

## **V1999-64 30.09.99**

### **Konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon fra §§ 3-1 og 3-3**

#### **Sammendrag:**

Skoringen innvilges dispensasjon fra konkurranselovens forbud mot prissamarbeid slik at Skoringen gjennom sine markedsføringsaktiviteter kan oppgi veiledende priser for sine medlemsbutikker. Videre gis Skoringen dispensasjon fra konkurranselovens forbud mot markedsdeling slik at Skoringen kan godkjenne geografisk plassering av nyetablerte forretninger i kjeden.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 22.09.98 hvor De søker om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 i forbindelse med opphevelse av Deres tidligere dispensasjon. Videre vises det til øvrig korrespondanse i saken.

#### **SKOringen a.m.b.a.**

Skoringen er sentralleddet i en dansk kjede, som har 102 medlemsbutikker i Norge og 104 i Danmark. Skoringen er organisert som et andelslag hvor andelene er fordelt mellom henholdsvis de danske og de norske medlemmer i kjeden med 50 pst. på hver. Kjedens medlemmer i Norge er lokalisert i ulike deler av landet, fra Alta i nord til Kristiansand i syd. Spredning av medlemmenes butikker er forholdsvis god. Skoringen foretar innkjøp av varer for sine kjedemedlemmer, forhandler frem leverandøravtaler, yter kreditt- og garantiytelser, gir driftsøkonomisk og faglig rådgivning samt foretar markedsføring på vegne av sine medlemmer.

#### **Sakens bakgrunn**

Skoringen fikk i brev av 07.12.82 fra Prisdirektoratet midlertidig dispensasjon fra prislovens forskrifter om konkurransereguleringer av priser og avanser av 1.juli 1960. I forbindelse med at Lov om konkurranse i ervervsvirksomhet (konkurranseloven) trådte i kraft, ble Skoringen i brev av 01.09.98 varslet om at deres tidligere dispensasjon ville bli opphevet. De ble samtidig gjort oppmerksom på at de kunne søke om ny dispensasjon i medhold av konkurranseloven. Skoringen søkte om fornyet dispensasjon i brev av 22.08.98.

Skoringen søker om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 slik at de kan fastsette veiledende priser for de produkter som kjedesentralen leverer til sine kjedemedlemmer. Skoringen ønsker å benytte veiledende priser i de markedsføringsaktiviteter de gjennomfører på vegne av sine kjedemedlemmer. Markedsføringsaktivitetene omfatter bl.a. katalogutsendelse til husholdningene og annonser i magasiner, ukeblader, dagblader og TV.

Skoringen begrunner søknaden med at kjeden gjennom samarbeidet har mulighet til å utnytte stordriftsfordeler med hensyn til innkjøp, logistikk, produktutvikling og markedsføring, slik at kjeden derigjennom kan stille bedre rustet til å møte konkurransen fra de andre store kjedene. Søker mener det er viktig for den enkelte butikk at man gjennom kjedesamarbeidet kan få størst mulig kraft til å skape et totaltilbud, som er attraktivt for forbrukerne.

Søker påpeker at man gjennom felles markedsføringskampanjer kan redusere slike kostnader i forhold til om man var alene om dette. Samtidig vil forbrukeren få god markedsinnsikt og oversikt over hvilke alternativer han har å velge mellom. Kundene kan på denne måten gjøre seg et inntrykk av hvor de med størst fordel kan handle. Søker forklarer videre at markedsføring er et element i Skoringens konkurransefremmende aktiviteter. Alle konkurrentene på skomarkedet har med priser i deres markedsføring. For at Skoringens markedsføring skal ha tilstrekkelig konkurransekraft, er derfor priser en nødvendighet. Konkurransen mellom de ulike aktørene i markedet kan fremmes ved å sette markedsprisene opp mot hverandre.

### **Konkurranseloven virkeområde -forholdet til EØS-avtalens konkurranseregler.**

Konkurranseloven kommer til anvendelse i den utstrekning handlingen har virkning eller er egnet til å ha virkning i Norge, jf. konkurranse-loven § 1-5. EØS-avtalens artikkel 53 (1), og derved eventuelle fritak gitt med hjemmel i artikkel 53 (3), kommer til anvendelse i den utstrekning forholdet merkbart påvirker samhandelen mellom EØS-stater. De to regelsettene vil derfor kunne ha til dels overlappende anvendelsesområder.

