

A1999-07 29.06.99

Scan Foto og NTB Pluss - ikke grunnlag for inngrep etter konkurranseloven § 3-11

Sammendrag:

Konkurransetilsynet griper ikke inn mot fusjonen mellom Scan Foto AS og NTB Pluss AS. Tilsynet konkluderer med at fusjonen ikke vil føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. De viktigste årsakene til dette er at det finnes gode forretningsalternativer når det gjelder bilder fra innenlandske begivenheter, at markedet for utenlandsk billedmateriale er begrenset i omsetning og at det finnes få hindringer mot nyetablering i markedet. Videre vil flere av eierne i det fusjonerte selskapet Scanpix samtidig være viktige kunder for selskapet, slik at det kan være vanskelig for Scanpix å utøve markedsrett på en måte som vesentlig begrenser konkurransen i strid med lovens formål.

Konkurransetilsynet viser til tidligere korrespondanse, senest Deres telefaks av 14. april 1999.

Konkurranseloven (krrl) § 3-11 åpner for at Konkurransetilsynet kan gripe inn mot bedriftservedersom tilsynet finner at vedkommende erverv vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med formålet i lovens § 1-1. Tilsynet har vurdert fusjonen mellom Scan Foto AS' og NTB Pluss AS' fotovirksomhet i Norge etter krrl § 3-11.

Konkurransetilsynet konkluderer med at fusjonen ikke vil føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. De viktigste årsakene til dette er at det finnes gode forretningsalternativer når det gjelder bilder fra innenlandske begivenheter, at markedet for utenlandsk billedmateriale er begrenset i omsetning og at det finnes få hindringer mot nyetablering i markedet. Videre vil flere av eierne i Scanpix samtidig være viktige kunder for selskapet, slik at det kan være vanskelig for Scanpix å utøve markedsrett på en måte som vesentlig begrenser konkurransen i strid med lovens formål. Vurderingen av fusjonen etter krrl § 3-11 er på denne bakgrunn avsluttet fra tilsynets side.

Under vurderingen av fusjonen kom det frem at det fusjonerte selskapet Scanpix Norge AS (Scanpix) har overtatt de innkjøps-avtalene fusjonspartnerne allerede hadde med de fleste store internasjonale billedbyråene. De eksemplene på avtaler tilsynet har innhentet er av både eksklusiv og ikke-eksklusiv karakter. Etter Konkurransetilsynets vurdering er ikke disse innkjøpsavtalene så nært knyttet til ervervet at de må vurderes etter krrl § 3-11.

Konkurransetilsynet kan etter krrl § 3-10 gripe inn mot vilkår, avtaler og handlinger dersom tilsynet finner at disse har til formål, virkning eller er egnet til å begrense konkurransen i strid med krrl § 1-1. Vedtak om inngrep kan gå ut på å nedlegge forbud eller gi påbud, samt å gi tillatelse på vilkår.

En avgjørelse om ikke å gripe inn mot fusjonen med hjemmel i krrl. § 3-11 avskjærer ikke muligheten for at Konkurransetilsynet på et senere tidspunkt eventuelt vil kunne gripe inn mot de

eksklusivitetsavtalene Scanpix har inngått med de internasjonale billedbyråene med hjemmel i krrl. § 3-10.

Nærmere om Konkurransetilsynets vurdering

Markedsavgrensning

Partene er av den oppfatning at det relevante markedet bør avgrenses til *leveranser av billedmateriale og andre fototjenester til profesjonelle brukere* som aviser, ukepresse, industrien, forlag, reklamebyråer og internasjonale pressebyråer.

På bakgrunn av den innsendte informasjonen konkluderer Konkurransetilsynet med at markedet for leveranser av billedmateriale og andre fototjenester til profesjonelle brukere bør deles opp i markeder for leveranser av nasjonalt og internasjonalt billedmateriale. De viktigste årsakene til det er at det er begrenset substituerbarhet mellom nasjonalt og internasjonalt billedmateriale, samt at det kan se ut som om det er flere aktører og hardere konkurranse i markedet for nasjonale bilder (se nedenfor).

Det virker rimelig å avgrense det geografiske markedet til Norge, da det store flertallet av kundene til Scanpix Norge er norske aktører. Dessuten er rettighetene Scanpix innehar for bilder kjøpt gjennom utenlandske billedbyråer avgrenset til det norske markedet.

