



Samenvatting besluit gericht aan Samsung Electronics Benelux B.V.

Hoofdstuk 1 van het besluit van de Autoriteit Consument en Markt (ACM) als bedoeld in artikel 56 Mededingingswet gericht aan Samsung Electronics Benelux B.V. ACM/UIT/560625

Ons kenmerk : ACM/UIT/561468
Zaaknummer : ACM/20/040569
Datum : 14 september 2021

1. Met dit besluit legt de ACM Samsung Electronics Benelux B.V. een boete op van 39.875.500 euro voor het afstemmen van verkoopprijzen van Samsung-televisies met verschillende detailhandelaren. Deze afstemming vond plaats vanaf januari 2013 tot en met december 2018. Hiermee overtreedt Samsung het kartelverbod uit artikel 6 Mw en artikel 101 VWEU.
2. Uit communicatie tussen medewerkers van Samsung en de detailhandelaren volgt dat Samsung gedurende de inbreukperiode actief invloed uitoefende op de online-verkoopprijzen van detailhandelaren en verwachtte dat de detailhandelaren zich hielden aan de door Samsung gecommuniceerde prijzen. De detailhandelaren gingen daarin mee, maar het was Samsung die bij de afstemming de centrale rol vervulde.
3. Samsung monitorde de prijzen van detailhandelaren onder meer via prijsvergelijkingswebsites en webshops van detailhandelaren. Zij verzamelde deze prijsdata door middel van zogenaamde spidersoftware en analyseerde prijsbewegingen van haar eigen televisiemodellen nauwgezet. Indien Samsung verkoopprijzen zag die te zeer afweken van de door Samsung gewenste marktprijs, nam Samsung contact op met detailhandelaren en spoorde zij hen aan hun verkoopprijs aan te passen. Medewerkers van Samsung bespraken intern met welke detailhandelaren contact opgenomen moest worden. Zij deden dat onder meer via e-mail of Whatsapp. Daarbij liet Samsung weten dat zij dezelfde prijs ook aan concurrerende detailhandelaren had gecommuniceerd, vaak met de boodschap dat zij ook hun prijzen zouden verhogen. Detailhandelaren konden er op basis van deze communicatie op vertrouwen dat zij zichzelf niet uit de markt zouden prijzen als zij de door Samsung gewenste prijzen hanteerden.

Enkele voorbeelden:

Samsung verzoekt een detailhandelaar om zijn online-verkoopprijs voor een televisiemodel te verhogen naar EUR 329. Samsung laat de detailhandelaar ook weten dat *“alle andere partner partijen zijn geadviseerd”*. De detailhandelaar laat Samsung weten: *“Done, over 15 min zichtbaar”*.

E-mail van Samsung aan een detailhandelaar:

“Hi [...],

Advies prijs [model]: Eur 999,00

alle partners worden deze week geadviseerd”.

Uit een schermafbeelding in de e-mail blijkt dat de betreffende detailhandelaar en enkele andere detailhandelaren het model nu nog voor een lagere prijs aanbieden.

Reactie van de detailhandelaar: *"Done, zichtbaar over 15 minuten"*.

Samsung neemt contact op met een detailhandelaar over een televisiemodel en laat weten: *"[...] schakelt¹ vandaag naar 429 euro..kan jij dit ook volgen?"*

Samsung laat hierop volgen: *"Ook meer marge ☺"*

Even later laat Samsung weten dat zij ook met een derde detailhandelaar nog contact opneemt: *"[...] krijgt uiteraard hetzelfde advies"*.

Samsung vraagt de eerste detailhandelaar vervolgens: *"Gaat dit lukken?"*

Reactie: *"is aangepast"*.

Samsung: *"Topper! 🍷🍷"*.

4. Detailhandelaren klaagden regelmatig bij Samsung over de prijszetting voor Samsung-televisietoestellen door andere detailhandelaren. Uit de stukken blijkt dat Samsung dit dan oppakte door de betreffende detailhandelaar te benaderen en deze te vragen de prijs naar het door Samsung gewenste niveau aan te passen. Samsung gaf hierover vervolgens een terugkoppeling aan de klagende detailhandelaar. Ook kwam het voor dat Samsung detailhandelaren vroeg te wachten met het volgen van een (te lage) prijs van een concurrerende detailhandelaar tot zij contact met deze detailhandelaar had gezocht.

Enkele voorbeelden:

Een detailhandelaar stuurt Samsung een afbeelding waaruit blijkt dat een concurrent met een toestel niet op de gewenste prijs zit.

Samsung: *"Pff. Ga er weer achteraan"*

Detailhandelaar: *"Graag. Dit echt zonde."*

Later die dag stuurt de betrokken accountmanager van Samsung aan collega-accounthouders het verzoek: *"Please urgently advise 1299 euro"*

Een detailhandelaar verhoogt de prijs van een televisiemodel naar het door Samsung gewenste niveau en laat Samsung weten: *"Ik zie nog wel een aantal partijen die niet geschakeld zijn op [model]!"*

Reactie van Samsung: *"Hebben wij ook gezien, wordt aan gewerkt!"*

Samsung aan detailhandelaar: *"De prijssituatie op de [...] is nogsteeds niet optimaal... het is echt niet nodig om met de model geld te 'verbranden'. Zou je hier nogmaals naar willen kijken? Advies verkoop Eur 799,00. Alvast bedankt."*

Detailhandelaar: *"dank voor de tip"*

Samsung: *"Graag gedaan. De spider op dit model verwijderen zou erg helpen ;-)"*

Natuurlijk hebben wij de andere partijen ook geadviseerd."

