

# 协调及信息交换

中欧世贸项目II—竞争政策周

2015年10月19日-23日

Laure Dosogne Varaire

案件处理人

法国竞争管理局

## 引言和法则

信息交换的两种主要类型：

- 第一类：在明确的卡特尔案件框架内发生；
- 第二类： *协同行为*： 无现行的协议
  - 依据目标的侵权行为；
  - 依据效果的侵权行为。

## 协同行为：目标限制

- 本资料涉及《关于预期的未来价格或数量的个性化数据》2010年欧盟委员会指导方针）；
- 基本原理：《特别容易导致共谋的结果》（2010年欧盟委员会指导方针）；
- 于法国的第一次决定：2014年12月18日

## 协同行为：效果限制

- 本信息交流«*必须很有可能对一个（或几个）竞争参数产生明显的负面影响*»（2010年欧盟委员会指导方针）；
- 基本案例参考：1998年欧洲法院，《*英国拖拉机（案）*》：关于以往销售数字的详细数据。

## 效果限制：以法国的决定为例

- «巴黎富悦大饭店»案例（2005年12月25日）：
  - 巴黎6间酒店间的信息交换；
  - 与占有率、每间客房的均价、有关每间可用客房的收入等相关的信息（以往的信息）；
  - 交换以例会以及邮件通信的形式发生；
  - 市场结构分析：寡头垄断（透明度增加+使可酒店确保他们各自的业绩水平不会相差太大）。

目标限制：以法国的决定为例

生产商在家庭和个人护理行业的协同行为

**2014年12月18日决定**

法国竞争管理局

## 依据实际的相关行业

具有多种多样产品的两个行业：

- 家庭护理行业：

- 织物柔软剂
- 除污剂
- 手洗餐具洗涤剂
- 洗碗机片剂
- 家庭清洁用品
- 空气清新剂
- .....

- 个人护理行业：

- 沐浴露
- 洗发液
- 护发素
- 牙膏
- 剃须泡沫
- .....

## 生产商和零售商之间的价格谈判



谈判：关于商业合作服务的反复讨论

九月 / 十月：发送出销售条款和条件：  
初始价格以及降价

三月 / 四月：进程结束：零售商的最终  
价格



## 交换的信息说明

销售人员和销售经理（所有生产商）之间的反复交换，就有关：

- 初始价格上涨；
- 降价调整；
- 商业合作服务价格上涨；
- 销售条款和条件；
- 全球营业额。

# 交换的信息性质

## 1. 战略性信息:

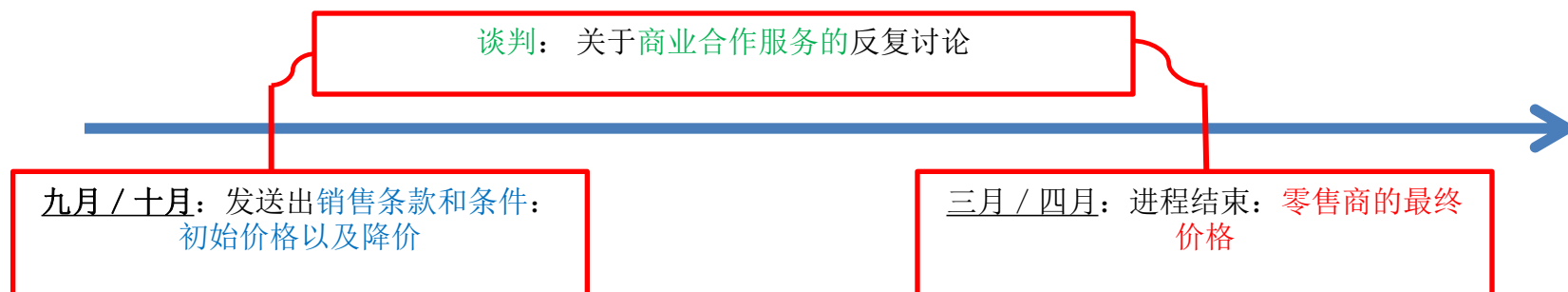
- 关于企业商业策略的内部数据;
- 归因于交换的信息特征的困难: 信息的全球属性
  - 有关在家庭护理和个人护理行业且每个产品不相关的整体企业商业策略的信息;
  - 但是在行业的谈判过程中: 关于整个行业而非单个产品的讨论。

→ 不管其全球属性, 交换的信息构成与零售商谈判的基础。

## 交换的信息性质

### 2. 未来 / 以往的信息:

关于谈判进程（时机）的提醒:



交换的信息的主要特征:

- 在谈判过程中，条款的演变;
- 一些是未来的信息;
- 在最终价格固定下来之前，大多数被交换了;
- 为控制 / 监测竞争对手行为的有关销售和全球营业额的条款和条件的以往信息。

## 案例资质：目标限制

- 依据目标或依据效果的资质的替代属性：无需双重资质；
- 在最终价格于零售商和生产商间明确协商之前，有关战略性质的精确及个性化数据的反复交换
  - 有关两个行业的全球不确定性减少，导致由零售商支付的最终价格要高于正常竞争态势下的（价格）。
- 经济和法律环境下加强的反竞争目标；
- 反竞争意图（秘密行为）；
- 仅当管理局不得不计算罚款时，进行行为的反竞争效果分析。

感谢您的关注！