

A1999-12 01.09.99

Konkurranseloven § 3-10 - salg av sølvtøy over Internett

Sammendrag:

Konkurransetilsynet fattet 23. august 1999 avgjørelse om å ikke gripe inn mot leveringsnektelse iverksatt av produsentene av sølvbestikk i Norge overfor CD Pakkeriet AS , et selskap som har spesialisert seg på salg av ulike produkter over internett. CD Pakkeriet AS klaget saken inn for tilsynet da selskapet ikke fikk leveranser fra noen av sølvbestikkprodusentene for salg av sølvbestikk over internett. Produsentenes krav til antakelse av nye forhandlere er i stor grad tuftet på fagkunnskap til gull- og sølvvaremarkedet, og synes etter tilsynets vurdering å være rimelig objektive. Etter Konkurransetilsynets oppfatning er konkurransen mellom produsentene og eksisterende forhandlere relativt god. Tilsynet fant heller ikke grunnlag for å mene at CD Pakkeriet er gjenstand for en kollektiv nektelse.

Avgjørelse A99-12

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 11. mai 1999 der De klager over at De ikke får leveranser av sølvtøy for salg over Internett. Konkurransetilsynet viser videre til tilsynets brev av 27. mai 1999 til de innklagede selskaper, der tilsynet ber om en redegjørelse for selskapenes nektelse.

Bakgrunn

CD Pakkeriet er et selskap som har spesialisert seg på salg av tjenester innenfor lagring, pakking og distribusjon over Internett. CD Pakkeriet vurderer å starte salg av sølvbestikk over Internett, og har i den forbindelse henvendt seg til sølvbestikkprodusentene i Norge for å forhøre seg om leveranse av sølvtøy for salg over Internett. Ingen sølvtøyprodusenter ønsker å levere sølvbestikk til CD Pakkeriet for salg over Internett.

De anfører i Deres brev av 11. mai 1999 at det ikke eksisterer reell konkurranse i markedet for sølvbestikk i Norge, blant annet som følge av at de fleste detaljister og produsenter er organisert i henholdsvis Norges Gullsmidforbunds Detaljistforening og Gull- og Sølvvareleverandørens Forening - som til sammen utgjør Norges Gullsmidforbund. Videre anfører De at det ikke finnes alternative produkter til sølvbestikk, verken i Norge eller i utlandet, og at det heller ikke eksisterer alternative leverandører til hver enkelt produsents mønstre. På bakgrunn av en prisundersøkelse De har gjennomført hos 12 forhandlere i østlandsområdet, mener De også å kunne selge produktene til en pris som ligger godt under den pris som disse forhandlerne har.

Forholdet til konkurranseloven

Etter konkurranseloven § 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 i et marked ved

hjelp av konkurransehennende metoder, begrense kunders valg, fordyre produksjon, distribusjon eller omsetning, stenge konkurrenter ute eller nekte forretningsforbindelse. Med nektelse av forretningsforbindelse menes også at en ervervsdrivende bare er villig til forretningsforbindelse på bestemte vilkår.

Det fremgår av ovennevnte at Konkurransetilsynet ikke kan gripe inn mot vilkår, avtaler eller handlinger bare på grunnlag av at de virker urimelige. For at inngrepskriteriet i konkurranseloven § 3-10 skal være oppfylt, er det en forutsetning at de vilkår, avtaler eller handlinger det vurderes å gripe inn mot har konkurransebegrensende virkning i strid med formålet i loven.

Konkurransetilsynets vurdering og avgjørelse

For å kunne vurdere om leveringsnektelsen kan virke konkurransebegrensende og om det er grunnlag for inngrep, vil Konkurransetilsynet først vurdere hvilke produkter og forhandlere konsumentene antas å velge mellom. Videre vurderes forhandlerens potensielle leverandører.

Det relevante marked

Produktmarkedet defineres ved å kartlegge alle andre produkter som fungerer som substitutter for det aktuelle produktet. De har uttalt at leveringsnektelsen gjelder sølvbestikk. Utgangspunktet for avgrensningen av det relevante produktmarkedet er dermed sølvbestikk. Sølvbestikk blir sett på som en tradisjonsrik vare som benyttes som samleobjekt. Det finnes både sølvplett-, messing- og stålbestikk. Med enkelte unntak har disse imidlertid ikke det eksklusive preget som sølv har. Prisforskjellen er dessuten i de fleste tilfeller stor. Sølvplett-, messing- og stålbestikk kan derfor ikke uten videre betraktes som et tilfredsstillende substitutt for sølvbestikk. For mange forbrukere finnes heller ikke alternative produkter for *norsk* produsert sølvbestikk. For disse kundene er utenlandsk sølvbestikk et svakt substitutt fordi de ønsker å kjøpe de tradisjonelle norske merkene som har vært lenge i markedet. Dette taler for en smalere definisjon av produktmarkedet, til *norsk produsert sølvbestikk*.

