
Februari 2012

Billigare att förbeställa taxi från Arlanda – konkurrensrättslig framgång för Delphi i Marknadsdomstolen

Advokatfirman Delphi biträdde nyligen Uppsala Taxi 100 000 AB i ett konkurrensrättsligt mål mot Swedavia AB (publ) och EuroPark Svenska AB som rörde avgifter för förbeställda taxibilar från Arlanda flygplats. Marknadsdomstolen förbjöd den 23 november 2011 Swedavia AB (publ) och EuroPark Svenska AB vid vite om två miljoner kr från att ta ut en avgift för förbeställd taxi från Arlanda om kunden vill bli mött av en taxichaufför med skylt i ankomsthallen. Detta innebär nu billigare taxiresor för de kunder som förbeställer taxi. Advokat Elisabeth Eklund som var ombud i målet redogör här för domen.

Bakgrund till målet

I februari 2011 införde Swedavia och EuroPark nya rutiner för resenärer som förbeställde taxi från Arlanda flygplats. Genom att administrera förbeställningarna införde Swedavia och EuroPark en avgift om 25 kr för de kunder som vill ställa sig i kö vid en servicedisk och ytterligare 25 kr för dem som vill bli mött av en taxichaufför direkt i ankomsthallen (den s.k. skyltavgiften). Bolagen krävde att taxibolagen skulle lägga in information om sina förbeställningar i Swedavias och EuroParks datasystem och ansåg sig därmed ha rätt till att ta ut avgifter för förbeställda taxibilar. Till saken kan läggas att taxikunderna redan sedan ett antal år betalar 35 kr för att taxiföretagen överhuvudtaget skall få trafikera Arlanda, den s.k. remoteavgiften.

Uppsala Taxi har under cirka trettio års tid mött kunderna som har förbeställt taxi i ankomsthallen utan att ta extra betalt och ansåg sig inte ha behov av Swedavias och EuroParks administrativa tjänster. Uppsala Taxi ansåg att avgifterna var oskäligt höga och att Swedavia och EuroPark missbrukade sina dominerande ställningar på marknaden. Uppsala Taxi stämde därför Swedavia och EuroPark vid Marknadsdomstolen.

Ett företag anses vara dominerande om det har en marknadsandel som typiskt sett är över 40 procent men en rad andra omständigheter måste också föreligga. Att inneha en dominerande ställning är inte i sig förbjudet utan endast att missbruka denna vilket kan ske genom bl.a. exklusivitetsavtal, trohetsskapande rabatter, diskriminering, underprissättning, överprissättning, oskäliga avtalsvillkor och kopplingsförbehåll.

Swedavia är det statliga bolag som äger Arlanda och EuroPark är den av Swedavia upphandlade entreprenören som hanterar taxiköerna på Arlanda och är avtalspart gentemot Uppsala Taxi. Uppsala Taxi gjorde gällande att Swedavia och EuroPark missbrukade sina dominerande ställningar genom införande av och uttagande av avgifterna. Detta missbruk bestod av överprissättning, oskäliga avtalsvillkor eller kopplingsförbehåll.

Februari 2012
Billigare att
förbeställa taxi
från Arlanda –
konkurrensrättslig
framgång
för Delphi i
Marknadsdomstolen

Förbeställning av taxibilar till Arlanda är ingen nyhet utan det är något som Uppsala Taxi, som hela tiden ligger långt fram i teknikutvecklingen, har ägnat sig åt sedan 1980-talet och detta utan någon som helst kostnad för kunden som på ett enkelt sätt blir mött av sin chaufför vid ankomstfiltret. För kunder som reser till Uppsala är det mycket viktigt att kunna förbeställa en taxi eftersom det är svårt att hitta en bil i spontankön som är intresserad av att köra till Uppsala eftersom i stort sett all taxitrafik vill köra söderut till Stockholm med omnejd från Uppsala. I och med att Uppsala Taxi kan planera sin trafik innebär det även att kostnaderna kan hållas nere samtidigt som det är positivt för miljön.

Eftersom Uppsala Taxi tidigare inte tog betalt för tjänsten att hämta kunden i ankomsthallen, medförde Swedavias/EuroParks nya avgifter en motsvarande kostnadsökning för Uppsala Taxi och, i förlängningen, taxibolagets kunder. Därtill kom andra merkostnader för Uppsala Taxi p.g.a. de nya förbeställningstjänsterna i och med administrativt dubbelarbete.

Valde kunden som ville förbeställa taxi att inte betala skyltavgiften utan den lägre avgiften tvingades denne istället bege sig till Swedavias servicedisk och vänta in sin chaufför vilket kunde ta upp till tio minuter.

