

## **A1999-08 05.07.99**

### **Distribusjon av utenlandske aviser gjennom Narvesen - ikke inngrep etter konkurranseloven § 3-10**

#### **Sammendrag:**

Konkurransetilsynet griper ikke inn mot Narvesens nektelse av å distribuere avisene til Norcirc. Tilsynet mener at Norcirc ikke har vurdert muligheter for alternative salgskanaler for utenlandske aviser. Narvesen har en sterk stilling for salg av utenlandske aviser til sluttbrukere. Det er imidlertid ingen ting som hindrer andre aktører (landsdekkende dagligvarekjeder, andre kioskkjeder som MIX-forhandlerne osv) i å ta inn utenlandske aviser som produkt. Et eventuelt inngrep mot Narvesen vil være svært inngripende mot Narvesen all den tid Norcirc står fritt til å finne frem til alternative salgskanaler mot sluttbruker. En slik etablering av alternative salgskanaler vil etter tilsynets oppfatning være mulig. Et inngrep vil redusere mulighetene for at alternative distribusjonskanaler for utenlandske aviser utvikles.

Konkurransetilsynet viser til tidligere korrespondanse i saken, senest Deres telefaks av 19. februar 1999.

#### **Bakgrunn**

Konkurransetilsynet mottok 7. desember 1999 en klage fra Norcirc AS (Norcirc) på en forretningsnektelse fra Narvesen ASA (Narvesen). Norcirc ønsker adgang til å distribuere utenlandske aviser og tidsskrifter til Narvesens utsalgssteder, men dette er blitt avvist av Narvesen.

Tilsynet ba i brev av 6. januar 1999 om Narvesens merknader til klagen fra Norcirc. Narvesen stilte seg i brev til tilsynet av 28. januar avvisende til at forretningsnektelsen er av en slik karakter at den berettiger et inngrep etter konkurranseloven (krll) § 3-10.

Norcirc er et datterselskap av Distribusjonssentralen AS, og har til formål å tilby utenlandske aviser best mulig distribusjon og salg i Norge. Selskapet tilbyr budlevering i Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim, postlevering samt levering til aktuelle salgsledd.

Narvesen ASA er et børsnotert selskap med ca 435 utsalgssteder over hele landet. Kjedens hovedprodukt er etter eget utsagn lesestoff. Innkjøp av aviser, blader og bøker skjer gjennom selskapets divisjon Distribusjon, som har avtaler med de aktuelle utgiverne. Divisjonen distribuerer ulike former for lesestoff til ca. 5000 ulike forhandlere over hele landet.

#### **Forholdet til konkurranseloven**

Etter krll § 3-10 kan Konkurransetilsynet 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 lovens formål om effektiv bruk av samfunnets ressurser. Inngrepshjemmelen omfatter blant annet vilkår, avtaler og handlinger som kan opprettholde eller styrke en dominerende stilling ved hjelp av konkurransehemmende metoder, begrense kunders valg, fordyre produksjon, distribusjon eller omsetning, stenge konkurrenter ute eller nekte forretningsforbindelse.

Krrl § 3-10 omfatter ervervsdrivende både på kjøper- og selgersiden. Konkurransetilsynet kan derfor gripe inn overfor så vel salgsnektelser som kjøpsnektelser. Det er ikke til hinder for et inngrep etter krrl § 3-10 at det det gripes inn mot foregår innad i et konsern. (Ot prp nr 41 (1992-93), s. 109 om "Unntak for eier- og konsernsamarbeid". )

Konkurransetilsynet har ikke adgang til å gripe inn mot en forretningsnektelse bare på grunnlag av at den virker urimelig. For at inngrepsvilkåret i krrl § 3-10 skal være oppfylt, er det en forutsetning at tilsynet finner at nektelsen har konkurransebegrensende virkninger i strid med formålet i loven.

Videre må en ervervsdrivende etter tilsynets oppfatning erkjennes stor frihet til å velge hvilken leverandør han ønsker å kjøpe fra. Konkurransetilsynet vil derfor normalt være mindre tilbøyelig med å gripe inn mot kjøpsnektelser enn mot leveringsnektelser.

### ***Markedet***

På bakgrunn av de opplysninger Konkurransetilsynet har mottatt i saken, har tilsynet avgrenset det relevante markedet til å være import og videredistribusjon av utenlandske tidsskrifter og aviser til norske løssalgskanaler som kiosker, hoteller etc. Narvesen er i dag den ledende aktøren for detaljsalg av slike publikasjoner, med anslagsvis 85% av salget målt etter utsalgsværdi. Selskapet sørger i dag selv for distribusjonen ut til sine salgssteder. Også på distribusjonssiden er Narvesen den dominerende aktøren, Norcirc er etter det tilsynet kjenner til i øyeblikket kun etablert som distributør av ett utenlandsk tidsskrift til faste abonnenter.

Den samlede omsetningen av utenlandske aviser utgjør ifølge Narvesen omtrent 25 millioner kroner, og omfatter pr. i dag rundt 75 ulike utenlandske aviser. De norske etterspørerne av utenlandske aviser er ifølge avisene selv hovedsakelig nordmenn med et yrke som medfører behov for å følge med i hva som skjer i utlandet, samt utlendinger bosatt i Norge. Det er liten sesongvariasjon som følge av turister eller lignende.

