

V1999-60 09.09.99

Esso Norge AS - søknad om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 for prisreguleringer ved salg fra varmemerhandlere

Sammendrag:

Esso Norge AS (Esso) søkte om dispensasjon fra konkurranseloven til å foreta maksimalprisregulering og rabattdeling overfor sine varmemerhandlere, og om dispensasjon for Essos varmemerhandlere til å avtale felles priser på fyringsolje og vedlikehold, begge deler i kampanjeperioder. Ved vurderingen ble det relevante marked ansett å være markedet for elektrisitet og olje til oppvarming av bygninger. Konkurransetilsynet fant at Esso hadde små markedsandeler slik at prisreguleringene har liten konkurransemessig betydning. Dispensasjon ble derfor innvilget.

Konkurransetilsynet viser til tidligere korrespondanse angående dispensasjoner fra konkurranseloven for prisreguleringer ved salg fra varmemerhandlere. Esso Norge AS (Esso) har søkt om dispensasjon til å foreta avtalebasert rabattdeling og maksimalprisregulering ved salg av parafin og fyringsolje. Videre har Esso på vegne av forhandlerne søkt om dispensasjon til å benytte felles priser ved fellesannonsering og pristilbud på varer som vanligvis selges hos drivstoff- og varmemerhandlere tilknyttet Esso. Varmemerhandlere er forhandlere av petroleumsprodukter til oljebrennere for varmeanlegg i bygninger. Til denne virksomheten hører også transporttjenester, servicetjenester og smøremidler. Enkelte varmemerhandlere er også drivstofforhandlere.

Sakens bakgrunn

I brev av 16. mars 1999 søkte Esso om dispensasjon til å foreta avtalebasert rabattdeling og maksimalprisregulering ved salg av parafin og fyringsoljer (Sak nr. 99/294). En tilsvarende dispensasjon er tidligere gitt til Esso ved vedtak av 10. april 1996. Denne løp ut 10. april 1999. Tilsynet la til grunn i dette vedtaket at tilbudskampanjer av ulike slag kan medføre forsterket konkurranse mellom de forskjellige markedsførere oljeselskap og deres tilknyttede forhandlere.

I brev av 4. desember 1998 søker Esso på vegne av sine forhandler om å få benytte felles priser ved fellesannonsering og pristilbud på varer som vanligvis selges hos drivstoff- og varmemerhandlere (Sak nr. 98/1525). Med felles priser forstår tilsynet faste priser. En lignende dispensasjon ble sist gitt i brev av 2. januar 1996. Denne dispensasjonen løp ut 10. januar 1999. Tilsynet la til grunn i sitt vedtak at fellesannonsering ved pristilbud kan gi økt bruk av pris som et konkurranseparameter for de varer og tjenester som omsettes hos drivstoff- og varmemerhandlere.

Konkurransetilsynet har i denne saken vurdert tre prisreguleringer: Samarbeid om faste priser mellom Essos varmemerhandlere samt henholdsvis maksimalpris og rabattdelingsavtaler mellom Esso og Essos varmemerhandlere. De to sistnevnte reguleringene krever en mer inngående presentasjon.

Ved maksimalprisregulering binder én eller flere forhandlere seg til ikke å ta høyere utsalgspriser enn

en bestemt pris fastsatt av en avtalepart.

Rabattdeling innebærer at én eller flere forhandlere binder seg til å redusere utsalgsprisen på en vare med et gitt beløp eller en gitt prosentsats av en bestemt utsalgspris mot at leverandøren setter ned engrosprisen. Forhandlerne kan som regel velge å akseptere eller avslå rabattdelingen fra gang til gang noe som innebærer større frihet for forhandlerne enn maksimalprisregulering. I denne saken inngår imidlertid forhandlerne avtaler med Esso som i liket med maksimalprisreguleringen vil vare hele kampanjeperioden. Det er derfor her liten prinsipiell forskjell på maksimalpris og rabattdeling i det begge typer reguleringer medfører at forhandleren står overfor en maksimal utsalgspris.

