedömas grundas på effektivitetsskillnader i bl.a. distributionen, t.ex. en inte obetydlig skillnad mellan företagen i fråga om omsättning i volym per station (tabell 2).

Kundrabatter

98. Majoriteten av kunderna erhåller normalt någon form av rabatt på inköpt volym.
99. Privatpersoner erhåller genom kortavtal (standardavtal) med bensinföretaget normalt en närmare angiven rabatt per liter på inköpt volym. Privatkundernas rabatter uppgår vanligen till flera öre per liter.
100. Företagskunder erhåller rabatt antingen genom kortavtal eller genom särskilt avtal efter förhandling med leverantören. Företagskundernas rabatter baseras vanligen på inköpt volym.
101. Bensinföretagens rabattkonkurrens medför att rabatterna tenderar att öka över tiden. Företagen genomför en s.k. rabattsanering med jämna mellanrum för att ”kyla ner” rabattskaleringen och återställa rabatterna till mer ”normala” nivåer. En rabattsanering innebär att stolppriset sänks samtidigt som många kunder får minskade rabatter. Sådana rabattsaneringar genomfördes förutom i november 1999 även 1990 och 1995.

Förändringar i stolppriset

102. Utvecklingen av stolppriset exklusive moms (detaljlistpriset), råvarukostnaden, skatter och avgifter samt bruttomarginalen för perioden 1992-06-02 -- 2000-03-31 (undersökningsperioden) framgår av figur 2. Av figuren framgår att prisföljsamheten var stor i förhållande till förändringarna i råvarukostnaden. Vidare framgår att bruttomarginalen var relativt konstant, även i perioder då råvarukostnaden var hög som t.ex. under 1999.



103. Utgångspunkten för prissättningen är att prisledaren, normalt den störste aktören på marknaden, i sin budgetplan för nästkommande år bestämmer en genomsnittlig målmarginall som skall hållas under året för att täcka företagets kostnader och ge en viss förtjänst. Till följd av produktens homogena karaktär följer de andra företagen som regel det pris som sätts av prisledaren. Under de senaste åren har Statoil, med några få undantag, agerat prisledare. OKQ8 har som ett resultat av fusionen mellan OK och KPE fått störst marknadsandel och därmed agerat prisledare under flera tillfällen de sista sex månaderna under 1999.
104. Det typiska mönstret för förhållandet mellan stolppris och råvarukostnad är att priset ligger fast vid viss nivå under en tidsperiod för att sedan justeras i samma riktning som motiveras av större förändringar i råvarukostnaden. Stolpprisändringarna sker som regel snabbare när råvarukostnaden stiger än när den faller. Stolpprisjusteringar görs vanligen i intervallet 5 – 10 öre, men även större förändringar förekommer. Prisändringar under 5 öre genomförs normalt inte.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

105. De stegvisa stolpprisjusteringarna innebär att bruttomarginalen tillåts variera inom ett visst spann utan att prisjusterande åtgärder vidtas. Den genomsnittliga målmarginaleu upprätthålls dock på en relativt konstant nivå under året.

Normalpriset på marknaden

106. Förändring av råvarukostnaden samt skatter och avgifter svarar för större delen av prisförändringarna under undersökningsperioden.⁷ Tidigare studier av den svenska marknaden ger liktydiga resultat.⁸
107. Större avvikelser under en längre tid mellan normalt detaljistpris (normalpris)⁹ och det faktiska detaljistpriset (priset) förekommer endast vid tre tillfällen under undersökningsperioden, nämligen i samband med ett s.k. priskrig i oktober 1993 och rabattsaneringarna i maj 1995 respektive november 1999. Prisavvikelseerna under dessa perioder medförde att branschens bruttomarginal på motsvarande sätt också avvek från det normala.
108. Priskriget som ägde rum i oktober 1993 medförde att priset var lägre än normalt under nästa hela denna månad. Efter priskriget återgick priset till normal nivå. På motsvarande sätt låg branschens bruttomarginal under det normala under priskriget och återgick sedan till normal nivå.

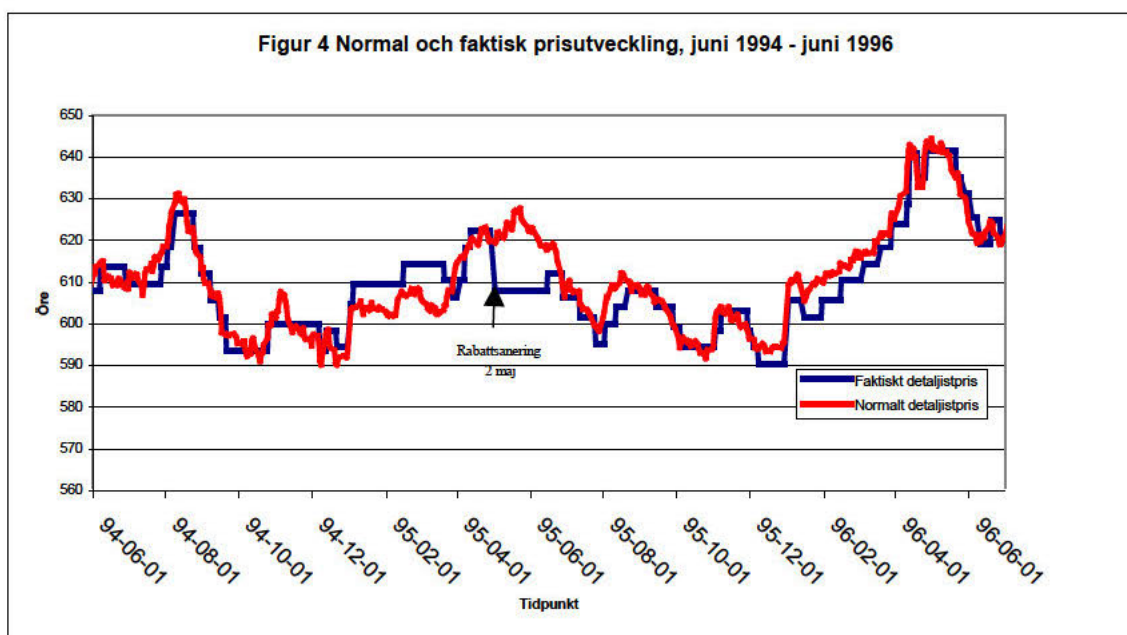
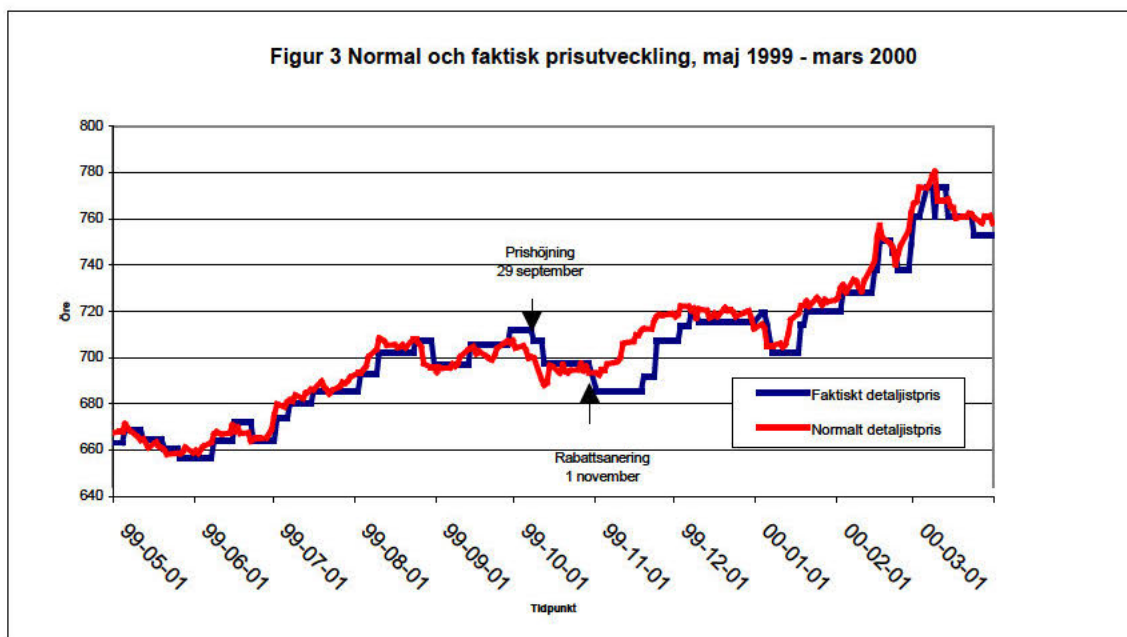
Prisutvecklingen i samband med rabattsaneringarna 1995 och 1999

109. I samband med rabattsaneringarna i maj 1995 och november 1999 avvek priserna från det normala under en längre tid. Avvikelseerna uppvisade samma mönster vid båda tillfällena.
110. Under två till tre månader innan genomförandet av den generella prissänkningen, som utgjorde en del av rabattsaneringen, låg priset högre än normalt (i genomsnitt ca tre till fem öre högre). I samband med den generella prissänkningen hamnade priset under det normala under en tidsperiod, men återvände till normal nivå efter ca 2-3 månader.
111. Vid rabattsaneringen 1999 återgick priset till det normala främst genom att företagen genomförde ett antal prishöjningar som inte fullt ut var motiverade av kostnadsökningar (figur 3). Vid rabattsaneringen 1995 återgick priset emellertid till det normala främst till följd av att företagen underlät att följa det fallande världsmarknadspriset på bensin (figur 4).

⁷ Sambandet kan åskåliggöras statistiskt med hjälp av s.k. regressionsanalys. Enligt minsta kvadratmetoden kan över 90 procent av variationen i stolppriset förklaras av förändringar i råvarukostnaden samt skatter och avgifter.

⁸ Asplund, Eriksson och Friberg, Price adjustment by a gasoline retail chain (kommer att publiceras i Scandinavian Journal of Economics)

⁹ Normalpriset är uträknat med utgångspunkt från det statistiska sambandet mellan bensinpriset och dess förklarande variabler. Utöver råvarukostnaden samt skatter och avgifter utgörs dessa av säsongfluktuationer och trend. Normalpriset utgör en prediktion av prissättningen på marknaden, givet värdena för de ovan angivna underliggande förklaringsvariablerna som kan förändras från dag till dag.



112. Branschens bruttomarginal utvecklades enligt samma mönster som priset vid rabattsaneringarna. Den var högre än normalt två till tre månader före den generella prissänkningen och lägre efter den generella prissänkningen. Bruttomarginalen var tillbaka på normal nivå efter två till tre månader.

FÖRFARANDET

Bakgrund

113. Under 1998 diskuterades i ökande omfattning inom respektive bensinföretag pris- och rabattutvecklingen på bensinmarknaden.
114. Under 1998 och första halvåret 1999 bedömde flera av företagen att pris- och rabattutvecklingen på bensinmarknaden utvecklades i en för företagen ogynnsam riktning, särskilt vad avsåg företagskunderna, varför det ur företagens synvinkel förelåg behov av att reducera givna rabatter.