### ***Konkurransetilsynets vurdering***

Løssalgsmarkedet for utenlandske aviser i Norge kan sies å bestå av to ledd i en vertikal kjede; henholdsvis import/distribusjon og salg til sluttbrukere. Per i dag er Narvesen den dominerende aktøren i begge disse leddene (markedene).

Norcirc ønsker å konkurrere med Narvesen om å importere og distribuere utenlandske aviser til Norge. Ifølge Norcirc vil import og distribusjon av avisene ikke være lønnsomt uten tilgang til Narvesens

kiosker, ettersom disse utsalgsstedene gjennom flere år har opparbeidet en posisjon blant nordmenn som det stedet en får kjøpt utenlandske aviser. En slik posisjon i markedet vil imidlertid ikke innebære at Narvesens salgsløse er å betrakte som en essensiell fasilitet eller et naturlig monopol. Det finnes ingen formelle hindringer for at utenlandske aviser kan distribueres gjennom andre kanaler enn Narvesen, slik at det på litt sikt kan etableres alternative salgskanaler som dagligvarekjeder, bokhandlere osv som kan konkurrere med Narvesens utsalgssteder. Etter det tilsynet kan se, har Norcirc ikke vurdert alternative forretnings-muligheter til Narvesens utsalgssteder.

Virkingen av Narvesens nektelse for de utenlandske avisene vil være begrenset. Disse vil uansett være tilgjengelige på de samme steder som i dag dersom det ikke opprettes alternative salgskanaler. Avisene selv opplever at Narvesens kiosker er et vesentlig salgsløse, slik at distribusjon på kort sikt antakelig vil bli opprettholdt gjennom Narvesen dersom Norcirc ikke får distribuert aviser for salg i Narvesens kiosker.

Narvesens nektelse av salg av aviser distribuert gjennom Norcirc vil således i all hovedsak få virkning i markedet for import og distribusjon av utenlandske aviser for løssalg i Norge, dvs at nektelsen i all hovedsak medfører at Narvesen på kort sikt hindrer etablering av en konkurrerende importør og distributør. Dersom Narvesens distribusjonssystem i dag er ineffektivt, vil etablering av en alternativ distributør kunne bidra til en mer effektiv distribusjon av utenlandske aviser i Norge.

Som antydning over finnes det etter tilsynets oppfatning en rekke utsalgssteder som vil ha mulighet til å selge utenlandske aviser og tidsskrifter i konkurranse med Narvesen dersom en bearbeider markedet med denne hensikt. Et eventuelt inngrep overfor Narvesen med pålegg om å tilby produksjonskapasitet (i dette tilfellet detaljsalget av aviser) kan redusere incentivene til å foreta investeringer i alternative distribusjons-kanaler. Distribusjonskanaler som kan gi Narvesen konkurranse i sluttbrukermarkedet vil neppe oppstå dersom Norcirc gis tilgang til Narvesens kiosker. Dette gir isolert sett grunn til å være tilbakeholden med å gripe inn mot Narvesen.

### ***Oppsummering og konklusjon***

Argumentet som taler for et inngrep mot Narvesen er de eventuelle samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster som kan oppstå i distribusjonen ved bytte av distributør. Dette er dog en usikker fremtidig størrelse som tilsynet ikke har fått dokumentert. Dersom Norcirc faktisk er i stand til å tilby avisene en bedre og mer effektiv distribusjonstjeneste enn Narvesen til den samme prisen, vil imidlertid dette representere en samfunnsøkonomisk effektivitetsgevinst. Denne eventuelle gevinsten blir ikke realisert dersom Narvesen ved sin forretningsnektelse overfor Norcirc hindrer selskapet tilgang til markedet. På sikt kan det tenkes at dette vil hindre en økning i volum (antall solgte aviser) og en mulig prisreduksjon på avisene.

På bakgrunn av det materiale tilsynet har mottatt fra partene, virker det imidlertid ikke som om Norcirc har vurdert muligheter for alternative salgskanaler for utenlandske aviser. Det egentlige problemet i denne saken er at Narvesen har en sterk stilling for salg av utenlandske aviser til sluttbrukere. Det er imidlertid ingen ting som hindrer andre aktører (landsdekkende dagligvarekjeder, andre kioskkjeder som MIX-forhandlerne osv) i å ta inn utenlandske aviser som produkt. Et salg gjennom nye kanaler vil

kreve en distributør (og antakelig en del arbeid), og her kan det antakelig være rom for aktører som Norcirc.

Et eventuelt inngrep mot Narvesen vil etter tilsynets oppfatning være svært inngripende mot Narvesen all den tid Norcirc står fritt til å finne frem til alternative salgskanaler mot sluttbruker. En slik etablering av alternative salgskanaler vil etter tilsynets oppfatning være mulig. Et inngrep vil redusere mulighetene for at alternative distribusjonskanaler for utenlandske aviser utvikles.

På denne bakgrunn har Konkurransetilsynet ikke funnet grunnlag for å gripe inn og pålegge Narvesen å inngå en distribusjonsavtale med Norcirc.

[til toppen](#)