

## V1999-52 12.08.99

### Konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon fra §§ 3-1 til 3-3 - Norengros AS

#### Sammendrag:

Medlemmene i Norengros ønsker å samarbeide om felles priser og anbud på kjedens varer. For dette trenger partene dispensasjon fra konkurranseloven. Konkurransetilsynet fant at samarbeidet kan styrke konkurransesituasjonen i engrosmarkedet i forhold til en situasjon der Norengros ikke får samarbeide. Dispensasjon kunne derfor gis.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 2. juli 1998 der det på vegne av Norengros søkes dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1. Det vises også til øvrig korrespondanse i saken.

Norengros AS fikk 23. juni 1993 dispensasjon fra §1 i forskrifter av 1. juli 1960. Vedtaket ble fattet med hjemmel i § 6 i forskrifter av 1. juli om konkurransereguleringer av priser og avanser. Vedtaket fikk varighet til 1. juni 1998. Norengros AS har også fått midlertidig dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd frem til august 1998.

I Konkurransetilsynets brev til Norengros AS av 23. juni 1993 ble det gitt uttrykk for at pris-samarbeidet er viktig for videreførelsen av samarbeidet ovenfor landsdekkende kunder. Det ble også lagt vekt på at Norengros i et marked med flere landsdekkende aktører, kan konkurrere mer effektivt om de landsdekkende kundene ved å samarbeide om priser.

#### Norengros

Norengros er et kjedesamarbeid som består av 14 frittstående forbruksvaregrossister. Norengros AS er kjedeadministrator for medlemmene i kjeden Norengros. Medlemmene bruker egne selskapsnavn og er egenfinansierte. De har samme grafiske profil. Deltakernes omsetning for de produkter samarbeidet omfatter var 490 millioner kroner i 1998. Medlemsbedriftene er forholdsvis spredt lokalisert slik at gruppen fremstår som en tilnærmet landsdekkende kjede.

Kjeden henvender seg til offentlige og private storforbrukere i Norge og selger og distribuerer forbruksvarer innen emballasje, kontor- og datarekvisita, storhusholdningsprodukter og horeca-produkter. Samarbeidet det søkes dispensasjon for omfatter alle disse produktgruppene.

Norpapp Industrier er aksjonær i Norengros, men er unndratt fra Norengros aksjonæravtale/samarbeidsavtale hva gjelder avtalens intensjon om driftsplikt av konseptet og unndras derfor fra avtalens punkt vedrørende dette. Norpapp industrier er også franchisegiver til konseptet "Norpapp Emballasjesenter". Norengros er å betrakte som Master franchisetaker til dette konseptet.

#### *Norpapp Emballasjesenter(NPE)*

Kjeden og dens medlemmer inngikk 24. august 1994 et franchisesamarbeid med Rieber & Søn ASA, divisjon Norpapp Industrier om salg av standard bølgepapp emballasje. Norpapp Industri har som hovedvirksomhet produksjon, utvikling og salg av spesialtilpassede og standardiserte tre-fiber-baserte

emballasjeprodukter til NPE. Norengros er som nevnt å betrakte som Master franchise-taker til Norpapp Emballasjesenter. I denne funksjonen skal Norengros AS være administrator for NPE.

Franchiseavtalen er tidligere forelagt Konkurransetilsynet til vurdering. Tilsynet mottok 8. august 1995 en søknad om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd for punkt 5.5. i avtale A og 4.1.3 i avtale B. Disse to punktene er likelydende:

[ Unntatt offentlighet, offl. § 5a, se konfidensielt vedlegg.]

Å etablere en felles salgsfunksjon med felles pristilbud er i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd. Det er prissamarbeidet mellom Norengros AS og franchisetakerne som er i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd og som trenger dispensasjon. Norpapp Industrier trenger derfor ikke dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd da det er Master franchisetaker som inngår de bindende prisavtalene som det er behov for dispensasjon for. Det er Norengros AS som skal etablere denne salgsfunksjonen, og det er derfor Norengros som trenger dispensasjon fra denne paragrafen. Dette konkluderte tilsynet med i 1995.