Möten vid vilka samordning av företagens pris- och rabattvillkor ägde rum

115. Under i vart fall maj – december 1999 ägde ett flertal möten/kontakter rum mellan representanter för olika företag där den uppkomna pris- och rabattsituationen på bensinmarknaden diskuterades (se punkten 2). Under dessa möten planlades hur företagen skulle genomföra en rabattsanering.
116. Företagens gemensamma plan innebar att de under hösten skulle genomföra en rabattsanering i syfte att sänka företagens rabattkostnader. Enligt planen var det lämpligast att genomföra rabattsaneringen under en tidsperiod då världsmarknadspriset på bensin förväntades sjunka, vilket normalt sker under hösten. Anledningen till att företagen planerade att genomföra rabattsaneringen under hösten var att ett fallande världsmarknadspris skulle göra det lättare för företagen att återgå till normalpriset – och därigenom uppnå den genomsnittliga målmarginalen – än då världsmarknadspriset stiger. Skälet var att fler negativa reaktioner från kunder kunde förväntas i det senare fallet eftersom en återgång till normalpriset i så fall måste ske genom prishöjningar. Som en del i denna planläggning analyserade och diskuterade företagens representanter de pris-, rabatt- och andra affärsvillkor som skulle erbjudas kunderna samt att företagen inför rabattsaneringen inte aktivt skulle konkurrera om kunderna genom högre rabatter, dvs. det skulle råda en ”vapenvila”. Vidare skulle företagen enligt planen sträva efter att skapa ett ekonomiskt utrymme för rabattsaneringen, dvs. att inför denna hålla högre priser än normalt, i syfte att till viss del täcka det temporära inkomstbortfall som med nödvändighet skulle uppkomma i samband med den generella stolpprissänkningen.
117. Flertalet av mötena ägde rum inom ramen för den s.k. VSRP-gruppens arbete hos OKQ8, medan andra möten/kontakter skedde under andra former mellan två eller flera representanter för företagen.
118. Tisdagen den 25 maj 1999 ägde ett möte rum hos OKQ8 mellan motoristmarknadschefen för OKQ8 och verkställande direktören för Statoil. Av anteckningar som upprättats av den senare framgår att parterna diskuterade bl.a. pris- och rabattsituationen på bensinmarknaden. Vid mötet bestämdes bl.a. att företagen skulle ta ansvar för rabattutvecklingen och att ett nytt möte skulle äga rum med företrädare för Preem i syfte att diskutera rabattsituationen.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

119. Torsdagen den 10 juni 1999 ägde ett möte rum med VSRP-gruppen där företrädare för OKQ8, Preem, Shell och Statoil deltog. Vid detta möte nämndes rabattsituationen på bensinmarknaden.
120. På initiativ av verkställande direktören för Statoil möttes denne och motoristmarknadscheferna för OKQ8 respektive Preem för en gemensam lunch vid ett tillfälle under juni 1999. Under lunchen diskuterade företagens representanter bl.a. pris- och rabattsituationen samt behovet av en rabattsanering på bensinmarknaden.
121. Fredagen den 9 juli 1999 möttes motoristmarknadschefen för OKQ8 och kategorichefen för Statoil för en gemensam lunch i avsikt att bl.a. diskutera pris- och rabattsituationen på bensinmarknaden. Lunchen avbröts emellertid i förtid på grund av att OKQ8:s representant fick ett telefonsamtal och var tvungen att avbryta lunchen.
122. Fredagen den 13 augusti 1999 sammanträffade samma företrädare för OKQ8 och Statoil samt det förra företags marknadschef för att återuppta det tidigare avbrutna lunchmötet. Under mötet diskuterades deltagarna pris- och rabattsituationen på bensinmarknaden. Bland annat diskuterades OK:s återbäring och rabattnivåerna för små, medelstora och stora företag samt för stat och kommun. Statoils företrädare ansåg att rabattnivåerna var höga och att man därför borde sänka rabatterna. Mötesdeltagarna kom överens om att den ”totala sänkningen bör vara 15 öre”. Parterna enades om att frågan skulle tas upp på nästa möte med VSRP-gruppen. På eftermiddagen sammanträffade motoristmarknadscheferna i OKQ8 respektive Preem och ytterligare en representant från vardera bolagen för att diskutera stationsnätet och eventuella stationsbyten. Vid detta möte samtalades bl.a. om pris- och rabattutvecklingen på bensinmarknaden.
123. Tisdagen den 31 augusti 1999 möttes företrädare för Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil till ett sammanträde inom ramen för VSRP-gruppens arbete hos OKQ8. Vid detta möte diskuterades dels VSRP-frågan, dels pris- och rabattutvecklingen på bensinmarknaden. Representanten för Hydro deltog dock inte i den del av mötet där pris- och rabattutvecklingen behandlades. Övriga deltagare fick uppfattningen att företrädarna för OKQ8, Preem och Statoil tidigare hade diskuterat och nått samsyn i frågan hur man skulle agera avseende rabattsaneringen. Kategorichefen för Statoil uttalade vid mötet att företaget ansåg att man skulle genomföra en rabattsanering under september innebärande att stolppriset på bensin sänktes med 15 öre samtidigt som rabatterna justerades ned. Vid mötet lämnade kategorichefen för Statoil över en handling med förslag till kategoriindelning och nya rabattnivåer till motoristmarknadschefen för Shell. Det bestämdes att nästa möte skulle äga rum den 10 september 1999, dock bestämdes att vad gäller VSRP-frågan skulle denna diskuteras först måndagen den 27 september 1999.
124. Fredagen den 10 september 1999 möttes företrädare för OKQ8, Preem, Shell och Statoil till ett nytt sammanträde inom ramen för VSRP-gruppen hos OKQ8. Vid mötet diskuterade företagens företrädare på nytt frågan om rabattsanering. Kategorichefen för Statoil framhöll igen det angelägna i att genomföra den föreslagna rabattsaneringen och föreslog nu även en tidplan för genomförandet. Denne lämnade även

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

ett detaljerat förslag, som baserades på den handling som motoristmarknadschefen för Shell erhållit vid det tidigare mötet. Förslaget innehöll bl.a. detaljer om hur den framtida pris- och rabattstrukturen borde utformas vad gäller rabattnivåer för olika kundkategorier som bl.a. "Egen bil i tjänst max 15 öre", "Leasingföretag max 22 öre", "små – medelstora företag 15-20 öre", "stora företag 20-30 öre" och "Stat o kommun 20-30 öre". Vidare diskuterades hur större kunder skulle behandlas, bl.a. vilka som skulle undantas från rabattsaneringen. Företagens företrädare enades om inriktningen avseende kategoriindelning, rabattintervall och tidpunkt för genomförandet. Vid mötet diskuterades den betydelse återbäringen hade för OK:s kunder vid genomförandet av rabattsaneringen varvid konstaterades att återbäringen inte fick marknadsföras eftersom den riskerade att påverka rabattsaneringen negativt. Deltagarna enades även om att det skulle råda "vapenvila" mellan företagen, vilket innebar att de inte skulle erbjuda högre rabatter i konkurrensen om kunderna. Motoristmarknadschefen för Preem upplyste de övriga om att företaget, på grund av en decentraliserad struktur, hade vissa problem med att genomföra rabattsaneringen. OKQ8:s företrädare uppgav att företaget på grund av datatekniska problem hade svårigheter att under september genomföra rabattsaneringen. Vid mötet bestämdes att motoristmarknadschefen för Preem skulle kontakta Hydro i syfte att få det senare företaget att delta i den överenskomna rabattsaneringen. Man enades vidare om att en kontakt skulle tas med Jet för en "avstämning av oron över rabattnivån."

125. Tisdagen den 14 september 1999 tog motoristmarknadschefen för Preem per telefon kontakt med etableringschefen på Hydro, tillika intern koordinator av prisstrukturella frågor inom motoristavdelningen (koordinatör), och upplyste om att en rabattsanering planerades. Företrädarna möttes senare samma dag på Preems kontor varvid koordinatören blev upplyst om de närmare detaljerna kring den överenskomna rabattsaneringen, bl.a. att stolppriset skulle sänkas med 15 öre per liter, att kortrabatterna skulle minskas och att rabattnivåerna efter saneringen skulle vara lägst 6-12 öre och högst 30 öre samt att rabattsaneringen planerades att genomföras den 1 oktober 1999.
126. Torsdagen den 16 september 1999 möttes företrädarna för Hydro (som tillkommit efter mötet med motoristmarknadschefen för Preem), OKQ8, Preem, Shell och Statoil till ett nytt sammanträde inom ramen för VSRP-gruppen hos OKQ8. Vid mötet erhöll Hydros koordinator detaljerad information om rabattsaneringen. Företagens företrädare förde vid mötet en mer ingående diskussion om bl.a. kategoriindelning, rabattnivåer och tidpunkten för genomförandet, varvid bestämdes att rabattsaneringen skulle genomföras den 1 oktober 1999. Vidare diskuterades hur man gemensamt skulle hantera större kunder eftersom en samordning bedömdes vara nödvändig då vissa av bensinföretagen endast var dellerantörer och annars riskerade att förlora kunden. Vid mötet diskuterades även vikten av att man informerade de s.k. Volvohandlarna om rabattsaneringen. Man konstaterade även att det behövdes "...en trigger som går ut och sänker". Företrädare för OKQ8 upplyste övriga deltagare om att företaget p.g.a. dataproblem hade svårigheter att genomföra saneringen per den 1 oktober. Shells företrädare meddelade att företaget avsåg att genomföra rabattsaneringen även om de övriga företagen inte skulle komma att genomföra den och att företaget hade svårt att differentiera rabattsänkningen på olika kundkategorier.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

127. Fredagen den 17 september 1999 erhöj Hydros koordinator ett samtal på mobiltelefonen från kategorichefen för Statoil där denne meddelade att rabattsaneringen skulle senareläggas till den 1 november. Denna information vidarebefordrades till motoristmarknadschefen för Hydro.
128. Onsdagen den 22 september 1999 möttes OKQ8:s och Preems motoristmarknadschefer, samt ytterligare en representant från vardera bolaget, för att diskutera stationsnätet och eventuella stationsbyten. Även vid detta möte nämndes rabattsaneringsfrågan.
129. Tisdagen den 28 september 1999 möttes företrädarna för Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil till ännu ett sammanträde inom ramen för VSRP-gruppen. Vid mötet diskuterade företagets företrädare än en gång detaljerna kring rabattsaneringen. Bland annat diskuterades åter kategoriindelningarna, rabattnivåerna och tidpunkten för genomförandet. Företrädare för Shell och Hydro uppgav att deras respektive företagskunder hade lägst 10 öre i rabatt. Företrädare för Shell uppgav dessutom att företaget hade svårt att definiera volymer för företag och att de därför skulle gå ut med 15 öre generellt. Företrädare för OKQ8 upplyste om de problem som förelåg beträffande vissa av medlemsföreningarna samt lämnade information om när brev till vissa kunder skulle skickas ut. Även de under hösten kommande upphandlingarna och OK:s återbäring till kunderna diskuterades. Vidare diskuterades hur företagen skulle agera om kunderna inte accepterade rabattsaneringen.
130. Torsdagen den 14 oktober 1999 möttes företrädare för Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil till ytterligare ett sammanträde inom ramen för VSRP-gruppen hos OKQ8. Kategorichefen för Statoil frågade företrädarna för de andra bolagen varför de ännu inte vidtagit några rabattsaneringsåtgärder på marknaden och informerade samtidigt om att Statoils säljorganisation informerade sina kunder om att en rabattsanering skulle företas. Kategorichefen för Statoil nämnde vidare att företaget tänkte tillämpa en lägsta rabatt på 12 öre. Företrädare för Preem uppgav att företaget "...kommer att gå direkt på den nya nivån", OKQ8 uppgav att man "går ner till den nivån som skall gälla" och Shell att företaget "går enbart 15 öre i första omgången" och att det "[d]ärefter sker en förhandling". Vidare diskuterade företrädarna för Hydro och OKQ8 hur dessa företag skulle hantera Volvohandlarna. Företrädarna diskuterade även enskilda kunders affärsvillkor, bl.a. avtalstider och rabattnivåer, samt vilka större kunder som skulle undantas från rabattsaneringen.
131. Onsdagen den 27 oktober 1999 ägde ett nytt möte rum mellan företrädarna för Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil hos OKQ8 bl.a. i syfte att säkerställa att alla agerade i enlighet med planen för rabattsaneringen. Företrädarna diskuterade därvid bl.a. reaktioner från kunder som fått sina avtal uppsagda till omförhandling av pris- och rabatter, samt uppsägningstider. Även enskilda större kunder, de s.k. undantagen, diskuterades. Vid mötet upplyste OKQ8:s företrädare de övriga deltagarna om att företaget skulle tillämpa de nya rabattnivåerna från den 8 november, eftersom man av datatekniska skäl inte kunde låta de nya rabatterna träda i kraft tidigare.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

