

21

## DLC COUNTDOWN



## SPOTLIGHT PÅ “VERTIKAL”: E-HANDEL

## ONLINEFORHANDLING OG AKTIVT SALG

## HVAD?

Digitalisering og teknologisk innovation har i det seneste årti været et fokuspunkt i udviklingen af den moderne verden. Onlineforhandling og salg er blevet et stadig stærkere redskab til at nå mange forskellige kunder. **Onlineforhandling** har således tiltrukket sig mere opmærksomhed sammenlignet med 2010, hvor den gældende gruppefritagelsesforordning for vertikale aftaler (“gruppefritagelsesforordningen”) blev indført. I udkastet til gruppefritagelsesforordningen og de dertilhørende vertikale retningslinjer, har EU-Kommissionen revurderet reglerne for onlineforhandling og tilføjet en række præciseringer.

## NU?

Klassiske begreber inden for kategorien distributionsaftaler er “**aktivt salg**” og “**passivt salg**”.

Ifølge artikel 4 i den gældende gruppefritagelsesforordning udgør begrænsninger af passivt salg en alvorlig konkurrencebegrænsning. Derfor er begrænsninger af passivt salg ikke omfattet af gruppefritagelsen og antages desuden ikke at kunne opnå individuel fritagelse. Det samme gælder begrænsninger af aktivt salg med ganske få undtagelser. Gruppefritagelsesforordningen accepterer i særdeleshed, at forhandlere skal afholde sig fra aktivt salg ind i det geografiske område eller til den gruppe af kunder, som er blevet tildelt en eksklusiv forhandler eller som eksklusivt er forbeholdt leverandøren selv (se DLC countdowns nr. 12, 13 og 14).

Definitionen af aktivt og passivt salg findes i de gældende vertikale retningslinjer. Definitionen af **aktivt salg** omfatter en målrettet tilgang til en bestemt kundegruppe eller geografisk område, hvorimod **passivt salg** omfatter salg i forbindelse med uopfordrede henvendelser fra kunder, uden at salget er initieret ved hjælp af en aktiv henvendelse til disse kunder.

Ifølge den gældende gruppefritagelsesforordning og de dertilhørende vertikale retningslinjer, opfattes en forhandlers anvendelse af onlineforhandling til at sælge produkter, som en form for passivt salg. EU-Kommissionen accepterer dog, at salg via onlineforhandling, der specifikt henvender sig til en anden forhandlers eksklusive geografiske område eller kundegruppe, udgør aktivt salg og derfor kan forbydes.

## FREMTIDEN EFTER DEN 1. JUNI 2022?

**Nøgleprincipperne omkring aktivt og passivt salg forventes at forblive uændrede ifølge udkastet til den nye gruppefritagelsesforordning og de dertilhørende vertikale retningslinjer.** Forslagene omfatter dog ændringer i definitionen af aktivt salg og passivt salg, herunder onlineforhandling.

En vigtig ændring er, at begreberne aktivt salg og passivt salg sandsynligvis vil være defineret i selve gruppefritagelsesforordningen snarere end i de vertikale retningslinjer. Den **nye definition af aktivt salg** findes i artikel 1(1)(l) i udkastet til den nye gruppefritagelsesforordning. Aktivt salg betyder, at man går målrettet efter kunder ved direkte kommunikation eller via offline eller online målrettede reklamefremstød og markedsføring. Dette omfatter kommunikation via online medier, prissammenligningsværktøjer og reklamer i søgemaskiner målrettet kunder i bestemte geografiske områder eller bestemte kundegrupper. Tilbud om valg af andre sprog på en webside end dem, som forhandleren almindeligvis tilbyder i det geografiske område, eller tilbud om en webside med et domænenavn, der svarer til andre geografiske områder end der, hvor forhandleren er etableret, udgør også aktivt salg.

Denne ændring af definitionen af aktivt salg præciserer en række begrænsninger af onlineforhandling, der kan være omfattet af gruppefritagelsesforordningen og kan pålægges en eksklusiv forhandler.