Samtidig konkluderte tilsynet med at Norpapp ikke trenger dispensasjon for markedsdeling for produktet emballasje. Salg av rettighetene til å bruke varemerket omfattes av unntaket i konkurranseloven § 3-3 tredje ledd, fordi det er franchisegiver som tildeler franchisetaker det enkelte område, jf. avtale A punkt 3.1 og avtale B punkt 3.1. Franchisegiver er å betrakte som en enkelt leverandør, og salg av retten til å bruke et varemerke er salg av en tjeneste som omfattes av § 3-3 tredje ledd. Konkurranseloven 3-3, tredje ledd gjør unntak for det tilfellet der en enkelt leverandør avtaler markedsdeling med eller fastsetter markedsdeling for sine avtakere.

Av ovennevnte følger at Norengros trenger dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd for å etablere en felles salgsfunksjon med felles pristilbud for produktet emballasje. Norengros trenger ikke dispensasjon fra konkurranseloven § 3-3 første ledd for å fastsette markedsdeling for produktet emballasje.

### **Rich Andvord**

Rich Andvord er assosiert medlem av Norengros. Det vil si at Rich Andvord ikke er aksjonær i Norengros som de øvrige medlemmene er. Rich Andvord er også leverandør for Norengros på kontorrekvisita.

Samarbeidet med Rich Andvord er i stor grad begrenset til storhusholdning. Ifølge samarbeids-avtalen mellom Rich Andvord og Norengros omfatter avtalen samarbeid om innkjøp og salg/ distribusjon av mykpapir, renholdsprodukter, emballasje og storforbrukerprodukter som inngår i Rich Andvords vareutvalg. Unntatt fra avtalen er kontorrekvisita hvor Rich Andvord fungerer som leverandør til kjeden. Det er ingen ting som tyder på at Norengros får spesielle fortrinn som følge av denne avtalen. Det er heller ikke i avtalen gitt spesielle prisbindinger.

### **Scandigross**

Norengros har inngått en samarbeidsavtale med svenske Papperskjedan AB. De to kjedene skal opptre

utad under navnet Scandigross i innkjøp, markedsføring, salg og drift. Deltakerne i Scandigross skal til sammen kunne tilby distribusjon i hele Skandinavia. Målet er å utvide samarbeidet til også å gjelde Danmark. Til sammen har disse kjedene en omsetning på ca. 1,2 milliarder kroner.

Scandigross er etablert med sikte på å utvikle samarbeidet mellom kjedene til en sterk inter-skandinavisk enhet over en periode på 3 år. Dette er planlagt gjennomført i tre faser. Det er først i annen fase at det vil være felles markedsbearbeidelse, salg og markedsføring til felles kunder.

Dette samarbeidet kan påvirke samhandelen mellom Norge og Sverige og kan være i strid med EØS-artikkel 53. Det er opp til partene å vurdere om samarbeidsavtalen er i strid med artikkel 53, og dermed om de eventuelt må søke unntak fra denne artikkelen. Konkurransetilsynet tar ikke denne avtalen opp til vurdering på nåværende tidspunkt.

### **Samarbeidet og forholdet til konkurranseloven**

Samarbeidet omfatter felles priser og salgsvilkår overfor avtakere av ulike grupper av papir-produkter. Samarbeidet gjelder salg til offentlig sektor (anbud), storhusholdning, kontor, handel og industri, og salget omfatter følgende produkter:

- Kontor- og datarekvisita
- Storhusholdningsprodukter som tørkepapir, renholdsmidler og rekvisita, engangsborddeknings- og kantineprodukter og lyskilder
- Emballasje
- Horecaprodukter (bandasje, plaster etc.)

En forutsetning for å delta i samarbeidet er at deltakerne i samarbeidet har salg av emballasje og forbruksvarer som vesentlig beskjeftigelse med mindre annet er avtalt.

Samarbeidet innebærer felles innkjøp, markedsføring, salgsaktiviteter og logistikk. Kjedens medlemmer benytter samme datasystem og kjedeadministrasjonen vedlikeholder vareregisteret på alle varer fra felles avtaleleverandør. Aksjonæren plikter å følge Norengros leverandøravtaler.