Dersom et samarbeid omfattes av et gruppefritak eller et individuelt fritak i henhold til EØS-avtalens artikkel 53 (3), vil dette ha betydning for Konkurransetilsynets kompetanse. Konkurransetilsynet er av den oppfatning at forrangsprinsippet som kommet til uttrykk i EØS-loven § 2 og lojalitetsplikten som er nedfelt i EØS artikkel 3, innebærer at konkurranse-lovens forbudsbestemmelser ikke kommer til anvendelse på samarbeid som er omfattet av et gruppefritak eller innvilget individuelt fritak i henhold til EØS-avtalens artikkel 53 (3). (Dette er nærmere begrunnet i Konkurransetilsynets vedtak V98-74 av 7. oktober 1998 i sak nr. 98/1146. )

Et eventuelt fritak vil imidlertid bare få betydning for tilsynets kompetanse etter konkurranse-loven i den utstrekning EØS-reglene kommer til anvendelse, dvs. dersom samhandelen mellom EØS-statene påvirkes merkbart.

Det foreliggende kjedesamarbeid er ikke omfattet av noe gruppefritak i henhold til EØS-avtalens artikkel 53 (3). Skoringens kjedesamarbeid i Danmark er imidlertid omfattet av et dansk gruppefritak gitt i medhold av den danske konkurrense-loven § 10 (Lov nr. 384 av 10. juni 1997.) Det danske gruppefritak gjelder avtaler som alene har virkninger på det danske marked og vil således ikke omfatte Skoringens kjedesamarbeid i Norge.

Skoringens kjedesamarbeid er ikke gitt individuelt fritak i medhold av EØS-avtalens artikkel 53 (3).

Siden det foreliggende samarbeidet ikke er fritatt fra forbudet i EØS-avtalens artikkel 53 (1), vil EØS-avtalen ikke få betydning for tilsynets kompetanse til å gi dispensasjon fra konkurranse-lovens forbud i denne saken. Konkurransetilsynet har derfor ikke funnet det nødvendig å gå nærmere inn på hvorvidt samarbeidet påvirker samhandelen merkbart. (Kommisjonen og EFTAs overvåkningsorgan har utgitt hver sin kunngjøring om avtaler av mindre betydning som ikke omfattes av henholdsvis Romatraktatens artikkel 85 (1) eller EØS-avtalens artikkel 53 (1). Formålet med kunngjøringene er å gjøre det enklere

for foretakene selv å vurdere om en gitt avtale ikke omfattes av de nevnte forbud fordi avtalen er av mindre betydning (dvs at avtalen ikke påvirker samhandelen merkbart eller at den ikke har til formål eller virkning å begrense konkurransen merkbart). )

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at det er foretakenes ansvar å avklare forholdet til EØS-reglene. En dispensasjon gitt av tilsynet gjelder kun fra konkurranselovens forbud, ikke EØS-avtalens.

## **Forholdet til konkurranseloven**

### *Konkurranseloven § 3-1, forbudet mot prissamarbeid*

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. I andre ledd slås det fast at tilsvarende gjelder for leverandør av varer, mens fjerde ledd gir leverandør av varer anledning til å fastsette veiledende priser for sine avtakere.

Skoringen søker om dispensasjon til å fastsette veiledende priser for de varer som kjedeselskapet er leverandør av slik at de kan benytte disse prisene i sin markedsføring. Varene kjøpes inn av sentralledet, som leverer disse videre til medlemsbutikkene. Alle varene faktureres gjennom sentralledet. Av Skoringens vedtekter fremgår det at generalforsamlingen kan nedsette et utvalg som skal ivareta oppgaver i forbindelse med sammenslutningens virke. Det enkelte utvalgs funksjonsområde, kompetanse m.m. besluttet av styret. Det går videre fram at styret kan overdra relevante deler av sin vedtektsbestemte kompetanse til et utvalg, men ikke dermed fraskrive seg alt ansvar. Skoringen har nedsatt et slik utvalg som kun består av norske medlemmer. Utvalget vil være å anse som et organ for Skoringen. Valg av norsk varesortiment og fastsettelse av veiledende priser forestås av dette utvalget.