132. Den 2-3 november 1999 kontaktade motoristmarknadschefen för Preem, per telefon, företagsmarknadschefen för OKQ8 för att få bekräftat att det senare företaget hade gått ut med sina kundbrev. OKQ8:s representant upplyste vid samtalet att kundbrevens hade skickats ut.
133. Fredagen den 12 november 1999 möttes ånyo företrädare för Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil till ett sammanträde inom ramen för VSRP-gruppen hos OKQ8. Vid mötet diskuterade företrädarna den genomförda rabattsaneringen. Bland annat diskuterades hur vissa större enskilda kunder hade reagerat och vilka problem som olika kunders uppsägningstider hade medfört vid rabattsaneringen. Företagens företrädare lämnade även varandra information om hur förhandlingarna med kunderna om de nya rabattnivåerna fortskridit.
134. Tisdagen den 23 november 1999 skickade företagsmarknadschefen för OKQ8 ett e-postmeddelande till motoristmarknadschefen för Preem innehållande detaljerad information om rabatter som företaget lämnade till ett antal närmare angivna kunder, vilka till viss del även hade diskuterats på mötet den 16 september. I meddelandet efterfrågades Preems inställning till dessa rabatter. Motoristmarknadschefen för Preem lämnade över meddelandet till företagsförsäljningschefen. Denne kontaktade därefter företagsmarknadschefen för OKQ8, per telefon, och meddelade att företaget avsåg att genomföra rabattsaneringen i enlighet med vad som hade överenskommit. Vid samtalet diskuterades även enskilda kunder och vilka rabatter som skulle gälla för dessa.
135. Under perioden den 7 november – den 9 december 1999 tog företagsförsäljningschefen för Preem i vart fall tre gånger telefonkontakt med företagsmarknadschefen för OKQ8, en gång med företagsmarknadschefen för Shell och en gång med företagsmarknadschefen för Statoil. Vid dessa samtal utbytte företrädarna information om rabatterna för ett antal närmare angivna kunder som man förhandlade med.
136. Torsdagen den 25 november 1999 möttes företrädare för Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil till ännu ett sammanträde inom ramen för VSRP-gruppen. Vid detta möte diskuterades åter endast VSRP-frågan.
137. Utöver ovan angivna kontakter mellan företrädarna för företagen ägde vidare ett antal kontakter rum mellan olika företrädare per telefon. Fredagen den 17 september 1999 ringde motoristmarknadschefen för Preem till kategorichefen för Statoil vid två tillfällen (jmf även punkten 127). Tisdagen den 5 oktober 1999 ringde motoristmarknadschefen för OKQ8 till kontrollern för Shell dels kl. 10.43, dels kl. 13.48.

Företagens åtgärder för att genomföra rabattsaneringen

138. Under 1998 började man inom respektive företag i allt större utsträckning att diskutera pris- och rabattutvecklingen på bensinmarknaden. Inom flertalet företag bedömdes den eskalerande rabattutvecklingen utgöra ett allt större problem och fråga uppkom hur problemet med rabattutvecklingen skulle hanteras.
139. Under våren och sommaren 1999 togs kontakter mellan vissa av företagen bl.a. för att diskutera problemet med rabattutvecklingen.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

140. Företagen vidtog under hösten 1999 konkreta åtgärder för att genomföra den planerade rabattsaneringen. Företagens åtgärder följde tidsmässigt i allt väsentligt vad som överenskommits mellan företagens företrädare vid de gemensamma mötena under motsvarande period.

Hydro

141. Måndagen den 8 juni 1998 ägde ett ledningsgruppsmöte rum där man diskuterade olika alternativ för att lösa problemet med utvecklingen av marginalen. Ett alternativ som diskuterades var därvid att sänka rabatterna till kunderna. Företagens verkställande direktör gav motoristmarknadschefen i uppdrag att till nästa kvartalsmöte närmare utreda frågan.
142. Torsdagen den 27 augusti 1998 ägde ett regionschefs- och stabsmöte rum där frågan om den pågående rabattutvecklingen närmare diskuterades, bl.a. efterlyste koordinatören information om vem som "sätter rabatter".
143. Tisdagen den 24 november 1998 ägde ett nytt stabsmöte rum där det under koordinatörens ledning närmare diskuterades bl.a. pris- och rabattutvecklingen.
144. Onsdagen den 25 augusti 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vilket innehöll en kallelse till möte med VSRP-gruppen den 31 augusti. Eftersom mötet bedömdes vara av mer teknisk karaktär beslöts att företagets tekniske chef skulle närvara vid mötet, vilket också meddelades motoristmarknadschefen för OKQ8.
145. Tisdagen den 31 augusti 1999 närvarade den tekniske chefen på VSRP-mötet (se punkten 123).
146. Tisdagen den 14 september 1999 meddelade motoristmarknadschefen för Preem koordinatören att han hade information om att en rabattsanering planerades. Efter samråd mellan motoristmarknadschefen och koordinatören bestämdes att den senare skulle besöka Preem för att få närmare information om rabattsaneringen. Vid ett besök samma dag lämnade motoristmarknadschefen för Preem detaljerad information om rabattsaneringen (se punkten 125).
147. Torsdagen den 16 september 1999 deltog koordinatören i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 126). Senare samma dag informerade koordinatören motoristmarknadschefen om att han erhållit information bl.a. om att en rabattsanering skulle äga rum den 1 oktober. Motoristmarknadschefen och koordinatören diskuterade därvid den tidigare rabattsaneringen avseende bensin och det möjliga utfallet av den nu planerade rabattsaneringen. Inom motoristavdelningen påbörjades diskussioner om hur företaget skulle agera om den planerade rabattsaneringen skulle komma att genomföras. Marknadssektionen inom motoristavdelningen gavs i uppdrag att formulera ett utkast till kundbrev. Kundservicegruppen inom motoristavdelningen fick i uppdrag att sammanställa faktaunderlag avseende kundgrupper och de för tillfället gällande rabattnivåerna.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

148. Fredagen den 17 september 1999 erhöill koordinatorm ett telefonsamtal från kategori-
chefen för Statoil varvid denne meddelade att rabattsaneringen kommer att senare-
läggas till den 1 november. Denna information vidarebefordrades till
motoristmarknadschefen.
149. Måndagen den 27 september 1999 ägde ett ledningsgruppsmöte rum där motorist-
marknadschefen informerade om att det kommer att ske en rabattsanering på bensin
den 1 november.
150. Tisdagen den 28 september 1999 deltog koordinatorm i ett möte med representanter för
de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 129).
151. Onsdagen den 29 september 1999 förelåg ett utkast till kundbrev.
152. Fredagen den 1 oktober 1999 erhöill den tekniske chefen ett meddelande per fax från
motoristmarknadschefen för OKQ8 att det planerade mötet med VSRP-gruppen hade
flyttats från den 4 oktober till den 14 oktober.
153. Under slutet av september och under oktober hölls flera interna möten på motorist-
avdelningen för att förbereda rabattsaneringen.
154. Torsdagen den 14 oktober 1999 deltog koordinatorm i ett möte med representanter för
de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 130).
155. Den 14-15 oktober 1999 hade företaget ett internt möte där bl.a. koordinatorm och
regioncheferna deltog. Vid mötet informerade koordinatorm om vad som hade
diskuterats och bestämts vid mötet med representanterna för de andra företagen. Vid
det interna mötet presenterades planen för genomförandet av rabattsaneringen, bl.a. att
stolppriset skulle sänkas med 15 öre/liter, att rabatterna skulle sänkas och att detta
skulle genomföras den 1 november 1999. Det bestämdes att företaget skulle inrikta sig
på att genomföra rabattsaneringen i enlighet med planen och att brev till kunderna
skulle skickas ut under perioden den 18-24 oktober.
156. Efter det interna tvådagarsmötet tog koordinatorm kontakt med Volvofinans Konto AB
för att informera om rabattsaneringen. Vidare fick regioncheferna i uppdrag att
kontakta de enskilda Volvohandlarna för att informera om rabattsaneringen.
157. Den 18-24 oktober 1999 fick företaget information från fältorganisationen om att
Statoil hade informerat sina större kunder om att de skulle genomföra en
rabattsanering den 1 november. Motoristmarknadschefen informerade verkställande
direktören om att rabattsaneringen var på "bana" och att företaget nu satsade på att
"sanera tufft" och skapa ett starkare täckningsbidrag.
158. Den 25-27 oktober 1999 informerade koordinatorm motoristmarknadschefen om att
Preem och Statoil nu hade skickat brev till sina kunder med information om
rabattsaneringen, varvid även företaget skickade brev till sina kunder med
motsvarande information.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

159. Tisdagen den 26 oktober 1999 ägde ett regionmöte rum, där deltagarna fick detaljerad information om att rabattsaneringen skulle genomföras, bl.a. att rabatterna skulle sänkas till lägst 6 respektive 10 öre/liter (se punkten 129) och att åtgärderna skulle genomföras den 1 november.
 160. Onsdagen den 27 oktober 1999 deltog koordinatören i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 131). Samma dag skickade företaget brev till Volvohandlarna med information om rabattsaneringen. I breven uppmanades dessa att sänka rabatterna på närmare angivet sätt.
 161. Fredagen den 29 oktober 1999 ägde ett internt stabsmöte rum där man informerade om att alla kundbrev hade skickats och att "fas 2" nu inleddes. Samma dag informerades all personal om att en rabattsanering skulle genomföras den 1 november.
 162. Fredagen den 12 november 1999 deltog koordinatören i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 133). Vid mötet deltog även den person från företaget som hade lämnat information om rabattsaneringen till Volvohandlarna.
 163. Torsdagen den 25 november 1999 deltog företrädare för företaget i ett VSRP-möte (se punkten 136).
 164. Vid saneringen delade företaget in kunderna i flera olika kategorier och följde i allt väsentligt de rabattnivåer som hade överenskommit med de övriga företagen. Företaget genomförde sålunda rabattsaneringen i enlighet med den av företagen överenskomna planen.
- OKQ8*
165. Tisdagen den 25 maj 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen för OKQ8 och verkställande direktören för Statoil under vilket företrädarna diskuterade pris och rabattutvecklingen på bensinmarknaden (se punkten 118).
 166. Tisdagen den 1 juni 1999 skickade motoristmarknadschefen ett fax till motoristmarknadschefen för Preem, en företrädare för Shell och till kategorichefen för Statoil, vari angavs att nästa VSRP-möte skulle äga rum på OKQ8:s kontor den 10 juni 1999 kl. 15.30.
 167. Torsdagen den 10 juni 1999 deltog sedan motoristmarknadschefen och ytterligare en företrädare för företaget i VSRP-mötet (se punkten 119).
 168. Under juni 1999 möttes OKQ8:s och Preems motoristmarknadschefer samt verkställande direktören för Statoil för en gemensam lunch för att diskutera pris- och rabattfrågor (se punkten 120).
 169. Fredagen den 9 juli 1999 mötte motoristmarknadschefen kategorichefen för Statoil för en gemensam lunch (se punkten 121).