Norengros AS bruker et felles pris- og vareregister. I registeret ligger en kostpris som er forhandlet frem gjennom felles innkjøpsavtaler, samt brutto engrospris som er forhandlet felles for medlemmene. Engrospris er den bruttopris som medlemmene bruker i sitt lokale marked for salg av varen med eller uten rabatter og en lokal tilpasning av konkurransesituasjonen. I systemet ligger også en felles rabattmatrise som et verktøy for rabatter til lokale kunder. Hvert medlem kan således fritt gi rabatt (lavere priser) pr. vare/varegruppe eller etter andre parametre til sine kunder.

Norengros AS utarbeider også en netto prisliste ved avtaler med landsdekkende kunder, som gjelder for kundens avdelinger over hele landet. Medlemmene forplikter seg da til ikke å ta høyere pris enn det som er avtalt, men det vil være anledning for den lokale avdeling å justere prisen ned uten å konsultere Norengros AS. Ved kampanjer og tilbud fra kjeden benyttes det også felles priser. Aksjonæren forplikter seg til aktivt å ta del i de kampanjer og de samlinger det legges opp til.

Konkurranseloven § 3-1 første ledd setter forbud mot at 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, fastsetter eller søker å påvirke priser, avanser eller rabatter bortsett fra vanlig kontantrabatt.

Konkurransetilsynet legger til grunn at ovennevnte er i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd. Norengros AS må derfor ha dispensasjon fra konkurranseloven §3-1 første ledd for å kunne videreføre samarbeidet.

Konkurranseloven § 3-2 setter forbud mot at to eller flere ervervsdrivende for salg av varer eller tjenester ved samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen, fastsetter eller søker å påvirke priser, mengdebergninger eller andre vilkår ved anbud, fordeling av anbud eller at noen ervervsdrivende skal avstå fra å inngi anbud.

Ved levering til offentlig sektor blir kontraktene bestemt ved anbudskonkurranse. Deltakerne samarbeider derfor også om anbud, og må derfor ha dispensasjon fra konkurranseloven § 3-2 for å kunne videreføre samarbeidet.

Konkurranseloven § 3-3 første ledd setter forbud mot at to eller flere ervervsdrivende for salg av varer og tjenester ved avtale, samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen, fastsetter eller søker å påvirke til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensning.

Ifølge aksjonæravtalen forplikter aksjonæren seg til ikke å ha interesse i andre selskap eller organisasjoner som er i konkurranse med Norengros. Aksjonæren kan heller ikke (med noen få unntak) tilsluttes andre organiserte samarbeidsformer innen forbruksvarebransjen uansett ytre kjennetegn.

Dette innebærer at Norengros' medlemmer forplikter seg til å avstå fra å konkurrere med Norengros-kjeden ved å delta i konkurrerende samarbeidskonstellasjoner eller selge konkurrerende varer. Medlemmene er således pålagt en ensidig forpliktelse til å avstå fra å konkurrere i markedet. Slike konkurransforbud innebærer normalt ikke en form for gjensidig deling av markedet mellom konkurrenter som konkurranseloven § 3-3 er ment å ramme. Konkurransetilsynet viser i denne sammenheng til at lovens forbudsbestemmelser i utgangspunktet kun er ment å ramme handlinger som vil ha store eller uopprettelige skadelige virkninger dersom de blir gjennomført og forhold som i alminnelighet antas å bli vurdert som skadelige, jf. NOU 1991:27 s. 125. Konkurransforbud inntatt i kjede-avtaler er normalt begrunnet i at kjeden har behov for å søke å beskytte kjedens strategier, opplæring, identitet og omdømme fra å komme utenforstående i hende gjennom andre medlemmers samarbeid med konkurrenter av kjeden. I tillegg vil mange kjeders størrelse og omsetningsvolum ha betydning for de innkjøpsvilkår som oppnås. Opp-slutning fra kjedens medlemmer er således viktig for å opprettholde de gitte vilkårene. Etter en konkret vurdering legger Konkurransetilsynet derfor til grunn at den nevnte konkurranseklausulen ikke er i strid med konkurranseloven § 3-3. For en nærmere redegjørelse av innholdet i markedsdelingsforbudet i konkurranseloven § 3-3, vises det til Høyesteretts kjennelse inntatt i Rt. 1999 s. 285, samt tilsynets vedtak V98-92 Grenland Transport og V98-97

Frimann-kjeden.

