



Stel je voor...

Je hebt zonet een nieuw product ontwikkeld dat je wil lanceren als een 'premium' kwaliteitsproduct. Hiervoor ga je in zee met een gevestigd netwerk van onafhankelijke distributeurs. Die distributeurs moeten je product de nodige zichtbaarheid geven en instaan voor een hoogstaande klantenservice.

Je enige vrees is dat die verwachting doorkruist zal worden door een klein aantal 'prijsbrekers' binnen het netwerk. Ze hebben de reputatie klanten voor zich te winnen met een aantrekkelijke prijs (kortingen, promotieprijzen, koppelverkoop, etc.). Maar ze kunnen die prijs alleen bieden door niet te investeren in je merk of het serviceniveau dat je wenst. Dit doet afbreuk aan het imago van je product. Het ontmoedigt ook de betere distributeurs om blijvend te investeren in je merk.

Om prijsbrekers buitenspel te plaatsen, stelt de commerciële ploeg voor om alle distributeurs te verplichten een welbepaald prijsniveau te hanteren. Zo zijn de distributeurs zeker van hun marge en worden hun investeringen in je merk zeker beloond.

Het systeem wordt uitgerold en blijkt bijzonder efficiënt. Het product loopt als een trein en je onderneming bevestigt haar reputatie als kwaliteitsmerk. Je gaat met succes de concurrentie aan met de gevestigde merken.

• • • contrast • • • •

Groot is dan ook je verbazing wanneer de mededingingsautoriteit je informeert dat het een onderzoek start. Er is een klacht binnengelopen. Je onderneming zou een zware inbreuk begaan op de mededingingsregels en een fikse boete riskeren.

Je begrijpt er niets van. De klant houdt van het luxe imago van je product. De distributeurs zijn tevreden en investeren in je merk dat met succes de concurrentie aangaat met de gevestigde spelers op de markt. Hoe kan deze praktijk dan strijdig zijn met de mededingingsregels?

Even verduidelijken.

Leveranciers kunnen niet zomaar afspraken maken over de prijzen die de onafhankelijke distributeurs moeten hanteren bij de verkoop aan hun klanten.

Een **vaste of minimumwederkoop prijs** is in de regel verboden. Dit is 'verticale prijsbinding' en een zogenaamde 'hardcore beperking' van de mededinging.

Verticale prijsbinding dekt een hele lading *directe* en *indirecte* praktijken. Zo is het een leverancier ook niet toegestaan om de *marges of kortingen* van zijn distributeurs vast te leggen of om hen te verbieden prijzen te *adverteren* onder een bepaald prijsniveau. De leverancier mag zijn distributeurs evenmin belonen voor het naleven van een bepaalde prijs of een bepaald prijsniveau. Omgekeerd mag hij hen ook niet straffen voor het niet naleven ervan.

De leverancier kan een wederkoop prijs **aanbevelen** of een **maximumwederkoop prijs** opleggen, op voorwaarde dat de distributeur daadwerkelijk vrij is om af te wijken van de aanbevolen wederkoop prijs en onder de maximumwederkoop prijs mag duiken. Indien de leverancier deze bewegingsvrijheid tracht te beperken, is er opnieuw sprake van verboden verticale prijsbinding.

Leeft een leverancier het verbod op verticale prijsbinding niet na, dan riskeert hij een **stevige boete**. Zowel de Europese Commissie als de nationale mededingingsautoriteiten tillen bijzonder zwaar aan deze inbreuk. Zo legde de Griekse mededingingsautoriteit in oktober 2017 meer dan 18 miljoen euro aan boetes op aan zes groothandelaars van luxe cosmeticaproducten, waaronder grote namen zoals Estée Lauder, L'Oréal en Christian Dior. Deze hadden retailers opgedragen uniforme kortingen toe te staan bij verkopen aan de consument. Eerder legde de Duitse mededingingsautoriteit in het snoepkartel meer dan 60 miljoen euro aan boetes op aan Edmund Münster en een zestal retailers wegens verticale prijsbinding van Haribo producten. Ook andere nationale mededingingsautoriteiten, waaronder de Belgische (5,5 miljoen euro in maart 2017 aan Algist Bruggeman) en Engelse (2,7 miljoen pond in juni 2017 aan The National Lighting Company), beboeten verticale prijsbinding.

• • • contrast • • • •

Concreet:

- Een onafhankelijke distributeur moet zijn wederverkoopprijs in principe vrij kunnen bepalen.
- Het is een leverancier verboden om aan zijn distributeurs *minimum of vaste* wederverkooprijzen op te leggen. Dit is verboden verticale prijsbinding.
- Het verbod op verticale prijsbinding geldt tevens voor het vastleggen van een *prijsniveau* of *andere prijselementen* (verkoopmarge, kortingen, prijsverhogingen, betalingsvoorwaarden, etc.).
- Het verbod geldt zowel voor *directe* als voor *indirecte* maatregelen. Zo is het een leverancier niet toegestaan om een distributeur te belonen voor het aanhouden van een bepaalde prijs of een bepaald prijsniveau. Hij mag een distributeur ook niet straffen voor het niet naleven ervan.
- Aanbevolen prijzen en maximumwederverkooprijzen zijn wel toegestaan, steeds op voorwaarde dat de distributeur daadwerkelijk vrij is om af te wijken van de aanbevolen wederverkoopprijs dan wel om onder de maximale wederverkoopprijs te gaan.

Meer weten?

- Artikel 4 (a) van Verordening 330/2010 van de Commissie van 20 april 2010 betreffende de toepassing van artikel 101, lid 3, van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op groepen verticale overeenkomsten en onderling afgestemde feitelijke gedragingen (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=celex:32010R0330>).
- Richtsnoeren van de Europese Commissie inzake verticale beperkingen, nrs. 223-229 ([http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52010XC0519\(04\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52010XC0519(04))).
- Griekse mededingingsautoriteit, zie <https://www.epant.gr/en> onder "04/10/2017 Prohibition of competition law by wholesalers of luxury cosmetics".
- Duitse mededingingsautoriteit, zie http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Kartellverbot/2017/B10-40-14.pdf?__blob=publicationFile&v=2.
- Belgische mededingingsautoriteit, zie onze eerdere *In the Picture* <https://www.contrast-law.be/publications/in-the-picture/breakingnews-19/>.
- UK mededingingsautoriteit, zie <https://www.gov.uk/government/news/lighting-company-fined-27-million-for-restricting-online-prices>.
- De derde editie van Frank Wijckmans en Filip Tuytschaever, "Vertical Agreements in EU Competition Law", met o.a. een hoofdstuk over verticale prijsbinding, kan vanaf nu worden besteld via <https://global.oup.com/academic/product/vertical-agreements-in-eu-competition-law-9780198791027?cc=be&lang=en&>