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

170. Onsdagen den 11 augusti 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen, företagsmarknadschefen och återförsäljarmarknadschefen under vilket rabattutvecklingen diskuterades.
171. Torsdagen den 12 augusti 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen under vilket bl.a. rabattutvecklingen diskuterades.
172. På förmiddagen fredagen den 13 augusti 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen, företagsmarknadschefen och kategorichefen för Statoil där pris- och rabattutvecklingen diskuterades (se punkten 122). Under eftermiddagen ägde ett möte rum mellan företagets motoristmarknadschef och motoristmarknadschefen för Preem under vilket bl.a. pris- och rabattfrågan omnämndes (se punkten 122). Under eftermiddagen samma dag informerade företagsmarknadschefen återförsäljarmarknadschefen om vad som hade diskuterats under förmiddagens möte.
173. Den 13 – 31 augusti 1999 ägde ett antal interna möten rum mellan motoristmarknadschefen, företagsmarknadschefen och återförsäljarmarknadschefen, där den kommande rabattsaneringen närmare diskuterades.
174. Onsdagen den 25 augusti 1999 skickade motoristmarknadschefen ett fax till motoristmarknadscheferna för Hydro, Preem och Shell samt kategorichefen för Statoil vari det bekräftades att nästa VSRP-möte skulle äga rum hos OKQ8 den 31 augusti kl. 15.
175. Tisdagen den 31 augusti 1999 deltog motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen i ett VSRP-möte (se punkten 123).
176. Under andra hälften av augusti 1999 informerade motoristmarknadschefen verkställande direktören om att det troligtvis skulle genomföras en rabattsanering under hösten.
177. Tisdagen den 7 september 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen, företagsmarknadschefen och återförsäljarmarknadschefen där företrädarna diskuterade pris- och rabattutvecklingen.
178. Fredagen den 10 september 1999 deltog motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 124). Samma dag sammanträffade motoristmarknadschefen med företagsmarknadschefen och återförsäljarmarknadschefen och diskuterade möjliga utfall av den planerade rabattsaneringen.
179. Måndagen den 13 september 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen, företagsmarknadschefen och återförsäljarmarknadschefen där bl.a. pris- och rabattutvecklingen diskuterades.
180. Onsdagen den 15 september 1999 färdigställdes inom företaget en detaljerad plan för genomförandet av rabattsaneringen, i vilken angavs bl.a. rabattkategorier, antal kunder och brev samt kunder med uppsägningsklausuler. I planen angavs att det skulle ta 18 dagar att genomföra rabattsaneringen.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

181. Torsdagen den 16 september 1999 deltog representanter för företaget i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 126).
182. I samband med något av VSRP-gruppens möten under september, troligen den 16 september, informerade motoristmarknadschefen den verkställande direktören om rabattsaneringen varvid företaget fattade beslut om att genomföra denna i enlighet med planen.
183. Onsdagen den 22 september 1999 mötte motoristmarknadschefen och ytterligare en representant från OKQ8 motoristmarknadschefen för Preem och ytterligare en representant från det senare företaget (se punkten 128).
184. Tisdagen den 28 september 1999 efterhörde verkställande direktören i ett e-postmeddelande till motoristmarknadschefen huruvida den bensinprishöjning som skulle genomföras nästföljande dag gjordes för att skapa utrymme för rabattsaneringen. Samma dag deltog representanter för företaget i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 129).
185. I början på oktober 1999 skickades brev om uppsägning till vissa kundkategorier.
186. Fredagen den 1 oktober 1999 skickade motoristmarknadschefen ett fax till Hydros tekniske chef, motoristmarknadscheferna för Preem och Shell samt kategorichefen för Statoil vari det angavs att det planerade VSRP-mötet den 4 oktober var flyttat till den 14 oktober.
187. Måndagen den 4 oktober 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen varefter den senare informerade annan personal om bl.a. kundkategorier och rabattnivåer.
188. Tisdagen den 5 oktober 1999 kontaktade motoristmarknadschefen, per telefon, controllern för Shell (se punkten 137).
189. Fredagen den 8 oktober 1999 informerade företagsmarknadschefen i en konfidentiell promemoria personal med kundansvar att en rabattsanering skulle äga rum i början av november och vilka kundkategorier samt rabattnivåer som skulle gälla.
190. Måndagen den 11 oktober 1999 meddelade företagsmarknadschefen berörd personal att ”nu har pusselbitarna fallit på plats...” och att de skulle ”mentalt förbered[a]” sig för rabattsaneringen samt att mer information skulle komma att lämnas senare under samma vecka.
191. Torsdagen den 14 oktober 1999 deltog representanter för företaget i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 130).
192. Fredagen den 15 oktober 1999 informerade företagsmarknadschefen genom ett e-postmeddelande att det efter ett möte dagen innan nu stod klart att åtgärderna avseende rabattsaneringen måste påskyndas i syfte att genomföra denna så skyndsamt som möjligt.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

193. Tisdagen den 19 oktober 1999 ägde ett internt möte rum där frågan om rabattsaneringen diskuterades.
194. Fredagen den 22 oktober 1999 ägde ett nytt internt möte rum med ett flertal personer där rabattsaneringen diskuterades och där det skedde en avstämning av de åtgärder som skulle vidtas nästföljande vecka. Samma dag uppmanade företagsmarknadschefen företagets säljkår att inte närmare diskutera rabattförändringen med kunderna utan avvakta med besked i denna fråga till dess att denna närmare hade diskuterats vid det planerade interna mötet den 28 oktober. Vidare uppmanade denne personalen att vara uppmärksam på hur konkurrenterna agerade och informera ”innan onsdag morgon”, dvs. den 27 oktober, om det inträffade något speciellt t.ex. ”avvikelser mot vad vi förväntat oss”.
195. Måndagen den 25 oktober 1999 informerade företagsmarknadschefen om den närmare utformningen av kundbrev och begärde att eventuella synpunkter skulle lämnas senare samma dag.
196. Tisdagen den 26 oktober 1999 förelåg en sammanställning över olika kundbrev och de företag som skulle undantas från rabattsaneringen.
197. Onsdagen den 27 oktober 1999 (förmiddagen) deltog motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 131). Senare samma dag ägde ett möte rum mellan verkställande direktören och motoristmarknadschefen där de diskuterade rabattsaneringen, bl.a. frågan om Volvohandlarna.
198. Torsdagen den 28 oktober 1999 ägde ett internt möte rum där rabattsaneringen diskuterades.
199. Fredagen den 29 oktober 1999 ägde ytterligare ett internt möte rum där rabattsaneringen diskuterades, bl.a. kundreaktioner och huruvida man gick i ”rabattfällan”. Samma dag informerade företagsmarknadschefen om att ”[v]åra kollegor i branschen kör nu för fullt.”
200. Tisdagen den 2 november 1999 blev företagets bensinstationer närmare informerade om prissänkningen och rabattsaneringen.
201. Onsdagen den 3 november 1999 skulle, enligt intern information, alla s.k. undantagskunder erhålla brev med information om rabattsaneringen.
202. Den 2-3 november 1999 kontaktade motoristmarknadschefen för Preem, per telefon, företagsmarknadschefen för OKQ8 (se punkten 132).
203. Onsdagen den 10 november 1999 efterfrågades företagsmarknadschefens uppfattning kring hur ett antal större kunder skulle hanteras.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

204. Fredagen den 12 november 1999 deltog motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 133).
205. Tisdagen den 16 november 1999 anmodade företagsmarknadschefen personalen att ”vara mycket restriktiva (läs; helt undvika) att sälja in medlemskapet på nya personalgrupper intills dess att saneringen” var genomförd eftersom detta annars skulle kunna orsaka ”starka reaktioner på marknaden och kan undergräva hela saneringen av anställdagrupper vilket i sin tur risker att slå undan benen på hela saneringen.”
206. Tisdagen den 23 november 1999 skickade företagsmarknadschefen ett e-postmeddelande till motoristmarknadschefen för Preem i vilket det lämnades detaljerad information om rabattvillkoren för ett antal närmare angivna kunder med en begäran om Preems uppfattning kring dessa frågor (se punkten 134).
207. Vid tre tillfällen under perioden den 7 november – den 9 december 1999 blev företagsmarknadschefen per telefon kontaktad av Preems företagsförsäljningschef varvid de diskuterade rabattsaneringen (se punkten 135).
208. Torsdagen den 25 november 1999 deltog företrädare för företaget i ett VSRP-möte (se punkten 136).
209. Tisdagen den 14 december 1999 informerade motoristmarknadschefen den verkställande direktören om rabattsaneringen och upplyste därvid bl.a. att det ”[p]å grund av en kraftig eskalering av kortrabatterna under de[t] sista året var det nödvändigt att dra ned dessa i början av november. I sin förlängning hotade de såväl den balans mellan automatpriser och ”bemannade” priser som den stabila och förbättrade bensinmarginal som vi sett under det senaste året...Själva saneringsprocessen har gått över förväntan. De målsättningar om nya rabattnivåer har redan genomförts eller är på väg att genomföras. Kraften och konsistensen i genomförandet är mycket viktig och har fungerat mycket bra. Tyvärr har produktpriserna till skillnad från det historiska mönstret stigit kraftigt och medfört dåliga marginaler under november.”
210. De enheter inom företaget som närmast var berörda av rabattsaneringen var ”Företagsmarknad” och ”IT-avdelningen” inom enheten ”Motoristmarknad”. Personal vid dessa enheter vidtog bl.a. den tekniska justeringen av rabatterna och omförhandlingen med kunder. Ledande roller i genomförandet av rabattsaneringen hade motoristmarknadschefen, som beslutade om prisförändringen, och företagsmarknadschefen, som beslutade om rabattförändringen.
211. Företaget tillämpade ett flertal olika kundsegment vid rabattsaneringen. Företagets regionala säljare ansvarade för kundindelningen. Kunder som inte grupperades individuellt hänfördes i huvudsak till kundsegmenten ”Privatkunder” (utan något gruppavtal), ”Anställdagrupper” (privatpersoner med avtal via arbetsgivare, organisation eller liknande), ”Egen bil i tjänsten” (privatpersoner), ”Företag” (juridiska personer) eller ”Undantagen” (kunder som undantogs för separat

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

behandling). Kundsegmentet "Företag" utgjordes av delsegment som grundades på bl.a. efterfrågad volym och den nya rabattnivån.

212. Vid genomförandet av rabattsaneringen följde företaget i allt väsentligt de rabattnivåer för olika kundkategorier som hade överenskommit med de övriga företagen. Företaget genomförde sålunda i allt väsentligt rabattsaneringen i enlighet med den av företagen antagna planen.

Preem

213. Tisdagen den 1 juni 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari angavs att nästa VSRP-möte skulle äga rum på OKQ8:s kontor den 10 juni kl. 15.30.
214. Torsdagen den 10 juni 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett VSRP-möte (se punkten 119).
215. Under juni 1999 möttes OKQ8:s och Preems motoristmarknadschefer samt verkställande direktören för Statoil för en gemensam lunch för att diskutera pris- och rabattfrågor (se punkten 120).
216. Fredagen den 13 augusti 1999 ägde ett möte rum mellan företagets motoristmarknadschef och motoristmarknadschefen för OKQ8 under vilket bl.a. pris- och rabattfrågan omnämndes (se punkten 122).
217. Onsdagen den 25 augusti 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari det bekräftades att nästa VSRP-möte skulle äga rum hos OKQ8 den 31 augusti kl. 15.00.
218. Tisdagen den 31 augusti 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett VSRP-möte hos OKQ8 (se punkten 123).
219. Onsdagen den 1 september 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen och en representant från Marknadsserviceenheten (marknadsserviceledaren) där rabattsaneringen diskuterades. Mötet föranleddes av att motoristmarknadschefen dagen innan, dvs. den 31 augusti 1999, deltog i ett möte inom VSRP-gruppen (se punkten 123). Syftet med det interna mötet var att gå igenom "körschemat" för en rabattsanering. Efter mötet påbörjade företaget en genomgång av kundlistorna.
220. Chefen för företagsförsäljningen inom motoristmarknad (företagsförsäljningschefen) blev i början av september informerad om att en rabattsanering var förestående. Under september ägde ett antal interna möten rum mellan motoristmarknadschefen och företagsförsäljningschefen där bl.a. rabattsaneringen diskuterades. Motoristmarknadschefen informerade kontinuerligt företagsförsäljningschefen om utvecklingen i rabattfrågan.
221. Fredagen den 10 september 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 124).