Ifølge samarbeidsavtalen er samarbeidet mellom aksjonærene basert på at de forskjellige aksjonærer skal virke på geografisk forskjellige forretningssteder. [ Unntatt offentlighet, offl. § 5a, se konfidensielt vedlegg.]

Hvorvidt klausuler om områdedeling i horisontale kjedesamarbeid rammes av forbudet i konkurranseloven § 3-3, eventuelt om område-delingen faller inn under unntaket i bestemmelsen tredje ledd, er for tiden til vurdering i Konkurransetilsynet på generelt grunnlag. Av denne grunn har ikke tilsynet vurdert det nevnte punktet i relasjon til konkurranseloven § 3-3. Norengros vil bli gjort kjent med tilsynets vurdering av forholdet så snart denne foreligger.

## **Det relevante marked**

### *Det relevante produktmarked*

Produktmarkedet kan defineres ved å ta utgangspunkt i de produkter som berøres av samarbeidet og hvorvidt det finnes substitutter til disse produktene. Produkter som omfattes av samarbeidet er emballasje, kontor- og datarekvisita og storhusholdningsprodukter. Det relevante marked er engros-markedet for emballasje, kontor- og datarekvisita og storhusholdningsprodukter. Markedet er også omtalt som engrosmarkedet for papirprodukter. Dette kan skyldes at de fleste produktene er komplementære med papirprodukter. Markedet består av følgende produktgrupper:

- 1) Emballasje (for eksempel konvolutter, esker av ulike typer)
- 2) Kontor- og datarekvisita (for eksempel, skrivebøker, stiftemaskin, skrivesaker etc.)
- 3) Storhusholdning (tørk, renhold, vedlikeholdsprodukter og horecaprodukter)

### *Det relevante geografiske marked*

Inndeling av de geografiske markeder vil være forskjellig for levering til store landsdekkende kunder og for levering til kunder som etterspør lite volum ett eller få steder i Norge.

For den siste gruppen er det grunn til å tro at det vil eksistere en rekke mindre geografiske markeder. Høye transportkostnader fører til at en grossist lokalisert på Østlandet ikke kan tilby produkter til konkurransedyktige priser for enkeltstående leveranser til Nord-Norge, og omvendt. En liten aktør vil derfor velge en grossist som er lokalisert i nærheten av seg selv.

For levering til større aktører som har kontorer eller utsalgssteder en rekke steder i Norge er situasjonen noe annerledes. Blant grossistene i engrosmarkedet for papirprodukter er det flere landsdekkende aktører. Disse avtakerne ønsker å inngå ett kundeforhold på vegne av alle sine enheter med en leverandør som kan tilby produkter til konkurransedyktige priser over hele landet. Denne typen etterspørsel vil i hovedsak rette seg mot landsdekkende grossister med lagerplass flere steder i Norge. Det relevante geografiske marked som legges til grunn for større aktører er derfor Norge. Samarbeidet mellom Norengros medlemsbedrifter gjør Norengros i stand til å konkurrere med store landsdekkende grossister.

### *Konklusjon relevante markeder*

Det relevante markedet vil være forskjellig for levering til store landsdekkende kunder og til levering til kunder som etterspør lite volum et eller få steder i Norge:

- For levering til store landsdekkende kunder er det relevante marked engrosmarkedet for papirproduktet i Norge.
- For levering til kunder som etterspør et lite volum et eller få steder i Norge finnes det en rekke mindre relevante engrosmarkeder for papirprodukter i Norge.

### *Konkurrenter*

Norengros oppgir følgende som sine største konkurrenter:

C. Tybring Gjedde ASA  
Alliansen S-Gruppen ASA og Julius Maske AS  
Emo-Libris  
Wittusen & Jensen AS  
Skovly-Gruppen

Konkurransetilsynet har mottatt opplysninger for de ulike konkurrentenes omsetning fordelt på de ulike produktgruppene i det relevante markedet. Sammenlignet med disse konkurrentenes omsetning er ikke Norengros spesielt store på noen av produktgruppene. På kontor- og datarekvisita har Norengros lavere omsetning enn sine to største konkurrenter C. Tybring Gjedde og S-Gruppen/Julius Maske. Norengros er imidlertid større enn sine konkurrenter på emballasje, men har likevel lavere omsetning enn S-Gruppen/Julius Maske.