I brev av 24. februar 1999 fremstiller Esso hvilke produkter det vil være aktuelt å samarbeide om. I denne fremstillingen går det ikke frem at varme og drivstofforhandlere skal samarbeide. Tilsynet forstår utfra dette at hensikten med prisreguleringen mellom forhandlerne ikke er at det skal foregå samarbeide mellom varmemerhandlere og drivstofforhandlere. Fordi disse to gruppene petroleumsforhandlere opererer i svært forskjellige markeder, er det naturlig å behandle prisreguleringer innen hver gruppe separat. I denne behandling vil tilsynet derfor kun vurdere den delen av dispensasjonssøknaden som angår varmemerhandlere. Behandling av dispensasjon for tilsvarende forhold mellom drivstofforhandlere gjøres i egen sak (Sak nr. 96/1019) om prisregulering ved salg fra drivstofforhandlere. Dette innebærer at det ikke vil bli gitt dispensasjon som gjør at varmemerhandlere og drivstofforhandlere kan samarbeide om priser. Tilsynet har forstått på Esso Norge at dette heller ikke har vært formålet med dispensasjonssøknadene.

Esso søker om dispensasjon til å foreta de nevnte prisreguleringene i forbindelse med sommerkampanjer. Konkurransetilsynet ser imidlertid ikke at årstiden kampanjen igangsettes vil påvirke de konkurransemessige virkningene av prisreguleringene i nevneverdig grad. Tilsynet vil derfor her vurdere om Esso kan gis dispensasjon til å foreta de nevnte prisreguleringene i kampanjeperioder generelt og ikke bare i deler av året.

Forholdet til konkurranselovens forbudsbestemmelser

I henhold til konkurranseloven § 3-1 første ledd, er det 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, rabatter eller avanser bortsett fra vanlig kontantrabatt.

I henhold til konkurranseloven § 3-1 andre ledd er det forbud mot at én eller flere leverandører av varer fastsetter eller søker å påvirke priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester.

Esso søker på vegne av sine forhandlere om at varmemerhandlerne kan samarbeide om felles priser på produkter som vanligvis selges hos forhandlerne. Avtale om felles priser mellom ervervsdrivende, for eksempel i forbindelse med annonsekampanjer, er i strid med dette forbudet. Et samarbeid som nevnt antas derfor å være i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd.

Esso søker også om å få benytte maksimalpriser og rabattdeling ved salg av parafin og fyringsolje. Ved

å sette maksimale utsalgspriser påvirker Esso sine forhandleres prissetting direkte. Dette antas derfor å være i strid med konkurranseloven § 3-1 andre ledd.

Ved rabattdeling avtales en maksimal utsalgspris mellom leverandør og forhandler mot at engrosprisen reduseres. Dette vil også være en påvirkning av forhandlerens utsalgspris som er i strid med konkurranseloven § 3-1 andre ledd.

Siden rabattdeling betinger en aksept fra forhandlerne for en maksimal utsalgspris ved et konkret tilbud fra Esso om lavere engrospris, vil disse prisreguleringene også anses som samarbeid om priser eller rabatter mellom Essos og den enkelte forhandler. Rabattdeling antas derfor å være i strid med konkurranselovens § 3-1 første ledd.

Det kan imidlertid med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 gis dispensasjon fra forbudene i §§ 3-1 til 3-4, dersom:

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

Det relevante produktmarkedet

Varmekunder har relativt store muligheter til å substituere mellom diesel, parafin, lette og tunge fyringsoljer og marine gassoljer. Disse produktene anses derfor i utgangspunktet å kunne tilhøre samme relevante produktmarked dersom de leveres for fyringsformål.

Leveringstjenesten anses som essensiell når det gjelder salg av petroleumsprodukter fra varmeforhandlere. Storkunder kan kjøpe direkte fra oljeselskap og berøres derfor ikke av prisreguleringer av varmeforhandlere. For kunder som har behov for mindre kvantum vil direkte transport fra anlegg ofte ikke være en reell mulighet. En del av prisen som betales for fyringsoljen er derfor betaling for selve leveringstjenesten. Prisen på de relevante oljeproduktene på verdensmarkedet vil derfor bare delvis determinere prisen på fyringsoljer ved levering til kunde. Resten av prisen avgjøres av lokale markedsforhold. Petroleumsprodukter som ikke transporteres til kunde er ikke tilknyttet en slik leveringstjeneste og anses derfor ikke å tilhøre samme relevante marked.