I følge konkurranseloven § 3-1 første ledd vil det være forbudt for to eller flere ervervsdrivende å samarbeide om veiledende priser. Skoringen vil gjennom det norske utvalget her fastsette de veiledende prisene. Dette vil som utgangspunkt være et ensidig forsøk på prispåvirkning og ikke et samarbeid. Ensidige forsøk på prispåvirkning rammes ikke av første ledd i det denne bestemmelsen omfatter samarbeid i form av avtaler, samordnet praksis eller på annen måte mellom "to eller flere". I den utstrekning de veiledende prisene blir fulgt vil det som utgangspunkt være tale om et samarbeid mellom to eller flere. Konkurransetilsynet har ikke kjennskap til hvorvidt disse veiledende prisene blir fulgt opp av forhandlerne eller ikke. Uavhengig av dette svar kan det imidlertid spørres om det ikke likevel foreligger et samarbeid mellom to eller flere i første ledds forstand. Mer konkret er spørsmålet om Skoringen i seg selv er å anse som et horisontalt samarbeid mellom kjedemedlemmene.

Ut i fra Konkurransetilsynets tidligere praksis (Se for eksempel Konkurransetilsynets vedtak av 01.08.96 i sak nr. 95/947. Se også Konkurranseloven med kommentarer s. 151, 152, 220.) er det særlig to momenter som vil være sentrale i vurderingen av hvorvidt den aktuelle aktør er å anse som selvstendig eller må ses på som et samarbeid mellom to eller flere: For det første er det lagt vekt på om sentralledet er heleid av medlemmene og hvorvidt det kun leverer produkter til kjedens medlemmer. Et samarbeid mellom kjedemedlemmer som eier sentralledet 100 prosent, vil etter Konkurransetilsynets

oppfatning normalt ha karakter av et horisontalt samarbeid. For det andre er det lagt vekt på i hvilken grad samarbeidet fører til en markedsmessig koordinering av medlemmenes (her skobutikkenes) aktiviteter.

Her er sentralledet, dvs. Skoringen, konstruert som et andelslag hvor samtlige andeler eies av kjedemedlemmene. Sentralledet er med andre ord 100 pst. eiet av kjedemedlemmene. 50 pst. av andelene innehas av de danske medlemmene, mens 50 pst. innehas av de norske. Hvorvidt Skoringen kan anses som en selvstendig aktør må her avgjøres i relasjon til kjedemedlemmene som helhet. Det forhold at 50 pst. av andelene er eid av danske medlemmer, og at denne delen av prissamarbeidet er omfattet av et dansk gruppefritak, kan i denne sammenheng ikke ha noen betydning. Det sentrale er hvorvidt Skoringen kan opptre uavhengig av sine eiere eller om Skoringen i realiteten må ses på som en sammenslutning hvis eneste formål er å koordinere eierenes aktiviteter, og i denne sammenheng kan det ikke ha noen betydning om eierne er lokalisert både i Danmark og i Norge. Det må imidlertid i forlengelsen av dette legges ikke ubetydelig vekt på at den veiledende prissettingen i Norge foretas alene av Skoringens utvalg hvor det utelukkende sitter representanter for de norske kjedemedlemmene. Gjennom Skoringens utvalg vil det være stor sannsynlighet for at kjedemedlemmene koordinerer sin markedsopptreden.

Skoringen foretar selv en rekke innkjøp av varer som de i neste omgang leverer utelukkende til sine kjedemedlemmer.

Alt i alt taler eierskapet og aktivitetene i Skoringen for at sentralledet ikke er en selvstendig aktør som kan opptre uavhengig av flertallet av sine kjedemedlemmer. Uansett hvor selvstendig sentralledet kan opptre i sin daglige drift, vil den avgjørende innflytelse alltid ligge hos eierne. Sentralledets handlinger vil derfor i seg selv være uttrykk for et horisontalt samarbeid mellom kjedemedlemmene. Dette medfører at Skoringens fastsettelse av veiledende priser for sine medlemmer gjennom utvalget vil være å anse som et prissamarbeid mellom "...flere ervervsdrivende," her kjedemedlemmene.

For at et prissamarbeid skal rammes av konkurranseloven § 3-1 første ledd kreves det i tillegg som selvstendig vilkår av samarbeidet må være egnet til å påvirke konkurransen. Konkurransetilsynet er av den oppfatning at Skoringens fastsettelse av veiledende priser vil virke normerende for kjedemedlemmenes egen prissetting. Samarbeidet vil derfor være egnet til å påvirke konkurransen og således i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd.