Basert på ovennevnte tall for omsetning har Konkurransetilsynet beregnet en markedsandel for Norengros på 17,8 prosent.

Det presiseres imidlertid at dette ikke er markedsandeler i forhold til den totale omsetning i engrosmarkedet. Det er flere aktører som betjener hele eller deler av markedet ( bl.a. Astorgrossistene, Stormdal Lureco og Rich Andvord AS). Tar man hensyn til disse, vil markedsandelene reduseres noe.

En aktør har oppgitt et anslag på de markedene som Norengros omsetter i på ca. 7,4 milliarder kroner. Legges dette anslaget til grunn reduseres Norengros markedsandel til 6,6 %.

Ovennevnte anslag omfatter flere produkter enn de Norengros omsetter. Konkurransetilsynet er derfor noe usikker på Norengros reelle markedsandel. Det er likevel mye som tyder på at den ikke er større enn 17,8 %.

### **Dispensasjon etter konkurranseloven § 3-9**

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 effektiviseringsgevinster som mer enn oppveier tapet ved konkurransereguleringen,

- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

## **Konkurransetilsynets vurderinger**

### *Mindre avtagere*

For leveranser til mindre avtagere med kontor og/eller utsalgssted ett eller få steder i Norge vil det som nevnt ovenfor være mange små relevante geografiske markeder. Innenfor hvert lokalmarked kan det ikke sees bort fra at den enkelte medlemsbedrift i Norengros har en dominerende stilling.

Distribusjonen til Norengros er distriktsdelt for å oppnå landsdekning. Medlemmene skal ikke etablere seg i konkurranse med hverandre. Bedriftene står derfor ikke i innbyrdes konkurranse med hverandre i sine lokale markeder. Av denne grunn vil samarbeidet mellom kjedens medlemmer vil ha liten konkurranse-messig betydning for de enkelte lokal markeder.

### *Store landsdekkende kunder*

For leveranser til store landsdekkende kunder vil som nevnt ovenfor det relevante geografiske markedet være hele Norge. Det relevante produktmarked vil være de produkter som omfattes av samarbeidet, dvs. emballasje, kontor- og datarekvisita og storhusholdningsprodukter. Ser man på markedsandelene beregnet ovenfor ser man at Norengros ikke er spesielt store i forhold til sine største konkurrenter på noen av produktgruppene. Ut fra disse beregningene vil Norengros ha en markedsandel på 17,8 %. Dette anslaget vil være en øvre grense på Norengros markedsandel på landsbasis. Det er grunn til å tro at markedsandelene er lavere enn 17,8 % da alle aktørene på markedet ikke er tatt med i beregningene.

Gjennom samarbeidet vil Norengros være tilnærmet landsdekkende og vil utgjøre en konkurransedyktig enhet for leveranser til landsdekkende kunder. Slike kunder har som nevnt behov for leveranser flere steder i Norge. Medlemsbedriftene i Norengros er avhengige av å samarbeide for å kunne konkurrere med andre landsdekkende aktører som Tybring Gjedde og S-Gruppen/Julius Maske. Samarbeidet kan derfor styrke konkurransesituasjonen i engrosmarkedet i forhold til en situasjon der Norengros ikke får samarbeide.

## **Konkurransetilsynets vedtak**

På bakgrunn av ovennevnte og med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 a) har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

**Norengros AS gis dispensasjon fra konkurranseloven §§ 3-1 første ledd og 3-2 slik at Norengros' aksjonærer og medlemmer kan samarbeide om priser og anbud.**

**Konkurransetilsynet stiller som vilkår for dispensasjonen at kjedens medlemmer står fritt til å senke prisen utover det avtalen eller ordningen fastsetter.**

**Vedtaket gis varighet til 12. august 2004.**

For ordens skyld gjøres det oppmerksom på at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage

stiles Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes Konkurransetilsynet. For øvrig vises til vedlagte skjema "Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak".

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom forutsetningene for dispensasjon ikke lenger er til stede, jf. konkurranseloven § 3-9 tredje ledd. Dersom det er behov for dispensasjon ut over det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, bes Norengros AS søke om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

Dispensasjonen er gitt på grunnlag av det avtaleverk som er forelagt Konkurransetilsynet. Tilsynet ber om å bli orientert ved endringer i dette avtaleverket.

[til toppen](#)