I svært mange tilfeller har kundene reelle substitusjonsmuligheter mellom elektrisitet og petroleumsprodukter levert til fyringsformål. Olje som energikilde til oppvarming er i dag mest vanlig i nærings-/industribygg og større boligkompleks. I slike bygg er det svært vanlig at sentralvarmeanlegget har mulighet til å bruke både elektrisitet og strøm. Strøm har imidlertid ofte en noe lavere virkningsgrad når det brukes i slike anlegg i stedet for direkte til elektriske ovner. For kunder som har mulighet til å benytte både strøm og elektrisitet kan det være vanskelig å avgjøre hvilken energikilde som skal velges fordi prisinformasjonen kan være vanskelig å analysere. Kostnadsbildet ved bruk av olje på et hvert tidspunkt er avhengig av flere ulike faktorer, som hvilken pris oljen vil ha ved neste fylling (Dette er den faktiske prisen for bruk av fyringsoljen på et hvert tidspunkt, betaling for tidligere levering er "sunk

costs".), oljens virkningsgrad (Som avhenger av hvor god kjelens forbrenningen av oljen er.), servicekostnader og temperatursvingninger (Strøm blir relativt billigere ved normal bruk og ustabil vær. Olje blir relativt billigere ved stabilt kaldvær, fordi effekten da kan økes slik at forbrenningen blir mer fullstendig.). Ved bruk av elektrisitet unngår kunden en del usikkerhet fordi det er prisen på brukstidspunktet som er den faktiske prisen kunden betaler. I tillegg er virkningsgraden enklere å fastslå, det er færre usikre servicekostnader og kostnadene er ikke så avhengig av temperatursvingninger. Reduksjonen i risiko og lavere servicekostnader ved bruk av elektrisitet antas å gi elektrisk oppvarming en konkurransefordel i forhold til bruk av olje.

I boligsektoren er ca 23 prosent av energiforbruket til oppvarming dekket kun gjennom elektrisk oppvarming (I NOU 1998:11). 72 prosent er dekket av kombinasjoner av el, olje og fast brensel. En relativt liten del av husstandene har kun olje eller fast brensel til oppvarming (om lag 5 prosent). Selv om 72 prosent av energiforbruket kan fordeles på ulike energibærere, vil det være kapasitetsgrenser i oppvarmings-systemene som begrenser volumsvingningene ved relative prisendringer. Substitusjonsmulighetene avhenger derfor at de tekniske begrensningene i boligmassen.

Muligheten til å substituere fra olje til elektrisitet har blitt større etter hvert som det elektriske anlegget i norske husholdninger er blitt oppgradert. Et bytte til elektrisk oppvarming fra oljefyring medfører derfor færre nye investeringer i moderne eller rehabiliterte bygninger som baserer sin oppvarming på olje. Det er endringen av det elektriske anlegget i bygninger, slik at ledningsnettets kapasitet økes, som er hovedinvesteringen ved overgang fra olje til elektrisitet. Kjøp av elektriske ovner er en relativt liten investering i denne sammenheng og vil kunne gjøres på relativt kort sikt. Det legges derfor til grunn at en relativt stor og økende andel av energiforbruket uten store investeringer kan substitueres over til elektrisitet som energibærer.

Markedsføring og salg av fyringsolje synes i dag å skje med de samme priser til alle kunder. Det ser ikke ut til å forekomme prisdiskriminering overfor kundegrupper som ikke har substitusjonsmuligheter. Tilsynet legger til grunn at selskapenes salg og markedsføring ikke vil endre seg på dette punkt i nærmeste fremtid.

I NOU 1998:11 er substitusjonselastisiteten (Substitusjonselastisiteten kan kort forklares som det negative av differansen mellom økningen i innsatsen av to varer ved en differanse i prisøkningen på disse varene på én prosent. En substitusjonselastisitet på 0,88 vil derfor si at en reduksjon i prisen på elektrisitet i forhold til olje på 1% medfører en økning i etterspørselen etter elektrisitet i forhold til olje på 0,88 %. mellom elektrisitet og fossilt brensel angitt til 0,88). Denne er imidlertid ikke regnet ut som et konstant parameter, men på grunnlag av priser og volum før og etter en vesentlig økning i prisen på elektrisk kraft, og må derfor anses som en usikker beregning. Tilsynet anser heller ikke at tall på substitusjonselastisitet alene kan brukes til å definere det relevante marked. Sammenholdt med overstående beskrivelse av markedet, indikerer imidlertid beregningen av substitusjonselastisiteten i denne saken at en prisøkning i elmarkedet kan medføre et økt forbruk av olje. Det er liten grunn til at samme grad av substitusjon ikke skulle kunne forekomme fra olje til elektrisitet, i tråd med resonnetet presentert over. På bakgrunn av dette synes det som om kundene i markedet for oljeprodukter til fyringsformål generelt har reelle muligheter til å substituere med elektrisk kraft. Som det relevante produktmarked legges derfor til grunn markedet for elektrisk kraft og petroleumsprodukter