Konkurranseloven 3-1 fjerde ledd gjør det klart at forbudet i første ledd ikke er til hinder for at en enkelt leverandør av varer oppgir veiledende priser for sine avtakere. Det følger imidlertid av det ovenstående at Skoringen ikke vil kunne anses som "en enkelt leverandør", men være et samarbeid mellom flere. De vil derfor ikke falle inn under leverandørunntaket i § 3-1 fjerde ledd.

### *Konkurranseloven § 3-3, forbudet mot markedsdeling*

Konkurranseloven § 3-3 første ledd setter forbud mot at to eller flere ervervsdrivende for salg av varer eller tjenester samarbeider om markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensning.

Skoringen vil være å anse som et samarbeid mellom "flere ervervsdrivende", jf. den ovennevnte vurdering under § 3-1. Spørsmålet blir om Skoringen gjennom sine vedtekter fastsetter markedsdeling mellom kjedemedlemmene.

Det fremgår av Skoringens vedtekter § 4 at styret ("bestyrelsen") avgjør hvorvidt det skal tas opp nye medlemmer og hvorvidt eksisterende medlemmer kan etablere filialer. De berørte medlemmer vil i slike tilfeller ha uttalelsesrett. Styret vil i sin vurdering ta hensyn til den lokale markedsandel i forhold til landsgjennomsnittet. Det vil videre bli lagt vekt på de konkurransemessige konsekvenser, områdets utvikling, geografisk plassering samt de eksisterende medlemmers forretningspolitiske forhold til Skoringens tilbud. Det fremgår videre av § 7 at Skoringen vil treffe beslutninger om medlemmenes forhold til hverandre i de tilfellene hvor det tillates etableringer som medfører at det blir flere medlemmer i samme markedsområde.

Begrepet "markedsdeling" omfatter etter en naturlig forståelse situasjoner hvor partene deler ett eller flere relevante markeder mellom seg. Gjennom delingen begrenses eller elimineres konkurransen mellom partene. Dette kan oppnås gjennom en områdedeling, en deling av kundemassen, en kvotefordeling, en spesialisering eller gjennom en kvantumsbegrensning. Begrepet markedsdeling indikerer at partene gjennom delingen vil oppnå en gjensidig skjerming mot konkurranse

Konkurransetilsynet er av den oppfatning at Skoringens vedtekter §§ 4 og 7 medfører at kjedemedlemmene er gitt en viss gjensidig geografisk beskyttelse slik at kjedemedlemmet ikke skal møte konkurranse fra øvrige kjedemedlemmer. Det legges til grunn at nyetableringer kun vil bli tillatt dersom det nye kjedemedlem ikke vil utsette det eksisterende kjedemedlem for nevneverdig konkurranse. Dette understrekes også av det forhold at styret forbeholder seg retten til å treffe beslutninger om kjedemedlemmenes forhold til hverandre ved flere etableringer innenfor samme markedsområde.

De aktuelle klausuler vil etter dette være å anse som en markedsdeling som er egnet til å påvirke konkurransen og således rammes av konkurranseloven § 3-3 første ledd.

Det fremgår av ovennevnte vurdering under § 3-1 at Skoringen ikke kan anses som "en enkelt leverandør". De vil derfor ikke falle inn under leverandøruntaket i § 3-3 tredje ledd.

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

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 første ledd gi dispensasjon fra konkurranselovens forbudsbestemmelser 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 konkurransebegrensningen,
- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

### **Det relevante marked**

Til grunn for Konkurransetilsynet vedtak ligger en vurdering av det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked. Produktmarkedet avgrenses med utgangspunkt i etterspørernes substitusjonsmuligheter, som igjen bestemmes av i hvilken grad etterspørerne kan substituere seg over til andre produkter.

Sko er en relativt homogen vare. De kan imidlertid variere en del i pris og kvalitet. Konsumentene kan i utgangspunktet velge mellom et stort antall skomerker, stoff (lær, gummi, tekstil etc) og fasonger. Noen forhandlere betjener et pengesterkt publikum og ligger i et høyere prisleie enn de landsdekkende kjedene. Skoringen tilbyr en rekke skoprodukter, både mht. merke, stoff og fasong. Det relevante produktmarked er alle relevante skotøy som man vanligvis finner i en skoforretning.