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

222. Måndagen den 13 september 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen och företagsförsäljningschefen där bl.a. rabattutvecklingen diskuterades.
223. Tisdagen den 14 september 1999 meddelade motoristmarknadschefen Hydros koordinator att han hade information om att en rabattsanering planerades. Vid ett besök samma dag lämnade motoristmarknadschefen detaljerad information om rabattsaneringen (se punkten 125).
224. Onsdagen den 15 september 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen, företagsförsäljningschefen och marknadsserviceledaren där bl.a. rabattutvecklingen diskuterades.
225. Torsdagen den 16 september 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 126).
226. Fredagen den 17 september 1999 kontaktade motoristmarknadschefen, per telefon, kategorichefen för Statoil (se punkten 137).
227. Onsdagen den 22 september 1999 mötte motoristmarknadschefen och ytterligare en representant från Preem motoristmarknadschefen för OKQ8 och ytterligare en representant från det senare företaget (se punkten 128).
228. Tisdagen den 28 september 1999 deltog en representant för företaget i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 129).
229. Onsdagen den 1 oktober 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari det angavs att det planerade VSRP-mötet den 4 oktober var flyttat till den 14 oktober.
230. I mitten av oktober 1999 fick företaget information om att Statoil hade börjat säga upp rabattavtal med sina avtalskunder.
231. Under oktober påbörjade företaget arbetet med att formulera utkast till kundbrev och kontaktade externa leverantörer.
232. Torsdagen den 14 oktober 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 130).
233. I vart fall senast i mitten av oktober erhöll chefen för enheten "Svensk marknad" information om den förestående rabattsaneringen.
234. Tisdagen den 19 oktober 1999 förelåg ett underlag för rabattsaneringen, som baserades på information från föregående möten med VSRP-gruppen, och i vilket bl.a. kundkategorier och rabattnivåer angavs.
235. Onsdagen den 27 oktober 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

- 131). Samma dag beslutade motoristmarknadschefen att företaget skulle genomföra rabattsaneringen varefter brev skickades till kunder och återförsäljare.
236. Torsdagen den 28 oktober 1999 informerades berörd personal om den förestående rabattsaneringen.
237. Måndagen den 1 november 1999 informerades företagets bensinstationer närmare om rabattsaneringen.
238. Den 2-3 november 1999 kontaktade företagets motoristmarknadschef, per telefon, företagsmarknadschefen för OKQ8 (se punkten 132).
239. Fredagen den 12 november deltog motoristmarknadschefen och företagsförsäljningschefen i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 133).
240. Tisdagen den 23 november 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett e-postmeddelande från företagsmarknadschefen för OKQ8 i vilket det lämnades detaljerad information om rabattvillkoren för ett antal närmare angivna kunder med en begäran om företagets uppfattning kring dessa frågor (se punkten 134). Motoristmarknadschefen överlämnade e-postmeddelandet till företagsförsäljningschefen som i sin tur kontaktade OKQ8:s företagsmarknadschef och uppgav bl.a. att företaget avsåg att genomföra rabattsaneringen som planerat.
241. Under perioden den 7 – 9 december 1999 kontaktade företagsförsäljningschefen per telefon sin motsvarighet hos OKQ8, Shell respektive Statoil och diskuterade rabattsaneringen (se punkten 135).
242. Torsdagen den 25 november 1999 deltog företrädare för företaget i ett VSRP-möte (se punkten 136).
243. Företaget tillämpade olika kundsegment inför rabattsaneringen. Indelningen gjordes i huvudsak efter vilken rabatt kunden erhöll efter rabattsaneringen.
244. Vid genomförandet av rabattsaneringen följde företaget i allt väsentligt de rabattnivåer för olika kundkategorier som hade överenskommit med de övriga företagen. Företaget genomförde sålunda i allt väsentligt rabattsaneringen i enlighet med den av företagen antagna planen.
- Shell*
245. I april/maj 1998 noterade företagsmarknadschefen att kundrabatterna ökade och nämnde detta för kontrollern.
246. I april/maj 1999 fick företagsmarknadschefen kännedom om att en kund blivit erbjuden en högre rabatt av en konkurrent men att konkurrenten inte avsåg att teckna något längre avtal eftersom det rådde osäkerhet i frågan om vad som skulle inträffa med rabatterna under hösten 1999. Företagsmarknadschefen tolkade informationen

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

som om en rabattsanering var nära förestående vilket han också förmedlade till motoristmarknadschefen.

247. Tisdagen den 1 juni 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari angavs att nästa VSRP-möte skulle äga rum på det senare företags kontor den 10 juni kl. 15.30.
248. Torsdagen den 10 juni 1999 deltog motoristmarknadschefen och dåvarande controller i Shell (controllern) i ett VSRP-möte (se punkten 119).
249. Onsdagen den 25 augusti 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari det bekräftades att nästa VSRP-möte skulle äga rum hos OKQ8 den 31 augusti kl. 15.00.
250. Tisdagen den 31 augusti 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett VSRP-möte hos OKQ8. Vid mötet överlämnade kategorichefen för Statoil en handling med detaljerad information om kundkategorier och rabattnivåer till motoristmarknadschefen (se punkten 123).
251. Onsdagen den 1 september 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen där den förre visade den handling han fått vid mötet dagen innan och bad företagsmarknadschefen att närmare utreda vad en rabattsanering skulle innebära för företaget.
252. Torsdagen den 2 september 1999 ägde ett möte rum varvid bl.a. en rabattsanering på bensin diskuterades. Det upplystes om att företagsmarknadschefen fått i uppdrag att närmare utreda rabattsaneringsfrågan. Vidare gavs controllern i uppdrag att närmare beräkna vilka ekonomiska effekter som rabattsaneringen kunde medföra.
253. Onsdagen den 8 september 1999 ägde ett möte rum mellan motoristmarknadschefen och företagsmarknadschefen där man diskuterade ett eventuellt genomförande av en rabattsanering. Man gick även igenom de kundkategorier och rabattnivåer som presenterades för företagsmarknadschefen på mötet den 1 september 1999.
254. Fredagen den 10 september 1999 deltog motoristmarknadschefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 124).
255. Torsdagen den 16 september 1999 deltog, på begäran av motoristmarknadschefen, företagsmarknadschefen och controllern i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 126).
256. I mitten av september 1999 erhöll en av företags säljare information från en kund om att Preem meddelat att en rabattsanering var nära förestående.
257. Tisdagen den 28 september 1999 deltog en eller flera representanter från företaget i ett möte med representanter för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 129).

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

258. Fredagen den 1 oktober 1999 erhöll motoristmarknadschefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari det angavs att det planerade VSRP-mötet den 4 oktober var flyttat till den 14 oktober.
259. I början av oktober 1999 uppmanade företagsmarknadschefen berörd personal att förbereda genomförandet av rabattsaneringen.
260. Tisdagen den 5 oktober 1999 blev kontrollern, per telefon, kontaktad av motoristmarknadschefen för OKQ8 (se punkten 137).
261. Torsdagen den 14 oktober 1999 deltog företagsmarknadschefen och kontrollern i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 130).
262. Måndagen den 18 oktober 1999 kallade företagsmarknadschefen via e-postmeddelande till möte den 20 respektive 25 oktober med anledning av den förestående rabattsaneringen.
263. Onsdagen den 20 oktober 1999 ägde ett internt möte (telefonkonferens) rum där den kommande rabattsaneringen diskuterades bl.a. vilka kunder som skulle undantas, rabattnivåer och tidpunkten för när kunderna skulle underrättas.
264. Söndagen den 24 oktober 1999 fick motoristmarknadschefen del av utkast till de kundbrev som man planerade att skicka den 28 och 29 oktober.
265. Måndagen den 25 oktober 1999 ägde ett internt möte rum där bl.a. företagsmarknadschefen, kontrollern och säljkåren deltog. Vid mötet diskuterades bl.a. de rabattnivåer som skulle tillämpas vid rabattsaneringen och som framtagits med ledning av information från möten med VSRP-gruppen. Vidare redovisade kontrollern det beräknade ekonomiska utfallet av den förestående rabattsaneringen som bl.a. byggde på en maxrabatt på 30 öre (se punkten 125).
266. Onsdagen den 27 oktober 1999 deltog företrädare för Shell i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 131). Samma dag, och nästföljande dag, skickade företaget ut kundbreven.
267. Torsdagen den 28 oktober 1999 informerade företagsmarknadschefen säljkåren att "...[d]u ska känna full support och stöttning i uppdraget...det är viktigt att Du håller ut för den yttersta rabattnivån 30 öre, som vi ju kommit fram till genom beräkningar som beaktar vårt lönsamhetskrav. Detta betyder att Du måste utmana alla de avtal som på ett eller annat sätt begränsar vår möjlighet till förändring."
268. Fredagen den 29 oktober 1999 blev företags bensinstationer närmare informerade om rabattsaneringen.
269. Den 3 november 1999 erhöll motoristmarknadschefen en sammanställning över kundreaktioner.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

270. Tisdagen den 9 november 1999 informerade företagsmarknadschefen dåvarande verkställande direktören för Shell, motoristmarknadschefen och säljkåren om hur förhandlingarna med företagskunderna avlöpte.
271. Fredagen den 12 november 1999 deltog företagsmarknadschefen och kontrollern i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 133).
272. Vid ett tillfälle under perioden den 7 november – 9 december 1999 blev företagsmarknadschefen per telefon kontaktad av Preems företagsförsäljningschef varvid de diskuterade rabattsaneringen (se punkten 135).
273. Torsdagen den 25 november 1999 deltog företrädare för företaget i ett VSRP-möte (se punkten 136).
274. Företagets kundsegment vid rabattsaneringen utgjordes av företags- respektive privatkundssegmentet. Med undantag av företag, myndigheter och organisationer som genom innehav av företags- eller privatkort hänfördes till antingen privat- eller företagssegmentet fanns ingen segmentering av dessa i företagets system (se punkterna 126 och 129).
- Statoil*
275. I vart fall under november 1998 aktualiserades behovet av en rabattsanering på bensenmarknaden då rabattnivåerna ökade på ett oroväckande sätt. Företaget bedömde att en lämplig tidpunkt för en eventuell rabattsanering var under hösten.
276. Tisdagen den 25 maj 1999 ägde ett möte rum mellan verkställande direktören för Statoil och motoristmarknadschefen för OKQ8 under vilket de närmare diskuterade pris- och rabattutvecklingen på bensenmarknaden (se punkten 118).
277. Tisdagen den 1 juni 1999 erhöll kategorichefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari angavs att nästa VSRP-möte skulle äga rum på OKQ8:s kontor den 10 juni kl. 15.30.
278. Torsdagen den 10 juni 1999 deltog kategorichefen i ett VSRP-möte (se punkten 119).
279. Vid ett tillfälle under juni 1999 möttes på initiativ av verkställande direktören denne, och OKQ8:s respektive Preems motoristmarknadschefer för en gemensam lunch (se punkten 120).
280. Fredagen den 9 juli 1999 mötte kategorichefen motoristmarknadschefen för OKQ8 för en gemensam lunch där bl.a. pris- och rabattsituationen på bensenmarknaden diskuterades. Lunchen avbröts emellertid i förtid och det bestämdes att man skulle sammanträffa vid en senare tidpunkt (se punkten 121).
281. Fredagen den 13 augusti 1999 ägde ett möte rum mellan kategorichefen och OKQ8:s företagsmarknadschef samt motoristmarknadschef där bl.a. pris- och rabattsituationen diskuterades (se punkten 122).