Partenes posisjon i det relevante markedet

Scan-Foto og NTB Pluss er de eneste norske bedriftene av en viss størrelse som baserer sin virksomhet på å levere nyhetsbilder og annet billedmateriale til profesjonelle brukere. Dette gjelder bilder fra både norske og utenlandske begivenheter.

Den totale omsetningen i markedet for billedleveranser er vanskelig tilgjengelig. En av årsakene til dette er at det er vanskelig å estimere verdien av de bildene avisenes og ukebladenes egne fotografer tar. Disse bildene vil i mange tilfeller vil være et substitutt til innkjøpte bilder fra et billedbyrå, spesielt for bilder fra innenlandske begivenheter.

I partenes brev av 11. januar 1999 fremkommer det at de største avisene har ca 90 fotografer. I tillegg finnes mellom 30 og 50 norske freelance-fotografer og et ukjent antall fotografer i de øvrige avisene som er alternative leverandører av bilder.

Partene anslår sin markedsandel av samlet omsetning for både norske og utenlandske bilder til å være over 40 %. For rene nyhetsbilder vil markedsandelen ifølge partene kunne være over 60 %. Partene må uansett antas å ha en sterk posisjon i markedet for leveranser av innen- og utenlandsk billedmateriale. På bakgrunn av informasjon innhentet fra partene og enkelte aktører i markedet vurderer Konkurransetilsynet den dominerende posisjonen til å være mest fremtredende i markedet for billedmateriale fra internasjonale begivenheter.

Av en samlet billedomsetning i de to selskapene i 1998 på omtrent 56 millioner kroner utgjorde salget til utenlandske byråer bare 1,1 millioner kroner. Andelen av det totale salget som er bilder distribuert fra utenlandske byråer kommer frem i tabellen for omsetning i 1998:
(opplysninger unntatt offentlighet finnes i punkt 1 vedlegg 1)

Konkurransen i det innenlandske billedmarkedet

Når det gjelder tilbudet av billedmateriale av nasjonal interesse mer generelt, består konkurrentene til Scanpix av kundenes egne fotografer, freelance-fotografer og andre billedbyråer (clip-art byråer og stockbyråer). Norske pressebyråer i startfasen i regi av blant annet A-pressen og Orkla Media vil også kunne være med på å påvirke konkurranse-situasjonen i markedet for bilder fra nasjonale begivenheter. Ellers har Aller-gruppen etablert et billedbyrå (AllOver) i markedet fra 1. januar 1999. Dette selskapet er del av en nordisk satsing der blant annet norske Se & Hør er med, og består for tiden av tre fotografer. AllOver satser primært på salg av bilder fra norske begivenheter til norske tabloidaviser og norske og utenlandske ukeblader. Billedbyrået satser først og fremst på kjendisstoff.

Avisenes egenproduksjon

For nasjonale nyhetsbilder vil Scanpix møte konkurranse fra avisenes egne fotografer. Scanpix skal etter planen ha 10 fotografer. Til sammenlikning har VG 19, Aftenposten 23, Dagbladet 13, Dagsavisen 5, Adresseavisen og Stavanger Aftenblad 8 og Bergens Tidende 12 fotografer. Dette betyr at overfor de største avisene vil det være vanskelig for Scanpix å utnytte markedsrett så lenge avisene selv dekker de aktuelle hendelsene. Partene hevder videre at det er en stadig utveksling av bilder mellom aviser forskjellige steder i landet, ofte vederlagsfritt.

Freelance-fotografer

Det finnes mellom 30 og 50 freelance-fotografer i Norge som konkurrerer med Scanpix om å selge inn bilder til aviser og tidsskrifter. Disse vil også kunne selge bilder fra utenlandske begivenheter.

Andre billedbyråer

Av andre billedbyråer er det spesielt verdt å nevne de såkalte clip-art og stockbyråene. Disse selger hovedsakelig bilder til forlag, ukepresse og industri. De største stockbyråene i Norge er IntraMedia, NPS, Husmo Foto og Image Bank. Andre billedbyråer som er aktive i det norske markedet er Sjøberg, Bulls og M-press. Disse selskapene konsentrerer sin virksomhet om illustrasjonsbilder av både nasjonal og internasjonal opprinnelse.

