

V1999-51 22.07.99

Konkurranseloven § 3-9 - Søknad om dispensasjon for franchisekjeden Elektrotema AS

Sammendrag:

Partene i franchisekjeden Elektrotema ønsker å samarbeide om felles priser på kjedens varer. For dette trenger partene dispensasjon fra konkurranseloven. Konkurransetilsynet fant at samarbeidet hadde liten konkurransemessig betydning på grunn av kjedens lave markedsandel og fordi kjedens medlemmer ikke er lokalisert i de samme lokale markedene. Dispensasjon kunne derfor gis

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 26. mars 1999 samt telefonsamtaler med Elektrotema AS. I brev av 26. mars 1999 søker Elektrotema AS på vegne av seg selv og sine kjedemedlemmer om dispensasjon fra konkurranseloven.

Nedenfor vil franchisegiver betegnes som Elektrotema AS, kjeden vil betegnes som Elektrotema og medlemmene vil betegnes som franchisetaker.

Bakgrunn

Elektrotema er en nyetablert franchisekjede som selger elektrisk installasjons-materiell, kabel, lysprodukter og varmeprodukter. Intensjonene til Elektrotema og kjedens franchisetakere er å selge denne typen produkter direkte til sluttbruker, samtidig som franchisetakerne tilbyr installasjonstjenesten direkte eller gjennom installatører som er tilknyttet butikkene gjennom samarbeidsavtaler. I denne sammenheng er målet å inngå samarbeid med minimum én elektroentreprenør per fagbutikk, evt. ansette installatør/montør.

Franchisegiver er etablert på Forus ved Stavanger, hvor selskapet selv driver en Elektrotema-butikk. I tillegg er fire butikker knyttet til kjeden med en franchisekontrakt. Disse fire forretningene er etablert i Bryne, Egersund, Stavanger og Kristiansand. Elektrotema AS eier to av franchisetakerne (Bryne og Egersund). I tillegg eier Elektrotema AS 25% av Elektrotema Kristiansand. Elektrotema AS har ikke eierandeler i Elektrotema Stavanger. Til sammen består Elektrotema på det nåværende tidspunkt av fem butikker.

Ovennevnte viser at en franchisetaker kan være selvstendig med hensyn til eierskap, men kjedemedlemmet vil være knyttet til Elektrotema AS gjennom kontrakt.

[...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg. Daglig leder opplyser at Elektrotemas markedsandel med nåværende medlemstall er mindre enn én prosent i Norge.

[...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg.

Samarbeidet i Elektrotema

Partene har som formål å etablere et forpliktende samarbeid for å styrke konkurranseevnen. Elektrotema AS har ansvaret for å utarbeide en produktkatalog som tilfredsstillende markeds behov for opplysninger om produktutvalget innenfor Elektrotemas konsept, og som skal hjelpe brukerne å sette opp entydige bestillinger etc. Prislisten som følger med produktkatalogen inneholder veiledende priser. I redegjørelsen som er vedlagt søknaden under punktet Salgsstrategi/Salgsverktøy heter det at; [...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg.

I henhold til [...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg. i franchiseavtalen har Elektrotema AS videre ansvaret for å utarbeide annonser, flyveblad, brosjyrer etc. som ivaretar sesong, kampanje og profil. Franchisetaker har på sin side ansvar for å benytte reklameelementer/ aktiviteter som inngår i kjedens aktivitetsplan. Prisene i dette reklamemateriellet vil ifølge Elektrotema AS i hovedsak være veiledende priser, men ved særskilte kampanjer vil det være faste priser.

[...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg.

[...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg. Dette gjelder både generelt og for tilbud/kampanjer. Elektrotema AS har videre ansvaret for at kalkylene for de enkelte produktgrupper gir budsjettert inntjening og er samstemt med markedsprisen.

Franchisetaker har ansvaret for å følge retningslinjer for priser, rabatter og betingelser og må akseptere at Elektrotema AS kan overstyre ønsket om "lokale" prisnivåer om dette tjener kjeden totalt. Ifølge Elektrotema AS vil en slik overstyring være aktuelt dersom en eller flere av franchisetakerne fraviker fra kjedens prisprofil, enten det er gjennom å tilby produktene til høyere eller lavere priser.

[...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg.

Som nevnt tidligere i notatet er det Elektrotemas målsetning å tilby installasjonstjenester direkte eller gjennom installatører som er tilknyttet franchisetaker gjennom samarbeidsavtale. I Elektrotemas redegjørelse til Konkurransetilsynet står det oppført tre mulige alternativer i tilknytning til installasjonsvirksomheten:

Alternativ 1: Butikken inngår et forpliktende samarbeid med en eksisterende elektroentreprenør. Timepris, honorar for anmeldelse, sluttmelding og eventuell bonus reguleres etter det Konkurransetilsynet forstår i forpliktende avtale mellom franchisetaker og installatør.

Alternativ 2: Elektrotema ansetter egen installatør og bygger opp en installasjonsavdeling tilpasset aktiviteten i kompetansesenteret.