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

282. I slutet av sommaren 1999 gjordes internt inom företaget bedömningen att sannolikheten för en prisuppgång som skulle försvåra en rabattsanering var lägst under oktober-november vilket gjorde att denna period bedömdes som lämpligast för genomförandet av en rabattsanering. Enheten Företagsmarknad tog fram ett underlag med förslag till nya rabattnivåer för olika kundkategorier samt vilken ekonomisk effekt en rabattsanering skulle medföra.
283. Onsdagen den 25 augusti 1999 erhöll kategorichefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari det bekräftades att nästa VSRP-möte skulle äga rum hos OKQ8 den 31 augusti kl. 15.00.
284. Tisdagen den 31 augusti 1999 deltog kategorichefen i ett VSRP-möte (se punkten 123).
285. Torsdagen den 2 september 1999 skickade marknadschefen ett e-postmeddelande till företagsmarknadschefen där den förre underströk vikten av att en rabattsanering genomfördes eftersom man hade kommit i ett "osunt" läge avseende nivån på rabatterna. Samma dag skickade marknadschefen ett e-postmeddelande till verkställande direktören, kategorichefen och företagsmarknadschefen i vilket framhölls att det förelåg "ett starkt strategiskt behov av att göra en pris/rabattsanering i marknaden" och att "...nästa milepåle är den 10/9(?)." (se punkten 124).
286. Fredagen den 3 september 1999 ägde ett möte rum mellan verkställande direktören, kategorichefen, marknadschefen och företagsmarknadschefen där pris- och rabattsituationen diskuterades.
287. Under första hälften av september 1999 fattade företaget beslut om att verka för att en pris- och rabattsanering skulle genomföras så snart som möjligt, företrädesvis samma månad.
288. Måndagen den 6 september 1999 föreslog kategorichefen i en promemoria till verkställande direktören, marknadschefen och företagsmarknadschefen att rabattsaneringen borde genomföras den 1 oktober 1999. På grund av svårigheter med att bl.a. ta fram kunduppgifter och då vissa avtal löpte med uppsägningstid bestämdes emellertid att rabattsaneringen istället borde genomföras den 15 oktober 1999, vilket sedermera kom att ändras till den 1 november 1999.
289. Fredagen den 10 september 1999 ägde ett möte rum mellan bl.a. verkställande direktören, kategorichefen och marknadschefen där man bl.a. närmare diskuterade planen och kostnaderna för att genomföra rabattsaneringen. Senare samma dag deltog kategorichefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 124).
290. Måndagen den 13 september 1999 ägde ytterligare ett internt möte rum där man bl.a. diskuterade rabatter till taxiföretag. Samma dag skickade företagsmarknadschefen ett e-postmeddelande till ett antal befattningshavare i vilket han framhöll att "...rabattsituationen blivit helt orimlig... Detta har medfört att det nu ligger mycket nära till hands med en sanering."

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

291. Torsdagen den 16 september 1999 ägde ett möte rum mellan kategorichefen och företagsmarknadschefen för att diskutera rabattsaneringen. Senare samma dag deltog kategorichefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 126).
292. Fredagen den 17 september 1999 ringde kategorichefen till Hydros koordinator och meddelade att man avsåg att senarelägga saneringen till den 1 november (se punkten 127). Samma dag blev kategorichefen, per telefon, kontaktad av motoristmarknadschefen för Preem (se punkten 137).
293. Onsdagen den 22 september 1999 ägde ytterligare ett möte rum mellan bl.a. verkställande direktören, kategorichefen, marknadschefen och företagsmarknadschefen varvid bl.a. frågan om ett beslutsunderlag till företagets styrelse diskuterades.
294. Lördagen den 25 september 1999 förelåg ett utkast till kundbrev.
295. Tisdagen den 28 september 1999 deltog kategorichefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 129).
296. I slutet av september 1999 underrättade företaget de kunder vilkas avtal innehöll en särskild uppsägningsklausul.
297. Fredagen den 1 oktober 1999 skickade företagsmarknadschefen ett e-postmeddelande till säljkåren (med kopia till verkställande direktören, kategorichefen och marknadschefen) med information om den förestående rabattsaneringen bl.a. angavs det föreslagna stolpriset, att rabatterna samtidigt skulle sänkas och att åtgärderna skulle genomföras den 1 november. Samma dag erhöll kategorichefen ett fax från motoristmarknadschefen för OKQ8 vari det angavs att det planerade VSRP-mötet den 4 oktober var flyttat till den 14 oktober.
298. Onsdagen den 6 oktober 1999 skickade företagsmarknadschefen ett e-postmeddelande till ett stort antal kollegor med närmare instruktioner och en tidsplan. Av detta framgick bl.a. den föreslagna prissänkningen, kundkategorier och rabattnivåer. Vidare framhölls att avtal som hade en "omotiverad hög rabattnivå" skulle saneras "med mer än 15 öre för efter saneringen hamna på nivåer i enlighet med den nya rabattbefogenhetslistan."
299. Fredagen den 8 oktober 1999 skickade företagsmarknadschefen ett e-postmeddelande till ett antal kollegor och kallade till ett internt möte för att närmare gå igenom förutsättningarna för rabattsaneringen. Han framhöll att det efter rabattsaneringen var "otroligt viktigt att vi håller oss i skinnet och inte gör avsteg så att vi oroar och stökar till marknaden, då är vi snart på samma nivåer igen och det blir då väldigt dyrt."
300. Torsdagen den 14 oktober 1999 deltog kategorichefen i ytterligare ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 130).
301. Måndagen den 18 oktober 1999 deltog bl.a. kategorichefen och företagsmarknadschefen i ett möte där frågan om "prissanering[en]" diskuterades. Efter detta möte

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

skickade företagsmarknadschefen ett e-postmeddelande i vilket han bl.a. uppgav att han "...förstår att vi till vissa kunder har svårt att sanera rabatten med mer än listprissänkningen...Ambitionen är ändå att snarast hamna på de nya nivåerna."

302. Under perioden den 25 – den 27 oktober 1999 skickade företaget brev till de kunder som hade avtal som löpte tills vidare och meddelade att en pris- och rabattsanering skulle äga rum den 1 november 1999.
303. Onsdagen den 27 oktober 1999 deltog kategorichefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 131). Samma dag tog företaget fram förslag till information om rabattsaneringen som skulle tillställas bensinstationerna.
304. Fredagen den 12 november 1999 deltog kategorichefen i ett möte med företrädare för de övriga företagen där rabattsaneringen diskuterades (se punkten 133).
305. Vid ett tillfälle under perioden den 7 november – den 9 december 1999 blev kategorichefen per telefon kontaktad av Preems företagsförsäljningschef varvid de diskuterade rabattsaneringen (se punkten 135).
306. Torsdagen den 25 november 1999 deltog företrädare för företaget i ett VSRP-möte (se punkten 136).
307. Vid rabattsaneringen tillämpade företaget olika rabattkategorier som grundades på kundens storlek, geografisk täckning, inköpt volym, organisationsform och verksamhet.
308. Vid genomförandet av rabattsaneringen följde företaget i allt väsentligt de rabattnivåer för olika kundkategorier som hade överenskommit med de övriga företagen. Företaget genomförde sålunda i allt väsentligt rabattsaneringen i enlighet med den av företagen antagna planen.

ÖVERTRÄDELSEN AV KONKURRENSLAGEN**Förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete (6 § KL)**

309. Enligt 6 § KL är avtal mellan företag förbjudna om de har till syfte att hindra, begränsa eller snedvrida konkurrensen på marknaden på ett märkbart sätt eller om de ger ett sådant resultat.
310. Det angivna gäller särskilt sådana avtal eller förfaranden som innebär att försäljningspriser eller andra affärsvillkor direkt eller indirekt fastställs. Förbudet mot prissamarbete omfattar även samarbete om rabatter.
311. Vad som i lagen sägs om avtal tillämpas också på samordnade förfaranden av företag.

Avtal

312. För att ett avtal skall föreligga i den mening som avses i 6 § KL räcker det att de ifrågavarande företagen har uttryckt sin gemensamma vilja att bete sig på ett bestämt

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

sätt på marknaden. Så är fallet när det föreligger enighet mellan flera företag om att uppnå mål i fråga om bl.a. priser, rabatter eller andra affärsvillkor.

Samordnade förfaranden

313. Begreppet samordnat förfarande avser en form av samarbete mellan företag som, utan att ha nått det stadium där ett avtal i egentlig mening har ingåtts, medvetet ersätter konkurrensriskerna med ett praktiskt samarbete företagen emellan.
314. Begreppet samordnat förfarande tillämpas för att förhindra att företag kringgår förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete genom att de på ett konkurrensbegränsande sätt handlar i samförstånd genom att t.ex. informera varandra i förväg om vilken hållning vart och ett av företagen avser att inta och därigenom möjliggöra att de kan bestämma sitt affärsbeteende i vetskap om hur konkurrenterna kommer att handla.
315. Begreppet samordning och samarbete förutsätter inte utarbetandet av någon plan, utan skall förstås mot bakgrund av principen enligt vilket varje företag på ett självständigt sätt skall bestämma den affärspolicy som det ämnar följa på marknaden. Detta krav på självständighet utesluter inte rätten för företaget att på ett rationellt sätt anpassa sig till konkurrenternas konstaterade eller förväntade beteende.
316. Kontakter mellan företag kan vara direkta eller indirekta och ha till syfte eller resultat antingen att påverka en aktuell eller potentiell konkurrents beteende på marknaden eller att orientera en sådan konkurrent om det beteende på marknaden som det ifrågavarande företaget har beslutat sig för eller överväger att självt iakttä. Om sådana kontakter förekommer kan beteendet vara att bedöma såsom ett samordnat förfarande, även om parterna inte i förväg har kommit överens om en gemensam plan för sitt beteende på marknaden utan endast antar eller ansluter sig till det tillvägagångssätt som underlättar samordningen av deras affärsbeteende, eftersom dessa - när de bestämmer hur de skall bete sig på marknaden - normalt inte kan underlåta att ta hänsyn till den lämnade informationen.
317. Även om begreppen avtal och samordnat förfarande utgör olika begrepp kan det inträffa att en samverkan mellan företag har inslag av båda formerna av otillåtet samarbete. En överträdelse kan därför utgöras av såväl ett avtal som ett samordnat förfarande.
318. Arrangemang och planer som beslutas inom ramen för ett system med regelbundna och institutionaliserade möten eller sammanträden är normalt att bedöma som ett enda fortlöpande avtal eller samordnat förfarande i den mening som avses i 6 § KL.
319. Vid en komplex konkurrensbegränsande samverkan är det möjligt att ett eller flera av företagen inte alltid ger sitt uttryckliga samtycke till den plan som de övriga har enats om, men inte desto mindre ger sitt stöd till den ifrågavarande planen och handlar därefter. I vissa avseenden kan därför det fortlöpande samarbetet och samförståndet mellan företagen vid genomförandet av det övergripande avtalet även ha vissa för ett samordnat förfarande karakteristiska kännetecken.

320. En överträdelse som består av ett fortlöpande beteende som karakteriseras av ett enda syfte och som samtidigt innefattar faktiska omständigheter som skall anses som avtal och faktiska omständigheter som skall anses som samordnat förfarande kan därför karakteriseras som både ett avtal och ett samordnat förfarande.