Samsung aan detailhandelaar: *"Zou ik je nogmaals een aantal prijzen mogen adviseren? Graag zo snel mogelijk. [modellen en prijzen]. Graag even vastzetten tot het weekend. Er zijn er gisteren al een hoop geschakeld en de rest volgt zo snel mogelijk. Thanks!"*

Reactie van de detailhandelaar: *"Done"*.

¹ "Schakelen" is jargon voor de online-prijs aanpassen.

5. Het gedrag van Samsung en de verschillende detailhandelaren ziet op alle televisiemodellen van Samsung. In haar contracten met detailhandelaren staat dat Samsung adviesprijzen hanteert en dat het de detailhandelaren vrij staat om zelfstandig hun verkoopprijzen te bepalen. Het geven van indicatieve prijsadviezen en het monitoren door Samsung van verkoopprijzen is op zichzelf niet in strijd met het kartelverbod als detailhandelaren werkelijk vrij zijn om hun eigen verkoopprijzen te bepalen. De contacten tussen Samsung en de individuele detailhandelaren gingen echter duidelijk verder dan het enkel verstrekken van indicatieve lijstprijzen of vrijblijvende adviesprijzen. Samsung maakte in feite marktprijzen bekend en stuurde daar ook op, in plaats van de detailhandelaren in vrijheid hun eigen verkoopprijzen te laten bepalen.
6. Met deze handelswijze probeerde Samsung een neerwaartse prijsspiraal te voorkomen. Hiermee greep zij op ongeoorloofde wijze direct in op de concurrentie tussen de detailhandelaren. Voor deze prijsafstemming is naar het oordeel van de ACM geen commerciële noodzaak of grond aanwezig. De praktijk dient bovenal het behoud van de marges van detailhandelaren en het beschermen van de marges van Samsung zelf. Dit gedrag beperkt de concurrentie en is verboden.
7. Samsung heeft in haar zienswijze betwist dat sprake is van een verboden gedraging. Volgens Samsung adviseerde zij de detailhandelaren slechts en oefende zij geen dwang uit noch gaf zij prikkels om de prijs daadwerkelijk aan de adviesprijs aan te passen. Voorts zou Samsung naast het algemeen bekend maken van de advies-verkoopprijzen slechts *ad hoc* en reactief adviesprijzen communiceren. Samsung zou altijd duidelijk hebben gemaakt dat detailhandelaren geheel vrij zijn om hun eigen prijs te bepalen en dat zij detailhandelaren nooit heeft gedwongen haar prijzen te hanteren. Volgens Samsung zou haar praktijk daarom geen inbreuk maken op het kartelverbod.
8. De ACM volgt Samsung hierin niet. Zowel de monitoring, Samsungs interne coördinatie, als Samsungs externe communicatie zijn gericht op het controleren en minimaliseren van prijsafwijkingen binnen het Samsung assortiment. Samsung nam – als spin in het web – dusdanig frequent en individueel contact op over verkoopprijzen van de betreffende detailhandelaren en over prijsvoornemens van andere detailhandelaren dat kan worden gesproken van een stelselmatige praktijk van afstemming tussen Samsung en deze detailhandelaren.
9. Het gedrag van Samsung had tot doel om de mededinging te beperken. Naast het direct ingrijpen in de prijs door detailhandelaren telkens te wijzen op de door Samsung gewenste verkoopprijs, ontstond er ook een klimaat waarbij detailhandelaren ontmoedigd werden om het initiatief te nemen tot prijsverlagingen. In het besluit stelt de ACM vast dat Samsung verboden handelde in relatie tot zeven (grote) detailhandelaren die samen goed waren voor een ruime meerderheid van de verkoop van televisietoestellen van Samsung in Nederland. Deze prijsafstemming is ten nadele van de consument. Het “toezicht” dat Samsung op alle prijsbewegingen uitoefende, vond plaats in een toch al zeer transparante markt, door de gemakkelijke vindbaarheid van de producten en hun prijzen op internet en de activiteit van vergelijkingssites.
10. Met dit besluit legt de ACM een boete op aan Samsung. De ACM neemt bij de boete in aanmerking dat Samsung stelselmatig ingreep op de verkoopprijzen van televisies. Als grote speler op de televisiemarkt had Samsung moeten weten dat dit gedrag ongeoorloofd is. In de boete werkt door dat het om een jarenlange praktijk ging waarmee een hoge omzet was gemoeid. De ACM laat in het voordeel van Samsung meewegen dat het in dit geval gaat om prijsafstemming waarbij geen sprake is van (dreiging met) sancties of het toepassen van (financiële) prikkels. Daarnaast weegt de ACM mee dat dit de eerste keer is dat de ACM voor dit type overtreding een boete oplegt. Samsung krijgt een boete van 39.875.500 euro.