Alternativ 3: Elektrotema kjøper elektroentreprenørfirma og knytter dette til kompetansesenteret.

I henhold til redegjørelse under punktet om samarbeidsstrategi skal elektroinstallatøren som er tilknyttet butikken tilføres oppdrag fra franchisetaker. Installatøren kan videre benytte butikker som utstilling og demonstrasjon. Franchisetaker skal til gjengjeld kunne benytte elektroinstallatøren i sin markedsføring mot sluttbrukermarkedet. Elektroinstallatøren skal, ut fra egen prisliste, kunne utføre tjenester som anmeldelse av anlegg, testing, kontroll av anlegg samt konsulenttjenester.

Etter det tilsynet har fått opplyst over telefon (Telefonsamtale 7. mai 1999) med daglig leder i Elektrotema AS, er det installatøren selv, evt. butikken som installatøren er ansatt i som bestemmer prisen på installasjonstjenesten. Elektrotema AS skal ikke fastsette eller påvirke hvilke priser samarbeidende installatører eller franchisetakere tar for installasjonstjenesten.

Forholdet til konkurranseloven

I henhold til konkurranseloven § 3-1 første ledd må ikke to eller flere ervervsdrivende for salg av varer eller tjenester ved avtale, samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen, fastsette eller søke å påvirke priser, avanser eller rabatter. § 3-1 annet ledd forbyr én eller flere leverandører av varer å fastsette eller søke å påvirke priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester.

I henhold til konkurranseloven § 3-1 fjerde ledd er det ikke forbudt for en enkelt leverandør av varer å oppgi veiledende priser for avtakernes salg av varer eller tjenester. Leverandøren må i alle henvendelser uttrykkelig betegne prisene som veiledende.

I konkurranseloven § 3-6 heter det at forbudene i §§ 3-1, 3-3 og 3-4 ikke er til hinder for samarbeid eller reguleringer mellom eiere og selskap hvor eieren har mer enn 50 prosent av stemmeberettigede aksjer, andeler eller tilsvarende eierparter. Dette unntaket gjelder også samarbeid og reguleringer i samme konsern. Siden kjedesamarbeidet involverer franchisetakere som ikke eies av Elektrotema AS er det Konkurransetilsynets oppfatning at unntaket i konkurranseloven § 3-6 ikke vil komme til anvendelse i denne saken.

Elektrotema AS har ansvaret for å utarbeide priser til bruk for franchisetakerne. Franchisetaker er på sin side forpliktet til å være lojal mot de priser Elektrotema AS fastsetter samt følge de retningslinjer for priser, rabatter og betingelser som Elektrotema AS fastsetter. Det er Konkurransetilsynets oppfatning at når franchisetaker gjennom å underskrive franchisekontrakt samtykker om å følge franchisegivers prisfastsetting, vil dette være et samarbeid mellom to eller flere ervervsdrivende i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd.

Elektrotema AS er selv aktiv i markedet gjennom sin egen butikk på Forus og gjennom sitt eierskap i 3 av de fire andre kjedemedlemmene i Elektrotema. Så lenge Elektrotema som franchisegiver opptrer i markedet vil samarbeidet i Elektrotema være et horisontalt samarbeid mellom Elektrotema AS som franchisegiver og franchisetakerne. Unntaket i konkurranseloven § 3-1 fjerde ledd vil derfor ikke komme til anvendelse i denne saken.

På bakgrunn av ovennevnte vil partene i franchisekjeden Elektrotema AS ha behov for dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd i henhold til lovens § 3-9, for at samarbeidet skal kunne finne sted.

Med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 første ledd, kan Konkurransetilsynet gi dispensasjon fra forbudene i §§ 3-1 til 3-4 dersom ett av følgende vilkår er oppfylt:

- a) konkurransereguleringen innebærer at konkurransen i vedkommende marked forsterkes,
- b) det må forventes effektivitetsgevinster som mer enn oppveier tapet ved konkurransereguleringen,
- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

Utgangspunktet for Konkurransetilsynets vurdering

Produktmarkedet

Produktene innenfor dette markedet går under samlebetegnelsen næringsselektro. Et fellestrekk ved disse produktene er at det i stor grad kreves ulike former for sertifisering ved installasjon av disse produktene.

Innenfor næringsselektro finnes det imidlertid flere ulike produktmarkeder. Det er ikke mulig å definere hvert enkelt produktmarked, men etter Konkurransetilsynets oppfatning vil det være naturlig å foreta samme inndeling som bransjen selv har foretatt. Bransjens system for produktnummerering går under navnet Elnummerbanken. Det er ca. 45 spesifiserte hovedgrupper i Elnummerbanken. Etter tilsynets oppfatning er disse hovedgruppene et naturlig utgangspunkt for definisjonen av de ulike relevante produktmarkedene i markedet for næringsselektro.

Elektrotema ønsker nå å tilby alle typer produkter innenfor næringsselektro direkte til sluttbruker. Alle butikkene skal imidlertid kunne henvise til sertifisert installatør for montering av produktene dersom kunden ønsker dette. Prisen på installasjonstjenesten fastsettes av den enkelte installatør, og vil derfor ikke være en del av samarbeidet mellom franchisegiver og franchisetaker i Elektrotema.

