



Advokatfirmaet Haavind AS
v/Nina Melandsø
Postboks 359 Sentrum
0101 OSLO

Deres ref.:

Vår ref.: 2009/598
MAB chlu 528.4

Dato: 10.06.2011

Avgjørelse A2011-28 – Konkurranseloven § 12 jf. § 10 og § 11 – avslag på anmodning om å gripe inn mot P4 Radio Hele Norge AS

- (1) Konkurransetilsynet viser til brev 3. juli 2009, hvor SBS Radio Norge AS ("SBS" og "klager"), gjør gjeldende at P4 Radio Hele Norge AS ("P4") har overtrådt forbudene i konkurranseloven §§ 10 og 11.
- (2) I tillegg til de opplysninger som fremkommer av klagen fra SBS, har Konkurransetilsynet innhentet opplysninger fra innklagede gjennom blant annet møte 15. juli 2009 og spørsmålsbrev 12. og 28. oktober 2009. Tilsynet har i tillegg innhentet reklamedata fra Mediebedriftenes Landsforening og Nielsen Media Research 21. september og 12. oktober 2009.

1 Sakens bakgrunn

- (3) P4 har siden 1994 hatt konsesjon for å drive en riksdekkende reklamefinansiert radiokanal. I 2009 søkte P4 om lokalradiokonsesjoner, og i mars 2009 tildelte Medietilsynet lokalradiokonsesjoner til P4 for Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger for perioden 2010 til 2017.¹ Lokalradiosatsingen til P4 har fått navnet P5.
- (4) SBS har drevet lokalradioen "Radio 1" (nå Radio 1 Hits) i Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger, og har siden 2008 drevet den riksdekkende reklamefinansierte radiokanalen "Radio Norge" (tidligere Kanal24). SBS fikk i tildelingen av lokalradiokonsesjoner i 2009 kun begrensede konsesjoner i Bergen og Stavanger. Etter klage til Kulturdepartementet² og oppkjøp av en lokalradiofrekvens i Oslo-området, sender SBS nå lokalradio i Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim.
- (5) SBS har i brev 3. juli 2009 anført at P4 innehar en dominerende stilling i et nasjonalt marked for radioreklame, som både omfatter riksdekkende og lokal radioreklame. Det anføres at P4 i lokalradiosøknadene har lagt opp til å kryssubsidiere etablering av P5 gjennom P4, og at det foreligger mulighet og insentiv for rovprising i strid med konkurranseloven § 11. Videre anføres at P4 kan ha anvendt rettsstridige eksklusivitetsavtaler og lojalitetsrabatter overfor annonsører.

¹ Medietilsynet har samlet dokumenter over tildelingen av lokalradiokonsesjoner i 2009 på sin webside, <http://www.medietilsynet.no/no/Nyheter/Nyhetsarkiv/Nyheter-2009/Nyheter-mars-2009/Tildeling-av-konsesjoner-til-lokalradio-2009/>.

² Se informasjon om Kulturdepartementets klagebehandling på webadressen <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/pressesenter/pressemeldinger/2009/klagesakene-om-lokalradio-er-ferdigbehan.html?id=582362>.

- (6) SBS anfører også at P4 i 2006 inngikk avtale med radiostasjonen NRJ om nasjonalt- og lokalt reklamesalg³, og at denne avtalen er i strid med konkurranse-loven § 10. I denne sammenheng bemerkes at SBS selv fra 2006 til 2009 var en del av denne avtalen.
- (7) Klagen fra SBS er forelagt P4 som har gjort gjeldende at foretaket ikke innehar en dominerende stilling, og at radio som medium har en samlet markedsandel på 3,2 prosent i et større reklamemarked.⁴ P4 avviser at lokalradiosatsingen medfører rettsstridig kryddssubsidiering og rovprising, eller at det anvendes eksklusivitetsavtaler og lojalitetsrabatter. Under henvisning til at radio er en marginal reklamekanal, anfører P4 at salgsavtalen ikke vil påvirke konkurransen merkbart. Det vises videre til at begrunnelsen for salgssamarbeidet er at NRJ har forsøkt, men ikke lykkes med å etablere eget salgssapparat, hvilket P4 påpeker at også SBS omtaler i klagen.

2 Konkurransetilsynets vurdering

- (8) Konkurransetilsynet kan pålegge foretak eller sammenslutninger av foretak som overtrer forbudene i konkurranse-loven §§ 10 og 11 å bringe overtredelsen til opphør, jf. konkurranse-loven § 12 første ledd.
- (9) Konkurransetilsynet mottar svært mange henvendelser om påståtte overtredelser av konkurranse-loven § 10 og § 11. Konkurransetilsynet har ikke ressurser til å realitetsbehandle alle disse henvendelsene, og har adgang til å avslå en anmodning om påbud om opphør på bakgrunn av en prioritetsvurdering, jf. konkurranse-loven § 12 tredje ledd. Konkurransetilsynet har således en betydelig skjønnsmessig adgang til å prioritere sine ressurser og derved hvilke saker det finner hensiktsmessig å ta opp til behandling.
- (10) Konkurransetilsynet har som det fremgår ovenfor foretatt en del saksbehandling i anledning klagen fra SBS, herunder innhentet ytterligere informasjon fra både klager og innklagede. For å kunne ta endelig stilling til om P4 har overtrådt forbudene i konkurranse-loven § 10 og/eller § 11 vil det imidlertid medgå ytterligere vesentlige ressurser. Konkurransetilsynet har derfor etter en konkret helhetsvurdering ikke funnet grunnlag for å prioritere ytterligere arbeid med saken. I denne vurderingen har tilsynet sett hen til sakens omfang, betydning og de ressurser som vil være påkrevd for å avgjøre om konkurranse-lovens forbudsbestemmelser er overtrådt. Tilsynet har i vurderingen også hensyntatt den betydelige saksmengden som for tiden er til behandling.
- (11) Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at personer/foretak som mener seg rammet av en overtredelse i strid med konkurranse-loven §§ 10 og 11 selv kan forfølge forholdet ved å reise sak for domstolene. Klager er således ikke avhengig av at Konkurransetilsynet involverer seg i saken og eventuelt griper inn for å beskytte seg mot en overtredelse.
- (12) Konkurransetilsynet er, til tross for beslutningen om ikke å prioritere ytterligere ressurser til å forfølge denne saken, takknemlig for å motta henvendelser som kan bidra til å øke tilsynets markedskunnskap, herunder vise hvordan et marked fungerer.
- (13) Avgjørelsen kan påklages innen tre uker, jf. konkurranse-loven § 12 tredje ledd. En eventuell klage stiles til Fornyings- administrasjons- og kirkedepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.

Med hilsen

Christian Lund (e.f.)
seniorrådgiver

Tor Tvedt
seniorrådgiver

Kopi: Bugge, Arentz-Hansen & Rasmussen Advokatfirma, Postboks 1524 Vika, 0117 Oslo

³ Se informasjon fra NRJ på webadresse, hvor det også opplyses at annonseplass på NRJ selges gjennom SBS http://nrj.no/index.php?option=com_content&task=view&id=96&Itemid=140

⁴ P4 viser til norske reklametall for 2008 fra Institutt för Reklam- ock Mediastatistik. Tallene er tilgjengelig på webadressen [http://www.irm-media.no/\(rjlaiuu4323xcnz2rprkhpmb\)/reklamekaken_2008.aspx](http://www.irm-media.no/(rjlaiuu4323xcnz2rprkhpmb)/reklamekaken_2008.aspx).