**Begrænsninger af passivt salg, herunder online passivt salg, er fortsat forbudt.** Definitionen af passivt salg findes i artikel 1(1)(m) i udkastet til den nye gruppefritagelsesforordning. Passivt salg betyder besvarelse af uopfordrede henvendelser fra individuelle kunder, herunder levering af varer eller tjenesteydelser til disse kunder. Den nye definition af passivt salg præciserer, at passivt salg omfatter besvarelse af uopfordrede henvendelser uden at have initieret salget via reklamefremstød, der aktivt er målrettet kundegruppen eller det geografiske område. Det følger af definitionen af aktivt salg, at et eksempel på sådan aktiv målretning kunne være, når en forhandler tilbyder sprog på sin webside, som

ikke almindeligvis anvendes i det bestemte geografiske område, eller bruger et domænenavn, der svarer til målområdet snarere end forhandlerens eget område.

## I PRAKSIS?

Reglerne om aktivt og passivt salg forbliver stort set uændrede. Definitionerne af aktivt og passivt salg er dog nu indsat i udkastet til den nye gruppefritagelsesforordning og er blevet præciseret, herunder med hensyn til onlineforhandling. Særligt definitionen af aktivt salg er blevet opdateret og fastslår, at aktivt salg udgør "catch all"-kategori (dvs. alle former for salg, som ikke er passivt salg er aktivt salg), og at denne kategori omfatter visse online salgsaktiviteter, som tidligere ikke har været nævnt, men har fået større betydning i det seneste årti.

For at beskytte en eksklusiv forhandlers bestræbelser og investeringer, accepterer udkastet til den nye gruppefritagelsesforordning fortsat et forbud mod aktivt salg ind i det geografiske område eller til den gruppe af kunder, som er blevet tildelt en eksklusiv forhandler eller leverandøren selv. Sammenlignet med den nuværende gruppefritagelsesforordning vil dette også omfatte onlineforhandling, der i fremtiden kategoriseres som aktivt salg, dvs. målrettet henvendelse til kunder i bestemte geografiske områder via prissammenligningsværktøjer eller søgemaskiner.

Endvidere er udkastet til den nye gruppefritagelsesforordning suppleret med mere detaljerede retningslinjer og eksempler på aktivt og passivt salg i forslaget til udkastet til de nye vertikale retningslinjer.

## VURDERING?

I EU forudsættes kunde- og områdebegrænsninger at udgøre alvorlige konkurrencebegrænsninger, der er i strid med TEUF artikel 101, stk. 1. På grund af formålet med det indre marked, forbliver denne opfattelse uændret under den nye gruppefritagelsesforordning, som vil ophøje definitionen af aktivt og passivt salg fra *soft law* til *hard law* og opdatere disse til at omfatte nuværende eksempler på onlineforhandling. Dette kan være nyttigt for at undgå diskussioner om, hvorvidt visse onlineforhandling udgør aktivt eller passivt salg.

Link til artiklen på engelsk: [Distribution Law Center](#)



DEN ENDELIGE REVIDEREREDE VBER PÅTÆNKES AT TRÆDE I KRAFT DEN 1. JUNI 2022.

## VIL DU VIDE MERE? STAY TUNED...

Imens vi tæller ned til den 1. juni 2022, vil vi give dig **regelmæssige opdateringer** samt den nødvendige juridiske knowhow, således at du er klædt bedst muligt på til at forberede din virksomhed til fremtiden. Tjek også Distribution Law Centers platform ([www.distributionlawcenter.com](http://www.distributionlawcenter.com)) og vores [LinkedIn-side](#) for yderligere oplysninger om lovgivningen vedrørende vertikale aftaler, herunder både konkurrence- og erhvervsret. 27 ekspertteams fra hele EØS arbejder hårdt på at gøre platformen til din foretrukne kilde til vejledning og information.