Elektrotema mener at prisene på installasjonsmateriell er altfor høye. Samtidig er timeprisen for installasjonstjenestene altfor lav. Ved å skille produktene fra installasjonstjenestene regner Elektrotema AS med å kunne tilby produkter til en langt lavere pris enn det som i dag er vanlig i dette markedet. Samtidig regner Elektrotema AS med at prisen på installasjonstjenesten vil øke. Selskapet hevder imidlertid at dette vil føre til en "riktigere" prissetting i bransjen.

Det geografiske markedet

Distribusjonen av installasjonsmateriell foregår hovedsakelig fra produsent/agent via grossist til installatør. Elektrotema vil være et konsept som befinner seg på linje med grossister og installatører i distribusjonskjeden. Elektrotema-butikkene skal fremstå som detaljist overfor vanlige forbrukere og som grossist overfor bedriftsmarkedet, dvs. større aktører som normalt henvender seg direkte til grossist.

De største norske elektrogrossistene er landsdekkende med lagre fordelt over hele Norge. Etter det Konkurransetilsynet kjenner til henvender store kunder, som for eksempel konserninstallatører og større industribedrifter, seg direkte til grossistens sentralenhet, uavhengig av hvor denne er lokalisert i landet. For denne typen kunder vil det geografiske markedet på grossistledet være Norge. Mindre kunder

henvender seg gjerne til grossistens lokale avdelinger. Etter det tilsynet kjenner til står den enkelte grossists lokale avdelinger fritt til å fastsette rabatter og priser ved salg til lokale kunder. Grossistene vil derfor til en viss grad også operere i lokale markeder.

På installasjons- og detaljistleddet vil det være de lokale markedene som er relevante som utgangspunkt for tilsynets vurdering.

Konkurransemessig vurdering

Elektrotema AS har i dag fire franchisetakere i tillegg til hovedselskapets butikk på Forus. [...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg.

[...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg.

Elektrotema AS hevder i dag at kjeden har en markedsandel på mindre enn 1 prosent i Norge. [...] Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg. Elektrotema vil konkurrere direkte med etablerte installatører, som er godt representert over hele landet. I Rogaland, hvor Elektrotema i dag er representert med tre butikker, har NELFOs lokalforening ca. 50 elektroinstallatørfirmaer som medlemmer. Selv om noen av disse installatørfirmaene blir kjøp opp av Elektrotema-butikker eller inngår samarbeidsavtale med Elektrotema, er det tilsynets oppfatning at det store antallet frittstående installatører vil opprettholde en tilfredsstillende konkurranse i markedet.

Konkurransetilsynet legger i sin vurdering også vekt på at ingen av de fem butikkene i Elektrotema er etablert i samme tettsted eller by. Tilsynet antar derfor at samarbeidet i kjeden ikke vil være til skade for den lokale konkurransen.

Franchiseavtalen gir franchisegiver betydelig anledning til å styre prissettingen hos franchisetakerne. Konkurransetilsynet er imidlertid av den oppfatning at franchisegiver har behov for å kunne påvirke prisene til sine medlemmer for å fremstå enhetlig overfor sine kunder.

Konkurransetilsynet vil likevel legge vekt på at kontrakten mellom franchisegiver og franchisetaker skal åpne for at den enkelte franchisetaker står fritt til å kreve en pris som er lavere enn den franchisegiver fastsetter. Dette betyr at Elektrotema AS ikke innvilges dispensasjon til å kunne overstyre ønsket om lokale prisnivåer dersom dette prisnivået er lavere enn fastsatt/veiledende pris fra franchisegiver. Et slikt vilkår vil etter tilsynets oppfatning ikke rokke ved kjedens profilering utad.

Konkurransetilsynets oppsummering og vedtak

Konkurransetilsynet har i sin vurdering av konkurransesituasjonen i markedet for nærings elektro lagt avgjørende vekt på at Elektrotema er en forholdsvis liten aktør i dette markedet, og at kjeden på det nåværende tidspunkt har en markedsandel på under 1% i Norge. Tilsynet har også lagt vekt på at franchisetakerne i Elektrotema ikke er etablert i samme tettsted eller by.

På bakgrunn av ovennevnte og med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 bokstav c) har

Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

Elektrotema AS og kjedens medlemmer innvilges dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å samarbeide om felles priser på kjedens varer.

Det stilles som vilkår for dispensasjonen at franchisetaker skal stå fritt til å fastsette priser som er lavere enn de franchisegiver fastsetter.

Dispensasjonen trer i kraft straks og gjelder til 22. juli 2004.

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom vilkårene for dispensasjon ikke lenger er oppfylt eller forutsetningene for dispensasjonen ikke lenger er tilstede.

Dersom det er behov for dispensasjon utover 22. juli 2004, må det søkes i god tid før dispensasjonen utløper. For ordens skyld legges det til at vedtaket kan påklages inne tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.

[til toppen](#)