Det konkurrensbegränsande förfarandet

321. Företagens motiv för att genomföra rabattsaneringen hade sin grund i rabatt-eskaleringen på bensinmarknaden, särskilt under 1998 och första hälften av 1999. Ur företagets synvinkel medförde rabattutvecklingen att rabatterna i många fall uppgick till ohållbara nivåer och negativt påverkade företagets resultatutveckling. Av denna anledning upplevde företagen ett mer omedelbart behov av en rabattsanering på marknaden.
322. Den kraftiga rabattutvecklingen medförde också ett alltmer ökande behov av ett högre stolppris för att finansiera rabatterna. Företagen bedömde emellertid att ett alltför högt stolppris kunde innebära en konkurrensnackdel gentemot företag på automatsegmentet och andra lågprisföretag som inte lämnade kundrabatter. Enligt företagets bedömning kunde nämligen en ökad lönsamhet för företag av detta slag leda till en ökad expansion och marknadsaktiviteter eller nyetableringar. Ett allt för högt stolppris riskerade vidare att skapa debatt om oskälighetsprissättning.
323. Genom rabattsaneringen avsåg företagen således att åstadkomma såväl en förbättrad lönsamhet som en i allt väsentligt bibehållen marknadsstruktur.
324. Frågan om behovet och genomförandet av rabattsaneringen kom till en början att diskuteras mellan företrädare för OKQ8, Preem och Statoil vid ett par tillfällen under våren och sommaren 1999 (se punkterna 118 och 120-121). Vid dessa möten diskuterade företrädarna bl.a. pris- och rabattutvecklingen på bensinmarknaden och utbytte information kring dessa frågor. Företagens företrädare konstaterade att det förelåg ett behov av att minska kundernas rabatter och att en rabattsanering därför var angelägen, företrädesvis under hösten 1999. Företrädarna kom överens om att fortsätta samtalen om rabattsaneringen efter sommaren 1999.
325. Fredagen den 13 augusti möttes företrädarna för OKQ8 och Statoil och enades om att frågan om rabattsanering skulle tas upp med övriga företag på nästa möte med VSRP-gruppen.
326. Under perioden augusti-november 1999 ägde sju möten rum under benämningen VSRP-möte eller motsvarande, nämligen den 31 augusti, den 10, 16 och 28 september, den 14 och 28 oktober och den 12 november. Under de sex först angivna mötena diskuterade företagets representanter mer i detalj bl.a. de pris- och rabatt-nivåer som skulle gälla, de kundföretag som skulle särbehandlas eller undantas och den närmare tidpunkten för när åtgärderna skulle genomföras. Vid det sist angivna mötet, som närmast kan karakteriseras som ett avstämningsmöte, diskuterade företrädarna främst kundreaktioner och det närmare utfallet av rabattsaneringen.
327. Vid, i vart fall, de sex först angivna mötena avtalade företagen om de närmare villkoren för rabattsaneringen, bl.a. en stolpprissänkning med 15 öre, vilka

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

kundkategorier och rabattnivåer som skulle tillämpas samt tidpunkten för rabattsaneringen. Vidare bestämdes vilka kundföretag som skulle särbehandlas eller undantas från de generella saneringsåtgärderna. Härtill avtalade företagen även om tidpunkter för uppsägning av avtal för vissa större gemensamma kunder. Företagens företrädare utbytte också information om de problem som respektive företag hade med att genomföra rabattsaneringsåtgärderna enligt planen.

328. I början av september 1999 började Preem, OKQ8, Shell och Statoil internt i respektive företag att närmare planera och vidta åtgärder för rabattsaneringen, bl.a. informerades vissa befattningshavare inom de företagsenheter som berördes av åtgärderna. Hydro påbörjade förberedelserna i mitten av samma månad. Företagen inventerade vilka kundgrupper som hade avtal med uppsägningsklausul och började samma månad att säga upp avtalen till upphörande. Flertalet kunder aviserades om den förestående rabattsaneringen per brev och/eller telefon under oktober-november 1999.
329. Det förelåg således ett klart samband mellan företagens gemensamma plan och de åtgärder som respektive företag vidtog internt och på marknaden för att genomföra rabattsaneringen. Detta gäller särskilt i fråga om tidpunkten för genomförandet, företagens agerande i fråga om prissättning under den aktuella perioden, rabattreduceringarna och de företag som skulle behandlas i särskild ordning.
330. Företagen har genom att träffa överenskommelse i ovan angivna delar givit uttryck för en gemensam vilja att agera på marknaden på ett bestämt sätt. Det saknar betydelse om ett eller flera av dessa i något avseende ansett sig vara tvungna - juridiskt, faktiskt eller moraliskt - att agera på ett visst sätt. Företagen har således ingått ett avtal i den mening som avses i 6 § KL.
331. Företrädare för OKQ8, Preem och Statoil deltog i möten under våren och sommaren 1999 där de diskuterade behovet och förutsättningarna för en rabattsanering på marknaden. Under dessa möten utbytte företrädarna information om respektive företags uppfattning kring rabattutvecklingen och behovet av en rabattsanering. I de möten som ägde rum under perioden den 31 augusti – den 12 november utbytte företrädarna för OKQ8, Preem, Shell och Statoil, vad avser Hydro den 14 september – den 12 november, information av relevans för genomförandet av den planerade rabattsaneringen, t.ex. vilka konkreta åtgärder företagen vidtagit för att genomföra rabattsaneringen. Företagens deltagande i angivna möten och utbyte av information är i denna del att bedöma som ett samordnat förfarande i den mening som avses i 6 § KL.
332. Företagens avtal och samordnade förfarande utgjorde del av en fortlöpande och gemensam plan som syftade till fastställa villkoren för den planerade rabattsaneringen och således snedvrider den normala pris- och rabattutvecklingen på bensinmarknaden. Företagens samverkan skall därför bedömas som en enda överträdelse, vilken successivt antog formen av såväl ett rättsstridigt avtal som ett rättsstridigt samordnat förfarande.

Det konkurrensbegränsande förfarandets syfte

333. Avtal eller samordnade förfaranden mellan konkurrerande företag som innebär att pris- och andra affärsvillkor fastställs har till sin natur ett uppenbart konkurrensbegränsande syfte, vilket också kommer till uttryck i 6 § KL.
334. Företagens avtal och samordnade förfarande bestod i att gemensamt fastställa priser, rabatter och andra affärsvillkor i samband med rabattsaneringen. Företagens åtgärder hade därför ett uppenbart konkurrensbegränsande syfte och utgör redan av denna anledning en uppenbar överträdelse av 6 § KL.
335. Det är således inte nödvändigt att påvisa huruvida det konkurrensbegränsande förfarandet medfört någon konkret effekt eller haft något resultat på den relevanta marknaden som i förevarande fall kan avgränsas till försäljning av bensin i detaljistledet på den svenska marknaden.

Rabattsaneringens ekonomiska effekter på marknaden

336. Omständigheterna visar emellertid att företagens samarbete hade en betydande effekt på marknaden.
337. Det skall här noteras att företagen alla är stora eller mycket stora företag som ingår i stora internationella koncerner. Företagen hade sammanlagt ca 90 procent av den relevanta marknaden 1999.
338. De prisändringar som ägde rum under 1999 före den 31 augusti följde väl de underliggande förändringarna i råvarukostnaderna, dvs. avvikelserna mellan det faktiska priset och normalpriset var under denna period små (figur 3). Detta innebar även att bruttomarginalen hölls på en relativt konstant nivå.
339. Enligt planen skulle företagen verka för att hålla bensinpriset på en högre nivå än normalt i syfte att förstärka marginalen inför rabattsaneringen och därigenom minska det temporära intäktsbortfallet (se punkten 184).
340. Åtgärderna började att märkas under september 1999. Från denna tidpunkt och fram till den generella stolpprissänkningen vidtog företagen nämligen ett antal marginalhöjande åtgärder. Exempel på en sådan åtgärd är prishöjningen den 29 september 1999, vilken inträffade i anslutning till VSRP-gruppens möten tisdagen den 28 september. Vidare undvek företagen att sänka priset till normal nivå vid de tillfällen då råvarukostnaden minskade. Som en följd av dessa åtgärder kan det genomsnittliga priset i september och oktober beräknas ha uppgått till fyra öre högre än normalt.
341. Den 1 november sänktes stolppriset med 15 öre (12 öre exklusive moms), vilket skedde vid en tidpunkt när företagen - enligt planen - förväntade sig att världsmarknadspriset skulle sjunka. Mot bakgrund av att bensinpriset innan rabattsaneringen låg över normalpriset innebar prissänkningen att kunderna inte erhöll en sänkning med 15 öre under normalpriset.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

342. I företagens plan antogs att världsmarknadspriset på bensin skulle sjunka och att företagen således inte skulle behöva höja priset efter saneringen utan istället kunna sänka stolppriset med bibehållande av en normal prisnivå, vilket skedde vid rabattsaneringen 1995. Eftersom världsmarknadspriset emellertid steg var företagen tvungna att höja istället för att sänka priset för att nå normal prisnivå. Även om världsmarknadspriset ökade vid tiden efter rabattsaneringstidpunkten kunde företagen inte omedelbart kompensera sig för detta genom att höja stolppriset, då företagen bedömde att kunderna inte skulle acceptera en sådan höjning. Prishöjningen skedde därför först efter 18 dagar. Under perioden därefter vidtog företagen ett antal prishöjningar vilka medförde att priset var tillbaka på normal nivå i mitten av december 1999.
343. Enligt företagens plan räknade de med att vidkännas ett visst intäktsbortfall under i vart fall november. Den oväntade ökningen av världsmarknadspriset medförde dock ett större kortsiktigt intäktsbortfall för företagen än vad de hade planerat. Häremot skall dock ställas att företagen erhöll ett betydande intäktstillskott genom att normalpriset hölls högre månaderna före rabattsaneringen. Sammantaget medförde detta att intäktsbortfallet blev obetydligt i förhållande till den besparing företagen gjorde till följd av sänkta rabatter.
344. Utifrån företagens egna uppgifter kan företagens sammanlagda kostnadsminskning beräknas till i vart fall omkring 110 miljoner kronor per år eller sammanlagt omkring 350 miljoner kronor under en femårsperiod.
345. Det bör observeras att företagens individuella kundrabatter har en tendens att eskalera över tiden och kan bedömas öka med 0,1 öre per månad. De direkta effekterna av rabattsaneringen kan därför bedömas ha avklingat efter ca fem år.
346. En jämförelse mellan företagens uppgivna kostnadsminskningar och respektive företags omsättning på bensinmarknaden visar dock att företagens kostnadsminskningar sammanlagt kan beräknas uppgå till omkring en halv miljard kronor under en femårsperiod. Företagens kostnadsbesparingar till följd av rabattsaneringen uppgår således till avsevärda belopp. Detta motsvarar i allt väsentligt vad rabattkunderna kan beräknas ha förlorat under motsvarande period.
347. Företagen har gentemot flertalet av sina kunder hävdats att rabattsaneringen i praktiken innebar ett bättre eller oförändrat nettopris. Vidare har företagen hävdats att rabattsaneringens ekonomiska verkningar sammantaget innebar en s.k. nollsummeeffekt. Det skall i detta sammanhang noteras att samtliga kunder fick betala ett pris som översteg normalpriset innan rabattsaneringen. Härtill skall märkas att då priset var tillbaka på normal nivå efter rabattsaneringen var den enda skillnaden för många kunder – jämfört med innan rabattsaneringen – att dessa hade en lägre rabatt än tidigare och således ekonomiskt förlorat på rabattsaneringen. Det bör vidare observeras att kunder som inte hade rabatter endast erhöll en kortvarig stolppris-sänkning.
348. Angivna ekonomiska effekter utgör endast de direkta verkningarna av rabattsaneringen eftersom vid ovan gjord uppskattning hänsyn inte har tagits till den

situation som skulle ha gällt i frånvaro av det konkurrensbegränsande förfarandet. Det faktum att företagen samordnat priser och rabatter gör att konkurrensen på marknaden allvarligt påverkas och får till effekt att prisnivån upprätthålls på en högre nivå än vad som annars skulle varit fallet.

349. De ekonomiska effekterna av rabattsaneringen kan därför förmodas gå långt utöver de direkta kostnadsminskningar som företagen erhöll till följd av densamma.

Konkurrensskadeavgift

350. Enligt 26 § KL skall ett företag som uppsåtligen överträder förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete (6 § KL) åläggas att utge konkurrensskadeavgift.