til oppvarming av bygninger.

Som en del av varmeforhandlernes virksomhet inngår også vedlikeholdsprodukter. Dette inkluderer smøremidler og servicetjenester. Disse produktene synes i stor grad å være komplementære med leveranser av petroleumsprodukter til fyringsformål. Vedlikehold er blant de prisvariabler som må tas i betraktning ved valg av energikilde. Det antas derfor at selv om konkurransen skulle være begrenset for vedlikeholdsprodukter ved at antall aktører er få, vil forhandlerne i liten grad kunne øke prisene for å øke fortjenesten uten at dette gir seg utslag i etterspørselen etter forhandlerne basis vare, som er oljeprodukter. Denne varegruppen anses derfor som en del av markedet for levering av oljeprodukter til fyringsformål.

Det relevante geografiske markedet

Det relevante geografiske markedet defineres av det geografiske området hvorfra en sluttbruker lokalisert et gitt sted i landet kan innhente konkurransedyktige priser på produktene i det relevante produktmarked. Elektrisk kraft har i motsetning til olje svært små transportkostnader (Nettleie er ikke egentlig en transportkostnad siden denne er uavhengig av avstanden til selger. Det kan oppstå enkelte transportkostnader dersom overføringskapasiteten begrenser tilbudet av kraft i enkelte deler av landet.). Sluttbruker vil derfor kunne innhente konkurransedyktige priser på dette produktet fra hele landet. Det relevante geografiske markedet for elektrisk kraft og petroleumsprodukter til oppvarming av bygninger defineres derfor som Norge.

Konklusjon og vedtak

Markedet for petroleumsprodukter brukt til fyring inkluderer diesel, parafin, lette og tunge fyringsoljer og marine gassoljer. Fyringsolje og fyringsparafin er trolig de produktene som gir best inntrykk av markedsandelene i dette markedet. Esso hadde i 1998 andeler på landsbasis på henholdsvis omlag 23% og 17% for levering av disse produktene. Markedet for petroleumsprodukter er generelt konsentrert mellom de største aktørene i markedet noe som kan medvirke til begrenset konkurranse. Bruk av petroleumsprodukter til oppvarming av bygninger er imidlertid liten i Norge sammenlignet med bruken av elektrisk kraft til samme formål. Ifølge NOU 1998: 11, foretas mindre enn 15% av oppvarmingen av bygninger i Norge med oljefyring. 65-70% av oppvarmingen foretas ved bruk av elektrisk kraft, som er definert som en del av det relevante marked. Markedet er videre vurdert til å være nasjonalt. Essos andeler av det relevante markedet er dermed mindre enn 5%. I henhold til Konkurransetilsynets praksis er en slik markedsandel for liten til at prisreguleringer vil ha nevneverdig konkurransemessig betydning.

På denne bakgrunn og med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 første ledd bokstav c), har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

Esso Norge AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 annet ledd til å fastsette maksimal utsalgspris i kampanjeperioder overfor sine varmeforhandlere.

Esso Norge AS og varmemerhandlere tilknyttet Esso Norge AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å avtale maksimal utsalgspris ved rabattdeling i kampanjeperioder.

Varmemerhandlere tilknyttet Esso Norge AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å avtale felles utsalgspriser til bruk i kampanjeperioder.

Dispensasjonen gjelder til 15. september 2004.

Konkurransetilsynet kan trekke tilbake dispensasjonen før utløpsdato dersom forutsetningen for dispensasjon ikke lenger er til stede, jf. konkurranseloven § 3-9 tredje ledd.

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 forvaltnings-vedtak".

[til toppen](#)