



# Hoe vrij ben je als dominante onderneming bij het bepalen van je prijzen?

oktober 2018

## Stel je voor...

Je werkt voor een bedrijf dat de onbetwiste marktleider is in zijn branche.

In een poging om deze marktpositie optimaal te benutten, stel je aan de raad van bestuur voor om de prijzen aanzienlijk te verhogen voor die producten waarin je bedrijf het grootste marktaandeel heeft. Je maakte de nodige berekeningen en verwacht belangrijke financiële opbrengsten van zulk een verhoging. De concurrentie is immers niet in staat om producten van dezelfde kwaliteit te leveren, zodat klanten je duurdere producten zullen kopen en zich niet elders zullen bevoorraden.

De raad van bestuur feliciteert je met je werk en stemt in met de uitvoering van je plan. Als alles volgens plan verloopt, krijg je vermoedelijk zelfs een promotie. Gezien je vooruit wil, besluit je Legal niet te raadplegen. Die maken alles toch maar onnodig gecompliceerd.

Na enkele maanden word je echter zelf door Legal gecontacteerd met de mededeling dat de nationale mededingingsautoriteit een onderzoek is gestart tegen je bedrijf wegens het hanteren van buitensporig

## • • • contrast • • • •

hoge prijzen. Daar gaat je promotie!

Tijdens het onderzoek wil je aan de autoriteit voorstellen dat je onderneming geen boete zou krijgen, omdat er bereidheid is om de prijzen van de producten ver onder de oorspronkelijke prijzen te verlagen.

De nationale mededingingsautoriteit is helemaal niet gelukkig met je voorstel en laat je weten dat het dit ziet als een strategie om je concurrenten uit de markt te drijven door producten aan te lage prijzen aan te bieden.

Je staat aan de grond genageld. Excessieve prijzen? Onredelijk lage prijzen? Illegaal? Boetes? Is een onderneming nu zelfs niet meer vrij om haar eigen prijzen te bepalen?

## **Even verduidelijken.**

Ondernemingen met een machtspositie hebben een bijzondere verantwoordelijkheid om de daadwerkelijke mededinging niet te verstoren. Zij mogen hun machtspositie niet misbruiken door middel van uitsluitingspraktijken of uitbuitingspraktijken.

Eén van deze bijzondere verantwoordelijkheden is dat een onderneming met een machtspositie geen buitensporige (“excessieve”) prijzen mag aanrekenen aan haar klanten. Dit is een verboden uitbuitingspraktijk.

Een excessieve prijs is een prijs die niet in redelijke verhouding staat tot de economische waarde van het geleverde goed of dienst. Of een prijs al dan niet excessief is, is moeilijk te bepalen. Er zijn meerdere methodes die worden toegepast, waaronder het vergelijken van de prijzen met de productiekosten, het vergelijken van de prijzen met prijzen in andere landen en het vergelijken van verkoopprijzen met eerder gehanteerde prijzen. Er is geen excessieve prijszetting als er een objectieve economische rechtvaardiging bestaat voor de prijsstijging, zoals bijvoorbeeld de evolutie van de grondstofprijzen of de gestegen kosten voor onderzoek en ontwikkeling.

Ondanks de bewijsproblemen, zijn recent verschillende ondernemingen veroordeeld voor het hanteren van excessieve prijzen, waaronder in België, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Letland.

Daarnaast is het een onderneming met een machtspositie omgekeerd ook verboden om te lage prijzen te hanteren, met name wanneer deze prijzen roofprijzen zijn. Dit is een verboden uitsluitingspraktijk.

Prijzen onder gemiddelde variabele kosten worden verondersteld roofprijzen te zijn, terwijl prijzen die boven gemiddelde variabele kosten liggen, maar onder gemiddelde totale kosten, roofprijzen zijn indien deze prijzen deel uitmaken van een plan om een concurrent uit de markt te dwingen.

Een dominante onderneming heeft in de regel belangrijke financiële reserves en kan zodoende

## • • • contrast • • • •

gedurende een periode verlies lijden. Hierdoor kan zij haar nog resterende concurrenten met lagere financiële reserves uit de markt dwingen. Eenmaal dit is gebeurd, kan zij de verliezen recupereren door terug hogere prijzen aan te rekenen.

### **Concreet:**

Een dominante onderneming dient het mededingingsrecht te respecteren bij haar prijsbepaling. Meer bepaald dient zij de volgende vuistregels te volgen:

- Vermijd prijszetting die tot doel hebben consumenten uit te buiten of concurrenten uit te sluiten.
- Zorg dat voor plotse en belangrijke prijsverhogingen een objectieve rechtvaardiging bestaat, zoals de evolutie van de grondstofprijzen, gestegen kosten voor onderzoek en ontwikkeling of nieuwe wettelijke verplichtingen.
- Hetzelfde geldt voor de verkoop van goederen onder de kostprijs. Ook hiervoor dient een duidelijke rechtvaardiging te bestaan. Hierbij kan gedacht worden aan de lancering van een nieuw product, het opruimen van verouderde voorraden of het feit dat de goederen niet verkocht raken aan een "normale" prijs.

### **Meer weten?**

- [Richtsnoeren betreffende de handhavingsprioriteiten van de Commissie](#), nrs. 63-74.
- [Opinie van advocaat-generaal Wahl van 6 april 2017](#), nr. C-177/16, EU:C:2017:286, AKKA / LAA.
- [Arrest van het Hof van Justitie van 14 september 2017](#), nr. C-177/16, EU:C:2017:689, AKKA / LAA.