Marknadsdomstolens dom

Marknadsdomstolen förbjöd i dom den 23 november 2011 Swedavia och EuroPark att ta ut den extra skyltavgiften vid vite om två miljoner kr.

Uppsala Taxi hävdade i huvudsak att Swedavia och EuroPark inte hade visat att avgifterna var kostnadsmotiverade, att det har framkommit att bolagen vid beräkningen av avgifternas storlek även hade beaktat kostnader för advokatarvoden vid tidigare processer kring kösystemens utformning, att det inte fanns någon reell möjlighet för Uppsala Taxi att endast använda bilen för strökunder för norrgående trafik och att kostnaderna är irrelevanta eftersom Uppsala Taxi inte behövde tjänsterna.

Marknadsdomstolen fann av utredningen i målet att syftet med införandet av förbeställningstjänsten var att bl.a. effektivisera flödet av taxitrafik på Arlanda. Mot bakgrund av vad som framkommit i målet och med hänsyn till det begränsade utrymme som finns på Arlanda flygplats ansåg Marknadsdomstolen att införandet av en förbeställningstjänst och uttagandet av en avgift för servicedisken inte utgjorde ett oskäligt avtalsvillkor och ansåg inte heller att det var fråga om överprissättning eller kopplingsförbehåll.

Vad gäller skyltavgiften ansåg Marknadsdomstolen att den utgjorde missbruk av dominerande ställning i form av oskäliga avtalsvillkor. Domstolen konstaterade att avgiften om 25 kr hade bestämts efter en förhandling mellan Swedavia och EuroPark. 85 öre av denna avgift avsåg kostnad för en bricka som hade till ändamål att underlätta identifieringen av behöriga chaufförer i ankomsthallen och den resterande delen av avgiften tillfördes en "miljöfond" som handhades av EuroPark men med beslutanderätt för Swedavia. Det hade dock inte givits någon närmare förklaring till hur medlen i denna fond redovisas i de båda bolagen.

Marknadsdomstolen fann att skyltavgiften saknade erforderligt samband med förbeställd taxitrafik. Det hade i målet inte heller framkommit några omständigheter som tillfredställande visade att avgiften ledde till ökad effektivitet och kortare väntetider för att därmed öka nöjdheten bland taxiföretag och kunder. Domstolen konstaterade vidare

Februari 2012

Billigare att förbeställa taxi från Arlanda – konkurrensrättslig framgång för Delphi i Marknadsdomstolen

att det inte kunde uteslutas att eventuella ordningsproblem kan lösas på annat sätt än som nu skett.

Marknadsdomstolen fann således att det måste anses oskäligt att påtvinga Uppsala Taxi den aktuella skyltavgiften. Enligt Marknadsdomstolens mening hade det i denna del visats föreligga sådana omständigheter att såväl Swedavias som EuroParks åtgärder var att anse som ett missbruk av dominerande ställning. Swedavia och EuroPark ålades därför vid vite om 2 miljoner kr att upphöra med att ta ut den aktuella skyltavgiften om 25 kr.

Slutsatser

För att ett företag skall kunna väcka talan i Marknadsdomstolen krävs att företaget först ger in ett klagomål till Konkurrensverket. Konkurrensverket valde i detta fall liksom i många andra att inte ta upp klagomålet utan avskrev det. Aktuellt mål är ett av flera mål där en part nyttjar sin s.k. subsidiära talerätt enligt konkurrenslagen och processar i Marknadsdomstolen med framgång. Tidigare under 2011 hade Bring CityMail Sweden AB framgång mot Posten Meddelande AB. En s.k. sorteringsrabatt ansågs utgöra missbruk av dominerande ställning, varvid åläggande vid vite att upphöra med rabatten meddelades mot Posten. Det är alltså värt än en gång att påpeka att Konkurrensverkets avskrivningsbeslut av ärenden i vissa fall inte innebär att förfarandet inte strider mot konkurrensreglerna utan snarast återspeglar verkets prioriteringar.

Domen är en viktig framgång för Uppsala Taxi vilken innebär att även resenärer som åker med andra taxibolag slipper betala skyltavgiften. Att Marknadsdomstolen valde att inte se servicediskavgiften som missbruk av dominerande ställning kan dock ses som att en i praktiken mycket hög bevisbörda åläggs Uppsala Taxi. Särskilt mot bakgrund av att Uppsala Taxi över huvud taget inte hade behov av tjänsten i fråga eftersom detta hade hanterats på egen hand tidigare under en lång tid.

För de aktörer som har en dominerande ställning understryker domen behovet av att noga analysera prishöjningar, införande av nya avgifter och andra prissättningsstrategier för att tillförsäkra sig att dessa är förenliga med konkurrensreglerna för att undvika en konkurrensrättslig riskexponering.



Elisabeth Eklund (f.d. Legnerfält)
Partner / Advokat