Det relevante geografiske markedet vil være avhengig av hvor langt forbrukeren er villig til å reise for å handle produkter omsatt gjennom skobutikker. Dette avhenger av hvilke produkter forbrukeren skal ha, hvor mange alternativer forbrukeren ønsker å vurdere før avgjørelsen tas og preferansen for bruk av tid. Skoringen er en landsdekkende kjede, med en god spredningen av medlemmenes butikker over hele landet. Det er derfor naturlig å avgrense det relevante geografiske markedet til Norge. I de fleste byer og tettsteder er det to eller flere skoforretninger. Det er derfor lite sannsynlig at Skoringen har noen dominerende posisjon i mindre lokale markeder, og det er dermed ikke behov for noen mindre geografiske markedsavgrensning.

### **Skomarkedet**

Skomarkedet består av en del kjeder og mindre skoforhandlere uten kjedetilknypning. På det lokale marked møter Skoringens medlemmer konkurranse fra både kjedetilknyttede og frittstående skobutikker. De møter også konkurranse fra detaljister som har et bredere produktutvalg, som for eksempel sportsbutikker, klesbutikker og Obs! 70 pst. av det samlede skosalg i Norge går gjennom egentlige skobutikker. Av dette salget har kjedebutikkene en andel på ca. 80 pst. I de fleste skoforretningene selges det både norskproduserte og importerte sko (bla fra Kina, Italia, Danmark, Portugal og Storbritannia). Skoringen anser Euro Sko Norge som sin største konkurrent. Dette er en kjede som er organisert på samme måte som Skoringen. Dette gjelder også for en del andre kjeder. Andre kjeder, som for eksempel Din Sko, er organisert som filialkjeder.

De største aktørene i markedet er:

Foretak/ kjede Omsetning Markedsandel

- Euro Sko Norge 1.030 28,1

- Skoringen Norge 511 13,9

- Økonomisko 145 4,0

- Din Sko 113 3,1

- Garant Sko 109 3,0

- Øvrige skobutikker 656 17,9

- Skosalg i sportsbutikker,  
lavprisvarehus, postordre,

klesbutikker m. m. 1.098 30,0

**Totalt: 3.662 100.0**

Vi ser at Skoringen har en relativt liten markedsandel på landsbasis. Kjeden har ingen dominerende stilling i det norske markedet sammenlignet med de andre store kjedene.

For skohandlerne var 1997 et godt år. Omsetningen gjennom faghandelsforretninger økte med 6,7 pst, samme vekst som de fem største kjedene hadde. Den sterke økningen tilskrives en kombinasjon av flere butikker og generell markedsvekst.

### **Konkurransetilsynets vurdering**

Det er tilsynelatende virksom konkurranse i markedet for sko. Skoprisene har gått ned sammenlignet med i fjor, noe som kan tyde på en fungerende konkurranse i markedet.

Kjedesamarbeidet i Skoringen vil sannsynligvis gi bedre leveringssikkerhet og redusert markedsførings- og totale driftskostnader for butikkene i kjeden. Dette kan bidra til at deltakerne i kjedesamarbeidet kan fremstå som mer konkurranse-dyktige. Videre er det viktig å ha muligheten til å være tilknyttet en kjede for å være slagkraftig i markedet.

Veiledende pris vil gjøre det mulig for leverandøren å kommunisere sin prisprofil til forbrukerne. Prissamarbeidet gjelder bare en mindre del av kjedens vareutvalg og dekker neppe noe annet enn kjedens markeringsbehov i konkurransen med de andre kjedene. På denne måten inviterer konkurransereguleringen til en sterkere konkurranse i skomarkedet.

### **Konkurransetilsynets vedtak**

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

**Skoringen a.m.b.a. innvilges dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd slik at Skoringen gjennom sine markedsføringsaktiviteter kan oppgi veiledende priser for sine medlemsbutikker.**

**Videre gis Skoringen a.m.b.a. dispensasjon fra konkurranseloven § 3-3 første ledd slik at Skoringen kan godkjenne geografisk plassering av nyetableringer i kjeden.**

**Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til og med 30. september 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 dispensasjonen ikke lenger er til stede, jf. konkurranseloven § 3-9 tredje ledd. Dersom det er behov for dispensasjon utover det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, bes De søke om forlengelse i

god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)