I sølvbestikkmarkedet står en også overfor ulike kjøpergrupper som har varierende preferanser. Det vil si at det som fremstår som et aktuelt substitutt for én kjøper ikke behøver å være det for en annen. Det kan derfor være nødvendig å trekke inn bestemte kundesegmenter i definisjonen av det relevante produktmarked. Etersom sølvbestikk er et typisk samleobjekt, vil konsumentene i en viss forstand være "innelåste" fra det øyeblikk de velger et bestemt mønster. Når en kunde over mange år har samlet på en serie er det som regel uaktuelt å velge alternative mønstre. For disse kundene vil substitusjonsmulighetene være relativt små. Dette trekker i retning av at markedet for sølvbestikk kan betraktes som en serie av *del*markeder, der hvert enkelt merke eller mønster utgjør et eget produktmarked. Forhandlerens "nye" kunder har imidlertid ikke bundet seg opp til et bestemt mønster. Disse kundene kan i realiteten velge mellom alle sølvbestikkmerkene fra de ulike leverandørene, og har derfor gode substitusjonsmuligheter.

En forhandler som har monopol på et bestemt merke i et geografisk marked kan ha en viss markedsrett overfor det kundesegmentet som har knyttet seg opp til et mønster. Denne markedsretten kan utnyttes til å øke prisene. I praksis vil imidlertid en forhandler ha begrenset mulighet til å skille "nye" fra "gamle" kunder slik at prisen kan differensieres mellom disse. Markedet for sølvbestikk er dessuten preget av prislighet, som kan være en indikasjon på at de ulike merkene er

del av samme produktmarked. Konkurransetilsynet legger med dette til grunn at alle norskproduserte merker og mønstre innenfor sølvbestikk tilhører det samme produktmarked; dvs *norskprodusert sølvbestikk*.

Det relevante geografiske marked avgrenses til Norge, ettersom samtlige aktuelle aktører opererer i hele landet. En nærmere vurdering av det relevante geografiske marked vil ikke ha vesentlig betydning for Konkurransetilsynets vurdering av saken.

Alternative leverandører

CD Pakkeriet har henvendt seg til de norske produsentene av sølvbestikk, og ingen av produsentene ønsker å selge sine produkter over Internett. Selv om en i prinsippet, på bakgrunn av ovennevnte avgrensning av det relevante marked, kan si at det finnes alternative leverandører til hver enkelt produsents mønstre, vil det i denne saken i praksis ikke finnes alternative leverandører for CD Pakkeriet.

Hver enkelt produsent har utviklet krav til sine forhandlere slik at produsentens produkter tilbys i sluttmarkedet på den måten som produsenten anser mest lønnsom, herunder er det oppstilt hvilke kriterier som må være oppfylt for potensielle nye forhandlere. Etter Konkurransetilsynets oppfatning synes hver enkelt produsent på bakgrunn av de kriterier produsenten har oppstilt i egen forhandler- og kundepolitikk å ha funnet distribusjon og salg over Internett som lite aktuelt. Konkurransetilsynet har videre ikke funnet det dokumentert at produsentene har utviklet ovennevnte krav og kriterier i samforstand. Konkurransetilsynet kan således ikke se at CD Pakkeriet er blitt gjort gjenstand for en kollektiv forretningsnektelse, selv om summen av de ulike nektelsene for CD Pakkeriet vil ha en liknende virkning.

Konkurransesituasjonen i markedet

Det produseres totalt 48 mønstre i Norge, og hver enkelt produsent har enerett til produksjon og salg av egne mønstre. Ingen av produsentene kan imidlertid sies å inneha en dominerende posisjon i markedet for norskprodusert sølvbestikk, og samtlige produsenter distribuerer sine produkter gjennom en rekke forhandlere over hele landet. Videre selger de fleste forhandlere mønstre fra flere produsenter. På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets oppfatning at konkurransen i markedet fungerer tilfredsstillende, selv om prisene på samme mønster er relativt like fra forhandler til forhandler.

Konkurransetilsynet gjennomførte i juni i år en prisundersøkelse i markedet for sølvbestikk. Tilsynet fant at det er små lokale prisvariasjoner, men at en fjerdedel av forhandlerne i Norge også selger sølvbestikk på postordre til andre geografiske områder enn der de er etablert. Videre ble det registrert en økende konkurranse på pris, blant annet gjennom stadig hyppigere rabattkampanjer. Prisundersøkelsen støtter opp under tilsynets inntrykk av en fungerende konkurranse i markedet for sølvvarer.

De enkelte produsenter av sølvbestikk synes som nevnt å ha nektet leveranse til CD Pakkeriet med bakgrunn i egen distribusjonsstrategi. Så langt Konkurransetilsynet kan se, synes produsentenes krav til eksisterende og potensielle forhandlere å være noenlunde objektive. Felles for de enkelte produsenters kriterier for å bli antatt som forhandler av produsentens sølvvarer er et krav om fagkunnskap innenfor gull- og sølvvaremarkedet.

Konkurransetilsynets avgjørelse

Etter Konkurransetilsynets vurdering finnes det tilstrekkelig gode alternative leverandører til hver enkelt produsent av sølvbestikk, slik at hver enkelt produsents leveringsnektelse overfor CD Pakkeriet ikke kan sies å virke konkurransebegrensende i strid med konkurranselovens formål. Ettersom det heller ikke synes å eksistere noen eksplisitt samforstand mellom produsentene om nektelsen, er Konkurransetilsynet av den oppfatning at CD Pakkeriet ikke kan sies å stå overfor en kollektiv leveringsnektelse.

Konkurransetilsynet har på denne bakgrunn ikke funnet grunnlag for inngrep etter konkurranseloven § 3-10 mot sølvvareprodusentenes nektelse av leveranse av sølvbestikk til CD Pakkeriet.

[til toppen](#)