Företagens ansvar för överträdelsen

351. Konkurrensskadeavgiften skall fastställas särskilt för varje företag som talan riktas mot och spegla de olika företagens delaktighet i överträdelsen. Avgiften skall vidare betalas av det eller de företag i vars verksamhet överträdelsen ägde rum.
352. Ett företag kan hållas ansvarigt för en övergripande samverkan även om det har styrkts att det endast har deltagit i ett eller flera av de moment som tillsammans utgör samverkan. Detta gäller om företaget kände till eller borde ha känt till att samverkan, i vilken det deltog, ingick i en plan som syftade till att hindra, begränsa eller snedvrída konkurrensen på marknaden och denna plan omfattade samtliga de moment som tillsammans utgör det konkurrensbegränsande förfarandet.
353. Såvitt avser de koncerner där företagen ingår kan det konstateras att även om andra i koncernen ingående företag i viss mån kan ha bidragit till det konkurrensbegränsande förfarandet har den konkurrensbegränsande samverkan och åtgärderna i allt väsentligt vidtagits mellan och av de enskilda företagen Hydro, OKQ8, Preem, Shell och Statoil. Talan om konkurrensrättsligt ansvar bör därför i första hand riktas mot dessa företag.
354. Företagen slöt sig samman för att uppnå ett gemensamt otillåtet syfte. Även om Hydro och Shell först vid en något senare tidpunkt anslöt sig till den otillåtna samverkan deltog de likväl i alla de moment som möjliggjorde det samordnade genomförandet av rabattsaneringen. Vart och ett av företagen har således inte bara ansvar för sitt eget deltagande utan delar även ansvaret för den konkurrensbegränsande samverkan i sin helhet och skall därför i samma utsträckning hållas ansvarigt för överträdelsen av KL.
- #### *Frågan om uppsåt till överträdelsen*
355. Frågan om överträdelsen har skett uppsåtligen eller av oaktsamhet har betydelse för bedömningen av överträdelsens allvar och sålunda för vilken konkurrensskadeavgift som företaget bör påföras.
356. Uppsåt till överträdelsen föreligger när företaget eller någon som handlar på dess uppdrag inte kan ha varit omedveten om att det ifrågasatta förfarandet hade som syfte eller resultat att begränsa konkurrensen på marknaden.
357. Rabattsaneringen hade stor betydelse för företagets affärsverksamhet, inte minst såvitt avsåg relationen med kunderna och rörde betydande belopp. Rabattsaneringens

genomförande berörde också ett flertal av företagens olika enheter, t.ex. IT-tjänst och kundtjänst. Företrädarna för OKQ8, Preem och Statoil, som alla antingen ingick i ledningsgruppen eller hade andra höga funktioner i respektive företag, möttes och diskuterade rabattsaneringsfrågan med början under våren och sommaren 1999. Motsvarande företrädare för Hydro respektive Shell fick kännedom om rabattsaneringen i vart fall senast under första hälften av september.

358. Mot denna bakgrund och med beaktande av företagens organisation och ledningsfunktion får det anses uteslutet att den högsta ledningen, dvs. verkställande direktör (motsvarande) och ledningsgruppen i respektive företag, inte på ett tidigt stadium eller i vart fall senast under september månad fick kännedom och information om den förestående rabattsaneringen och de kontakter som ägde rum mellan företagen.
359. Företagen måste ha varit medvetna om att överenskommelserna med konkurrerande företag om priser och rabatter hade som syfte eller resultat att begränsa konkurrensen på marknaden.
360. Omständigheterna är således sådana att ovan angivna företag och dessa företags ledningar skall anses uppsåtligen ha överträtt förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete.

Överträdelsens karaktär

361. Horisontella konkurrensbegränsningar i form av pris- och rabattöverenskommelser som hindrar marknads funktion bedöms normalt som mycket allvarliga överträdelser av KL.
362. Det är i detta fall fråga om företag av betydande storlek och ekonomisk styrka som tillsammans har en marknadsandel som uppgår till ca 90 procent och därför kontrollerar marknaden. Det är vidare fråga om en icke utbytbar produkt av vital betydelse för myndigheter, näringsliv och enskilda konsumenter och som således har en synnerligen stor samhällsekonomisk betydelse.
363. Företagens genomförande av rabattsaneringen innebar att man kom överens om förändringen av stolpprisnivån, rabatter generellt innefattande vilka rabattkategorier kunderna skulle delas in i, vilken rabattnivå som skulle gälla inom respektive kategori, hur företagen skulle agera gentemot kunder med långa avtal och vilka rabatter namngivna större kunder med fler än en leverantör skulle ha, t.ex. många statliga myndigheter, kommuner och större företag. Vidare har företagen enats om en "vapenvila" innebärande att företagen inte skulle agera aggressivt i konkurrensen om kunderna före och efter rabattsaneringstidpunkten. Företagens åtgärder har i allt väsentligt betagit kunderna möjligheten att genom att välja bort en leverantör komma i åtnjutande av bättre rabattvillkor.
364. Företagens samverkan i form av avtal och samordning i fråga om pris- och rabattnivåer på bensenmarknaden medförde att priskonkurrensen sattes ur spel eller i vart fall allvarligt påverkades och innebar således en mycket allvarlig påverkan på marknads effektivitet och funktion.

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

365. Överträdelsen måste på grund av angivna omständigheter bedömas som en mycket allvarlig överträdelse av KL:s bestämmelse om förbud mot konkurrensbegränsande samarbete.

Konkurrensskadeavgiftens storlek

366. Enligt 27 § KL skall konkurrensskadeavgiften fastställas till högst fem miljoner kronor eller till ett högre belopp som dock inte får överstiga tio procent av företagets omsättning föregående räkenskapsår.

367. Endast det berörda företagets omsättning skall beaktas vid bestämmande av avgiften. Med omsättning avses företagets hela omsättning utan begränsning till den produkt eller marknad som förfarandet rör.

368. Konkurrensskadeavgiftens storlek skall bestämmas bl.a. med hänsyn till hur allvarlig överträdelsen är och hur länge den har pågått. Härutöver skall hänsyn även tas till de försvårande och förmildrande omständigheter som föreligger i det enskilda fallet.

369. Avgiften skall även bestämmas på sådant sätt att den avhåller ifrågavarande och andra företag från att överträda konkurrensreglerna.

370. För att avgiften skall fylla syftet att avhålla marknadens aktörer från att överträda konkurrensreglerna måste den fastställas till ett belopp som har en tillräckligt avskräckande effekt. Hänsyn måste därför tas till de berörda företagens ekonomiska styrka när avgiften fastställs.

371. De företag som talan riktas mot ingår alla i stora internationella koncerner som tillsammans omsätter hundratals miljarder kronor.

372. Företagens sammanlagda omsättning i Sverige, exklusive skatter och avgifter, uppgick 1999 till drygt 40 miljarder kronor.

373. På den relevanta marknaden omsätter företagen tillsammans ca tio miljarder kronor per år, exklusive skatter och avgifter. Med utgångspunkt från företagets marknadsandelar kan OKQ8:s och Statoils omsättning på den svenska bensinmarknaden således grovt uppskattas till ca 3 miljarder kronor per år vardera, exklusive skatter och avgifter. Motsvarande belopp är för Shell närmare 2 miljarder kronor samt för Hydro och Preem drygt 1 miljard kronor vardera.

374. Som närmare utvecklats ovan har företagen genom överträdelsen satt konkurrensen ur spel på hela den svenska marknaden för en produkt av vital samhällsekonomisk betydelse och för vilken substitut saknas. Överträdelsen är således av mycket allvarlig karaktär.

375. Vad gäller varaktigheten av överträdelsen kan konstateras att även om kontakterna mellan företagen skedde under en begränsad period så var syftet att åtgärderna skulle få återverkningar under en lång tid. Ett eliminerande av normala marknads-mekanismer av det slag som här är aktuellt får vidare med nödvändighet åter-

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

verkningar under lång tid eftersom de olagligt etablerade pris- och rabattnivåerna kommer att utgöra startpunkten om och när konkurrens åter etableras.

376. Detta innebär sammantaget, och med beaktande jämväl av respektive företags ställning på den relevanta marknaden, att utgångspunkten för beräkningen av konkurrensskadeavgiftens storlek, innan försvårande och förmildrande omständigheter beaktas, bör vara för Hydro och Preem 80 miljoner kronor vardera, för OKQ8 175 miljoner kronor, för Shell 115 miljoner kronor och för Statoil 165 miljoner kronor.
377. Försvårande omständigheter av betydelse för bedömningen är bl.a. om företaget haft en ledande roll i överträdelsen och om företagen aktivt vidtagit åtgärder i syfte att dölja det rättsstridiga förfarandet.
378. Vid bestämmande av avgiften bör beaktas att, även om alla företagen skall anses lika delaktiga i överträdelsen, Statoil var det företag vars företrädare i stor utsträckning får anses ha varit drivande för att genomföra de konkurrensbegränsande åtgärderna. Vidare skall beaktas att OKQ8 var det företag som organiserade mötena och tillhanda-höll den lokal i vilken företagen planerade överträdelsen. I fråga om Preem skall beaktas att företaget deltog i möten i ett tidigt skede och dessutom informerade Hydros företrädare om den planerade överträdelsen.
379. En försvårande omständighet är att företagen träffats under förevändning av legitima diskussioner. Även om VSRP-frågan inte var avgjord vid tiden för sammanträdena under augusti – november 1999, framstår den konstaterade mötesfrekvensen under denna period som anmärkningsvärt hög för detta ändamål. Att huvudsyftet med mötena efter den 31 augusti tvärtom var att diskutera priser och rabatter har bekräftats av mötesdeltagare och vinner dessutom stöd av vad utredningen visar beträffande de enskilda företagens interna åtgärder, liksom av det förhållandet att rabattsaneringen faktiskt genomfördes i slutet av perioden.
380. Vidare föreligger sådana omständigheter som medger slutsatsen att företagen var överens om att inte upprätta eller spara anteckningar från de diskussioner som fördes om den planerade rabattsaneringen och att företagen således försökt hemlighålla överträdelsen.
381. Härtill skall det beaktas att företagen upprättade handlingar som skulle användas som underlag vid kontakterna med kunderna och som var ägnade att vilseleda kunderna om rabattsaneringens egentliga innebörd.
382. Ovan angivna försvårande omständigheter skall beaktas vid fastställandet av konkurrensskadeavgiften.
383. Ytterligare en omständighet att beakta i detta sammanhang är om det finns skäl att höja avgiften för att eliminera obehöriga vinster som företagen gjort genom överträdelsen. Som redovisats ovan har redan de direkta verkningarna av rabattsaneringen inneburit en kostnadsminskning för företagen och motsvarande förlust för kunderna som kan uppskattas till sammanlagt ca en halv miljard kronor

ANSÖKAN OM STÄMNING

2000-06-29

Dnr 608/2000

under en femårsperiod. Eftersom den sammanlagda konkurrensskadeavgift som företagets agerande bör föranleda överstiger detta belopp finns emellertid inte skäl att höja avgiften för att eliminera obehöriga vinster som företagen gjort genom överträdelsen.

384. Vid en sammantagen bedömning av ovan angivna försvårande omständigheter finner Konkurrensverket att den yrkade konkurrensskadeavgiften, innan förmildrande omständigheter beaktas, för Hydro bör uppgå till 85 miljoner kronor, för OKQ8 till 225 miljoner kronor, för Preem till 95 miljoner kronor, för Shell till 125 miljoner kronor och för Statoil till 230 miljoner kronor.
385. Förmildrande omständigheter av betydelse för bedömningen av konkurrensskadeavgiftens storlek är bl.a. om företaget har medverkat aktivt i utredningen av överträdelsen.
386. I detta sammanhang skall det beaktas att Hydro och Preem båda i viss utsträckning medverkade vid utredningen av överträdelsen. Båda företagen har på ett relativt tidigt stadium i utredningen självmant inkommit med promemorior i vilka sakomständigheter kring den misstänkta överträdelsen beskrivs. Även om den fortsatta utredningen har visat att dessa promemorior inte fullt ut redogör för den kunskap om den misstänkta överträdelsen som företagets representanter faktiskt hade bör Hydros och Preems medverkan i utredningen föranleda att den yrkade konkurrensskadeavgiften för dessa företag sätts ned.
387. Den yrkade konkurrensskadeavgiften för Hydro bör därför uppgå till 75 miljoner kronor och för Preem till 85 miljoner kronor.
388. Konkurrensskadeavgift bör således påföras Hydro med 75 miljoner kronor, OKQ8 med 225 miljoner kronor, Preem med 85 miljoner kronor, Shell med 125 miljoner kronor och Statoil med 230 miljoner kronor.

BEVISUPPGIFT

389. Konkurrensverket avser att avge bevisuppgift sedan verket tagit del av motparternas svaromål.
-

Ann-Christin Nykvist

Lars-Göran Hansson

Bilaga:

Sammanställning möten m.m.