Konkurransen i markedet for utenlandsk billedmateriale

Nyhetsbilder og bilder fra utenlandske begivenheter der norske aviser ikke er representert med egne fotografer vil i stor grad bli distribuert gjennom Scanpix. Som vi ser av tabell 1 utgjorde inntektene fra videreformidling av bilder fra utenlandske billedbyråer (*opplysninger unntatt offentlighet finnes i punkt 2 vedlegg 1*) av de to selskapenes samlede inntekter fra salg av bilder i 1998. På bakgrunn av samtaler med enkelte av aktørene i bransjen har tilsynet fått inntrykk av at konkurransen i dette særskilte markedssegmentet er svakere enn for billedmateriale fra innenlandske begivenheter. Det finnes heller ikke andre aktører av noen særlig størrelse som pr. i dag distribuerer nyhetsbilder fra utenlandske billedbyråer i konkurranse med Scanpix. Enkelte andre billedbyråer som leverer internasjonale illustrasjonsbilder er nevnt over. Disse selskapene vil i begrenset utstrekning kunne konkurrere med Scanpix i dette markedssegmentet.

Internasjonale pressebyråer

Partene har forhandleravtaler med de store internasjonale pressebyråene som Reuters, Allsport, SIPA og

AP. Det vanlige er at norske mediebedrifter kjøper bilder fra disse byråene gjennom Scanpix. Tilsynet har fått tilsendt kopier av forhandleravtalene.

De avtalene tilsynet har fått tilsendt er både eksklusive (AP og SIPA) og ikke-eksklusive (Reuters og Allsport) for partene. De eksklusive avtalene innebærer at det ikke finnes alternative forretningsmuligheter til Scanpix for norske kunder som ønsker å kjøpe bilder fra disse selskapene. Ofte vil det imidlertid være slik at det er flere billedbyråer som dekker den samme begivenheten, slik at det vil kunne være mulig å kjøpe bilder direkte fra andre (som for eksempel fra de billedbyråene som har ikke-eksklusive avtaler med partene). I den forstand kan det hevdes at det finnes alternative forretningsmuligheter til Scanpix for norske kunder som ønsker billedmateriale fra internasjonale begivenheter.

Det er rimelig å anta at den prisen en norsk kunde må betale ved å kjøpe direkte fra de utenlandske byråene (med ikke-eksklusive avtaler) setter et tak for den maksimale prisen Scanpix kan ta i det norske markedet. Så vidt Konkurransetilsynet kjenner til, er det ikke vanlig praksis hos norske aviser å kjøpe bilder fra utenlandske begivenheter fra andre enn Scanpix. I fusjonsmeldingen fra partene kom det frem at norske kunder neppe vil kunne få gunstigere priser ved å opptre på denne måten, da Scanpix oppnår en vesentlig kvantumsrabatt.

Forholdet mellom kundene og Scanpix

Flere av de største kundene til Scanpix er medeiere i selskapet gjennom sitt eierskap i NTB. Etter det Konkurransetilsynet har fått opplyst var det ingen av medeierne i NTB som hadde vesentlige innvendinger mot fusjonen da den ble vedtatt. Det spesielle forholdet mellom selskapet og kundene kan gjøre det vanskelig for Scanpix å utnytte markedsmakt i strid med kundenes interesser.

Oppsummering og konklusjon

I markedet for bilder fra innenlandske begivenheter finnes det for de fleste aktørene i markedet alternative forretningsmuligheter som gjør det lite sannsynlig at Scanpix i særlig grad vil kunne bruke markedsmakt for å begrense konkurransen i markedet.

For billedmateriale fra utenlandske begivenheter får det nye selskapet en dominerende posisjon i det norske markedet, men det faktum at det finnes alternative forretningsmuligheter og at de største kundene i stor utstrekning er medeiere i NTB kan begrense mulighetene for at Scanpix kan utøve markedsmakt i strid med kundenes interesser. Konkurransetilsynet har på denne bakgrunn ikke funnet grunn til å gripe inn mot fusjonen mellom ScanFoto og NTBPluss.

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at avgjørelsen om ikke å gripe inn mot fusjonen ikke er til hinder for at det med hjemmel i krrl § 3-10 senere vil kunne bli aktuelt å gripe inn mot de eksklusivitetsavtalene Scanpix har inngått med internasjonale billedbyråer dersom avtalene viser seg å begrense konkurransen i det norske markedet i strid med lovens formål.

